

# SOL



# MAN

Solidaridad Manchega con los pueblos del Tercer Mundo

CIUDAD REAL

BOLETÍN N°60

ABRIL-MAYO 2008

## LA MUJER EN LA COOPERACION

La verdad es que ya suena un poco a tópico el decir que la mujer es el alma del desarrollo, que la mujer es el motor que mueve las pobres economías de subsistencia en los países empobrecidos del sur y que la mayor parte del trabajo y de las distintas faenas de la casa recaen sobre las mujeres, y si a esto se añade la sumisión por el hecho de ser mujer, persona sin voz, sin opinión, etc., pues se dibuja un panorama en el que la dignidad de persona y la igualdad de derechos y oportunidades, quedan demasiado lejos de ser una realidad.

En una ocasión, realizando una dinámica con un grupo de campesinos en un país de Centro América, a uno se le ocurrió la idea de que se hiciera una lista de las tareas diarias de la mujer y del hombre. Resultó curiosísimo, en el lado de las tareas de los hombres se habían escrito un par de líneas, mientras que en el lado de las mujeres no alcanzaba el papel. Los hombres cada día iban al campo a trabajar la tierra, de donde sacarían el alimento para la familia. Las mujeres, por su parte iniciaban la jornada levantándose de madrugada para preparar el desayuno, después del cual aseaba a los niños, recogía las cosas de la casa, iba a buscar agua y leña, lavaba las ropitas de todos, preparaba la comida y después la cena, estaba lista siempre para satisfacer al marido, y, por último, antes de ir a descansar dejaba el maíz preparado para, a las pocas horas, volverse a levantar, moler el maíz y preparar las tortillas para el desayuno. Y preguntaba otro de los campesinos asistentes, por qué le llamamos el sexo débil.

De todo esto saben mucho las mujeres de todos los países y de todas las culturas, con matices, pero se parecen tanto que, si en nuestro medio hiciéramos una dinámica parecida, no nos daría resultados muy diferentes. Sería interesante profundizar en la feminización de la pobreza y en tantos hogares monoparentales, regidos por mujeres. Sin embargo, afortunadamente, a través de la historia, sobre todo en las últimas décadas, hemos tenido voces de mujeres, que con sus palabras, sus hechos y sus vidas han luchado por la dignidad de los seres humanos, tanto hombres como mujeres, haciendo especial hincapié en la doblemente

maltrecha dignidad de las mujeres. Hoy, en España tenemos un gobierno con más ministras que ministros y, nunca seré yo el que pregunte por qué están ahí. Sencillamente porque sí, por la misma razón por la que están los hombres.

Durante todo este año 2008, el papel de la mujer en el mundo está ocupando una relevancia especial, recordemos el Aula de Solidaridad, cuyo título fue “Palabras de Mujer” y, ahora, en el ciclo de cine, también el eje central de las cuatro películas es la mujer. Lo hemos denominado “En femenino plural”, porque creemos en la fuerza de la mujer y más en la fuerza de las mujeres y luchamos para que, juntos mujeres y hombres, mujeres generemos la energía suficiente para transformar el mundo. En todos los proyectos en los que colaboramos desde SOLMAN está totalmente presente y como principio indiscutible la perspectiva de género y, descendiendo al nivel concreto de nuestra ONG, hemos de decir que por cada voluntario hombre, hay dos mujeres.

Una vez más y como siempre invitamos a todos a participar en este nuevo ciclo de cine, que desde otra perspectiva, nos ayudará a comprender nuestro mundo y ojalá que también a cambiarlo.



## XIII CICLO DE CINE SOLIDARIO SOLMAN

### “EN FEMENINO PLURAL”.

Mayo 2008. Martes, 21 horas. Cine Quijano

*Francisco Matas y Pablo Luis de Gracia*

Abordamos, con el treceavo ciclo de cine, varias propuestas en torno a la mujer, tal como se sugiere en el título y en concordancia con el análisis de la situación femenina que se realizó durante los meses de Febrero y Marzo en el Aula de Solidaridad “Palabras de Mujer” con la Universidad de Castilla La Mancha, en la Facultad de Letras.

Circunstancias diversas, entre ellas las relativas a la distribución, nos han llevado junto con el Cine Club Municipal a seleccionar 4 cintas producidas en el entorno del primer mundo pero que inciden en situaciones periféricas de marginalidad, segregación o abandono con una especial relevancia e incidencia en el mundo femenino.

En convocatorias anteriores hemos centrado nuestra mirada en el cine realizado en el Tercer Mundo y esa es una perspectiva que no debemos olvidar. Nunca hemos ignorado lo que se está haciendo en nuestro “patio”, incluyendo siempre alguna película donde se abordan las contradicciones sociales de nuestro cuidado jardín. Pero en esta ocasión, no queríamos perder de vista la lucha que dentro de nuestras sociedades se está llevando a cabo, en muy buena medida por las mujeres, para respetar valores que presuponemos como universales pero que son conculcados a diario y de manera notable en nuestro entorno geográfico y social.

Esa lucha, esa capacidad combativa, con sus lógicas excepciones, queremos ponerla de relieve, no solo como referente de superación personal o local sino como hitos extensibles a nivel global.

Abrimos el ciclo el día 6 con la película norteamericana, de Niki Caro, “En tierra de hombres”, donde la protagonista que vuelve a la “América Profunda” se ve obligada a enfrentarse a todo un mundo que pasa, por momentos, de ser idílico a abominable, de ser amable y confiado a hosco y acosador, en “virtud” de un machismo rancio y agarrado a la médula social. Su lucha le embarga la vida, pero cualquier otra opción le hubiera supuesto renunciar a sí misma.

El día 13, con “Nadie sabe”, buscamos la “antítesis”, la no madre, la mujer que abandona a sus hijos, y los deja al albur de sí mismos, pero no por una causa social o combativa en la que estuviera inmersa, sino por la de aposentarse en la indolencia de una sociedad cómoda y fútil. La historia se documenta en un hecho real sucedido en Japón. La inocencia de los niños, su candidez, su mirada feliz y dulce prevalece sobre un ambiente previsiblemente sórdido.

El 20 de Mayo continuamos con la reconocida película rumana “4 meses, 3 semanas y dos días”, cinta de tan bajo presupuesto como de altas cotas narrativas, reconocidas con diversos premios en los festivales donde

se ha presentado.

Con el telón de fondo del tardocomunismo de Ceausescu, se nos presenta una situación donde la amistad se pone a prueba en condiciones extremas.

Finalizamos el día 27 con la película de animación “Persépolis”, primera vez que nos adentramos en este género, para ver la inmersión-desinmersión cultural de la niña iraní Marjane, ora en el fundamentalismo de la Revolución Islámica, después en la gélida Austria, de nuevo occidentalizada en el Irán bélico para volver al París cosmopolita. Un continuo juego oriente-occidente contado desde el comic.

#### EN TIERRA DE HOMBRES



**Dirección:** Niki Caro. USA, 2005

**Duración:** 126 min.

**Género:** Drama.

**Guión:** Michael Seitzman; basado en el libro "Class action: The landmark case that changed sexual harassment law" de Clara Bingham y Laura Leedy Gansler.

**Producción:** Nick Wechsler.

**Música:** Gustavo Santaolalla.

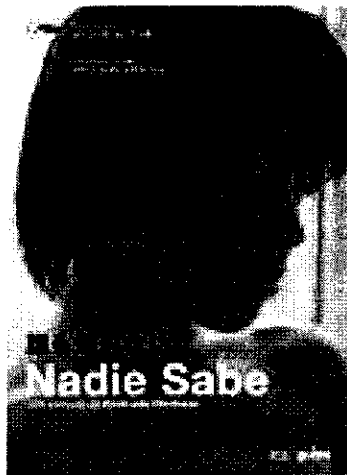
**Fotografía:** Chris Menges.

Fracasado su matrimonio, Josey Aimes vuelve a su pueblo natal en el norte de Minnesota para trabajar en las minas de hierro, en un entorno laboral y social dominado por los hombres.

Asume la dureza del trabajo físico en la cantera, pero el acoso creciente de “sus compañeros” supera todas sus previsiones. Cuanto más pública hace su protesta más oposición social e incluso familiar encuentra. Combatiendo estos contratiempos, encontrará el valor para luchar por lo que cree, a pesar de tener que hacerlo sola.

Es el primer pleito masivo contra el acoso sexual.

**NADIE SABE**



**Dirección, Guionista y Producción:** Kore-Eda Hirokazu.  
 Japón, 2004  
**Duración:** 141 min.  
**Género:** Drama.  
**Música:** Tsurumaki Yutaka  
**Fotografía:** Shigenobu Yutaka

Cuatro niños viven tranquilamente con su madre en un pisito de Tokio. Ninguno tiene el mismo padre y tampoco han ido nunca al colegio. Un buen día, la madre desaparece dejando un poco de dinero y una nota para que el mayor se ocupe de sus hermanitos. Empieza una nueva vida para los cuatro niños que sólo se tienen a sí mismos, una vida que "NOBODY KNOWS" (Nadie conoce). Cruelmente abandonados, los cuatro se arreglan para sobrevivir en su pequeño mundo en el que fijan sus propias reglas. Pero al enfrentarse al mundo exterior, se derrumba el frágil equilibrio que habían conseguido mantener.

**4 MESES, 3 SEMANAS, 2 DÍAS**



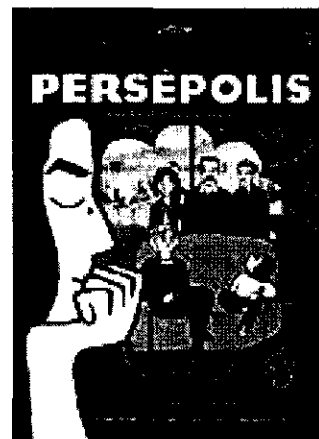
**Director y guionista** Cristian Mungiu. Rumanía, 2007  
**Productores** Oleg Mutu y Cristian Mungiu  
**Director de fotografía** Oleg Mutu

Otilia y Gabita comparten habitación en una residencia de estudiantes. Ambas van a la universidad en una pequeña ciudad de Rumanía durante los últimos días

del comunismo. Otilia alquila una habitación en un hotel barato. Han quedado con un tal Sr. Bebe por la tarde. Gabita está embarazada, el aborto es ilegal y ninguna de las dos ha pasado por algo parecido antes.

Esta película forma parte de un proyecto más amplio titulado Relatos de la edad de oro, una historia subjetiva del comunismo en Rumanía contada mediante su leyenda urbana. El objetivo del proyecto es hablar de aquel periodo sin hacer referencias directas al comunismo, contando diferentes historias que enfoquen opciones personales en una era de infortunio en la que la gente tuvo que vivir como si fueran tiempos normales.

**PERSÉPOLIS**



**Dirección:** Marjane Satrapi y Vincent Paronnaud. Francia, 2007

**Duración:** 95 min.

**Género:** Animación, drama.

**Guión:** Marjane Satrapi y Vincent Paronnaud; basado en las novelas gráficas de Marjane Satrapi.

**Producción:** Marc-Antoine Robert y Xavier Rigault.

**Música:** Olivier Bernet.

Marjane es una joven de nueve años que crece en el Irán de la Revolución Islámica. A través de sus ojos vemos cómo las esperanzas de su pueblo quedan rotas cuando los fundamentalistas toman el poder. Inteligente y audaz, Marjane engaña a los "guardianes sociales" y descubre el punk, Abba e Iron Maiden. Pero cuando su tío es ejecutado sin piedad y las bombas caen alrededor de Teherán en la guerra entre Irán e Irak, el miedo diario que rodea su vida es palpable. A medida que crece, la audacia de Marjane hace que sus padres se preocupen por su seguridad y toman la difícil decisión de enviarla a una escuela en Austria. En plena adolescencia, vulnerable y sola en un país extraño, Marjane tiene que combatir el hecho de ser equiparada con el fundamentalismo religioso y el extremismo de los que tuvo que huir.

**Puedes hacer tu APORTACIÓN en: BANCO POPULAR ESPAÑOL Oficina 0075 Sucursal 0213-10 Cuenta n.º: 060-05818-52**



## EL IMPERIO DEL CONSUMO

*Eduardo Galeano*

La explosión del consumo en el mundo actual mete más ruido que todas las guerras y arma más alboroto que todos los carnavales. Como dice un viejo proverbio turco, *quien bebe a cuenta, se emborracha el doble*. La parranda aturde y nubla la mirada; esta gran borrachera universal parece no tener límites en el tiempo ni en el espacio. Pero la cultura de consumo suena mucho, como el tambor, porque está vacía; y a la hora de la verdad, cuando el estrépito cesa y se acaba la fiesta, el borracho despierta, solo, acompañado por su sombra y por los platos rotos que debe pagar. La expansión de la demanda choca con las fronteras que le impone el mismo sistema que la genera. El sistema necesita mercados cada vez más abiertos y más amplios, como los pulmones necesitan el aire, y a la vez necesita que anden por los suelos, como andan, los precios de las materias primas y de la fuerza humana de trabajo. El sistema habla en nombre de todos, a todos dirige sus imperiosas órdenes de consumo, entre todos difunde la fiebre compradora; pero ni modo: para casi todos esta aventura comienza y termina en la pantalla del televisor. La mayoría, que se endeuda para tener cosas, termina teniendo nada más que deudas para pagar deudas que generan nuevas deudas, y acaba consumiendo fantasías que a veces materializa delinquiendo.



El derecho al derroche, privilegio de pocos, dice ser la libertad de todos. Dime cuánto consumes y te diré cuánto vales. Esta civilización no deja dormir a las flores, ni a las gallinas, ni a la gente. En los invernaderos, las flores están sometidas a luz continua, para que crezcan más rápido. En las fábricas de huevos, las gallinas también tienen prohibida la noche. Y la gente está condenada al insomnio, por la ansiedad de comprar y la angustia de pagar. Este modo de vida no es muy bueno para la gente, pero es muy bueno para la industria farmacéutica. EEUU consume la mitad de los sedantes, ansiolíticos y demás drogas químicas que se venden legalmente en el mundo, y más de la mitad de las drogas prohibidas que se venden

ilegalmente, lo que no es moco de pavo si se tiene en cuenta que EEUU apenas suma el cinco por ciento de la población mundial.

«Gente infeliz, la que vive comparándose», lamenta una mujer en el barrio del Buceo, en Montevideo. El dolor de ya no ser, que otrora cantara el tango, ha dejado paso a la vergüenza de no tener. Un hombre pobre es un pobre hombre. «Cuando no tenés nada, pensás que no valés nada», dice un muchacho en el barrio Villa Fiorito, de Buenos Aires. Y otro comprueba, en la ciudad dominicana de San Francisco de Macorís: «Mis hermanos trabajan para las marcas. Viven comprando etiquetas, y viven sudando la gota gorda para pagar las cuotas».

Invisible violencia del mercado: la diversidad es enemiga de la rentabilidad, y la uniformidad manda. La producción en serie, en escala gigantesca, impone en todas partes sus obligatorias pautas de consumo. Esta dictadura de la uniformización obligatoria es más devastadora que cualquier dictadura del partido único: impone, en el mundo entero, un modo de vida que reproduce a los seres humanos como fotocopias del consumidor ejemplar.

El consumidor ejemplar es el hombre quieto. Esta civilización, que confunde la cantidad con la calidad, confunde la gordura con la buena alimentación. Según la revista científica *The Lancet*, en la última década la «obesidad severa» ha crecido casi un 30 % entre la población joven de los países más desarrollados. Entre los niños norteamericanos, la obesidad aumentó en un 40% en los últimos dieciséis años, según la investigación reciente del Centro de Ciencias de la Salud de la Universidad de Colorado. El país que inventó las comidas y bebidas *light*, los *diet food* y los alimentos *fat free*, tiene la mayor cantidad de gordos del mundo. El consumidor ejemplar sólo se baja del automóvil para trabajar y para mirar televisión. Sentado ante la pantalla chica, pasa cuatro horas diarias devorando comida de plástico.

Triunfa la basura disfrazada de comida: esta industria está conquistando los paladares del mundo y está haciendo trizas las tradiciones de la cocina local. Las costumbres del buen comer, que vienen de lejos, tienen, en algunos países, miles de años de refinamiento y diversidad, y son un patrimonio colectivo que de alguna manera está en los fogones de todos y no sólo en la mesa de los ricos. Esas tradiciones, esas señas de identidad cultural, esas fiestas de la vida, están siendo apabulladas, de manera fulminante, por la imposición del saber químico y único: la globalización de la hamburguesa, la dictadura de la *fast food*. La plastificación de la comida en escala mundial, obra de McDonald's, Burger King y otras fábricas, viola exitosamente el derecho a la autodeterminación de la cocina: sagrado derecho, porque en la boca tiene el alma una de sus puertas.

El campeonato mundial de fútbol del 98 nos confirmó, entre otras cosas, que la tarjeta MasterCard tonifica los músculos, que la Coca-Cola brinda eterna juventud y que el menú de McDonald's no puede faltar en la barriga de un buen atleta. El inmenso ejército de McDonald's dispara hamburguesas a las bocas de los niños y de los adultos en el planeta entero. El doble arco de esa M sirvió de estandarte, durante la reciente conquista de los países del Este de Europa. Las colas ante el McDonald's de Moscú, inaugurado en 1990 con bombos y platillos, simbolizaron la victoria de Occidente con tanta elocuencia como el desmoronamiento del Muro de Berlín.

Un signo de los tiempos: esta empresa, que encarna las virtudes del mundo libre, niega a sus empleados la libertad de afiliarse a ningún sindicato. McDonald's viola, así, un derecho legalmente consagrado en los muchos países donde opera. En 1997, algunos trabajadores, miembros de eso que la empresa llama la *Macfamilia*, intentaron sindicalizarse en un restorán de Montreal en Canadá: el restorán cerró. Pero en el 98, otros empleados de McDonald's, en una pequeña ciudad cercana a Vancouver, lograron esa conquista, digna de la Guía Guinness.



Las masas consumidoras reciben órdenes en un idioma universal: la publicidad ha logrado lo que el esperanto quiso y no pudo. Cualquiera entiende, en cualquier lugar, los mensajes que el televisor transmite. En el último cuarto de siglo, los gastos de publicidad se han duplicado en el mundo. Gracias a ellos, los niños pobres toman cada vez más Coca-Cola y cada vez menos leche, y el tiempo de ocio se va haciendo tiempo de consumo obligatorio. Tiempo libre, tiempo prisionero: las casas muy pobres no tienen cama, pero tienen televisor, y el televisor tiene la palabra. Comprado a plazos, ese animalito prueba la vocación democrática del progreso: a nadie escucha, pero habla para todos. Pobres y ricos conocen, así, las virtudes de los automóviles último modelo, y pobres y ricos se enteran de las ventajosas tasas de interés que tal o cual banco ofrece.

Los expertos saben convertir a las mercancías en mágicos conjuntos contra la soledad. Las cosas tienen

atributos humanos: acarician, acompañan, comprenden, ayudan, el perfume te besa y el auto es el amigo que nunca falla. La cultura del consumo ha hecho de la soledad el más lucrativo de los mercados. Los agujeros del pecho se llenan atiborrándolos de cosas, o soñando con hacerlo. Y las cosas no solamente pueden abrazar: ellas también pueden ser símbolos de ascenso social, salvoconductos para atravesar las aduanas de la sociedad de clases, llaves que abren las puertas prohibidas. Cuanto más exclusivas, mejor: las cosas te eligen y te salvan del anonimato multitudinario. La publicidad no informa sobre el producto que vende, o rara vez lo hace. Eso es lo de menos. Su función primordial consiste en compensar frustraciones y alimentar fantasías: ¿En quién quiere usted convertirse comprando esta loción de afeitar?

El criminólogo Anthony Platt ha observado que los delitos de la calle no son solamente fruto de la pobreza extrema. También son fruto de la ética individualista. La obsesión social del éxito, dice Platt, incide decisivamente sobre la apropiación ilegal de las cosas. Yo siempre he escuchado decir que el dinero no produce la felicidad; pero cualquier televidente pobre tiene motivos de sobra para creer que el dinero produce algo tan parecido, que la diferencia es asunto de especialistas.

Según el historiador Eric Hobsbawm, el siglo XX puso fin a siete mil años de vida humana centrada en la agricultura desde que aparecieron los primeros cultivos, a fines del paleolítico. La población mundial se urbaniza, los campesinos se hacen ciudadanos. En América Latina tenemos campos sin nadie y enormes hormigueros urbanos: las mayores ciudades del mundo, y las más injustas. Expulsados por la agricultura moderna de exportación, y por la erosión de sus tierras, los campesinos invaden los suburbios. Ellos creen que Dios está en todas partes, pero por experiencia saben que atiende en las grandes urbes. Las ciudades prometen trabajo, prosperidad, un porvenir para los hijos. En los campos, los esperadores miran pasar la vida, y mueren bostezando; en las ciudades, la vida ocurre, y llama. Hacinados en tugurios, lo primero que descubren los recién llegados es que el trabajo falta y los brazos sobran, que nada es gratis y que los más caros artículos de lujo son el aire y el silencio.

Mientras nacía el siglo XIV, fray Giordano da Rivalto pronunció en Florencia un elogio de las ciudades. Dijo que las ciudades crecían «porque la gente tiene el gusto de juntarse». Juntarse, encontrarse. Ahora, ¿quién se encuentra con quién? ¿Se encuentra la esperanza con la realidad? El deseo, ¿se encuentra con el mundo? Y la gente, ¿se encuentra con la gente? Si las relaciones humanas han sido reducidas a relaciones entre cosas, ¿cuánta gente se encuentra con las cosas?

El mundo entero tiende a convertirse en una gran pantalla de televisión, donde las cosas se miran pero no se tocan. Las mercancías en oferta invaden y privatizan los espacios públicos. Las estaciones de autobuses y de trenes, que hasta hace poco eran espacios de encuentro entre personas, se están convirtiendo ahora en espacios de exhibición comercial.

El *shopping center*, o *shopping mall*, vidriera de todas las vidrieras, impone su presencia avasallante. Las multitudes acuden, en peregrinación, a este templo mayor de las misas del consumo. La mayoría de los devotos contempla, en éxtasis, las cosas que sus bolsillos no pueden pagar, mientras la minoría compradora se somete al bombardeo de la oferta incesante y extenuante.



El gentío, que sube y baja por las escaleras mecánicas, viaja por el mundo: los maniqués visten como en Milán o París y las máquinas suenan como en Chicago, y para ver y oír no es preciso pagar pasaje. Los turistas venidos de los pueblos del interior, o de las ciudades que aún no han merecido estas bendiciones de la felicidad moderna, posan para la foto, al pie de las marcas internacionales más famosas, como antes posaban al pie de la estatua del prócer en la plaza. Beatriz Solano ha observado que los habitantes de los barrios suburbanos acuden al *center*, al *shopping center*, como antes acudían al *centro*. El tradicional paseo del fin de semana al centro de la ciudad, tiende a ser sustituido por la excursión a estos centros urbanos. Lavados y planchados y peinados, vestidos con sus mejores galas, los visitantes vienen a una fiesta donde no son convidados, pero pueden ser mirones. Familias enteras emprenden el viaje en la cápsula espacial que recorre el universo del consumo, donde la estética del mercado ha diseñado un paisaje alucinante de modelos, marcas y etiquetas.

La cultura del consumo, cultura de lo efímero, condena todo al desuso mediático. Todo cambia al ritmo vertiginoso de la moda, puesta al servicio de la necesidad de vender. Las cosas envejecen en un parpadeo, para ser reemplazadas por otras cosas de vida fugaz. Hoy que lo único que permanece es la inseguridad, las mercancías, fabricadas para no durar, resultan tan volátiles como el capital que las financia y el trabajo que las genera. El dinero vuela a la velocidad de la luz: ayer estaba allá, hoy está aquí, mañana quién sabe, y todo trabajador es un desempleado en potencia. Paradójicamente, los *shoppings centers*, reinos de la fugacidad, ofrecen la más exitosa ilusión de seguridad. Ellos resisten fuera del tiempo, sin edad y sin raíz, sin noche y sin día y sin memoria, y existen fuera del espacio, más allá de las turbulencias de la peligrosa realidad del mundo.

Los dueños del mundo usan al mundo como si fuera descartable: una mercancía de vida efímera, que se agota como se agotan, a poco de nacer, las imágenes que dispara la ametralladora de la televisión y las modas y los ídolos que la publicidad lanza, sin tregua, al mercado. Pero, ¿a qué otro mundo vamos a mudarnos? ¿Estamos todos obligados a creernos el cuento de que Dios ha vendido el planeta a unas cuantas empresas, porque estando de mal humor decidió privatizar el universo? La sociedad de consumo es una trampa cazabobos. Los que tienen la manija simulan ignorarlo, pero cualquiera que tenga ojos en la cara puede ver que la gran mayoría de la gente consume poco, poquito y nada *necesariamente*, para garantizar la existencia de la poca naturaleza que nos queda. La injusticia social no es un error a corregir, ni un defecto a superar: es una necesidad esencial. No hay naturaleza capaz de alimentar a un *shopping center* del tamaño del planeta.

**No podemos quedarnos estupefactos  
delante de la iniquidad estructurada,  
aceptando como fatalidad la desigualdad  
injusta entre personas y pueblos, la existencia  
de un Primer Mundo que lo tiene todo y un  
Tercer Mundo que muere de inanición.**

*Pedro Casaldáliga*





## DESDE EL SALVADOR. VIAJE DE SEGUIMIENTO

*Prado Cañizares*

El Salvador, lugar visitado por las técnicas de Solman el pasado septiembre, es un país marcado por la guerra, por miles de muertos y desaparecidos, por el movimiento campesino y los acuerdos de paz. Uno de sus departamentos es Chalatenango, un lugar lleno de rojos, de auténticos rojos en medio de un país, como ellos dicen, vendido a los Estados Unidos, empobrecido por la deuda externa y gobernado por una derecha asentada cómodamente en el poder. A cuarenta minutos de Chalatenango se encuentra San José Las Flores, tras una carretera que no tiene el suficiente asfalto en su recorrido como para ganarse ese nombre y con agujeros mucho más pequeños de lo que el gobierno querría.

Aquí se mantiene hasta hoy día una pequeña resistencia a ese sistema que nos ha engullido a todos y nos ha convencido de que somos felices siguiendo las reglas que nos ha impuesto. Se respira allí un aire revolucionario y combativo que emociona y a mi pesar enternece. Este es un pueblo hecho de retazos de otros pueblos. Aquí no quedó nadie después de la guerra, los alrededores están llenos de lugares marcados por su tragedia.



Se repoblaron muchos pueblos como este con los pocos que sobrevivieron y cuando surgieron los acuerdos de paz, la gente de San José Las Flores ya se había agrupado en una Asociación Comunal y había comenzado a trabajar por el bien de la comunidad con la ayuda de unas monjas que hablan poco de Dios porque creen que Dios está en el trabajo diario y no en el discurso moralista y repetido.

Todo en este pueblecito es comunal. La panadería, la lechería, el matadero, la granja de gallinas ponedoras y pollos, la tienda de artesanía, el comedor, la tienda. A través de estas microempresas y de su Cooperativa de productos agropecuarios se ha logrado crear una estructura económica y social sostenible a pesar de no seguir las reglas marcadas por el gran mercado.

Parece imposible que personas tan sencillas puedan vencer todas las dificultades que tienen por delante para lograr el desarrollo que desean, pero desde que el municipio se repobló, han mostrado, la fuerza con la que han apostado por construir una comunidad solidaria y comprometida.

Solman comenzó a colaborar con ellos hace unos diez años y muchos de estos negocios comunales han contado con el apoyo de la sociedad castellano-manchega a través de proyectos de la Junta, de Diputación de Ciudad Real y distintos ayuntamientos.

En estos momentos estamos embarcados en una empresa titánica, un proyecto de desarrollo eco-turístico en los márgenes del río Sumpul, muy próximo al municipio. Las representantes de Solman viajaron a San José Las Flores para hacer seguimiento de la primera fase de este proyecto, actualmente en ejecución bajo la financiación de la JCCM, así como para la capacitación de los comités creados para su ejecución.

A la vez, se aprovechó para hacer una evaluación de los distintos proyectos en los que se ha trabajado conjuntamente, se visitó las distintas microempresas, la cooperativa y el proyecto de árboles frutícolas. Por último se trabajó con la Directiva Comunal y con los comités para formular la segunda fase del proyecto eco-turístico y así consolidar la nueva apuesta de la comunidad para su desarrollo.

Se trata de apostar por un turismo de naturaleza que respete el medio en el que se encuentra, pero introduciendo otros factores que lo complementen. Aprovechando la historia y las características peculiares de esta comunidad y del río Sumpul se quiere dar una opción de turismo cultural sin olvidar el lado recreativo.

El aspecto más importante de este proyecto es el hecho de que es la propia comunidad la que va a gestionar el centro. Se generarán puestos de trabajo y se activará la economía local ya que los distintos proyectos productivos que ya están en marcha en el municipio serán los proveedores del mismo. Además se creará un fondo para apoyar casos sociales en la comunidad.

Por lo tanto los beneficios obtenidos con la explotación de este centro revertirán en la propia comunidad y será esta la que por su propia supervivencia haga un uso sostenible del lugar además de conseguir su principal objetivo, que es ser protagonistas de su propio desarrollo y no depender del exterior para lograrlo.

## NOTICIAS DE HONDURAS

*Patricio Larrosa Martos.*

Estimados amigos de Solman.

Desde Honduras queremos compartir con todos vosotros la alegría de la inauguración del centro que financiado por la Junta de Comunidades de Castilla la Mancha está funcionando desde el mes de febrero en Marcala (La Paz).

El acto fue de agradecimiento para con todas las personas que lo han hecho posible.

Nos visitó el Embajador de España en Honduras D. Agustín Núñez Martínez y el Encargado General de la Cooperación Española en Honduras

D. José Dallo Moros. También estuvo el alcalde de Marcala D. Rigoberto Hernández.

Participó en el evento la Dra. Delia Navarrete que donó el terreno y parte de su familia. Desde Tegucigalpa salió un grupo de amigos y colaboradores que desde la cuatro de la mañana organizaban el viaje.

A la llegada de los invitados se mostró todo el centro. Después se pasó a uno de los salones donde se hizo un recorrido por la historia de la construcción. Participaron en la presentación los actuales beneficiarios y los que ayudaron para que fuera una realidad.

Se tuvo un recuerdo especial para todo el equipo de Solman, para las personas que lo hicieron posible, para todos los castellano manchegos por su alto grado de solidaridad y también nuestra gratitud y reconocimiento para los hondureños que remataron la obra.

Terminamos el acto con la desvelación de la placa, un encuentro del Embajador con los colaboradores españoles y un almuerzo.

En el centro viven actualmente 20 jóvenes que irán aumentando año a año hasta la cantidad de ochenta.

Servirá de apoyo para los jóvenes rurales lencas del departamento de La Paz que por la escasez de recursos económicos y la distancia a los centros educativos se hace totalmente imposible su capacitación para poder enfrentarse a la vida medianamente preparados.

También servirá de apoyo para remediar algunas necesidades urgentes de las comunidades por los mismos jóvenes que se preparan: educación, salud, etc. y por los colaboradores que vienen de otros países.

En la zona ya se han realizado varios proyectos de construcción de viviendas, regadío, un centro infantil y más de quinientos niños beneficiados con el proyecto de becas estudiantiles.

Todos volvimos muy felices para Tegucigalpa y algunos jóvenes que asistieron de las comunidades manifestaron su interés para incorporarse en el año próximo.

Desde Honduras les reiteramos nuestra gratitud a todos los que lo habéis hecho posible.



Es una Organización No Gubernamental -ONG- con carácter no lucrativo que nació en Ciudad Real en diciembre de 1994 con el fin de servir de canal de solidaridad a todas las personas que desde distintas concepciones, creencias y/o militancias, entienden la solidaridad como una actitud emancipadora.



**INFÓRMATE Y COLABORA**  
Calle Azucena, 19 – Entreplanta. Oficina 3  
**13002 CIUDAD REAL**  
Teléfono y fax: 926 25 47 07  
Teléfono: 926 25 41 14  
e-mail: [solman@solman-ongd.org](mailto:solman@solman-ongd.org)  
[www.solman-ongd.org](http://www.solman-ongd.org)

**Damos la bienvenida a MARIO, el “voluntario” más joven de Solman, nacido el 18 de abril, y FELICITAMOS a sus padres, África y Santi.**

Aunque el Boletín está disponible en nuestra página web, cabría la posibilidad, para el que lo desee y nos envíe su dirección de correo electrónico, de facilitárselo por ese medio.