

anuario
1990

INSTITUTO
DE ESTUDIOS
ZAMORANOS
FLORIAN
DE OCA MPO



ANUARIO 1990

INSTITUTO DE ESTUDIOS ZAMORANOS
“FLORIAN DE OCAMPO” (C.S.I.C.)

**anuario
1990**

**INSTITUTO
DE ESTUDIOS
ZAMORANOS
FLORIAN
DE OCA MPO**



CONSEJO DE REDACCION

Miguel Angel Mateos Rodríguez, Enrique Fernández-Prieto, Miguel de Unamuno, Juan Carlos Alba López, Juan Ignacio Gutiérrez Nieto, Luciano García Lorenzo, Jorge Juan Fernández, José Luis González Vallvé, Eusebio González, Amando de Miguel, Concha San Francisco, Francisco Rodríguez Pascual, Antonio Pedrero Yéboles.

Secretario Redacción: Juan Carlos Alba López.

Diseño Portada: Angel Luis Esteban Ramírez.

© INSTITUTO DE ESTUDIOS ZAMORANOS
"FLORIAN DE OCAMPO"
Consejo Superior de Investigaciones Científicas (C.S.I.C.)
DIPUTACION PROVINCIAL DE ZAMORA.

ISSN.: 0213-82-12

Depósito Legal: ZA - 297 - 1988

Imprime: Gráficas Heraldo de Zamora. Santa Clara, 25 - ZAMORA

INDICE

ARTICULOS

ARQUEOLOGIA	15
Emiliano Jiménez, F. Javier Ortega, Santiago Gil, Santiago Martín y Luis Alonso Andrés: <i>Excavaciones paleontológicas en la provincia de Zamora, realizadas durante 1990</i>	17
<i>Excavaciones arqueológicas en la provincia de Zamora en 1990.</i>	29
Elías Rodríguez Rodríguez, Hortensia Larrén Izquierdo y Rosario García Rozas: <i>Carta Arqueológica de Villafáfila</i>	33
Javier Larrazábal Galarza: <i>Inventario del Patrimonio arqueológico de la zona de montaña de Zamora: Sanabria, primera fase.</i>	77
Ana I. Viñé Escartín y Ana M ^a Martín Arija, Purificación Rubio Carrasco: <i>Excavación de urgencia en "Santioste", Otero de Sarrigos</i>	89
Jesús Celis Sánchez y José Avelino Gutiérrez González: <i>Resumen de los resultados obtenidos en la IV Campaña de excavación en "Los cuestos de la Estación", Benavente, Zamora</i>	105
M. Gabriela Carballo Cuadrado y Ana I. Viñé Escartín: <i>Un horno romano en Milles de la Polvorosa. Zamora</i>	123
Ricardo Martín Valls y Santiago Carretero Vaquero: <i>Nuevas interpretaciones sobre las estructuras ocupacionales del Ala II Flavia (Peta-vonium)</i>	135
M ^a Dolores Vicente García: <i>Resumen de la excavación de urgencia realizada en Villaveza del Agua</i>	145
Ana I. Viñé Escartín: <i>Necrópolis tardorromana en Vadillo de la Guareña</i>	153
M. Gabriela Carballo Cuadrado y Fco. Javier Sanz García: <i>Excavación de urgencia en el solar calle Rúa de los Notarios-San Martín. Zamora</i>	169
Fernando Puertas Gutiérrez y Francisco Javier Treceño Losada: <i>Excavaciones arqueológicas en Fermoselle</i>	179
Jorge Juan Fernández: <i>Aspectos arqueológicos del parque natural del Lago de Sanabria</i>	191
Consuelo Escribano Velasco: <i>La Edad del Hierro en el occidente de Zamora y su relación con el horizonte del Soto de Medinilla: "El Castillo", Manzanal de Abajo. Zamora</i>	211

ARTE	265
Jesús Paniagua Pérez: <i>Algunas piezas de platería mexicana en Zamora</i>	267
ESTUDIOS ECONOMICOS	279
Angeles García Frías: <i>La financiación local a través del sistema de recargos: especial referencia a la provincia de Zamora</i> .	281
Angel Prieto Guijarro y Francisco Rodríguez: <i>Transformaciones estructurales y economías de tamaño de la agricultura zamorana</i>	333
ENSAYOS	395
Remigio Hernández Morán: <i>Artículos II</i>	397
Francisco Iglesias Carreño: <i>La sentencia de Cuéllar y la autonomía constitucional de los municipios</i>	433
DIPLOMATICA	447
Juan Carlos Galende Díaz: <i>Estudio diplomático-paleográfico de dos documentos reales para la historia de Zamora</i>	449
Pedro García Alvarez: <i>El censo enfiteútico "redimible" en el siglo XVI a través de los archivos zamoranos. Tipología documental</i>	463
HISTORIA	481
María José Espinosa Moro: <i>Fundación de capellanías y otros destinos de las remesas de oro y plata enviadas por zamoranos residentes en Indias. Siglos XVI-XVII (II)</i>	483
Enrique Fernández Prieto: <i>El conocimiento del Lago de Sanabria a través de los tiempos</i>	547
Carlos Domínguez Herrero: <i>Toro, 1643-1645: el "retorno" de un noble andaluz</i>	555
Jesús Bragado Mateos: <i>La Tierra, base de la organización económica en la Edad Moderna. Sanabria en el siglo XVIII</i>	595
Antonio Matilla Tascón: <i>El mariscal del Perú, don Alonso de Alvarado y su familia (II)</i>	629

MEMORIA Y ACTIVIDADES

Memoria año 1990	689
CONFERENCIAS	699
José Antonio Rubio Sacristán: <i>La Residencia de estudiantes</i> ...	701
Juan Marichal: <i>Alberto Jiménez Frand y la universalidad de la cultura española</i>	709
Josefa de la Fuente Mangas, José Miguel Delgado Idarreta, Leoncio Vega Gil y Miguel Angel Mateos Rodríguez: <i>Homenaje a Claudio Moyano</i>	719
Fernando Panizo Marcos: <i>Conferencia clausura del curso sobre la Comunidad Económica Europea</i>	737
Fernando Rodrigo Rodríguez: <i>Ciclo España siglo XX. El camino español hacia la democracia</i>	751
Gregorio Peces Barba, José Ramón Montero y Fernando Rodrigo Rodríguez: <i>La transición política en España</i>	765
Pedro Schwartz: <i>Economía y sociedad española durante la transición</i>	789
Rodolfo Martín Villa, Ramón García Cotarelo y José Girón Garrrote: <i>La transición española</i>	809
Nicolás Sartorius, Javier Tusell y Carlos Alba Tercedor: <i>La transición política en España</i>	835
Emilio de la Parra: <i>La masonería española</i>	853
José Antonio Ferrer Benimeli: <i>La masonería y poder en la Historia Contemporánea</i>	867
Raimond Carr, Demetrio Castro, Josefina Cuesta, José Varela Ortega y Richard Cobb: <i>Revolución francesa</i>	883
Antonio Morales Moya: <i>La historiografía española y la Revolución francesa</i>	901
Miguel Galanez y Jesús Pedro Hilario Silva: <i>Presentación del libro de Jesús Pedro Hilario Silva</i>	919
IN MEMORIAM	927
Gerardo Pastor Olmedo: <i>Anselmo Allue de Horna</i>	929
Santiago Samaniego: <i>Luis Cortés Vázquez</i>	931

MEMORIA
Y ACTIVIDADES

CONFERENCIA CLAUSURA DEL CURSO SOBRE LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA

FERNANDO PANIZO MARCOS

MERCADO UNICO EUROPEO, REPERCUSIONES EN LA INDUSTRIA ESPAÑOLA

FERNANDO PANIZO ARCOS

Quiero agradecer la oportunidad de cerrar los seminarios que se han venido desarrollando a lo largo de días, porque el tema es de enorme trascendencia. Una labor samaritana porque tratamos de comunicar algunos hechos que consideramos que son de enorme importancia para el aparato empresarial, para el mundo económico y social de nuestro país; hechos como las actuaciones dentro del Mercado Común, y sobre todo, lo que puede ser la constitución del Mercado Unico Europeo. Y, por tanto, lo venimos realizando en numerosas ocasiones y ésta es magnífica para poder presentarlos y después discutir con ustedes cuáles son nuestras ideas y criterios especialmente abordables desde el punto de vista comunitario.

Y, en segundo lugar, y por encontrarse muy apegado a la provincia de Zamora, es ocasión de poder participar en cualquier iniciativa que se tome en la provincia. Quisiera agradecer a los organizadores de este curso, el I.E.Z y las instituciones que respaldan sus iniciativas; asimismo, a la Fundación «Ortega y Gasset», que en alguna medida está dando el soporte tecnológico del desarrollo de este curso, y desde luego, al Gobierno Civil por el apoyo y su iniciativa en el progreso.

A mí me gustaría presentaros las que a mi juicio, al del Ministerio y de los trabajos que he organizado, cuáles puede ser las repercusiones sobre el mundo empresarial de la constitución del Mercado único. Me voy a centrar, sobre todo, en ese tipo de efectos y voy a tratar en menor medida de pasar revista a cosas que supongo son desconocidas por parte de algunos de ustedes; como es toda la génesis de coordinación del Mercado único e, incluso, las iniciativas adoptadas a partir de 1985 para la constitución del Mercado único en 1993. Como pueden ser la aprobación del *Libro Blanco*, el suplemento sobre el Mercado único y la aprobación por parte del Consejo de Ministros Comunitario del Acta única, que en alguna medida recogen el colofón del proceso desarrollado desde el año 57 cuando se constituyó el

Mercado Común, y que en última instancia va a suponer el elemento de refundación el Mercado único, constituido con la idea de eliminar todas aquellas trabas al proceso de integración de los mercados europeos, a través de la eliminación de las barreras tanto técnicas, de transporte, arancelarias, eliminación de la distorsión de la competencia, sobre todo una competencia económica y social de los países. Pero, sobre todo, a partir de la publicación del *Libro Blanco* y con la iniciativa adoptada de modificación de un conjunto de trescientas medidas, de las cuales prácticamente el 85 % han sido ya realizadas, también es verdad que el tanto por ciento que queda son las más difíciles de completar. Pero, yo creo, que ha sido un trabajo arduo desde el año 1985, y sobre todo, en el 86 con la aprobación del *Acta única* y en estos momentos se ha avanzado enormemente en el proceso de integración del Mercado único.

Me gustaría hacer dos referencias iniciales: la constitución del Mercado único, que como digo es, en alguna medida, una refundación de la propia constitución de la Comunidad Económica Europea, a la hora de realmente constituir un solo mercado con los países que la integran, supone el acontecimiento más importante desde el punto de vista empresarial, económico, que se ha producido a lo largo de toda la historia de la CEE. En estos últimos tres años las modificaciones de las legislaciones nacionales han sido de enorme importancia; sobre todo a través del propio mecanismo que ha creado la Constitución comunitaria, la Comisión, la gran Administración comunitaria, a la hora de incentivar a los países a adoptar medidas cada vez más integradoras desde el punto de vista de la CEE. El mecanismo adoptado de que cada seis meses un país tome la presidencia implica, en alguna medida, establecer una competencia cada seis meses entre todos los países para ver quién es el que aprueba más medidas dentro de la CEE. Esto, desde el punto de vista del aparato institucional que es la Comisión, tiene una enorme importancia porque juega con la «complicidad» de los Estados miembros que, con el fin de obtener el mayor *ranking* de aprobación de reglamentos o de medidas, a veces abandonan sus propias iniciativas o intereses nacionales en aras de obtener la máxima rentabilidad eficiente para la obtención de esas trescientas medidas, porque cada país quiere aprobar cuantas más iniciativas mejor, lo que ha permitido avanzar con una enorme celeridad.

En ese proceso hay gran parte de iniciativas dirigidas a la eliminación de las barreras físicas que, o han sido eliminadas o están a punto de serlo, y es muy probable que en 1993 ya no permanezcan dentro del espacio común europeo. Temas como la limitación de los controles aduaneros para las personas y mercancías, la liberalización del transporte, significa que las actividades económicas, sobre todo las empresas por la eliminación de estas restricciones, podrían ahorrar una parte sustancial de costes por las repercusiones económicas en todo el proceso burocrático y tramitación que se ha

evaluado en casi un 30 % de los costes directamente motivados por la formación de un movimiento de mercado.

La eliminación de barreras técnicas es algo bastante más complejo porque ahí entramos en lo que es el complejo mutuo de las normas técnicas, sobre todo en los esquemas de normalización y homologación de productos, área enormemente farragosa y confusa. Es decir, cómo determinadas especificaciones de productos tienen que ser aceptadas por parte de todos los países comunitarios, pero cómo al mismo tiempo las especificaciones técnicas de estos productos, que pueden ir desde cosas muy sofisticadas, como los ordenadores, hasta otras tan simples y vulgares como pueden ser los báculos de iluminación de las carreteras, requiere un proceso de homologación bastante complejo y que, en función de determinadas características, puede impedir que los báculos franceses o italianos entren en el mercado español. Esto es un mecanismo de restricción al comercio intracomunitario muy importante y que se tiene que ir eliminando, aunque gran parte de ello ya se ha eliminado.

Pues bien, esta eliminación de barreras técnicas, en lo que hace referencia a diferentes normas industriales o reglamentaciones nacionales, han ido eliminándose de forma paulatina. Yo creo que, en estos momentos, prácticamente todas las normas básicas de carácter técnico están traspuestas dentro de la normativa española.

Hay, sin embargo, una faceta en que se ha avanzado muy poco, la eliminación de las barreras fiscales, sobre todo lo que hace referencia a la fiscalización indirecta, es decir, la puntualización de los tipos impositivos del I.V.A. y el acercamiento a los impuestos especiales (alcoholes, tabacos y carburantes). Yo creo, que ésta va a ser una de las áreas donde mayor complejidad y dificultades se va a plantear de cara a la constitución del Mercado único; de hecho, las diferencias que se producen entre cada uno de los estados miembros, la diferente configuración de sus políticas fiscales, va a impedir en alguna medida, el que se puedan aplicar tipos impositivos para el I.V.A. homogéneos en todos los países comunitarios. La propia concepción social sobre determinados productos asimismo va a suponer una restricción; es decir, en determinados países europeos los impuestos especiales sobre el alcohol son de una enorme importancia, que llega a representar casi el 80 % del valor del producto, porque existe una connotación social que es necesario restringir. Mientras que en otros, sobre todo los del sur, si se aplican los impuestos especiales es más por motivo recaudatorio que por una concepción perniciosa del producto sobre el cual están basando el elemento impositivo.

Estas diferentes concepciones, que ya no van sólo a elementos económicos sino a elementos sociales, van a hacer realmente difícil que a corto plazo se puedan homogeneizar los tipos impositivos, sobre todo la fiscalidad especial o indirecta.

Hay una serie de análisis y trabajos, que se han venido realizando sobre cuál podría ser el efecto de la creación del Mercado único, efecto sobre el mundo económico comunitario la eliminación de todas las barreras tanto físicas como técnicas, fiscales o económicas y las ventajas que se van a derivar para el Mercado único europeo. Las estimaciones que se derivan del famoso informe *Fecini* que estimó cuál era el coste de mantener el conjunto de restricciones, es sorprendente aun cuando ha sido objeto de críticas durísimas sobre todo por estimarse que las afirmaciones que realiza están lejos de la realidad. Pero lo importante no está tanto en fijarnos en la cifra o dato como en la tendencia y parece que sí es evidente que la eliminación de las barreras entre los países comunitarios va a significar un ahorro de costes sustancial para los agentes económicos y unos beneficios para los agentes sociales y, sobre todo que puede ser un mecanismo de discriminación positiva en favor de las pequeñas empresas y de determinadas zonas más deprimidas. En este sentido, sólo como dato de referencia, decirles que de acuerdo con la eliminación de todas las barreras se estima que el incremento del producto interior bruto de la CEE aumentaría un 4,5 % cifra enormemente importante; de hecho, todos los beneficios para los ciudadanos, para la sociedad económica europea se cifran, nada menos, que en 28 billones de pesetas por el proceso de la creación del Mercado único. Esto, por una parte, derivado de la supresión de las barreras físicas que eliminan o restringen el tráfico comercial; por otra, por los beneficios derivados de la supresión de barreras técnicas que afectan a la competencia; beneficios derivados de las economías de escala, es decir, de la mayor dimensión de las propias empresas que al tener mayor mercado van a poder rentabilizar sus inversiones y, por último, beneficios por la intensificación de la competencia que motiva el que sobrevivan las mejores unidades de producción, con mayor capacidad de abarcar mercados y, desde luego, rentabilizar todo el proceso de creación de tecnología, de nuevos procesos económicos.

Pues bien, esos 28 billones de pesetas serían, en alguna medida, la justificación de la creación del Mercado único. Yo creo que esto es muy importante; el debate sobre qué es el Mercado único y sobre si éste se va a convertir en la *Europa de los mercaderes*, hay que ser realistas a la hora de contemplar por qué y cómo se constituye el Mercado único. Se constituye básicamente porque las unidades empresariales de Europa requieren un mercado unificado para poder competir en los mercados internacionales, con Japón y EE.UU. Yo creo que podemos buscarnos justificaciones diversas pero esta es la justificación real ya que las empresas europeas más importantes, las más grandes, las más dinámicas difícilmente podían competir con norteamericanas o japonesas donde cada desarrollo quedaba cubierto por la inversión del mercado, mientras en Europa cada país era un mercado aislado (de ahí viene la constitución de este Mercado). Indudablemente generará be-

neficios en los procesos de interpenetración de las empresas, es decir, una serie de empresas se van a instalar en otros países buscando sus ventajas comparativas para poder producir a menor coste.

No sólo el beneficio va a ser para las empresas, esto también es el segundo punto que quería destacar, sino para los consumidores. Desde esa perspectiva se estima que la disminución de los precios de los productos a consumo se podía cifrar en torno a un 6 %. ¿Por qué se van a disminuir los precios hacia los consumidores? Pues, básicamente, por tres motivos:

Primero, por la competencia que se va a desarrollar en las diferentes empresas que presionará los precios a la baja necesariamente.

En segundo lugar, porque se estima que en determinados países, los costes financieros son superiores a otros y que, en última instancia, se van a homogeneizar los costes financieros siempre a la baja por la presión de esa competencia.

En tercer lugar, porque se podrán adquirir materias primas, tecnología, sistemas de producción, de forma más fácil que contemplando sólo mercados compartimentados y mercados segmentados como tenemos ahora.

Por lo tanto, para los consumidores no sólo se va a obtener un beneficio de reducción de precio sino algo muy importante y que cada vez más las sociedades contemplan y aprecian: la posibilidad de elegir entre un conjunto más amplio de productos, la diferenciación del producto se está contemplando como uno de los elementos más importantes a la hora del proceso productivo. Yo creo que esquemas como la mayor selección para el consumidor o el contemplar características inherentes al propio producto que se quiere adquirir, es una de las circunstancias que se van a generalizar con la constitución del Mercado único. Y esto va a beneficiar a toda la sociedad, que va a poder elegir a la hora de comprar sus bienes y servicios una gama mucho más amplia.

En tercer lugar, otro de los beneficios derivados de la constitución del Mercado único para la sociedad es que al eliminarse las barreras se va a promover una generación de empleo relativamente importante; se ha estimado que, aunque se destruya el empleo de algunas empresas no eficientes, es indudable que en otros sectores, mucho más emergentes y dinámicos, se van a crear iniciativas empresariales.

Aparte de estas consideraciones de carácter genérico me gustaría hacer unas referencias a cómo se contempla desde la óptica española la constitución del Mercado único. La verdad es que no hay mucha información empírica, de carácter empresarial, que pueda identificar cuál va a ser la reacción de las industrias españolas ante el reto del Mercado único. Sin embargo, a través de las tres encuestas que se han realizado con referencia al mercado español, una de ellas elaborada curiosamente por el Departamento de Industria y Comercio Canadiense que analiza cuál es la repercusión de todas las

empresas europeas ante determinadas reacciones de constitución del Mercado único; una segunda, realizada por una valoración internacional sobre el mercado español y una tercera, realizada por el propio Ministerio de Industria y Energía para identificar cuál es percepción de la industria española ante el Mercado único; se puede decir que, casi con generalidad, en todas ellas, aunque con diferencias y matices, sí se perciben una serie de connotaciones comunes en las respuestas del mundo empresarial español; ventajas que van a ser importantes para las empresas pero inconvenientes, desventajas o retos que también van a representar un *handicap* para aquellas industrias que no sepan adaptarse. Dentro de estas ventajas se revela como la más importante justamente la constitución de un mercado de 325 millones de consumidores. Es decir, las posibilidades que se derivan de que un mismo producto, con la misma elaboración, etiqueta, envasado, unas mismas formas técnicas pueda ser consumido en los doce países sin la modificación ni de los formatos, ni de los contenidos, ni de las características de los edulcorantes o de los colorantes; esto es muy importante, porque va a permitir que lo mismo que se comercializan en una provincia o en una región, si realmente el producto es competitivo se va a poder comercializar a escala europea, con una ventaja enorme a la hora de desarrollar iniciativas empresariales.

Un segundo elemento, que se revela también en el mundo empresarial, es la incertidumbre o las dudas que se le plantea a la industria desde la óptica de la competencia que va a tener que soportar; todos los empresarios manifiestan un cierto temor ante la competencia de empresas europeas. Esto va a ser uno de los riesgos más importantes dado que lo mismo que nosotros podemos hacer con un mercado de 325 millones de consumidores, lo van a hacer ellos con nuestro propio mercado. Y consideren que el mercado español es uno de los más dinámicos en Europa sólo porque es un mercado importante (40 millones de habitantes), porque es un mercado cíclico con, a veces, 50 millones de turistas, pero, además, porque nuestros niveles de renta y nuestros hábitos de consumo están generando una mayor demanda que en el resto de los países europeos, en lo que está ayudando el crecimiento económico con niveles superiores a los de la media europea. Por lo tanto, somos un país atractivo para las empresas europeas, lo que supondrá una competencia para nuestros industriales.

Un tercer factor, muy importante, es que el proceso de constitución del Mercado único va a implicar una integración no sólo económica sino también de carácter social y por lo tanto vamos a poder acceder de una manera más generalizada a lo que se denomina espacio social europeo, que desde el punto de vista de los instrumentos que existen en el fondo social europeo o las ventajas sociales que tenemos en algunos países comunitarios, es indudable que la instauración plena del Mercado único va a posibilitar a colectivos españoles el poder beneficiarse de ventajas sustanciales desde el punto

de vista social, ya no sólo laborales. Y no porque existan en otros países sino porque tendremos que aplicarlas también dentro del mercado español. Actuaciones como las inversiones extranjeras en ambos países o la reducción de inflación, son algunos de los elementos que también se detectan.

Pero hay circunstancias muy relevantes; por ejemplo, la dimensión de la industria española es sustancialmente inferior al resto de la industria comunitaria, lo que constituye un elemento fundamental a la hora de contemplar la competencia entre las empresas. Casi el 92 % del aparato productivo español se puede considerar pequeña y mediana industria, es decir, inferior a 500 trabajadores; desde luego, la posibilidad de competir estas industrias con estructuras empresariales como las británicas, francesas o alemanas, que tienen empresas con una concentración muy importante, va a ser especialmente difícil.

La percepción de la empresa española ante el Mercado único es bastante homogénea; casi todos los empresarios manifiestan que uno de los problemas que tienen es su escasa información sobre los inconvenientes o los riesgos que puede tener la CEE para ellos, pero acto seguido se les pregunta si han hecho algún esfuerzo por informarse y prácticamente ninguno ha hecho el más mínimo, ni siquiera han accedido a fuentes de información aunque no sean muy especializadas. Lo más curioso es que lo que más les interesa desde el punto de vista de información, es qué ayudas existen y se van a crear de cara a la constitución del Mercado único y, segundo, qué ventajas de mercados exteriores se pueden obtener con ello. Es indudable que la intuición del empresario, en este caso, afortunadamente es oportuna porque con la constitución del Mercado único sí van a existir mercados, pero no deja de ser paradójico que los empresarios, por el momento, en el caso español, hayan hecho caso omiso de los riesgos y ventajas que se van a derivar del Mercado único; de hecho, tan sólo un 20 % de los empresarios encuestados españoles reconocen haber entrado en contacto con instituciones para informarse algo sobre temas de la CEE o de la constitución del Mercado único. Contemplando cuáles han sido los Organismos más contactados aparecen la Cámara de Comercio, organizaciones empresariales, instituciones como la Asociación de Normalización, departamentos institucionales y, en fin, una variedad bastante amplia. También es paradójico observar que las organizaciones empresariales no es la fuente habitual de información sobre los temas de constitución del Mercado único ni de las ventajas que se van a derivar, sino en este caso las Cámaras de Comercio que existan vinculadas a dichas organizaciones. Circunstancia ésta que consideramos de gran importancia porque el sector de la cerámica, el del vidrio, el químico o el turístico podrían ser los más adecuados para analizar realmente cuál va a ser el efecto sobre su propio sector y empezar a difundir las ventajas e inconvenientes para cada uno de sus afiliados.

Para dar alguna información sobre cómo se contempla el impacto derivado del Mercado único europeo sobre el mundo empresarial a tenor de las respuestas, decirle que la mayor preocupación es el momento de la competencia; en un 55 % de las empresas asumen o consideran que éste es su principal problema, algo que va a ser así. Un segundo aspecto importante es la homologación de normas técnicas y certificación de productos. Además, existen una serie de características fundamentales que pueden contemplarse como retos para la creación del Mercado único; sin embargo, hay un elemento especialmente relevante y que tiene mucho que ver con el escaso incentivo para los esquemas de información: el mundo empresarial español tiene escaso interés por vincularse a mercados exteriores. Esto sí que es un tema importante, porque pensar que los mercados van a ser provinciales, regionales o incluso nacionales es una utopía desde el punto de vista que o se contempla un producto para una gama amplísima de consumidores o de lo contrario las posibilidades de rentabilizar las inversiones van a ser prácticamente inexistentes, en la medida en que, cada vez más, los ciclos de diseño, confección y de puesta en el mercado se están sucediendo con mayor rapidez; sólo tienen que contemplar algo que todos conocemos: hace 10 años las marcas de coches sacaban un modelo cada tres o cuatro años, ahora el proceso de adaptación de los vehículos es absolutamente vertiginoso y es una de las mayores debilidades de la industria española y europea, mientras aquí cada seis u ocho meses se saca un nuevo modelo los japoneses lo están sacando cada dos y cada tres meses. Esto implica costes de desarrollo, de diseño, de formato, de confección; y esto no se puede hacer a niveles regionales; o se contempla el mercado mucho más amplio o difícilmente se puede acceder a gamas de productos rentables. Tan sólo el 48 % de las empresas manifiestan que tienen algún interés por salir a mercados exteriores; es decir, hay un 52 % de empresas españolas (con las incertidumbres que pueda tener de veracidad esta información) que no manifiestan ningún interés por desarrollar iniciativas de comercialización fuera de las fronteras del mercado español y no sienten ninguna necesidad de lanzar campañas de marketing o de comercialización a escala europea, tema especialmente relevante. Y consideran que los máximos competidores son, básicamente, las empresas nacionales; siguen pensando en términos de mercado doméstico y esto es algo que tienen que cambiar radicalmente, de hecho de los países comunitarios consideran que tan sólo Italia, Francia y Alemania pueden suponer algún riesgo para sus operaciones comerciales, no contemplan países como Dinamarca, Bélgica o Irlanda porque han sido países que se han centrado especializar en lo que se denominan los «nichos» de mercado, es decir, algunos segmentos de mercado donde las grandes empresas no tienen a abastecer por falta de publicidad y donde empresas de tamaño mediano (como las nuestras) es donde pueden obtener mayores ventajas.

No todos son inconvenientes para las empresas españolas. Van a poder acceder a fuentes de financiación más baratas porque los costes financieros en España son más elevados que en el resto de Europa; en un proceso de integración plena supondrá primero un abaratamiento de los costes y, lo que es más importante, la capacidad para acceder a esquemas de financiación más innovadores y más diversificados. Y esto va a ocurrir con los seguros, con los sistemas de *leasing*, es decir, todas aquellas iniciativas que puedan generar una mayor posibilidad de acceso a las iniciativas industriales y empresariales. Sin embargo, existen algunas actuaciones que las empresas españolas empiezan a desarrollar; una de ellas, a corto plazo la industria española independientemente del sector en el que se encuentre no se puede hablar que para poder sobrevivir en el mercado europeo hay que estar en sectores de alta tecnología porque la evidencia muestra que en la CEE existen empresas que están ganando muchísimo dinero, que son de tamaño medio y en sectores tradicionales como el textil, el del calzado. Y lo han conseguido a través de esquemas de fabricación de bajo coste, por tanto esquemas flexibles que les permiten adecuarse a las condiciones del mercado; fabricación con una calidad del producto inmejorable, circunstancia especialmente relevante para los mercados de nivel de renta elevado (se consumen productos de alta calidad); por servicio al cliente y en empresas, como decía, de tamaño medio. Estos elementos es importante destacarlos porque siempre contemplamos de cara al futuro que sólo las empresas con una capacitación vinculada a sectores muy tecnológicos son las que podrán sobrevivir; la tecnología se puede aplicar a cualquier tipo de sector, tradicional o emergente y lo que es preciso es que haya organización empresarial muy eficiente, que produzca a bajo coste, con calidad y, sobre todo, con capacidad de reaccionar a los cambios del mercado y con iniciativas de comercialización. Esto es algo que la industria está haciendo; casi un 50 % de las empresas dicen que pretenden especializar, algo bastante nuevo porque la tradición era ir cubriendo todo aquello que se demandaba por parte del mercado independientemente de su especialización, lo que impide ser productivo y obtener líneas de bajo coste. El grado de especialización les va a permitir poder atender estas circunstancias de producir con un menor coste y desarrollar iniciativas de modernización de la producción.

Otra faceta generalizable a todo el esquema empresarial: las necesidades de formación dentro del mundo empresarial; con la introducción del Mercado único es imprescindible implicar mayores costes no sólo para los gastos de investigación y desarrollo tecnológico sino también para formación de los recursos materiales. Para tener una idea, las empresas europeas invierten por término medio entre el 2,5 % y 3 % de sus gastos globales en formación de personal, mientras que la empresa española está de medio en torno al 0,5 %. La formación en la empresa española se ha visto como el elemento de

adorno cuando la empresa era rentable e iba bien; afortunadamente ya se está observando que la formación de las empresas es algo imprescindible para producir con calidad y poder comercializar. Es curioso que el problema fundamental no es que se tenga escasez de personal cualificado sino de personal que conozca idiomas, algo peregrino a estas alturas que una gran limitación de las industrias españolas para comercializar sea la falta de recursos humanos con conocimientos de idiomas para poder moverse en esos mercados; esto nos va a impedir aprovechar numerosas oportunidades que podríamos obtener de cara al Mercado Común Europeo.

En concreto, las características de la industria española, tal y como se observa en estos trabajos, se centran básicamente en:

Por una parte, consideran que no tienen suficiente información sobre el Mercado único pero no han hecho ningún esfuerzo por informarse.

En segundo lugar, estiman que va a haber enorme competencia dentro del mercado español pero están realizando escasas iniciativas para reducir costes, que es el elemento de mayor competitividad.

En tercer lugar, no tienen interés por acceder a los mercados exteriores pero tampoco están formando a su personal para que puedan acceder a ello.

Este es el marco más negativo del proceso de adaptación de nuestras empresas, sin embargo, también es verdad que en un año se han producido modificaciones importantes; las tendencias antes mencionadas se desarrollan de forma paulatina. Las iniciativas adoptadas por instituciones empresariales, la Administración, las propias empresas que han empezado a tomar conciencia de la necesidad de adaptación del aparato productivo gerencial a las necesidades del Mercado único, están ayudando.

Brevemente les informo sobre lo que se está haciendo desde el Ministerio de Industria para facilitar a las empresas que lo deseen poder ir adaptándose a las necesidades del Mercado único, porque es nuestra intención crear un marco favorable en el cual la iniciativa empresarial pueda desarrollarse. Pero difícilmente vamos a poder sustituir a los hombres de negocios y empresarios en sus iniciativas.

En esta línea de actuación, el Ministerio de Industria y Energía ha venido desarrollando una serie de iniciativas, lo que denominamos programas de carácter horizontal o general para que todas las empresas que tienen necesidad puedan adaptarse.

Uno de ellos ha sido la política de formación tecnológica; es bastante conocido que existen unas líneas de subvenciones para proyectos industriales que signifiquen innovación y mejora tecnológica de las empresas, tanto de modificación del producto como del proceso productivo, así como el equipamiento, es decir, la adquisición de infraestructura tecnológica: laboratorios, formación del personal, equipos. Todo esto se puede subvencionar a través de las iniciativas del Ministerio de Industria y Energía.

Recientemente se ha lanzado un programa de los que se denominan «calidad industrial» para concienciar a las empresas a producir con mayor calidad realizando diagnósticos de por qué la calidad es importante; consideren que la industria española cuando le preguntas si tienen esquemas de control de calidad, una gran parte te dicen que sí, que tienen un control de calidad para identificar los productos defectuosos. Pero esto implica que un producto defectuoso que ha terminado la cadena de producción y tiene que ser eliminado, ha tenido que pasar por cada una de las fases del proceso productivo incurriendo en costes y, por lo tanto, el producto defectuoso final va a suponer un incremento de costes del producto bueno que tiene que ser vendido. El precio del producto final no sólo tiene que contemplar el propio proceso de su fabricación, sino incorporar todos los costes de los productos que hay que eliminar por defectuosos. Esto es, desde el punto de vista industrial, una barbaridad y lo que, desde hace años, vienen realizando las empresas más competitivas es que, en cada etapa del proceso productivo, intentan identificar si el producto se adecúa a las normas de calidad para que pueda pasar al siguiente proceso, de tal forma que se puede identificar en el momento en que se ha incurrido en la no calidad. Esto implica unos costes sustanciales para la empresa, por lo cual el Ministerio tiene preparado un plan de calidad industrial que vaya dirigido a concienciar o promocionar la utilidad de productos de calidad, por una parte y, segundo, a promocionar los productos de calidad española en los mercados español y extranjero, así como introducir sistemas de control de calidad en todas las etapas del proceso productivo y perfeccionando la infraestructura de calidad (laboratorios, instrumental).

Un tercer programa, muy vinculado a las necesidades del medio ambiente, es lo que se denomina la «creación de una base industrial-medio ambiental»; nuestras industrias tienen que adaptarse a las exigencias comunitarias de carácter medio ambiental, muchas de ellas si no se adaptan es posible que queden excluidas del proceso y de los mercados europeos. Ahí se está haciendo un verdadero esfuerzo, sobre todo porque hay industrias agroalimentarias muy importantes que están sometidas a elementos de control por procesos de contaminación y que, necesariamente, o se adaptan o en un plazo relativamente corto, de cinco o seis años, es muy probable que quedarían expulsadas del mercado.

Un cuarto aspecto, cosas tan sutiles como la necesidad de que la industria española registre sus marcas y patente sus procesos. A veces, cuando hablas con las empresas, te dicen que no registran sus marcas porque representan un coste; registrar una marca puede suponer en torno a 60.000 pts. Se conocen casos importantes en que una empresa española, después de tener éxito en el mercado español ha intentado abastecer mercados europeos... (FIN DE LA CINTA)... Las empresas europeas antes de comercializar un

producto en España lo primero que hacen es registrar sus marcas, incluso antes de haber lanzado campañas de promoción, de marketing o de publicidad. Pues bien, algo tan sencillo como es registrar las marcas de las industrias españolas supone un esfuerzo enorme, porque todavía no ha llegado a calar dentro del mundo empresarial la necesidad de que antes de desarrollar la comercialización de un producto, tienes que tener la propiedad de la marca que quieres comercializar. Y esto ocurre con las patentes de forma similar. Tengan en cuenta que esto es un mundo en el cual nos estamos manejando por recursos económicos; y, para que tengan una idea, casi 192.000 millones de pesetas nos gastamos en España en marcas y patentes por pagos tecnológicos y, para que tengan una referencia, nuestros ingresos son 35.000 millones de pesetas y por patentes, diseños y marcas, en el año 1989 pagamos casi 71.000 millones de pesetas. Hay que tener en cuenta el valor económico que eso representa; las marcas tienen un valor intrínseco altísimo, de hecho, como ustedes conocen, dentro de lo que se llama el «fondo de comercio» la marca es un elemento fundamental.

Por último, la «*cooperación industrial*», un programa de cooperación industrial. Se pretende con él que las empresas se asocien, dado que no parece que exista una tendencia dentro del mercado español a que las empresas medianas y pequeñas se fusionen; son casi todas de carácter familiar, y eso genera una cierta actitud de rechazo a ser, o bien adquiridas, o a expansionarse. Intentamos desarrollar esquemas que permiten asociarse a estas empresas con el fin de mejorar su posición competitiva, es decir, que en lugar de comprar de forma individualizada pequeñas cantidades de un mismo producto, intenten crear centrales de compras para poder adquirir en términos mucho más baratos; que puedan comercializar conjuntamente sus productos; que puedan especializarse en producciones alternativas que luego se integren; que puedan desarrollar esquemas o proyectos tecnológicos conjuntamente: cuando se pregunta a una empresa: ¿cómo colaborar yo con mi competidor para un proyecto tecnológico? y observas que en la CEE empresas como pueden ser Peugeot o Fiat están desarrollando conjuntamente motores, que luego ellos van a instalar de forma diferenciada en cada uno de sus coches, ¿es que no hay más competencia entre Fiat y Peugeot que entres tres empresas del tres al cuarto que tenemos dentro de un mercado regional? Esto es muy difícil de poder transmitir a la pequeña y mediana empresa con el fin de que se puedan ir asociando; la idea es intentar compensar, subvencionarles a estas empresas los costes de asociación, bien a través de la búsqueda de mecanismos de centrales de compras, especialización, redes comerciales. Lo importante es que se acostumbren a trabajar juntos porque la dimensión en el mercado europeo va a ser crítica; no todo lo grande va a ser eficiente, pero sí es necesario una masa crítica, lo que se denomina una dimensión mínima para poder desarrollar determinadas iniciativas y éstas, o

se toman de forma agrupada, como una sola unidad, o se toman de forma asociada.

Hay otra serie de actuaciones como las de diseño, moda, intangibles que aunque puedan tener sentido frívolo es enormemente importante. El mundo de la moda y, afortunadamente, el plan de intangibles que se lanzó hace cuatro años por el Ministerio de Industria y Energía representa hoy día una de las actividades económicas más importantes del sector de la industria ligera; iniciativas que hay que desarrollar porque es donde se genera mayor valor añadido, mayor riqueza, en aquellas iniciativas que incorporan capacidad de los recursos humanos como el diseño, la tecnología, la formación, porque en los esquemas de producción podemos tener cierta ventaja por los costes laborales, pero de aquí a unos años éstos irán adecuándose a la media comunitaria y seguramente tendremos que desconcentrar la actividad industrial, quedándonos con la actividad de mayor valor añadido como puede ser el diseño, la tecnología y parte de la producción que más mano de obra requiera llevarla a otros países donde ésta es la mitad o un tercio de los costes laborales que puedan ser contemplados en el mercado español.

Estas pequeñas referencias sobre cómo entendemos el Mercado único les puede dar una idea de las dificultades y, al mismo tiempo, de las posibilidades inmensas que se pueden derivar para el mercado empresarial español.

BIBLIOGRAFIA

I.-SOBRE LENGUA FRANCESA

a) **Libros:**

- (1) *Cinco estudios sobre el habla popular en la Literatura Francesa: Molière, Balzac, Maupassant, Giono, Sartre*. Publicaciones de la Universidad de Salamanca. Salamanca, 1954 - 136 pp.
- (2) *El Cantar de Roldán. Edición del ms. de Oxford, versión española, notas y apéndices*. Gráficas Cervantes. Salamanca, 1975 - 472 pp.
- (3) *Le Roman de Renard. Branches II, I, La y Ib. Edición, traducción y estudio*. Publicaciones de la Universidad de Salamanca. Salamanca, 1979.
- (4) *El episodio de Pygmalión del Román de la Rose. Ética y estética de Jean de Meun. Traducción española y estudio*. Publicaciones de la Universidad de Salamanca. Salamanca, 1980.

b) **Artículos:**

- (5) "Ritmo, color y paisaje en la *Chanson de Roland* y en el *Poema del Cid*" en *Boletín de la Biblioteca Menéndez y Pelayo* (Santander), XXX (1954), pp. 11-170.
- (6) "Ronsard y Machado. Del "aubépin verdissant" al "olmo seco"" en *Srenae. Estudios de Filología e Historia dedicados al prof. Manuel García Blanco*. Publicaciones de la Universidad de Salamanca. Salamanca, 1962.
- (7) "La lengua de los personajes rústicos en el cuento de Maupassant "Une vente"" en *Filología Moderna* (Madrid), XI-XII (1963), pp. 1-31.
- (8) "Leyendas zamoranas de origen francés". Discurso pronunciado en la solemne apertura del curso académico 1976-1977 en el Colegio Universitario de Zamora. Zamora, 1976 - 26 pp.
- (9) "Observaciones y comentarios sobre el primer texto teatral románico, *Le Jeu d'Adam* (hacia 1150) Ordo representationis ade" en *Serta Philologica F. Lázaro Carreter*. Ediciones Cátedra. Madrid, 1983 - pp. 137-146.
- (10) "El confidente: un personaje de la tragedia clásica francesa" en la *IIIª Reunión de Filología Comparada. Estudios sobre los géneros literarios. II (Tipología de los personajes dramáticos)*. Publicaciones de la Universidad de Salamanca. Salamanca, 1984.
- (11) "Observaciones y comentario sobre los galicismos en-el del español" en *Estudios Franceses* (Revista del Departamento de Filología Francesa de la Universidad de Salamanca) II (1986). pp. 9-22.
- (12) "De nuevo en torno a la ciudad sumergida de Lucerna", en el *Homenaje a Alvaro Galmés de Fuentes*. III, Oviedo, 1987. pp. 377-387.
- (13) "Miscelánea cultural Franco-Española: De la "brouette" francesa a la "carretilla"" en *Estudios Franceses* (Revista del Departamento de Filología Francesa de la Universidad de Salamanca) III (1987). pp. 9-21.
- (14) "Influencia del teatro clásico español sobre el francés: Calderón de la Barca y Thomas Corneille" en *Estudios sobre Calderón (Actas del Coloquio Calderoniano. Salamanca, 1985)*. Publicaciones de la Universidad. Salamanca, 1988. pp. 17-31.

c) **Traducciones:**

- (15) M. Bataillon: *Novedad y fecundidad del Lazarillo de Tormes*. Anaya. Salamanca, 1968. 106 pp.
- (16) San Francisco de Sales: *Cartas a religiosas*. Editorial B.A.C. Madrid, 1988. 220 pp.

II.-SOBRE TEMA ROMÁNICO

a) **Libros:**

- (17) *El dialecto galaico-portugués hablado en Lubián (Zamora). Toponimia, textos y vocabulario*. Publicaciones de la Universidad de Salamanca. Salamanca. 197 pp. más un encarte con láminas.
- (18) *Antología de la poesía rumana. Edición bilingüe con un estudio preliminar y notas*. Publicaciones de la Universidad de Salamanca. Salamanca, 1955. 320 pp., ilustraciones.
- (19) *Leyendas, cuentos y romances de Sanabria*. 2ª edición corregida y aumentada. Gráficas Cervantes. Salamanca, 1981. Textos en leonés y gallego.
- (20) *Del papiro a la imprenta. Pequeña historia del libro*. C.E.G.A.L. Madrid, 1988. 145 pp. ilustraciones.

b) **Artículos:**

- (21) "La leyenda del Lago de Sanabria" en *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares* (Madrid), IV (1948), pp. 94-114. Contiene textos en transcripción fonética en leonés y gallego.
- (22) "Veinte cuentos populares sanabreses", en la *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares* (Madrid), V (1949), pp. 200-270.
- (23) "La leyenda de San Julián el Hospitalario y los caminos de la peregrinación jacobea del Occidente de España", en la *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares* (Madrid), VII (1951), pp. 56-83.
- (24) "Dos textos dialectales de Rihonor y dos romances portugueses de Hermisende", en *Miscelânea de Filología, Literatura e Historia Cultural a memoria de Adolfo Coelho*. Lisboa, 1950. pp. 388-403.
- (25) "Questionnaire sur la poterie populaire de la province de Salamanque (Espagne)", en *Orbis. Bulletin International de Documentation Linguistique* (Louvain), III (1954), pp. 250-257.
- (26) "Cambios semánticos de origen agrícola y pastoril en rumano", en *Cahiers Sextil Puscaruu*. Editions Dacia. Roma, Freiburg, 1952. pp. 120-136.
- (27) "Contribución al vocabulario salmantino. Adiciones al Diccionario de Lamano", en *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares* (Madrid), XIII (1957). pp. 137-189.
- (28) "Observaciones sobre el substrato en español, a propósito de los dialectos rumanos" en *Noul album Macedo-Roman*. Biblioteca Romana. Freiburg, 1959. pp. 1-14.
- (29) "Lupianus hidronímico y antropónimo, y la raíz hidronímica lub-,up", en *Proceedings and Transactions. Fifth International Congress of Onomastic Sciences*. Vol. II. Salamanca, 1958. pp. 3-9.
- (30) "Un problema de toponimia española: el nombre de Zamora" en *Zephyrus* (Salamanca), III (1952), pp. 65-74.

- (31) “Unamuno y Machado”, en *Cuadernos de la Cátedra Miguel de Unamuno* (Salamanca), XVI-XVII (1967), pp. 93-98.
- (32) Prólogo a la edición de la comedia de Lope de Vega *La limpieza no manchada*, editada por la Librería Cervantes de Salamanca en 1972, para conmemorar el Año Internacional del Libro.
- (33) Prólogo a la edición facsímil del *Auto del Repelón*, realizada por el Excelentísimo Ayuntamiento de Salamanca. Imprenta Ortega. Salamanca, 1974.
- (34) “La idea cervantina de Europa” en *Actas del coloquio cervantino*. Würzburg, 1983, pp. 11-20.

III.—SOBRE ETNOLOGÍA Y FOLCLORE

a) Libros:

- (35) *La alfarería popular salmantina*. Publicaciones del Centro de Estudios Salmantinos (Gráficas Núñez). Salamanca. 61 pp. más un cuadernillo de láminas.
- (36) *Cuentos populares en la Ribera del Duero*. Centro de Estudios Salmantinos (Gráficas Núñez). Salamanca, 1952. 158 pp.
- (37) *Las ovejas y la lana en Lumbrales (Pastoreo e industria primitiva en un pueblo salmantino)*. Gráficas Núñez. Centro de Estudios Salmantinos. Salamanca, 1957. 77 pp. más numerosas fotografías y grabados.
- (38) Toda la parte relativa a España en el libro *Europas Volkskunst* editado por Hans Jürgen Hansen. Gerhard Stalling Verlag. Oldenburg-Hamburg, 1969. pp. 149-158. Este libro ha sido traducido al español y publicado con el título de *Arte popular europeo* por la editorial Aura. Barcelona, 1970. En él, además de la parte española (pp. 123-135), que ha sido ampliada, Luis Cortés redactó el “Prólogo a la edición española”, pp. 7-9.
- (39) *Cuentos populares salmantinos*. Graficesa. Salamanca, 1979. 2 vols. de 288 y 308 pp. respectivamente. El tomo I contiene *Cuentos humanos varios. Ejemplares y religiosos*. El tomo II *Cuentos de encantamiento y de animales. Vocabulario y estudio*.
- (40) *Alfarería popular del reino de León*. Gráficas Cervantes. Salamanca, 1987. 268 pp. con numerosas fotografías y dibujos.

b) Artículos y estudios:

- (41) “Ganadería y pastoreo en Berrocal de Huebra (Salamanca)” en *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares* (Madrid), VIII (1952), pp. 425-464 y 563-595.
- (42) “Medicina popular del Rebollar” en *Zephyrus* (Salamanca), IV (1954), pp. 45-52.
- (43) “La alfarería de Pererucla (Zamora)” en *Zephyrus* (Salamanca), V. (1954), pp. 141-163.
- (44) “El pisón de la Salina en Trefacio (Sanabria)” en *Revista de Dialectología y Tradiciones Populares* (Madrid), XII (1956), pp. 419-427.
- (45) “El batán de La Horcajada† (Avila)” en *Zephyrus* (Salamanca), VII (1956). pp. 21-31.
- (46) “La alfarería femenina en Moveros (Zamora)” en *Zephyrus* (Salamanca), IX (1958). pp. 95-107.
- (47) “Algunas consideraciones a propósito del arte popular del noroeste peninsular” en

- Actas do Coloquio de Estudos Etnográficos "Dr. José Leite de Vasconcelos"* (Porto), III (1960), pp. 1-9.
- (48) "La fiesta de San Juan en San Pedro Manrique (Soria)" en *Zephyrus* (Salamanca), XII (1961). pp. 171-185.
- (49) "Las cucharas de mango corto salmantino" en *Zephyrus* (Salamanca), XIV (1963), pp. 124-129.
- (50) "Los últimos batanes de Sayago (Zamora)" en *In memoriam Antonio Jorge Dias*. vol. III. Lisboa, 1974. pp. 375-393.
- (51) "El arte pastoril español. Formas y temas decorativos" en *El diseño en España. Antecedentes históricos y realidad actual*. Europalia 85. Madrid, 1985.
- (52) "El arte popular en la región castellano-leonesa" en el libro *Castilla y León. Geografía - Historia - Arte - Lengua - Literatura - Cultura - Tradiciones* - Anaya. Madrid, 1987. pp. 452-473.

IV.-SOBRE SALAMANCA¹, ZAMORA² Y ALEDAÑOS

a) Libros:

- (53) La parte relativa a Zamora y su provincia en la obra en 3 volúmenes *Las peregrinaciones jacobeanas*, laureada con el premio del Caudillo en el certámen convocado por el Instituto de España. Madrid, 1949. Se halla en el tomo III: pp. 484-518.
- (54) *Salamanca en la literatura*. 3ª edición. Gráficas Cervantes. Salamanca, 1973, 320 pp.
- (55) *Simbolismo de los programas humanísticos de la Universidad de Salamanca*. En colaboración con el prof. Santiago Sebastián. Publicaciones de la Universidad de Salamanca. Salamanca, 1973.
- (56) *La Zamora del siglo XV y los incunables de Antón de Centenera*. Salamanca, 1974. Conferencia pronunciada en Zamora el 4 de junio de 1974 y publicada a expensas del Excelentísimo Ayuntamiento. 39 pp. de texto más ilustraciones.
- (57) *Un enigma salmantino: la rana universitaria*. Varias ediciones. Gráficas Cervantes. Salamanca, 1987 (la última edición).
- (58) *Mi libro de Zamora*. 2ª edición (1ª en 1975). Gráficas Cervantes. Salamanca. 276 pp.
- (59) *Cincuenta medallones salmantinos*. 2ª ed. Publicaciones del Excelentísimo Ayuntamiento (Gráficas Ortega). Salamanca, 1977.
- (60) *Zamora*. La Muralla (Colección Vida y Cultura Españolas). Madrid, 1976. 76 pp. más 66 diapositivas y una cassette con folclore y dialectología leonesa y gallega (textos).
- (61) *Ad summum caeli. El programa alegórico-humanista de la escalera de la Universidad de Salamanca*. Publicaciones de la Universidad de Salamanca. Salamanca, 1984.
- (62) *La vida estudiantil en la Salamanca clásica*. 2ª edición. Publicaciones de la Universidad de Salamanca. Salamanca, 1989. 196 pp.

b) Artículos y escritos "menores":

- (63) "Salamanca" en el libro *La España de cada provincia*. Publicaciones Españolas. Madrid, 1964. pp. 605-613.
- (64) "Presentación de una ciudad: Salamanca". Discurso pronunciado en la inauguración del VIII Curso de verano para extranjeros de la Universidad de Salamanca.

- Publicaciones de los Cursos de Verano de la Universidad de Salamanca (Gráficas Europa). Salamanca, 1971. 32 pp.
- (65) “Guía de forasteros para uso de Hispanistas en gira por tierras castellano-leonesas”. Se distribuyó a los asistentes al IV Congreso de la Asociación Internacional de Hispanistas. Gráficas Ortega. Salamanca, 1971, 28 pp.
- (66) Presentación de *Veinte estampas salmantinas dibujadas por Zacarías González y un escrito de Luis Cortés*. Publicado por el Excelentísimo Ayuntamiento de Salamanca en 1972.
- (67) Prólogo al libro de Félix López *Vida y milagros de San Juan de Sahagún*. Librería Cervantes. Salamanca, 1979, pp. 7-10.
- (68) “Tres claves para entender Salamanca”, conferencia pronunciada en la Delegación de Cultura de Salamanca el 28 de junio de 1980 ante el VII Congreso Nacional de Libreros, y publicado a expensas de la Asociación de Libreros Salmantinos. Gráficas Vítor. Salamanca, 1980. 16 pp.
- (69) Prefacio a la 3ª edición del libro de P. Ladaire Cerné *El lago y las montañas de Sanabria*. Gráficas Cervantes. Salamanca, 1982. pp. 7-10.
- (1) Véase también los números 25, 27, 35-37, 39, 41s., 49.
- (2) Véase también los números 8, 17, 19, 21s., 24, 30, 43s., 46, 50.
- (70) “Refranero de Toro y su tierra” en *Stydia Zamorensia* (Zamora), I (1980), pp. 9-22.

V.-OBRA LITERARIA

- (71) *Añoranzas y antigüedades de Zamora*. Gráficas Cervantes. Salamanca, 1980. 38 sonetos con 38 ilustraciones de Carlos Andrés Fernández.
- (72) *Donde Sayago termina... Fermoselle*. Ilustraciones de Ksenia Milicevic. Salamanca, 1981. 202 pp.
- (73) *Cuentos de andar y soñar*. Gráficas Cervantes. Salamanca, 1982. 226 pp. Ilustraciones de María Cecilia Martín.
- (74) *Nuevos cuentos de andar y soñar*. Gráficas Cervantes. Salamanca, 1988. 208 pp. Ilustraciones de María Cecilia Martín.

S. SAMANIEGO

**DIPUTACION
de ZAMORA**



instituto de estudios zamoranos
florián de ocampo
(C.S.I.C.)

