

# GARCIA BARBANCHO: «REGION DOMINADA»

ANDALUCIA,  
DIALOGOS  
DE URGENCIA

"ESTA SUMINISTRANDO MANO DE OBRA Y RECURSOS ECONOMICOS Y FINANCIEROS A OTRAS AREAS"

"Hace tiempo que vengo pensando en que el principio de máximo lucro por el que se rigen las empresas capitalistas no es un principio muy humano, que digamos. El principio genera agresividad y dominio y éstas son características que a mí no me satisfacen. Hay que reducir al mínimo la agresividad humana para acercarnos a un modo de vivir más en consonancia con lo que debe ser una sociedad de hombres racionales.

Pienso, por otra parte, que mientras tanto no estaría mal que se generalizara en el Mediodía español este eslogan: "Andaluz, si quieres el desarrollo de Andalucía, consume bienes y servicios andaluces".

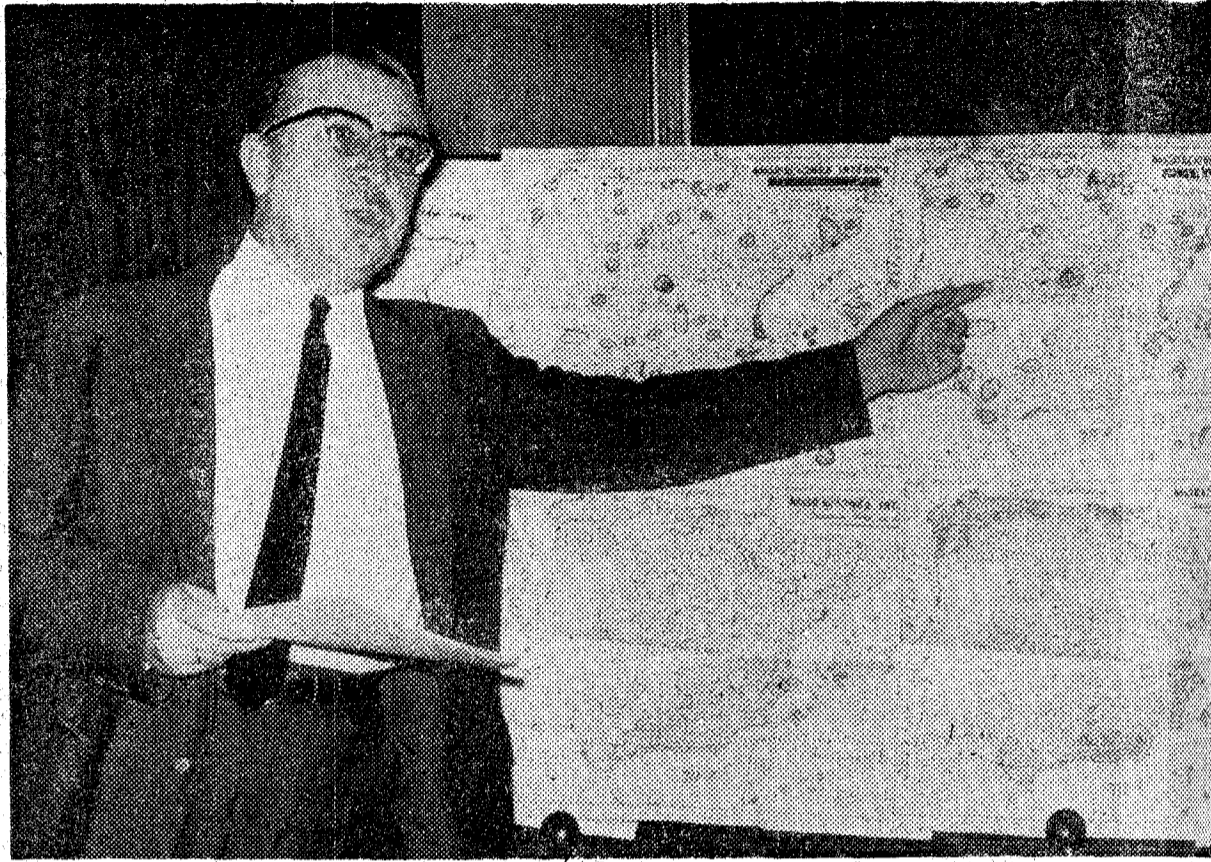
Don Alfonso García Barbancho, catedrático de Econometría y Métodos Estadísticos de la Facultad de Económicas de la Universidad de Málaga, lleva también por dentro su preocupación por Andalucía. Los muchos números que ha hecho le demuestran que esta región va mal. G. Barbancho es autor de un importante y laborioso estudio sobre movimientos migratorios: "Las migraciones internas españolas" (tres tomos), además de otros valiosos documentos, fruto de su labor investigadora en el campo de la economía. Esas enormes estadísticas vienen a decir que nuestros hombres se van, que nuestra región está dominada desde fuera. "Fijese que hasta las patatas fritas, con lo fácil que sería instalar aquí una máquina, nos las traen de Barcelona". Patatas, transistores, automóviles, tebeos... Todo se vende en Andalucía y nada se fabrica en ella. "Consume bienes y servicios andaluces", no sin razón, dice el economista.

Escribe:  
**ANTONIO RAMOS**

Foto:  
**ARENAS**

—¿Qué causas, profesor G. Barbancho, han influido en la decadencia progresiva de la región andaluza?

—Poco puedo decir sobre las causas históricas porque, desgraciadamente para mí, sé poca historia y la historia es algo que hay que tratar con el máximo respeto. Restringíndome al inmediato pasado, a los años en que hemos asistido al declinar de Andalucía, pienso que la decadencia de nuestra región se debe básicamente a que los poseedores del poder económico han permanecido al margen de la evolución del capitalismo, cada vez más agresivo y dominante. No han sabido jugar con las mismas armas y, así, toda Andalucía es hoy una gran región, dominada económicamente por otras áreas. Por ello en lo que va de siglo, la economía andaluza ha pasado, en líneas generales, de un sistema casi autárquico a otro de gran dependencia, donde no se puede decir que haya perdido porque,



"DESDE ARANJUEZ HACIA ABAJO, TODO ES CAMPO DE EMIGRACION" • "ANDALUZ, SI QUIERES EL DESARROLLO DE ANDALUCIA, CONSUME BIENES Y SERVICIOS ANDALUCES"

prácticamente, no ha intervenido en el triste juego de la agresividad económica.

Todos somos conscientes de que Andalucía posee, aún hoy, los suficientes recursos humanos y naturales, como para que sus gentes no necesiten ir demandando a otras áreas de empleo y medios de vida. Sin embargo, tienen que hacerlo. Y la causa está, a mi juicio, en que quienes pudieron no supieron mantener el equilibrio de fuerzas que exige todo mercado libre para no convertirse en área dominada.

**ESCALA INDUSTRIALIZACION Y RETARDADA**

—¿Cuáles son los principales problemas de Andalucía?

—Pienso que lo dicho anteriormente ayuda a entender estos problemas, los cuales, en efecto, son todos los que se derivan de la posición de área dominada. En Andalucía, a pesar de su gran base humana y económica, se dan las situaciones de empresarios dominados y dependientes, escasa industrialización y retardada, succión de recursos y actividades por las áreas dominantes, mucha emigración, etcétera. Más claro: la estructura del consumo andaluz está más de acuerdo con la estructura de la producción de las áreas dominantes que con la de la propia Andalucía, y esto origina el derrumbamiento de nuestros esquemas productivos.

En el desajuste entre consumo andaluz y producción andaluza juega un importante y trascendental papel

el sistema de propaganda, especialmente en televisión, al que sólo pueden llegar las grandes empresas de las áreas dominantes. Por ejemplo, en Málaga se hace gran consumo de bebidas refrescantes con sabor a na-

PASA A LA PAGINA ANTERIOR

«Desde Aranjuez hacia abajo, todo es campo de emigración», dice el profesor García Barbancho

**N**O son precisamente los turistas extranjeros los mejores clientes que tienen los anticuarios, y éstos ellos bien lo saben, como también la hostelería conoce la calidad y mayor generosidad del turismo español. Ya pasaron aquellos tiempos en los que el anticuario tenía que esperar a que un inglés traspasara las puertas de su establecimiento, para venderle el trabuco, el bronce de la escuela tal o cual o una escribanía del año de la pera. No; ahora no tienen que esperar a que llegue el extraño inglés —que además puede que hasta no llegue— para vender alguna de sus antigüedades, sencillamente, porque los españoles las compran. Hoy en nuestro país, la gente se interesa por todo lo que tenga su historia y su estilo. Que me perdonen los diseñadores del mueble funcional y los modernos ebanistas, pero cometen el pecado de no atinar con un estilo, y refugiar su creatividad en el frío y simplísimo estilo funcional, al que la gente le da el "visado" para sus hogares, pero siempre que se puede procuramos mezclarlo con nobles objetos y muebles de otras épocas.

Se busca esa nota de maderas de calidad, cueros viejos, solemnes y deslucidos terciopelos, en muebles de estilos que ya pasaron, pero que hoy, valga la paradoja, están rabiamente de moda. Lo malo que tiene el negocio de las antigüedades, es que a él acude la gente buscando gangas, y las gangas si se encuentran es en las realizaciones de los almacenes de confecciones o de lo que sea, pero no en los anticuarios. Pensemos que si alguien compra gangas, es el propio anticuario, que está más informado y por fuerza tiene mayor experiencia que los compradores. Si bien el anticuario por antonomasia, la principal arma que debe esgrimir ante su posible comprador, es la psicología, con la que puede medir el capricho que siente por un determinado objeto artístico o antiguo que tenga en su exposición.

Hablo de antigüedades, porque ayer estuve acompañando en su callejo granadino a uno de los mejores y más inteligentes compradores de antigüedades que he conocido: Antonio García-Trevijano, quien por mucho tiempo que le ocupen sus obligaciones profesionales, siempre encuentra tiempo para buscar por esos anticuarios de Madrid, Londres o París, objetos de arte o muebles de estilos pretéritos, que él va descubriendo, y aunque le resulten fascinantes, siempre procurará disimular su capricho, tratando de que no se aprovechen de él.

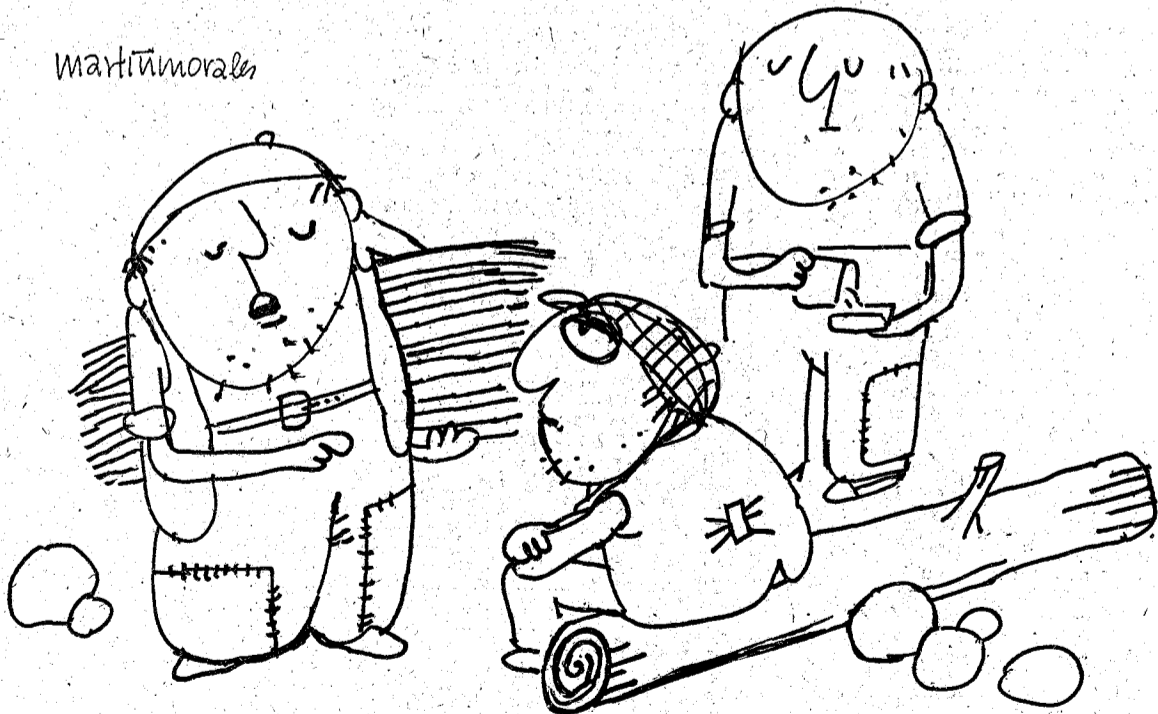
Recuerdo cuando adquirió un biombo chino en Londres, del que se había enamorado, que en la actualidad decora su casa de Madrid, las pegas que puso mi amigo a la autenticidad del biombo. Va y me dice el anticuario: "Oiga usted, su amigo con tanto rebajar el precio, me está demostrando que no comprende el gran mérito y valor artístico de este auténtico biombo chino". Y claro que sabía toda la importancia y la antigüedad del biombo; lo que pasaba era que García-Trevijano, por muy auténticamente chino, de la dinastía Ming, que fuera el biombo, trataba que, en cuestión de precio, no lo engañaran como a un chino. En fin, sirva esto de advertencia a los anticuarios granadinos, para que se pongan en guardia; pero lo bueno para ellos es que por pocos días lo tienen aquí.

**COLORIN  
COLORAO**

Los  
anticuarios  
y sus  
clientes

Por GONZALO CASTILLA

**martinmorales**



—Yo creo que para acabar con la elevación de precios, la difícil situación de la balanza de pagos, la desaceleración del ritmo productivo y el aumento del desempleo, es conveniente conseguir una tasa, un desarrollo aceptable y un nivel de ocupación, mediante la reactivación genérica de los sectores que puedan absorber el paro.

**NOVA** más ventajas... **MUEBLES MELERO** Navarrete, 2, y Avda. José Antonio, 92