

Los documentos de valor granadinos, a buen recaudo

El Códice Calixtino ha sentado cátedra a la hora de conservar estos objetos



CARMEN TÉBAR

Las medidas de seguridad para proteger los tesoros históricos son extremas para descartar el robo desde el exterior

GRANADA. Si el Códice Calixtino fue robado desde dentro por el ya famoso electricista, el Codex Granatensis, resguardado en la biblioteca universitaria del Hospital Real, también resultó en 1986 vulnerado por trabajadores internos: dos bibliotecarios y un alumno, que cortaron una página del mismo y la vendieron a un anticuario holandés. El robo fue muy sonado, aunque no tanto como el actual, y el final fue el mismo: recuperaron la hoja, aunque en este caso pagando por ella cinco millones de las antiguas pesetas.

Después de esto, el documento más valioso de la Universidad de Granada y escrito por Tomás de Cantimpré fue asegurado -el Códice Calixtino no lo estaba-. No obstante, María José Ariza, directora de la Biblioteca, afirma: «Por mu-

cho que se asegure es insustituible». Por ello, las medidas de seguridad son extremas: «El Codex duerme en una caja fuerte acorazada, con cámaras de seguridad y alarmas diversas. Además, se abre con distintas llaves y combinaciones, a las que solo tienen acceso cuatro trabajadores del recinto. Yo misma invierto una media hora cada vez que quiero abrir la caja». Tales son las medidas de seguridad que la directora se atreve a afirmar que «es imposible que desde fuera se robe».

Para evitar las tentaciones a la hora de verlo: «Hay que pedir un permiso especial, que se valora y, si el personal considera que es correcto enseñarlo, se procede. No obstante, tenemos una edición facsimilar del Codex Granatensis, también llamado Tacuinum Sanitaris,

una copia exacta que es lo que se suele mostrar al público, y que es muy difícil de distinguir del original». Lo más común es que solo los especialistas tengan acceso a él para estudiar cuestiones concretas como el tipo de pergamino, y siempre utilizando unos guantes específicos.

Miguel Luis López Guadalupe, prodesor de Historia Moderna de la Universidad de Granada, destaca precisamente el Codex Granatensis como uno de los documentos más valiosos que hay en la ciudad, aunque, añade: «En la Biblioteca del Hospital Real hay otras obras de valor, como el pergamino que contiene la Bula Fundacional de la Universidad firmada por el Papa Clemente VII en 1531, algunas cartas náuticas, un libro de cirugía, un tratado musical o la colección de documentos árabe-granadinos de carácter notarial». No obstante, el profesor añade que estos documentos, más que por su valor económico, son imprescindibles por su valor histórico. Es por ello que, en el caso de ser robados, su destino son las colecciones privadas de los particulares; se trata de escritos tan conocidos que en el mercado negro serían fácilmente reconocibles.

Tesoros religiosos

Subraya, además, que las instituciones religiosas granadinas guardan celosamente sus bienes más preciados: «Los más valiosos se guardan en el archivo diocesano y en el de cada parroquia, y solo son accesibles tras rellenar un documento de solicitud, y bajo la super-

visión del archivero». Otro ejemplo que pone López Guadalupe son los libros corales de la Catedral: «Su acceso es prácticamente imposible desde fuera. A pesar de estar expuestos en algunas de las vitrinas de la Catedral, es muy difícil sustraerlos sin llamar la atención», asegura. Así se puede comprobar en la propia



Lotería Nacional		SORTEO DEL DÍA		SORTEO		Lista acumulada de las cantidades que han correspondido a los números premiados, clasificados por su cifra final		10€											
SÁBADO		14 DE JULIO DE 2012		56 12		Palas premios adjudicados a los tres meses, contados a partir del día siguiente al de la celebración del sorteo		12											
Diez series de 100.000 billetes cada una																			
0	1	2	3	4	5	6	7	8	9										
Números	Euros/Billete	Números	Euros/Billete	Números	Euros/Billete	Números	Euros/Billete	Números	Euros/Billete	Números	Euros/Billete	Números	Euros/Billete	Números	Euros/Billete	Números	Euros/Billete	Números	Euros/Billete
02700	800	02701	800	02702	800	02703	720	02704	800	02705	800	02706	800	02707	720	02708	800	02709	720
02710	800	02711	800	02712	800	02713	720	02714	800	02715	800	02716	720	02717	720	02718	800	02719	1.320
02720	800	02721	800	02722	800	02723	720	02724	800	02725	800	02726	800	02727	720	02728	800	02729	720
02730	800	02731	800	02732	800	02733	720	02734	800	02735	800	02736	720	02737	720	02738	800	02739	720
02740	800	02741	800	02742	800	02743	720	02744	800	02745	1.200	02746	800	02747	720	02748	800	02749	960
02750	800	02751	800	02752	800	02753	720	02754	800	02755	800	02756	800	02757	720	02758	800	02759	720
02760	800	02761	800	02762	800	02763	720	02764	800	02765	800	02766	800	02767	800	02768	800	02769	720
02770	800	02771	800	02772	1.200	02773	720	02774	800	02775	90.000	02776	800	02777	720	02778	800	02779	720
02780	800	02781	800	02782	800	02783	720	02784	800	02785	800	02786	800	02787	720	02788	800	02789	720
02790	800	02791	800	02792	800	02793	720	02794	800	02795	800	02796	800	02797	720	02798	800	02799	720
02790	800	02791	800	02792	800	02793	720	02794	800	02795	800	02796	800	02797	720	02798	800	02799	720
85100	800	85101	800	85102	800	85103	720	85104	800	85105	800	85106	800	85107	720	85108	800	85109	720
85110	800	85111	800	85112	800	85113	720	85114	800	85115	800	85116	800	85117	720	85118	800	85119	1.000.000
85120	10.700	85121	800	85122	800	85123	720	85124	800	85125	800	85126	800	85127	720	85128	800	85129	720
85130	800	85131	800	85132	800	85133	720	85134	800	85135	800	85136	800	85137	720	85138	800	85139	720
85140	800	85141	800	85142	800	85143	720	85144	800	85145	800	85146	800	85147	720	85148	800	85149	960
85150	800	85151	800	85152	800	85153	720	85154	800	85155	800	85156	800	85157	720	85158	800	85159	720
85160	800	85161	800	85162	800	85163	720	85164	800	85165	800	85166	800	85167	800	85168	800	85169	720
85170	800	85171	800	85172	800	85173	720	85174	800	85175	800	85176	800	85177	720	85178	800	85179	720
85180	800	85181	800	85182	800	85183	720	85184	800	85185	800	85186	800	85187	720	85188	800	85189	720
85190	800	85191	800	85192	800	85193	720	85194	800	85195	800	85196	800	85197	720	85198	800	85199	720
99300	800	99301	800	99302	800	99303	720	99304	800	99305	800	99306	800	99307	720	99308	800	99309	720
99310	800	99311	800	99312	800	99313	720	99314	800	99315	800	99316	800	99317	720	99318	800	99319	1.320
99320	800	99321	800	99322	800	99323	720	99324	1.200	99325	800	99326	800	99327	720	99328	800	99329	1.320
99330	800	99331	800	99332	800	99333	720	99334	800	99335	800	99336	800	99337	720	99338	800	99339	720
99340	800	99341	800	99342	800	99343	720	99344	800	99345	800	99346	800	99347	720	99348	800	99349	960
99350	800	99351	800	99352	800	99353	720	99354	800	99355	800	99356	800	99357	720	99358	800	99359	720
99360	800	99361	800	99362	800	99363	720	99364	800	99365	800	99366	800	99367	720	99368	800	99369	720
99370	800	99371	800	99372	800	99373	720	99374	800	99375	800	99376	800	99377	720	99378	800	99379	720
99380	800	99381	800	99382	800	99383	720	99384	800	99385	800	99386	800	99387	720	99388	800	99389	720
99390	800	99391	800	99392	7.880	99393	250.120	99394	7.690	99395	800	99396	800	99397	720	99398	800	99399	720
Terminaciones	020	Terminaciones	8371	Terminaciones	1187	Terminaciones	2953	Terminaciones	244	Terminaciones	745	Terminaciones	5336	Terminaciones	087	Terminaciones	468	Terminaciones	4060
800	800	3.000	800	3.000	800	3.120	800	800	800	800	800	3.000	720	800	330	240	800	3.120	
440	800	051	800	772	800	3	120	324	800	905	800	800	800	67	800	98	800	119	
850	800	481	800	951	800	904	800	904	800	7	120	800	800	7	120	800	800	286	
		91	240															328	
																		408	
																		19	
																		49	
																		9	

ESTE SORTEO ADJUDICA 3.715.100 DÉCIMOS PREMIADOS POR UN IMPORTE TOTAL DE 84.000.000 DE EUROS

PREMIO ESPECIAL 4.900.000€ Núm. 66119 PRIMER PREMIO	FRACCIÓN 3.ª	SERIE 10.ª	PREMIO ACUMULADO 5.000.000€
--	-----------------	---------------	--------------------------------

Catedral. Aunque existen numerosos objetos de valor expuestos al público, un cristal se interpone entre ellos y los visitantes, y muchos de ellos son fascímiles.

En estas situaciones la colaboración ciudadana cobra una especial relevancia; Javier y Sofía, dos visi-

tantes valencianos que estaban visitando el mayor monumento cristiano de Granada, aseguran que en caso de ver algún movimiento sospechoso por parte de alguna persona «avisaríamos al encargado de seguridad del recinto. Los documentos de valor histórico son patrimo-

nio de todos, y todos deberíamos de protegerlos». En una mezcla entre inglés, alemán y español, Bernard y Ava, que han venido a visitar Granada directos desde Alemania, afirman que en su país la seguridad de los lugares de interés es muy semejante a ésta. Sin duda, un dato positivo para la ciudad teniendo en cuenta que el país de centroeuro

leccionistas privados de arte alberga, lo que promueve los robos y la usurpación de objetos de valor.

Miguel Luis tuvo la oportunidad de visitar el Códice Calixtino pocos meses antes de su desaparición. Destaca que no apreció falta de seguridad alguna, y que a ellos se lo enseñaron «porque era una visita guiada y enfocada a especialistas». Un robo así solo es entendido desde el interior del recinto.

Desde la Policía Nacional aseguran que se les da a los funcionarios encargados de la seguridad de las instituciones religiosas consignas con el objetivo de que los documentos estén lo más protegidos posibles: «Que estén bajo llave es lo mínimo que se pueda pedir». Aunque desde el Codex Granaten-

sis no se ha registrado ningún caso de robo relevante en la ciudad de Granada, aseguran que, en caso de ocurrir, se aplicaría el procedimiento habitual de cualquier saqueo, empezando por la inspección del lugar de los hechos y tomando declaración a los posibles testigos.

Por prevención, Antonio Muñoz Soria, Delegado Diocesano para el Patrimonio Cultural del Arzobispado de Granada, prefiere no dar detalles sobre las medidas de seguridad que se aplican en los recintos religiosos para proteger los documentos y obras de arte de valor, ni concretar cuáles son éstos. No obstante, asegura que los objetos están bien protegidos, y que se espera que nunca se produzca un robo «desde dentro», a pesar de que el acceso directo a los documentos esté al alcance de unos pocos trabajadores, siempre de confianza.



◀ **Codex Granaten-**
sis. El de más
valor de la
UGR

▶ **Libros corales.**
Expuestos
en vitrinas
en la Cate-
dral. :: IDEAL



▲ **Bula fundacional.**
De la Universidad de Granada

IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA



MAYORISTA PARA GRANADA Y ANDALUCÍA



Para las grandes cadenas de distribución alimentaria y para distribución minorista y canal Horeco

PATATA DE 4º GAMA DE ALTA CALIDAD,
ENVASADA AL VACIO EN DISTINTOS FORMATOS.
ESPECIAL PARA RESTAURACIÓN, CATERING Y HOSTELERÍA

www.patatasemillan.es

MERCAGRANADA
Nave 2 Puestos 217-218-219
Ctra. De Badajoz, S/N
18015 - GRANADA
Telf. 958 205909 – Fax 958 272072

FÁBRICA
Poligono HURPE
C/ Santa Rosa, 16
18230 – ATARFE (Granada)
Telf. 958 434 113 – Fax 958 434 107

El mejor verano para los mejores alumnos

Estudiantes con notas altas de 4º de la ESO y 1º de Bachiller disfrutan en Granada del Campus Biotic

Los proyectos organizados están impartidos por profesores de la UGR para que contacten con el mundo universitario

:: CARMEN TÉBAR

GRANADA. Un campamento científico estival puede no resultar atractivo para todos los jóvenes, pero ellos no dudaron en solicitar plaza ni un momento. «No me siento un joven distinto, se puede compaginar el salir de fiesta con lo que hagas en tu tiempo libre», afirma Diego Molina. Y él ha utilizado el que tiene en vacaciones para asistir al Campus Biotic que durante este mes se celebra en Granada, organizado por la UGR.

A punto de cumplir 17 años, residente en Puerto de Sagunto (Valencia), y con una media de 8,7 en el curso de 1º de Bachiller que acaba de finalizar -como los otros 27 jóvenes que estarán esta semana en el Campus-, tiene claro que cuando acabe quiere estudiar Arquitectura. Y es por ello que se animó a participar en uno de los cuatro proyectos que el Campus ofrece -cada uno impartido a tan solo siete jóvenes- 'Conocimiento y TIC: entre todos construimos el futuro'. Aunque a priori las tecnologías de la comunicación no tengan mucha relación con su interés laboral, él asegura que todo lo que está aprendiendo (crear un blog, diseñar páginas webs o editar un vídeo) sirve para que cualquier profesional fomenta su trabajo a través de Internet. Su otra gran afición, el clarinete, que le lleva a dar numerosos conciertos, le impidió acudir al Campus el año pasado.

Una de las amistades que se llevará del Campus es la de Vanesa López, almeriense de 17 años cuyo objetivo es estudiar Medicina, a ser posible en Granada, algo que no tendrá muy difícil, ya que este año su media ha sido de 9,5. Ella está participando en las actividades de 'Investigación e innovación en calidad de vida, salud y deporte'. «Me viene genial, porque se añan cuestiones de medicina, como la nutrición, con el deporte, que es otra de mis grandes pasiones»,



De izquierda a derecha, Diego Molina, Daniel Nieves, Vanesa López y Sara Cabanillas, algunos de los asistentes al Campus. :: ALFREDO AGUILAR

asegura esta joven, que confiesa que se sintió atraída por el Campus porque es totalmente científico: «Los proyectos son muy prácticos y nos están sirviendo mucho».

'Mates' de la Alhambra

Vanesa asegura que le da igual si alguien piensa que es una joven 'rara': «Cualquier joven que rechazase esta oportunidad única por el 'qué dirán' sería demasiado simple. Yo volvería sin dudar». Sin duda el que más entusiasmo parece con este proyecto es Daniel Nieves, de Orihuela (Alicante). Su sección, 'Aplicaciones de las matemáticas a la ciencia y a la técnica', le ha entusiasmado tanto que, aunque en principio tenía pensado estudiar Matemáticas en Murcia, se está planteando venir a Granada a desarrollar su carrera universitaria.

«El martes hicimos una visita a la Alhambra bajo el prisma de las 'Mates', aplicándolas a los distintos mo-

saicos, el tamaño de las columnas, o las distintas estancias, y fue apasionante. Fue una pena no poder ver el recinto entero, pero me ha enamorado», asegura este alicantino, al que le apasiona la rama científica que ha elegido, las matemáticas: «Quiero ser profesor. No tengo claro si de secundaria o Bachillerato, o, quién sabe, lo mismo cuando pise la Universidad prefiero ser Catedrático», afirma, con mucha decisión. Su redonda media, de 10, fue el motivo por el que sus profesores le motivaron para acudir al Campus, algo que él aceptó rápidamente, porque le gustaba

«No nos sentimos distintos por estar aquí en verano; es una oportunidad única»

la idea de entrar en contacto con esta ciencia fuera de las aulas. Aparte de la visita a la Alhambra, se contemplan otras actividades, como el recorrido por los monumentos del centro analizando los materiales con los que están contruidos, o una excursión a la Sierra para realizar actividades de orientación.

Quien no lo tiene tan claro es Sara Cabanillas, también valenciana, que ha optado por el proyecto de 'Química con productos naturales cotidianos'. Aunque todavía no ha decidido qué quiere estudiar, el año que viene elegirá Química en sus asignaturas optativas, así que el Campus le ha servido para sentar las bases desde un punto de vista práctico. «Lo más seguro es que haga alguna ingeniería; me atrae mucho la Biomédica, que además hay en Valencia», afirma la joven de 16 años. «Hemos hecho unos experimentos con colores muy interesantes, y hasta hemos fa-

bricado una pelota que bota; este Campus son todo ventajas, abre puertas y te ofrece la posibilidad de vivir una experiencia única», asegura, ilusionada, la valenciana. Apasionada del baile, sus dos disciplinas favoritas para practicarlas son el hip-hop y el ballet.

Ana Isabel García, coordinadora del Campus, señala que esta actividad es imprescindible para su futuro, porque los proyectos están impartidos por profesores universitarios y les ayuda a decidir. «Además, aprenden las técnicas de divulgación y ellos mismos se encargan de exponer luego su propio proyecto», explica.

Los grupos cambian cada semana, pero los requisitos son los mismos: tener una media muy alta y haber cursado 4º de la ESO o 1º de Bachillerato; y, por supuesto, estar dispuesto a vivir una experiencia muy diferente.

Cientos de Chaislongue en exposición con descuento de hasta el **50%**



muebles SALINAS
Alhendín

ABRIMOS SABADOS TARDE, EXCEPTO JULIO Y AGOSTO

C/ Real, 64. ALHENDÍN. ☎ 958 55 81 95 | www.mueblesalinas.com

Chaislongue ~~1180€~~



590€
(tela a elegir)

«Hay negocios que crecen un 650% la participación con la gamificación»

Sergio Jiménez Arenas Experto de referencia en esta disciplina en España

«Game Marketing se convirtió rápidamente en el primer repositorio de prácticas y casos de éxito para España y Latinoamérica»

:: A. G. P.

GRANADA. Propuestas para que un negocio sea más rentable. Las indicaciones las hace Sergio Jiménez Arenas, que está considerado como uno de los españoles que más sabe y conoce de gamificación. ¿Qué es la gamificación? Consiste en introducir el pensamiento y mecánicas de juego en el ámbito empresarial o social para modificar comportamientos de las personas. «Básicamente trata de cooger esas características que tienen los juegos, las que nos hacen participar, divertirnos y emocionarnos, para conseguir objetivos de marketing y de negocio. La gamificación es la intersección entre marketing, psicología y tecnología, y permite hacer participar a clientes o empleados en procesos, productos o campañas de marketing como no puede conseguirse de otra manera».

–¿En qué beneficia a la empresa?

–Los beneficios que se están consiguiendo con la utilización de estas técnicas y herramientas, son la consecución de cualquier tipo de objetivo que dependa de la participación de las personas. Estos objetivos pueden ir desde aumentar la participación o uso de usuarios de un sitio web o una aplicación móvil, hasta conseguir que clientes sean embajadores de un producto, pasando por aumentar el tiempo de permanencia en sitios web o aumentar la productividad y motiva-



Sergio Jiménez ha cerrado varios acuerdos en EE UU. :: IDEAL

ción de equipos comerciales hacia unos objetivos de venta.

–¿Por qué la gamificación representa una oportunidad 'sin precedentes' para los negocios?

–La gamificación está permitiendo introducir modificaciones en el comportamiento de las personas para hacer cosas impensables. Sin ir más lejos, estamos viendo como

las personas reciclan y hacen un uso más eficiente de energía gracias a este tipo de técnicas en proyectos como Recycle Bank o Simple Energy. También estamos viendo cómo la gente es motivada a llevar una vida más saludable con la práctica de ejercicio con proyectos como Zombies Run! una aplicación para teléfonos móviles que invita al

usuario a correr introduciendo zombies que te persiguen virtualmente. Está consiguiendo que personas reciclen, hagan un consumo sostenible de energía en casa y que practiquen deporte, y de igual manera, están haciendo que clientes participen en campañas de marketing, programas de fidelización o consumo de contenidos por internet gracias a la incorporación de mecánicas de juego como puntos, niveles, logros, tiempo, aleatoriedad o aversión a la pérdida entre muchas otras. Hay organizaciones que han aumentado hasta un 650% la participación de sus usuarios en sus sitios web gracias a la gamificación.

–¿Cómo ha avanzado? ¿Qué innovaciones se esperan?

–La tendencia como tal, nació durante 2010, por lo que aún se están cosechando los primeros casos de éxito, recopilando las buenas prácticas y es ahora cuando se está adoptando la gamificación en prácticamente todos los sectores de actividad y tamaño de empresas. Esto solo acaba de empezar, pero uno de los principales retos de los que se habla ahora mismo es conseguir emocionar a nuestros clientes o empleados para involucrarlos más aún, para lo cual ya se está trabajando en definir las técnicas necesarias para conseguirlo.

–¿Qué le llevó a ser pionero de la gamificación?

–Hace unos años, tuve que solucionar un problema de adopción de un producto que lanzamos al mercado. La gente lo percibió como algo complicado de utilizar, fue entonces como responsable de innovación, cuando busqué posibles soluciones para que nuestros clientes aprendieran y usaran aquel producto. Encontré la solución y se llama gamification, había aparecido un

mes o dos antes en EEUU. Desde ese momento, creí en la gamificación porque había resuelto mi problema y fue cuando lancé el proyecto Game Marketing, un sitio web de divulgación para ayudar a otras empresas y emprendedores a conseguir lo que habíamos conseguido nosotros. Game Marketing se convirtió rápidamente en el primer repositorio de prácticas y casos de éxito de gamificación para España y Latinoamérica, lo que llevó a empresas y otro tipo de instituciones a llamarme para que les ayudara a implementar el pensamiento y mecánicas de juego en sus productos y servicios. Sin darme cuenta estaba participando en los primeros proyectos de gamificación de nuestro país, para los que desarrollé una metodología propia que minimizaba los riesgos y maximizaba el éxito, que fui replicando y mejorando conforme participaba en más proyectos y de distinta índole. Así llegó el momento en el que tuve que tomar la decisión de hacerme con un gran equipo para lanzar la primera agencia de gamificación de nuestro país, Punto Extra (www.puntoextra.com). No me gusta la etiqueta de experto, prefiero etiquetas como pasión, esfuerzo y constancia, sólo así verdaderamente es como pude aportar valor a las organizaciones e instituciones que confiaron en mí, antes incluso de que la gamificación fuera tendencia.

–¿Llegó recientemente de EEUU?

–El pasado mes tuve la oportunidad de hacer un viaje de exploración al lugar donde se gestan gran parte de los proyectos del ámbito tecnológico: Silicon Valley. Hice coincidir mi viaje con la mayor cumbre de gamificación a nivel mundial realizada en San Francisco, para traer a nuestro país las últimas técnicas, herramientas y casos de éxito de lo que se está haciendo allí alrededor de la gamificación. Me vi con los responsables y líderes de proyectos en los que con la componente juego están consiguiendo cosas increíbles y aproveché también para traerme acuerdos con las principales firmas tecnológicas de esta nueva industria para poder implementar aquí en España proyectos a la misma velocidad.

CajaGranada colabora con la Universidad

La entidad económica apoyará el programa Pro-Kids, que ayuda a identificar a personas

:: IDEAL

El presidente de CajaGranada, Antonio Jara, y el rector de la Universidad de Granada (UGR), Francisco Lodeiro, han suscrito recientemente un convenio de colaboración a través del que la entidad ahorrista contribuye a la financiación del Programa PRO-KIDS, puesto en marcha por la Fundación Empresa Universidad de Granada.

El Programa PRO-KIDS surge de la problemática que se produce en

torno a la imposibilidad o la confusión en la identificación de las personas, muy especialmente, en el caso de los menores. Ello origina una serie de graves problemas legales en la jurisdicción civil, pero lamentablemente también en la penal, donde se producen delitos como el tráfico ilegal y las falsas adopciones, además de la explotación laboral y sexual de los menores; problemas que se dan tanto en países en vías de desarrollo como

en países desarrollados. Hoy en día, con la tecnología derivada de la identificación por medio del ADN (identificación genética) es posible realizar la correcta e inequívoca identificación de todas las personas, tanto en comparaciones directas frente a sí mismas (muestras de referencia) como por comparación con sus progenitores, especialmente la madre.

Al tener plena capacidad operativa y contrastada experiencia en la materia, la Universidad de Granada, a través del Laboratorio de Identificación Genética de la Universidad de Granada, va a desarrollar el programa PRO-KIDS que pretende, en una primera fase, la creación de dos bases de datos de ADN de carácter civil y voluntario, donde existan –por un lado– datos del ADN de las madres de menores desaparecidos, y por otro lado, ADN de los menores identificados como desarraigados, sin relaciones fami-



Jara y el rector junto a Lorente tras la firma de acuerdo. :: IDEAL

liares, víctimas de adopciones ilegales, etcétera.

Durante la firma del acuerdo de colaboración, Antonio Jara señaló la encomiable labor que lleva a cabo la Fundación Empresa Universidad de Granada, con el programa PRO-KIDS y el ineludible

compromiso de CajaGranada con la cooperación internacional y la sociedad. Mostró, además, su satisfacción por poder colaborar junto a la Universidad granadina en causas como la lucha contra la exclusión o el tráfico ilegal de personas y en la investigación.