



EL OBSERVADOR

NÚMERO 40 · MÁLAGA · DICIEMBRE 2003-ENERO 2004 · TERCERA ÉPOCA ·

3 Euros



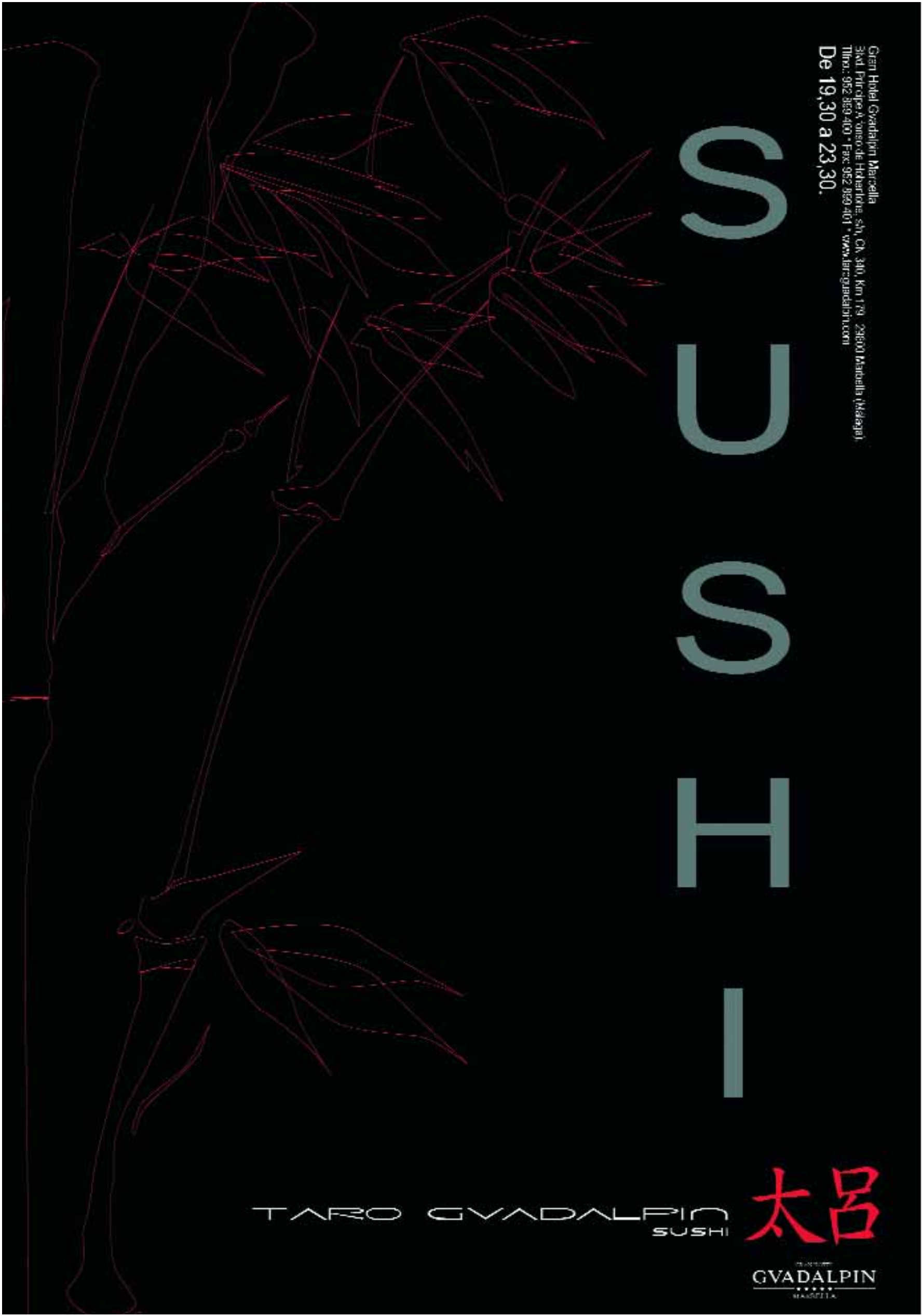
Gran Hotel Gvadalupe Marbella
C/da. Pinar de los Héroes, s/n, C.V. 340, Km 179 - 29300 Marbella (Málaga)
Tlfno.: 952 859 400 * Fax: 952 859 401 * www.hotelgvadalupe.com
De 19,30 a 23,30.

SUSHI BAR

TARO GVADALUPE
SUSHI

太呂

GRAN HOTEL
GVADALUPE
MARBELLA



EL OBSERVADOR

Revista de Culturas Urbanas
diciembre 2003-enero2004- número 40
una publicación de
AIRON SESENTA, S.L.
www.airon60.com

Director
FERNANDO RIVAS

Coordinación Producción
ANTONIO TERUEL

Diseño y composición
AIRON SESENTA, S.L.
C/Fernando Camino 11 - 1º A
29016 Málaga
Tlf.: 95 222 67 90 · Fax: 95 221 51 31
elobservador@airon60.com

Colaboran en este número:
ROCIO BERROCAL
PEPE SÁNCHEZ PONCE
LOBERA
ERNESTO FERNÁNDEZ SANMARTÍN
SILVIA REVENGA VERDÚ
MARCOS PÉREZ PÉREZ
CARMEN PORTILLO RUIZ
MARÍA TORRES ROJAS
ÓSCAR H. MARRO
ELOY HERRERA PINO
FRANCISCO GUARDA

Imprime:
GRÁFICAS SAN PANCRACIO
Orotava, 7 Málaga · Polígono San Luis
Tlf.: 95 234 24 04

Distribución:
SOCIEDAD GENERAL
ESPAÑOLA DE LIBRERÍAS
Polígono Guadalhorce · Málaga
Tlf.: 95 224 81 00

D.L.:
MA-959-02
ISSN:
MA-1138-1051

Esta publicación no se hace responsable necesariamente de las opiniones de sus colaboradores

Lo que para algunos es una irresponsabilidad, para otros ofensa y para el resto prudencia. El alcalde de Málaga ha decidido poner en práctica la decisión de inhibirse ante las cuestiones más importantes del futuro de la ciudad, al margen del millón de turistas nuevos que, según fuentes bien informadas del diario *Qué pasa*, Picasso traerá por sí mismo a Málaga, independientemente de cuántos de ellos vengan en barco, entrando por... ¡El Puerto de Málaga!

El alcalde soslaya de sus planes ese millón de personas que viajará al extranjero por primera vez y les impide conocer la gran aportación de Málaga a la urbanística internacional. El Puerto con multicines, bares, restaurantes, pistas deportivas, y gran centro de ocio, todo ello justo enfrente de la zona de carga y descarga de contenedores, con esa bonita grúa de colores lego y tamaño quinsaís, es un modelo que sin lugar a dudas ofrecía todas las garantías de convertirse en referencia mundial para las próximas tres décadas, especialmente en los países del sureste asiático, donde ya despierta esta Málaga picassiana grandes expectativas y no menor curiosidad.

A la espera están en Vietnam, China, Corea, Indonesia, entre otros países, de la solución definitiva al problema del silo. ¿Se quita, se pone, o se puede remodelar y hacerlo desmontable? ¿Se puede convertir en holograma, como lo de las torres gemelas que ha propuesto uno de esos arquitectos de la deconstrucción? Y, ya que estamos en ello, ¿va a venir el Gehry a deconstruir lo poco que queda o lo poco que se sabe de lo mucho que acabará por haber?

Habría que exigir respuestas, ya que sólo le atañen a él, por ser quien toma la decisión de dejar de tomarlas, al alcalde. Pero también podemos deducir. En mayo de 2002, el arquitecto malagueño Salvador Moreno Peralta se expresaba en una entrevista publicada en esta revista en los siguientes términos: "Y si por alguna razón tienen que aplicar la ética y la estética del *toma el dinero y corre* en el muelle de Guadiaro, que no lo hagan. Porque el Puerto de Málaga es

40

EDITORIAL

El plan: Puerto

un activo, y en términos empresariales quemar activos es quedarte sin lo que tienes. El puerto es un activo que no le pertenece al presidente de la Autoridad Portuaria, ni siquiera al alcalde; nos pertenece a todos los malagueños, y tenemos absoluta obligación de exigir que no se malgaste, y quien lo haga será un auténtico prevaricador".

La sabiduría del consejo del arquitecto más respetado de la ciudad puede haber sido escuchada. Y aunque, ciertamente, venga de una decisión unilateral, personal, de una alcaldada, en suma, el parar el proyecto así, abre una puerta a la esperanza: el alcalde de Málaga es consciente de que no se puede reformar el Puerto sin un verdadero debate transversal que incorpore a todas las fuerzas y habitantes de la ciudad, que eso es jugarse el futuro y el pan de nuestros hijos (excluyendo a los que vivan del millón de turistas nuevos cada año), y no habrá marcha atrás.

Mientras tanto, el muro de La Coracha puede servir de pantalla panorámica; ¿Qué tal un cine de verano frente a tu casa, Paco?

Documentos-I / 2

La Fiscalía investiga a la Cemcámara

Imágenes / 7

Málaga, cosmópolis contemporánea

Opinión / 11

Preguntas con respuesta:

¿Unicaja es dios?

Por Fernando Rivas

Opinión-II / 17

Lo que la ley ampara

Jose Aurelio Aguilar Román

Actual-I / 18

Campaña reciclaje

Cambia la campaña fallida de Carolina España

Documentos-II / 21

La memorias escrita en las fosas

Actual-II / 33

Museo Picasso

Jardín Picasso

S
u
m
a
r
i
o

el observador 40 / diciembre 2003-enero 2004

PAPELES DE TURISMO EL OBSERVADOR, 25

Entrevista:
Carlos Bautista, 25

Promoción de
Andalucía
por todo el
mundo, 29

Hoteles de
Andalucía:
calidad
y lujo sostenibles, 30



EXISTENCIAS / 37

- XTCLACOSTA. Fnac La Cañada / 37
- XTCPROYECTOS. Un artista en acción / 41
- XTCSOSTENIBLES. Cañamo, aislante saludable / 44
- XTCSITIOS. Vuelta al hammam / 47
- XTCVIAJAR. Calle 54. Un bar de cine / 49
- XTCCOSTA MULTICOLOR. Un rincón argentino / 51
- XTCSITIOS. Una cafetería europea / 53



EL OBZERVADOR

La Fiscalía investiga a la CemCámara

EL OBSERVADOR



arriba, Picasso y uno de sus parientes cubanos; Logos de pasarela Malaka y de FECOMA; derecha, fachada de la sede de la Cámara de Comercio de Málaga



El fiscal jefe de la Audiencia provincial de Málaga ha abierto diligencias informativas y de investigación para esclarecer las denuncias presentadas por dos profesionales, M. L. y P. P., por presuntas actuaciones irregulares de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Málaga. En las referidas denuncias se relatan hechos que tienen como ejes de actuación la concesión de ayudas, por valor de varios cientos de miles de euros, de forma supuestamente irregular a asociaciones y representantes institucionales, y "con fines ajenos" a los de la propia Cámara, así como supuestas irregularidades en torno a la gestión de los fondos con que se llevó a cabo la Pasarela de Moda Malaka, organizada por la Federación de Comercio de Málaga (FECOMA) y patrocinada por esta entidad. Como ejemplo de los gastos llevados a cabo con "fines ajenos a los de la Cámara", la denuncia hace referencia a un viaje a Cuba con motivo del "proyecto de los Picassos negros", con gastos de 15.000 euros y presentado a la aprobación de la entidad una vez efectuado.

Tres de julio de 2002. Ese día, y tras un proceso electoral, miembros de la Confederación de Empresarios de Málaga (CEM) se hacen con la dirección de la Cámara de Comercio. Jerónimo Pérez Casero toma posesión como presidente, mientras que Rafael García Padilla continúa como vicepresidente primero, y se crea la figura del gerente, un cargo que recae en el

debajo de las que venía desempeñando hasta el momento. Fue una humillación, un acto de acoso laboral y *mobbing*".

Se produce entonces otra demanda, con nuevo fallo a su favor. Sin embargo, y según M.L., "tanto el gerente como el comité ejecutivo dicen que esa sentencia no es de obligado cumplimiento, puesto que se deriva del juzgado de lo social". Ante esta situación, vuelve al juzgado y pide la ejecución de la sentencia. Sin embargo, en esta ocasión el juez, aunque reconoce que, pese a existir una sentencia previa que lo estipula, no ha vuelto a sus funciones por impedimento de los res-

A LA FISCALÍA

Decide entonces poner en conocimiento de la Fiscalía de la Audiencia Provincial las supuestas irregularidades de las que ha sido testigo desde la toma de posesión del nuevo equipo de gobierno de la Cámara, y de las que ella misma se considera una víctima. Según M.L., desde la entrada del nuevo ejecutivo, aproximadamente un año y medio atrás, se han destinado casi 500.000 euros a subvenciones. De éstos, el presupuesto ordinario de la Cámara hace constar una partida de 300.000 euros anuales para la Confederación Empresarios de Málaga, sin especificar



arriba, señal de entrada de la entidad; debajo, información sobre Psarela Malaka aparecida en Sur;

siguiente página:
arriba, Picassos cubanos emparentados con los de Málaga;
Mariano Vergara, Vicepresidente de Unicaja;
Varadero, Cuba

En año y medio. el nuevo ejecutivo destina 500.000 a subvenciones; unos 300.000 son para la CEM"

joyero Andrés García Martínez. Poco después, M.L., trabajadora de esa casa desde 1975, recibe el aviso de que debe cambiar de ubicación, una decisión que se justifica en que "el nuevo presidente desea incorporar a la Cámara a su secretaria de confianza". M.L., que ostenta hasta entonces el cargo de jefa de gabinete de Presidencia y Protocolo, acepta el nuevo emplazamiento, pero pronto ve cómo se le arrinconan y anula en sus funciones. "Me tenían parada todo el día, no se me hace ningún encargo, y mis atribuciones las asume el nuevo gerente".

M.L., por mediación del sindicato UGT, denuncia su situación ante la Inspección de trabajo, que ordena su reposición en las mismas condiciones previas al cambio de ubicación. Entonces se le confieren una serie de funciones, que estaban, a su juicio, "muy por

ponsables de la Cámara de Comercio, dicta un auto por el que ordena la finalización de la relación laboral, en cumplimiento del artículo 138 de la Ley de Procedimiento Laboral, por la cual, a instancia del trabajador, éste tiene derecho a extinguir su contrato. Una medida que la trabajadora ni sus abogados solicitaron en ningún momento. Al contrario, se pidió expresamente la aplicación del artículo 239, que obliga a la empresa a restituirla en sus funciones.

Los abogados de M.L. han solicitado que se revoque el auto. "El juez se ha equivocado, yo no pedí que se extinguiera la relación laboral, y por culpa de esta decisión estoy en paro desde julio". Además, señaló que tiene reconocido un régimen especial de inamovilidad, por pertenecer a esta institución en un periodo anterior a 1993.

el uso que van a recibir esos fondos. Asimismo, apunta que la Cámara concede ayudas a diversos colectivos con representación en el pleno, que tienen como finalidad patrocinar actos sociales propios de éstos.

La Fiscalía también investiga la concesión de programas educativos de la Cámara, financiados por la UE con fondos de los programas Interreg y Artepyme, y dotados con 2,3 millones de euros, a empresas relacionadas con miembros de la Asociación de Centros de Estudios Privados de Málaga (ACEPMA), miembros a su vez del Pleno de la Cámara. "Teóricamente es legal, porque está aprobado por el pleno de la Cámara".

"PICASSOS NEGROS"

A principios de abril de este año se llevó a cabo una misión institucional a Cuba para la

presentación del proyecto de "los Picassos negros", un estudio sobre los parientes americanos del pintor que viven en la isla, y sobre los que se presentó un documental en el la edición del año 2000 Festival de Cine de Málaga. Hasta allí se trasladan, poco antes de Semana Santa, con el patrocinio de la Cámara y a petición de Mariano Vergara, vicepresidente de Unicaja y presidente de la Fundación Unicaja, el mismo Vergara, el vicepresidente de la Cámara, Rafael García Padilla, y dos personas más, según consta en el acta del pleno en el que la entidad aprobó el presupuesto de esta actividad. La estancia

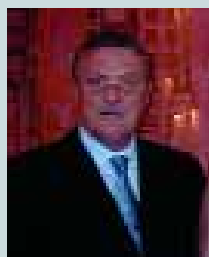
puso este punto en el pleno y se aprobó". Actualmente, el fiscal jefe de la Audiencia Provincial mantiene abiertas diligencias de investigación por estos hechos.

LA HORA DE LA MODA

Éste no es el único caso que implica a la Cámara con presuntas tramas de gastos irregulares de fondos públicos. Un profesional, P.P., que participó en la organización de la pasada edición de la pasarela Malaka, celebrada el pasado 28 de marzo en el Palacio de Congresos de Torremolinos, ha denunciado una serie de irregularidades acaecidas duran-

"En una conversación posterior, la secretaria expuso que ese dinero estaba inmovilizado y guardado", explica.

Sin embargo, tres meses después del desfile, las vestidoras que participaron en el mismo, y que recibieron el encargo por mediación del denunciante, aún no habían cobrado sus honorarios, por lo que P.P. reclama a FECOMA que con el medio millón de aquella factura, "supuestamente destinado a prever futuros gastos", se pague su salario a las costureras que participaron en el pase. "Sin embargo, en la Federación sólo me constataron que ese dinero ya no se podía



“Con motivo del proyecto de los ‘Picassos negros’, el vicepresidente de Unicaja, Mariano Vergara, el vicepresidente de la Cámara, Rafael García Padilla y dos personas más, viajaron a Cuba con el patrocinio de la institución”

tuvo una duración de unos ocho días. Ambos vicepresidentes disfrutaron de vuelo en gran clase (unas 600.000 pesetas por ocupante) y alojamiento en suite, al menos el de Unicaja. García Padilla fue el encargado de introducir este punto en un pleno, a posteriori, de la institución, con un presupuesto, según consta en el acta, de 15.000 euros, "y nada de esto tiene que ver con los cometidos de la institución".

Asimismo, M.L. asegura que "el secretario general advirtió de la ilegalidad de esta iniciativa en el comité ejecutivo", su principal órgano de gobierno. "Se anunció que esta actividad se había llevado a cabo, a toro pasado, por lo que los gastos estaban ya hechos, y eso desencadenó la protesta del secretario, por cuanto se había dispuesto de 15.000 euros sin autorización previa. Después se

te la organización de este evento, y que involucran tanto a FECOMA, Federación de Comercio de Málaga, como a la propia Cámara.

La empresa con la que colabora P.P. "recibiría por su labor en la pasarela 6.000 euros. Sin embargo, la secretaria de la Federación de Comercio, me pidió que emitiera una factura personal, por otros 3.000 euros, puesto que, supuestamente, todos los gastos de desplazamiento, dietas, etc, estaban saliendo de las arcas de la Federación, y en previsión de futuras incidencias. La Cámara pagó la factura y yo le entregué esa cantidad a FECOMA". No obstante, de esa aportación no existe constancia documental, puesto que por parte de la asociación no se emitió ningún tipo de recibo, que P.P. achaca a una "cuestión de confianza" entre ambas partes.

tocar". P.P. escribe entonces una carta a la Cámara de Comercio en la que relata lo sucedido, y posteriormente mantiene una entrevista con su secretario general. Éste, por su parte, emite un informe y junto a la carta lo pasa al presidente y al gerente. Ante la ausencia de respuesta por parte de esta entidad, P.P. puso estos hechos en conocimiento de la Fiscalía. La denuncia fue ratificada recientemente, por lo que ya se han abierto diligencias informativas.

P.P. también expone que tiene conocimiento de casos similares acontecidos en torno a esta iniciativa, apuntando que "FECOMA se excedió en un 290 por ciento del presupuesto destinado a este acontecimiento, que ha superado los 50 millones de pesetas, aunque todavía quede gente sin cobrar".



Qum distribuidores de *— nueva línea —*



QUM ES MÁS

Qum es diseño. A tu estilo. A tu forma de vida. A tu gusto. Qum es calidad. Los mejores materiales. Las líneas más puras. Qum es servicio. Proyectos a tu medida. Transporte. Instalación. Qum es garantía. De servicio. Qum es precio. Porque el mejor diseño no tiene por qué ser el más caro. Qum es más. Mucho más.

Qum
muebles

MUNDO
INTERIOR

ALGECIRAS
Juan Morrison 33, 35
Tel.: 956 66 49 99
Fax.: 956 63 23 38
11201 Algeciras

GRANADA
Camino Ronda 64, 66
Esq. Alhambra
Tel.: 958 26 16 25
Fax.: 958 25 79 49
18004 Granada

HUELVA
Alameda Sundheim 20
Tel.-Fax.: 959 28 01 72
21003 Huelva

JAÉN
Paseo de la Estación 58
Tel.-Fax.: 953 26 23 10
23007 Jaén

MÁLAGA
Horado Iengo 19
Tel.: 952 33 19 04
Fax.: 952 35 06 12
29006 Málaga

FUERTEVENTURA
Scandinavo Alonso, 51
Tel.: 928 53 27 68
29600 Puerto del Rosario
(Fuerteventura)

www.qum.es
606 43 68 59

Cosmópolis

Contemporánea

EL OBSERVADOR



La modernidad de Málaga ha generado un amplio y no pocas veces agrio debate en los medios de comunicación y entre los artistas, intelectuales y políticos, incluso, en ocasiones, arquitectos.

Una vez más, el observador, fiel a la ciudad donde nació y a la que se debe, se implica y demuestra lo que se debe saber como verdad: ser absolutamente moderno no es una obligación, sino facultad connatural del ser de malagueños y malagueñas

a discusión sobre la modernidad de los actos, los lugares o las personas tiene que cruzarse forzosamente con alguna definición de lo que es moderno, o por lo menos la consideración clara de qué no lo es.

El diseño, la arquitectura, el urbanismo son elementos que en los últimos años sirven de patrón de modernidad. Que una ciudad participe de determinadas tendencias le inserta en una forma de actualidad que puede no ser contemporánea ni moderna. Del otro lado, cabe imaginar la voluntad de modernidad cuando surgen en una ciudad imágenes que pretenden participar de un discurso de tendencia por importación de sus maneras. De ahí cabe deducir que la idea de inventar un sistema ficticio de señales de tráfico falsas es un indicador de un espíritu absolutamente moderno.

La señal de red básica que se ha instalado por Málaga muestra en su desperdiciamiento que la falta de regularidad debería ser un factor a tener en cuenta en el retrato mental del espacio urbano, y que el sentido común debería haber impedido ponerla al lado de lugares o elementos que no precisan de señalización. La sobredeterminación de la señal marca, sin embargo un hito que, conviene recordar nos deja más cerca de la extenuación y el pos-sosiego que ésta proporciona de forma gratuita.

En Málaga, la rehabilitación de calle Larios ha supuesto un revulsivo social, pero difícilmente puede considerarse moderna una intervención urbana que emplea determinado mobiliario urbano y tiene en cuenta el paso de la tradición más pesada. Las farolas de calle Larios no son imposiblemente modernas porque nada tengan que ver con la idea ni la realización de la farola de una ciudad actual, sino por unas condiciones de vida que no pueden permitir el acceso ni a la figura de esa farola (su concepción y diseño, tan claramente surgidos de una interpretación estreñida de la herencia funcional-decorativa del siglo pasado) ni al número en que se manifiesta por una calle pensada para que la pisen sólo viandantes, desfiles procesionales de semana santa, y familias sometidas al rigor etílico de la feria estival.

Pero sí se ofrece modernidad en largos tragos desde el momento en que admitimos como parte de ella la facultad de desorganizar las fuerzas a partir del exceso, la saturación, y la exageración, ese quedar exhaustos

tan característicos de las sociedades de la opulencia, de la que Málaga es subíndice, pero en cuyos síntomas la ciudad se percibe entregada y exultante.

Málaga ofrece sinuosas imágenes de sus fluctuaciones, derivas y naufragios. El uso de los contenedores de recogida de envases para reciclar, por ejemplo, es un almacén de datos sobre este asunto y su reciente incorporación aún no ha permitido estudios de campo realizados por profesionales o por grupos de guerrilla urbana

El aspecto interior de los contenedores de residuos induce a otorgar una nota al autor del diseño y a los políticos que han aprobado su instalación sin contemplar otras posibilidades. De su proliferación por las calles creando un intenso ruido visual, reduciendo los espacios de circulación y estacionamiento de personas y vehículos (en una ciudad en que el reparto de espacios entre ambos es de un desequilibrio estentóreo), son responsables los silencios que los políticos, los medios de comunicación y las organizaciones ciudadanas suelen sobrevalorar confundiendo a propósito con la aceptación. La imagen del interior del contenedor amarillo ofrece otras márgenes. Desde la irrupción del supermercado en el centro de la ciudad, el consumo de grandes marcas ha cedido al empuje de las *marcas blancas*. La marca de la cadena le puede estadísticamente a otras de mayor tradición, incluso en el caso de que la segunda pueda estar en oferta de precio bajo durante unos días. Hasta en las zonas de mejor economía de la ciudad, abundan los productos de segunda marca frente a otros, que, por mayor precio son abandonados, sin tener en cuenta si existe o no diferencia de calidad. Lo barato vale.

Los contenedores también pueden ser observatorios del comportamiento frente a cuestiones de ecología y conciencia de conservación. Las cifras de la institución no pueden ser muy fiables, pues hasta ahora la empresa de recogidas ha sido incapaz de establecer un ciclo de vaciado y renovación verdaderamente eficaz. A expensas de que en el futuro se regularice, más que observar por fuera, se impone observar el interior.

Un contenedor de papel tomado al vuelo nos ofrece sin duda un signo mayor de uno de los factores que en la actualidad sirven de medidor de modernidad. El material impreso domina en este tipo de contenedor, lo que da idea del nivel de desarrollo local. Periódicos, revistas y cajas. Que entre esos papeles figure sólo un logo institucional y que sólo se vea una vez es todo un acontecimiento en comparación con lo que ocurre en el exterior, tan extenuantemente plagado de imagen corporativa. Junto al logo se puede encontrar el resto de una caja que marca su origen en el extranjero, o deducimos de la ilustración de portada que lo que contuvo es un aparato de cocina que tiene su equivalente nacional pero que en concreto es de otro país y de otra cultura, por muy implantada que esté su gastronomía en nuestra memoria y en nuestros hábitos.



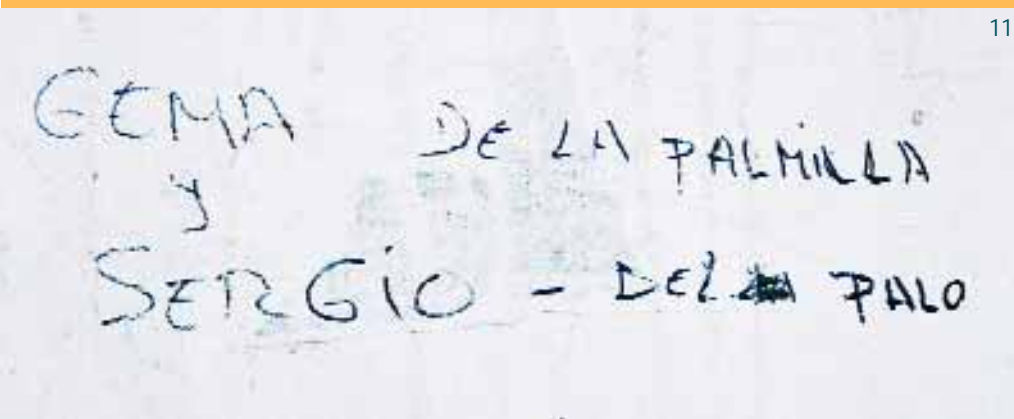
Los contenedores de reciclaje desvelan la ciudad multicultural que aspira a mucho más que a consumir foraneidad y devolver exotismo controlado. Acentuado el fenómeno de la transdistancialidad a resultas de los vehículos a reacción y las telecomunicaciones, que permiten trasladarse de Málaga a Berlín en 190 minutos por 60 euros mientras que en autobús urbano azul cuesta 80 céntimos y cuarenta minutos trasladarse del Parque a Puerta Blanca, los malagueños ya han incorporado la percepción del exceso de tiempo invertido en lo interno y la fugacidad de cualquier recorrido exterior. La ciudad deja exhausto, incluso a los más jóvenes, que entienden que conocerse y enamorarse a distancia de dos autobuses necesita de una proclama que si no les garantiza la perdurabilidad, son demasiados los impedimentos, al menos les permite consignar su existencia. La presión de la distancia del barrio al centro histórico es cada vez mayor, y la sensación de lejanía duplica la de exterioridad.

El residente nativo de La Palma se considera exterior con respecto a Málaga centro, pero considera la exterioridad del residente nativo de El Palo como otra distinta de la suya. Una relación entre ambos es forzosamente testimonio de la variedad singularizada de periferias que se asientan en Málaga, ciudad indefinidamente multicultural en la pluralidad de sus márgenes internos, sobre los que se repliega constantemente a la búsqueda de referentes estables.

El paisaje no los ofrece. El sometimiento de edificios y calles a las leyes del mercado y el de la política a los movimientos de expansión de las empresas constructoras o inmobiliarias, han acabado por quebrar sin solución el sistema de referencias que se convierte en marco común de una colectividad. Nada es menos apreciado que la casa sin habitar ni reparar desde hace décadas, pese al afecto que existe por las casas antiguas, y pese a la creciente angustia social por los precios de la vivienda.

A la búsqueda de otros elementos imbricados en el memoria sentimental de los habitantes de la ciudad es difícil encontrar menciones a jardines o parques. A la escasez en número se une el poco uso. Puertaoscura o Pedro Luis Alonso tienen en el fotógrafo de boda su mayor usuario. A la vista está que ningunpo de ese oficio ha sido capaz de extraer una colección de bomarcismos locales de valor público. Para esto hacía falta un Bomarzo y la ciudad no ha logrado desarrollarlo, pese a gozar de las condiciones, ni importando jardineros, ni llenando de figuras nómadas los pocos que hay. La variedad y amplitud de especies que han mostrado su acuerdo con arraigar en Málaga, así como la diversidad de sus orígenes, sería razón suficiente para haber convertido la ciudad en una comunidad floral. Pero el español ama el hacha, y tiene aquí un extremo de grandeza; del leñador al albañil hay una distancia que se tarda en recorrer varios siglos. En la hora de la fundación de la sociedad transdistante, Málaga ya había llegado.

1. Interior del contenedor amarillo
2. Interior del contenedor de papel
3. Edificio del Banco de España.
4. Edificio en calle Compañía
5. Bar El Cafetín; justo enfrente de la salida de los juzgados del palacio de Miramar; una de las vistas de Málaga más televisadas en los últimos años
- 6 y 7. Esculturas que adornaban los jardines de calle Alcazabilla.
8. Señal de red básica junto a unos contenedores en el Paseo Marítimo. A la ficcionalidad de la estructura Red básica, se une la imposibilidad de aparcar en ese punto, y la negativa rotunda de cualquier conductor a hacerlo.
9. Campaña municipal del día del maltrato a las mujeres. Un diseño moderno y de plena actualidad, según los políticos que lo han aprobado.
10. Señal en la Acera de la Marina que indica cómo llegar al museo picasso. Indispensable.
11. Pintada en la plaza del Teatro, junto a la tienda de muebles



BÚLETÍN DE INSCRIPCIÓN

Quiero colaborar con las actuaciones de Payasos sin Fronteras en campos de refugiados y zonas de conflicto.

Colaboración socio/a artista voluntario/a

Nombre _____
Apellidos _____
Calle _____ núm. y piso _____
Población _____
Código postal _____ Provincia _____
Teléfono _____ NIF _____
e-mail _____
Profesión _____
Fecha de nacimiento _____
Nombre de la compañía _____

Deseo formar parte de Payasos sin Fronteras como:

- socio/a:
 6€ cada mes 10€ cada mes 20€ cada mes
 otros importes trimestrales, cuatrimestrales o anuales
(con un importe mínimo de 30€)
 donante _____ € anual
_____ € única

* Por domiciliación bancaria

Señores, les agradecería que con cargo a mi cuenta o libreta, hagan efectivo hasta nuevo aviso, los recibos que a mi nombre presente Payasos sin Fronteras.

Banco/Caja _____
Calle _____ núm. _____
Población _____ código postal _____
Cuenta / libreta número _____
entidad _____
cifra. control número de cuenta _____
Fecha _____ Firma _____

* Con talón bancario a nombre de Payasos sin Fronteras

* Por transferencia bancaria a:

La Caixa: Agencia nº 3131-DC: 10- CC: 2200129444
Banco de Sabadell: Agencia nº 59-DC:21 -CC: 11111-20
Caixa de Catalunya: Agencia nº 0500-DC:18- CC: 02333333-80

He conseguido este boletín en: _____

Como socio/a, artista expedicionario o voluntario/a de Psf recibirá información regular de las actividades en curso.

Y si queráis saber más: **93 324 84 20**

Enviar este boletín a: **PSF Andalucía.**

Payasos Sin Fronteras Fany Sola.

c/ del Roser 74 c/ Veleiro, 2 3-1

08004- Barcelona Mezquitilla.



SRA. UNESCO: LA RISA,
PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD

paYaSoS SiN fRoNteRaS

Es una ONG que organiza expediciones de payas@s y otr@s artist@s para hacer reír a aquellos que viven en campos de refugiados o en zonas de conflicto, especialmente los niños y las niñas, haciendo así que su situación sea más soportable.

Si te haces soci@
TÚ también SENTIRÁS
SUS RISAS y verás que
no hay sonido mejor ;-)

Web

www.clowns.org

E-mail

psf@clowns.org

Se imaginan ustedes a **Joaquín Ramírez**, presidente del **Partido Popular** de Málaga, tomando la palabra en un consejo de administración de **Unicaja** -en el cual se sienta por sus innegables capacidades para los números, claro- y pidiendo al respetable en el turno de preguntas y respuestas que le quiten la publicidad de **Unicaja** a una revista porque ésta es mala? ¿Cuándo? ¿En dónde? ¿A cuál revista? ¿Que no importa el cuándo ni el dónde pero sí que la revista era EL OBSERVADOR? ¿Eso es verdad? ¿Que un político que se sienta en el consejo de administración de una entidad bancaria que no es privada y que maneja dinero de todos y que se sienta precisamente allí por ser eso, político, es capaz de hacer esa petición? ¿Que qué de la libertad de expresión? ¿Que seguro que los otros políti-

PREGUNTAS CON RESPUESTAS

¿Unicaja es dios?

Fernando Rivas

cos que también se sientan allí por ser políticos y no por otra razón protestaron porque se iba a quitar la publicidad a una revista por razones políticas? ¿Que en ese consejo de administración de **Unicaja** hay políticos de todos los pelajes y que ninguno dijo ni pío? ¿Que también forman parte de él sindicalistas? ¿El qué? ¿De dónde? ¿Con el consentimiento de todos estos? ¿Sin protestas ni curiosidad? ¿Ni los de izquierdas se movieron por aquello de la cosa atávica? ¿Que ni pío, pío? ¿Que qué izquierda? ¿PSOE, dices? ¿Qué sindicato? ¿El qué? ¿Estás loco? ¿El Braulio? ¿Ese hombre tan chupado de cara ahora? ¿Que qué dijo? ¿Que claro, que aquello ya estaba previsto, por supuesto? ¿Eso es imparcialidad? ¿Qué? ¿En dónde? ¿Unicaja, dices? ¿Borracho? ¿Tú? ¿Yo? ¿El Braulio no, por dios? ¿Joaquín Ramírez? ¿Su hermano? ¿El de quién? ¿Sí? ¿Otro día? ¿Pero no crees que debe excitar -lo de la erótica esa- eso de saberse tan poderosillo como para poder quitar/dar publicidad -dinerito- a unos desgraciados sí y a otros no? ¿Que **Unicaja** no hace eso? ¿Ecuánime? ¿Qué...? ¿Que qué...? ¿Cómo...? ¿Esa risa? ¿Unicaja? ¿Tantos millones en qué? ¿Estás seguro? ¿Para qué libertad de expresión dices? ¿Para ese sólo? ¿Tú estás seguro? ¿Con ese careto? ¿Que luego han mandado una carta patética a EL OBSERVADOR diciendo que cómo se ponía publicidad si no había previsto presu-

HEMEROTECA

Una de cartas

La carta al director que incluimos en nuestra querida y solicitada sección **Hemeroteca**, se publicó en el diario **La Opinión de Málaga** el pasado martes día 25 de noviembre, y en el diario **Sur** al siguiente jueves día 27. La ofrecemos por dos, o tres, o cuatro... o varias razones.

La primera, como ejemplo de lo que deben hacer los ciudadanos: quejarse cuando no les parece bien algo, sobre todo si la queja está expresada de forma tan amable y educada como la de este señor. Por nuestra

siva. Es decir, que en **Sur** le han quitado la parte que puede herir la sensibilidad del lector, lo cual, posiblemente, haya que agradecer con una oración, porque ya se sabe que una cosa es la libertad y otra el libertinaje, y ese párrafo podría conducirnos en masa y en desorden a no se qué cotas de..., de..., de... ¿de qué?

La tercera razón por la que la incluimos en esta página es para que nos sirva de ayuda para reflexionar sobre los davisés y los goliases, lo vano y lo rebano, lo lustre y

Mariano Vergara, del Partido Popular y por esa razón Vicepresidente de Unicaja y Presidente de la Fundación Unicaja, patrocinadora de las funciones de la



ópera *La Bohème*, que han sido algo chuchurrías y que han tenido lugar en el teatro municipal Miguel de Cervantes, gerenciado por Salomón Castiel, los pasados 21 y 23 de noviembre.



Joaquín Ramírez, presidente del Partido Popular de Málaga. Político que utiliza el consejo de administración de Unicaja, del que es miembro por la razón de que es del PP, para que, con el apoyo de las demás fuerzas políticas y sindicales presentes en

él, retiren la publicidad de la entidad bancaria a los medios de comunicación que no le gustan. En estos días Joaquín Ramírez está de actualidad por las manifestaciones efectuadas contra él por la ex alcaldesa de Estepona.

parte, corroboramos lo que expone el corresponsal en su carta: una patética actuación del coprotagonista de la ópera *La Bohème* en la función del domingo 23 de noviembre en el Teatro Cervantes -¿un tenor? en el papel de Rodolfo-, del que no se puede decir que lo hiciera mal... en realidad no se puede decir nada... desde la fila 11 ya no se notaba que estaba allí cuando la orquesta atacaba -con perdón- algún fragmento en el que le correspondía actuar. Ese día, por no oírse, no se oía ni la megafonía de la sala, y el público asistente no pudo ni escuchar eso de "apaguen sus móviles y tal...". [La Fundación Unicaja, entidad colaboradora del evento, debería medir un poco más la calidad de la oferta cultural que patrocina, a no ser que todo le importe un pepino, claro, con lo cual estaría en su elemento].

La segunda razón por la que traemos a colación la misiva es por la curiosidad que despierta la diferencia de tratamiento con la que se ha publicado en uno y en otro diario de la ciudad. En **La Opinión de Málaga** se lanzan a la aventura y la publican íntegra, y así la reproducimos nosotros también, con un par o con una inconsciencia. En el diario **Sur**, por el contrario, se ve aliviada del párrafo en el que el señor Berrocal expresa su queja de una forma más salvaje y explícita -nosotros lo señalamos en negrita y cur-

lo pringao, lo con barba y lo afeitao, la grandeur y la pequeñeur, ... que es el objeto de nuestra homilía, digo... de nuestra sección [aquí, haciendo un alarde de innovación periodística, hemos introducido una nueva sección dentro de nuestra habitual sección, y la llamamos...: **Con ellos no**] de hoy. Porque no cabe duda que ser institución o personalidad, que son los dos sustantivos con los que en los medios de comunicación serios, claro, se refieren a las empresas y a las personas importantes de nuestra sociedad, conlleva una responsabilidad tal que sólo si eres una institución o personalidad de verdad de verdad de la buena, consigues llevar, sin temblor alguno, esa pesada púrpura con dignidad. Así, y siempre por el bien de..., de..., de..., por el bien, digo, y sin que a nadie le tiemble un bolígrafo se puede tachar de una carta un párrafo, y sin que a nadie le tiemble un euro de la cara se suprime la inserción de publicidad en una revista. Pero todo por el bien... ese. Y todo se hace por **Málaga**, y por **Picasso**, y por su revolución nacional... -esto es ya demasiado, ¿no?

La cuarta razón es para poder decir, sin ningún tipo de rubor: ¡Viva la ciudad de **Picasso**! ¡Viva **Málaga**! ¡Viva que somos los primeros delante de los primeros! Y ¡viva el viva!



[ciudad de arte contemporáneo
contemporary art village]



EL OBSERVADOR

Cartas al director

Más Ópera en Málaga

No es mi intención aguar una fiesta que celebraría que para muchos hubiera sido de legítimo gozo, pero que a otros nos obliga, una vez más, a denunciar esa situación -ahora, además, en franco retroceso, tras años de enquistamiento-, que son las representaciones de ópera de Málaga, por si eso ayudara a hacer reflexionar al gerente del Teatro Municipal Miguel de Cervantes, sobre todo cuando hay una ciudad que, literalmente, se vuelca en la ópera, como demuestra el hecho de que a las tres horas del primer día de venta estuviera agotado todo el aforo. Por cierto que el que suscribe, ni aún habiendo iniciado la cola a las seis de la mañana, junto a otro ciudadano y a pesar de las explicaciones de ese modelo de afabilidad y cortesía que son los empleados del Cervantes, pudo adquirir ninguno de los ocho palcos de seis

localidades del primer piso- siendo el primero de la fila- cuando se entiende que la venta telefónica y la taquilla han de ser simultáneas, con precisión cronológica, siguiendo el más mínimo principio de equidad.

Pero al margen de la anécdota personal y expuesta la evidencia de que esta ciudad se interesa por la ópera y demanda más títulos y representaciones, cuando no un festival que -¿por qué no?- podría aprovechar como nombre el 'tirón' Picasso, lo poco que nos va quedando hay que mostrarlo con dignidad y no ese espectáculo (con generosidad rozando sólo el aprobado) de una Bohème con un Rodolfo lamentable, truculento, incapaz de salvar los más mínimos escollos del personaje, una Musetta excesiva en gesticulación, tal vez para compensar el matiz chirriante que no puede desprender de su voz y una dirección de escena inoperante y estática, que durante todo

el segundo acto sometió a nuestro espléndido Coro de Ópera al irrelevante papel de espera quieta y ordenada del paso del desfile militar. Menos mal que el buen hacer de la OFM -¿por qué siempre tan 'sosa' en el primer acto de todas las óperas?- y los personajes representados por Carlos Bergaza y Stefano Palatchi, junto al mencionado Coro de Ópera, nos dejaron la parte amable de la representación.

La ¿temporada? de ópera entra en hibernación hasta finales de marzo. ¿Qué nos deparará 'Romeo y Julieta' si para entonces -¡ojalá no!- Ainoa Arteta no hubiera podido superar los problemas personales que, momentáneamente, la tienen retirada de la escena?

Francisco Jesús Berrocal Díaz
Málaga

El ex concejal en su laberinto

He estado asistiendo al juicio con

Fotocopia del DNI del remitente y con la SUR se reserva el derecho de publicar. Se. No se devolverán los originales ni se

as son para usted. Gracias,
Christine,
Carmen Garrido Lloret
Málaga

Opera en Málaga

No es mi intención aguar una fiesta que celebraría que para muchos hubiera sido de legítimo gozo, pero que a otros nos obliga, una vez más, a denunciar esa situación -ahora, además, en franco retroceso, tras años de enquistamiento- que son las representaciones de ópera en Málaga, por si eso ayudara a hacer reflexionar al gerente del Teatro Municipal Miguel de Cervantes, sobre todo cuando hay una ciudad que, literalmente, se vuelca en la ópera, como demuestra el hecho de que a las tres horas del primer día de venta estuviera agotado todo el aforo. Por cierto, que el que suscribe, ni aun habiendo iniciado la cola a las seis de la mañana, junto a otro ciudadano y a pesar de las explicaciones de ese modelo de afabilidad y cortesía que son los empleados del Cervantes, pudo adquirir ninguno de los ocho palcos de seis localidades del primer

piso -siendo el primero en la fila- cuando se entiende que la venta telefónica y la taquilla han de ser simultáneas, con precisión cronológica, siguiendo el más mínimo principio de equidad.

Pero al margen de la anécdota personal y expuesta la evidencia de que esta ciudad se interesa por la ópera y demanda más títulos y representaciones, cuando no un festival que -¿por qué no?- podría aprovechar como nombre el "tirón" Picasso, lo poco que nos va quedando hay que mostrarlo con dignidad.

La ¿Temporada? de ópera entra en hibernación hasta finales de marzo. ¿Qué nos deparará "Romeo y Julieta" si para entonces -¡ojalá no!- Ainoa Arteta no hubiera podido superar los problemas personales que, momentáneamente, la tienen retirada de la escena.

Francisco Jesús Berrocal Díaz
Málaga

■ **ACLARACIÓN.** En la tabla sobre cuantía de pensiones mínimas y sus aumentos para 2004 publicada ayer en la página 33, las cifras de las de jubilación para 'menores de 65 años con cónyuge a cargo' son, en realidad, las que aparecen bajo el epígrafe 'menores de 65 años sin cónyuge a cargo', y viceversa.

Versión de La Opinión

Versión de Sur

puesto para ello durante este año 2003? ¿Sería que se ponía porque la iban pagando según se les facturaba y según consta en las transferencias bancarias que han hecho? ¿Que qué chungo, no? ¿Pero porqué no dicen que nos quitan la publicidad porque les sale de los... esos, ya sabes..., cómo es...? ¿Que no los tengo? ¿Que qué bonita es la Navidad con nieve? ¿Con nieve todo es más bonito? ¿Que así debe ser? ¿Que te recuerde un chascarrillo de alguien que se presenta en las listas de un rectorable de la Universidad? ¿Cuántos quieres que recuerde? ¿Para cuándo? ¿Después? ¿Y que tiene que ver eso y esto? ¿Mala leche? ¿Venganza? ¿Toda? ¿"Toa, toa, toa..."? ¿Con esa clase? ¿Con otra clase? ¿Hasta los huevos? ¿Pero si somos una mierda, no? ¿Que sí pero a nadie le gusta que se lo digan? ¿Que no? ¿Que sí pero que uno está hasta eso de allí de que los diosillos jueguen a dioses con los desgraciados mortales? ¿Que esto es sólo el principio? ¿Que si sé que soy una mierda? ¿No te lo he dicho antes? ¿Todos, pero todos, todos, todos tenemos qué en los armarios? ¿Fantasmas? ¿No? ¿Eso otro también? ¿A agarrarse? ¿Mala leche, cabreado, revancha, venganza, pataleo, poco ético,...? ¿Sí? ¿Que a todo que sí? ¿Que sí otra vez? ¿Que palante? ¿Vamos? ¿Pues eso?

¿Otra cosa? ¿Sí? ¿Ya ha salido a la calle ese diario que sólo sale a diario cinco días de los siete de la semana? ¿Querrá ser el único diario del mundo que no sale a diario? ¿Y eso

LA CARTA

A continuación, con el título **Más Ópera en Málaga**, reproducimos la carta publicada en el diario **La Opinión de Málaga**, por ser la más íntegra.

MÁS ÓPERA EN MÁLAGA

No es mi intención aguar una fiesta que celebraría que para muchos hubiera sido de legítimo gozo, pero que a otros nos obliga, una vez más, a denunciar esa situación -ahora, además, en franco retroceso, tras años de enquistamiento-, que son las representaciones de ópera de Málaga, por si eso ayudara a hacer reflexionar al gerente del Teatro Municipal Miguel de Cervantes, sobre todo cuando hay una ciudad que, literalmente, se vuelca en la ópera, como demuestra el hecho de que a las tres horas del primer día de venta estuviera agotado todo el aforo. Por cierto que el que suscribe, ni aún habiendo iniciado la cola a las seis de la mañana, junto a otro ciudadano y a pesar de las explicaciones de ese modelo de afabilidad y cortesía que son los empleados del Cervantes, pudo adquirir ninguno de los ocho palcos de seis localidades del primer piso -siendo el primero de la fila- cuando se entiende que la venta telefónica y la taquilla han de ser simultáneas, con precisión cronológica, siguiendo el más mínimo principio de equidad.

Pero al margen de la anécdota personal y expuesta la evidencia de que esta ciudad se interesa por la ópera y demanda más títulos y

representaciones, cuando no un festival que -¿por qué no?- podría aprovechar como nombre el "tirón" Picasso, lo poco que nos va quedando hay que mostrarlo con dignidad [el texto que sigue a continuación, en cursiva y negrita, ha desaparecido de la carta publicada en el diario Sur] y no ese espectáculo (con generosidad rozando sólo el aprobado) de una Bohème con un Rodolfo lamentable, truculento, incapaz de salvar los más mínimos escollos del personaje, una Musetta excesiva en gesticulación, tal vez para compensar el matiz chirriante que no puede desprender de su voz y una dirección de escena inoperante y estática, que durante todo el segundo acto sometió a nuestro espléndido Coro de Ópera al irrelevante papel de espera quieta y ordenada del paso del desfile militar. Menos mal que el buen hacer de la OFM -¿por qué siempre tan "sosa" en el primer acto de todas las óperas?- y los personajes representados por Carlos Bergaza y Stefano Palatchi, junto al mencionado Coro de Ópera, nos dejaron la parte amable de la representación.

La ¿temporada? de ópera entra en hibernación hasta finales de marzo. ¿Qué nos deparará "Romeo y Julieta" si para entonces -¡ojalá no!- Ainhwa Arteta no hubiera podido superar los problemas personales que, momentáneamente, la tienen retirada de la escena?

Francisco Jesús Berrocal Díaz, Málaga

EL ARCELVANAB



EL UDJEKVADUK

es diario? ¿No será que es un diario periódico? ¿O un periódico diario? ¿Que no es lo mismo? ¿Alguna relación con la salida a la calle del segundo periódico gratuito de Málaga? ¿Sí? ¿Alguna? ¿El que era el coordinador de la redacción de EL OBSERVADOR hasta el número anterior y la mitad de éste ya no lo es porque ahora es parte del equipo del nuevo periódico? ¿Sí? ¿Y qué tal? ¿Algo mosqueante cuando dijo que él "no podía figurar en una revista en la que se ponía mal a gente que le podía dar trabajo"? ¿Quiso vender que le habían llamado de ese diario tan importante para trabajar en él? ¿Que lo que hicieron fue contestar simplemente a las peticiones de trabajo que él había hecho antes? ¿Pero quiso vender lo otro? ¿Sí? ¿Pero cualquiera puede irse de donde quiera, no? ¿Sí? ¿Y eso era lo que se había acordado? ¿Un aviso de quince días para marcharse? ¿Como dice la ley y como tiene que hacer una empresa por cojones con los trabajadores? ¿Que los trabajadores con la empresa no? ¿Que él debe saberlo porque es muy sindicalista? ¿Muy sindicalista? ¿Muy combativo? ¿Muy ético? ¿Que estaba cerrando las páginas de la revista y que tenía 20 o 25 empanadas que él tenía que terminar directamente? ¿Por no hablar de otras gestiones de trabajo que llevaba exclusivamente él? ¿Qué dijo que se iba y se fue? ¿Pero no lo teníais ya hablado? ¿Pero que se iba ya, sin avisar y dejando todo patas arriba? ¿Dejando todo colgado? ¿Seguro? ¿Tan ético? ¿Que se fue? ¿Que por la mañana estaba donde la revista y que por la tarde estaba haciéndose esa foto que salió en el diario en la que le da vergüenza mirar al objetivo? ¿Y es parte de un equipo formado en dónde? ¿Aquí ha estado dos años, otro más en Madrid estudiando y terminó la carrera hace tres o así? ¿Ah, unas prácticas hace tres o cuatro años? ¿Sí? ¿Eso es formado en el equipo de no se qué? ¿Pero sí es ético, no? ¿Muy ético? ¿No dice que no puede escribir mal de alguien que le pueda dar trabajo? ¿Sí? ¿Eso está bien, no? ¿Que si lo hubiera hecho al revés qué? ¿Ellos y nosotros? ¿Nosotros los grandes y ellos los chicos? ¿Que sí? ¿Que entonces también hubiera dejado colgado a los otros sin importarle un huevo? ¿Sí? ¿Pero nosotros somos los mierdas de verdad, no? ¿Que esto es como lo de antes de **Unicaja**? ¿Que qué tiene que ver? ¿Hasta las tetas de que a los enanos se nos pueda hacer lo que quieran tanto los que se creen grandes y lo son como los aprendices de payasos grandes?

¿Que esto es así? ¿Que jode? ¿Sí? ¿Cabreo? ¿Y ellos más? ¿Claro? ¿Cómo? ¿Pa despotricar? ¿Si algún medio en general o algún profesional de los mismos en particular tiene los cataplines lo suficientemente forrados de amianto y quiere hablar de objetividad informativa que mande un *mail* urgente? ¿Sí? ¿Ni objetivo ni pretenderlo? ¿Mientras todos no tengamos las mismas *armas* no pueden ser *los otros* los que pongan las reglas basadas en chantajes éticos de hay que ser objetivos y así? ¿Yo tengo periódicos, televisiones, radios o lo que haga falta para

que hablen de mi *objetividad* y tú, con tu revistita, *también* tienes que ser objetivo? ¿Pues una mierda? ¿Ni querer ni ser objetivo? ¿Cada uno se lo monta como puede? ¿Un anuncio en una contraportada puede pagar toda una revista y lo que ésta repre-

senta? ¿Hay que ser tonto del culo para creérselo? ¿Sí? ¿Mucho tonto del culo? ¿Sí? ¿Y hay muchos tontos del culo, también? ¿También? ¿Sólo hemos empezado? ¿Seguir? ¿Cuándo? ¿Sí? ¿El próximo? ¿Bien? ¿Muy bien? ¿Me alegro? ¿Sí, no?

PIES DE FOTOS

grandes imágenes



Una *personalidad* o una *institución* -aplicando a ello la descripción que de estos conceptos hacemos en otra parte- adquiere el carácter de *grande*, pero *grande grande*, cuando surgen en la sociedad civil, con formatos irreales pero tremendamente reconocibles, utilidades desviadas del imaginario fenotípico de aquellos, de los *grandes*. En nuestra ciudad constatamos el fenómeno en los *grandes Unicaja* y *Sur*. Pilares de pro de nuestra malagueña sociedad malagueña de Málaga. Y no sabemos por qué, pero la consecución siempre es inmobiliaria. Y de ello hay imágenes.

Edificios Heromar I y II

en HÉROE DE SOSTOA

VIVIENDAS DE 2 Y 3 DORMITORIOS



- 2 CUARTOS DE BAÑO
- PLAZA DE GARAJE OPCIONAL
- PRIMERAS CALIDADES

PRECIO DESDE 99.167 EUROS
(16.500.000) +Gastos e impuestos

Infórmese ahora y escogerá mejor

Información y venta:



GESTORA DE C. DE BIENES Y COOPERATIVA DE VIVIENDAS

C/ Barroso, 14

952 228 371



Murió en mis brazos. Con ella se acabó mi vida; ¡maldito coche que segó de un golpe seco el futuro! La compañera, la amiga, la esperanza y la alegría; la razón de vivir con la que había compartido todo desde donde mi memoria alcanza, se fue en ese momento y con ella lo mejor de mí.

Y allí quedaba yo con el hijo de cuatro años que ella engendró de un padre ausente y ajeno, y que yo había acogido, celebrado y querido como si fuese propio. Nada importa el origen cuando se impone la consciencia del amor.

Jamás su familia aceptó nuestra relación. "Una madre, me decía, siempre espera lo mejor de su hija y eso incluye una boda de blanco". Eramos una pareja ajena a los estereotipos sociales admisibles desde la óptica de su familia, y siempre me tacharon como una persona "desviada" y culpable del camino emprendido por su hija. Ese amargor y la permanente incomprensión llevó a que se rompiesen los puentes.

OPINIÓN

Lo que la Ley ampara

José Aurelio Aguilar Román
Abogado

Sólo eso explica que tras su muerte viniese su familia a rescatar su memoria y llevarse cuanto a ella le pertenecía... y lo hicieron. ¿Es que acaso alguna pareja de jóvenes se para a pensar y preparar la ausencia de alguno de ellos en el futuro? No fuimos una excepción.

Me había abandonado a la suerte y al dolor. Por eso cuando me obligaron a salir de nuestra casa porque era "suya", solo sentí resignación. Sólo desde el rencor se explica que me reclamasen todas y cada una de sus pertenencias; yo he de reconocer que no puse ningún obstáculo a ello.

Fue al solicitar la tutela de su nieto cuando salí del pozo en que me encontraba. Nunca pude adoptar a "nuestro" hijo, pero no iba a permitir que se lo llevasen.

Supe que el final había llegado cuando aquella mañana la locura de la desesperación y de la incomprensión me hizo gritar en los pasillos del juzgado a aquel férreo Juez de "profundas" convicciones, que decía "comprenderme" pero que nada podía hacer. Eran ellos los únicos parientes más próximos, a

ellos les correspondía, la Ley les amparaba. Me sentí a los ojos de todos como si sólo hubiese sido un accidente en la vida de la mujer que tanto amaba y que tanto me dio.

Ahora la vista se me nubla. Al girar mi cabeza pesadamente consigo ver junto al

NOTA:

Hace pocos días nos sorprendió la noticia de que en el Estado de Massachusset el Tribunal Supremo ha reconocido que es inconstitucional prohibir el derecho al matrimonio de las parejas homosexuales.



Por la igualdad de derechos de las parejas de hecho

1

En la sociedad actual, la familia no se constituye exclusivamente sobre la base de una unión matrimonial, sino también sobre unidades de convivencia que han ido surgiendo como consecuencia del ejercicio por los ciudadanos del derecho a regular sus relaciones personales, sin la sujeción a reglas previamente establecidas que condicionaran su libertad de decisión.

Por otra parte, también se han puesto de manifiesto las legítimas aspiraciones de estos ciudadanos a que su opción sexual no supusiera un obstáculo en orden a conformar un núcleo familiar, así como que éste no fuese considerado de forma marginal, sino que quedara plenamente integrado dentro de una sociedad que, al amparo de los principios de libertad y pluralidad, admite sin reparo alguno el derecho a ser diferente.

No obstante, estos nuevos modelos familiares no han recibido un tratamiento jurídico adecuado, hasta el punto de que aún en la actualidad cabe referirse a ellos, con carácter general, como integrantes de una realidad ajurídica.

*771 LEY 5/2002, de 16 de diciembre, de Parejas de Hecho.
Aprobada por el Parlamento de Andalucía*

(De la Exposición de Motivos)

tarro vacío de pastillas una fotografía de nosotras dos cogidas de la mano. No sé si voy ahora a algún lugar; si lo hay estaremos de nuevo juntas las dos allí.

Lástima que nuestros dirigentes de derecha, tan amigos ahora de lo americano, no los imiten también en estos razonamientos.

enormes cambios en la campaña fallida de Carolina España

EL OBSERVADOR

EL OBSERVADOR lleva informando varias números de cómo la campaña pro-reciclaje del Ayuntamiento, que Carolina España Reina aprobó, fue objeto de críticas locales y de una investigación europea (Comisión UE). En los anuncios publicados en octubre, el eslogan ha cambiado, con otros elementos, y EL OBSERVADOR intentó saber la razón preguntando

En octubre pasado reaparece en la prensa la campaña pro-reciclaje y de difusión del contenedor amarillo que puso en marcha el Ayuntamiento de Málaga a principios de año. Sin que haya mediado explicación ni presentación ante la prensa, como es práctica habitual, el Ayuntamiento ha cambiado el eslogan, el texto explicativo y otros elementos.

Tras ver la nueva presentación de la campaña, EL OBSERVADOR intentó informar del cambio y sus motivos, y de nuevo preguntó por quien pudiera responder. La nueva concejala, Purificación Pineda, no quiso hacer declaraciones. Tampoco el director del Área, Juan Carlos Sondermeyer. Al final de la cadena sugerida por el Gabinete de Prensa del Ayuntamiento, esta revista por fin encuentra a alguien que responde, aunque no represente de forma directa a ninguna de las instituciones públicas que pone su logo.

RESPUESTA CREATIVA

María Luisa Rodríguez, delegada en Málaga de la empresa de publicidad encargada del diseño de la campaña, la agencia Eureka NVV Ayer, respondió que ésta es la tercera fase de la campaña, que estaba diseñada así desde el principio, cambio de eslogan incluido. Que la frase "Reutilizar es cosa del pasado" pasa a "Reutilizar forma parte de nuestras vidas" dentro de una evolución coherente de un mensaje promocional determinado.

Según Rodríguez, la primera versión alude a una noción abstracta de pasado, un pasado histórico, y su correcta interpretación es que la reutilización es una actividad de larga tradición cimentada en su práctica a lo largo de los siglos; es decir, que "Reutilizar viene de nuestro pasado". El razonamiento sigue en la segunda parte. Reciclar es el futuro porque aún no se ha implantado su práctica, de ahí que se compare con otra que está asentada, a la que debe parecerse, en ningún caso excluir.

Hasta el momento en que Rodríguez hace estas declaraciones, ningún responsable del Ayuntamiento o representante de la oposición había mencionado, ni de pasada, que la campaña tuviese fases, ni que incluyera estrategias tan innovadoras como cambiar el lema central, el eslogan. Bernardo Pinazo expresó su parecer a esta revista sin aludir a una tercera fase de la campaña, y defiende el eslogan anterior literalmente y sin hablar de evolución hacia su actual redacción. En sus palabras no va implícito ningún conocimiento ni información sobre una tercera fase (ésta) en que el eslogan cambiaría. De hecho, sin anunciar ese cambio previsto, afirma que "en función de lo que disponga [la UE] estudiaremos la forma de proceder".

En el número 39, tras conocer el inicio del expediente de la UE, EL OBSERVADOR publicó las consideraciones del entonces

nuevo y ahora efímero Concejal de Medio Ambiente Bernardo Pinazo. Fue el único responsable que habló, mientras los técnicos que sí estaban cuando la campaña se aprobó, se negaron. Especial interés tenían las respuestas de Juan Carlos Sondermeyer, técnico del área desde hace años, su director actualmente, y cuya opinión goza del máximo respeto en la institución; de hecho, es la que más estima el alcalde.

En su primera aparición, el mensaje central de la campaña [*Reutilizar es cosa del pasado. Reciclarlos, de nuestro futuro*] crea malestar entre las personas y organizaciones locales vinculadas al pensamiento ecologista. EL OBSERVADOR se hizo eco de la polémica, y trajo a sus páginas las críticas de estas personas y entidades. A raíz del reportaje, Carlos Bautista, en ese momento eurodiputado andalucista, tramita una pregunta de Los Verdes a la Comisión Europea, y ésta abre una investigación al Ayuntamiento de Málaga. Tras un tiempo de silencio en que no se insertan anuncios en la prensa, las modificaciones se producen sin que se sepa -ni el Gobierno Municipal informa, ni la oposición se entera- la razón.

Las metamorfosis

La campaña para introducir el hábito de reciclar ha experimentado grandes cambios en su nueva fase, tras unos meses de silencio que coinciden con la investigación de la UE.

Tras el periodo estival, reaparece las inserciones en prensa con serias transformaciones que se adaptan como anillo al dedo a las advertencias y críticas que diferentes entidades, especialistas y militantes ecologistas han hecho.

Destaca la modificación del eslogan, que pasa de *Reutilizar es parte de nuestro pasado. Reciclar, de nuestro futuro* a *Reutilizar [un material concreto por modelo de anuncio, papel, vidrio, envases] forma parte de nuestras vidas. Reciclarlo, también*. Pero hay otros cambios menos evidentes, que no menores, y dan pistas sobre los motivos de que se hayan producido. El texto explicativo incorpora explícitamente la ley de las 3R, y la leyenda que acompaña al dibujo del camaleón, símbolo específico de la campaña, desaparece.

La nueva interpretación, cuya aparición a estas alturas parece inexplicable, cuando hubiese evitado el conflicto con sólo decir al principio de las hostilidades que iba a producirse una tercera fase, y en ella estos cambios, no convence. La afirmación *reciclar es parte del pasado* no puede



Sur, domingo 26/10/03



La Opinión de Málaga, lunes 3/11/03



La Opinión de Málaga, jueves 23/10/03



La Opinión de Málaga, miércoles 17/09/03



La Opinión de Málaga, viernes 7/03/03



Sur, martes 16/09/03

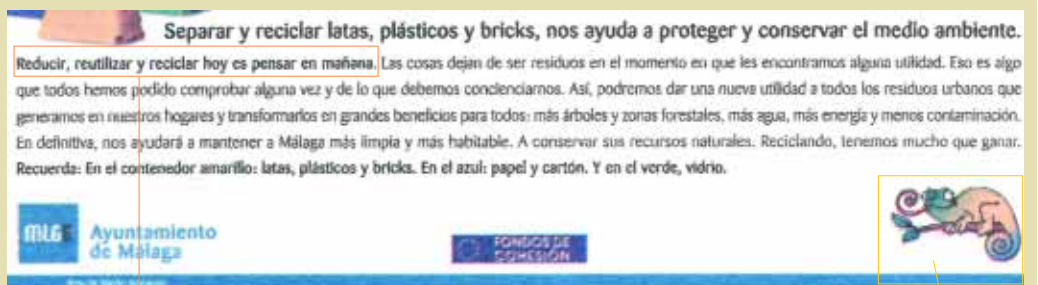
equipararse a ninguna otra que no signifique que es una actividad superada en el tiempo por otras prácticas que la sustituyen; y sobre todo si se dice lo que es propio del futuro. En este caso, reciclar, lo único que debe hacerse.

Una actividad que se describe como propia del pasado no puede serlo del futuro. En eso consiste el mensaje, se propone dejar de reutilizar y sustituirlo por reciclar. Sobre todo, teniendo en cuenta que esta actividad, al contrario que la otra, es muy reciente, y aún más la incorporación de la fase doméstica al proceso general. Lo nuevo (*reciclar*) es el futuro, lo viejo (*reutilizar*), pasado.

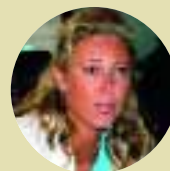
El eslogan de la nueva fase de la campaña contradice el primero: con la construcción *formar parte de nuestra vida* se afirma rotundamente la vigencia de la actividad. Y se remata: *reciclar, también. Reciclar y reutilizar* están en igualdad de condiciones. Y se presentan en el orden natural de los acontecimientos, y en los que marca la UE, *reutilizar* y *reciclar*, la parte final de un proceso que comienza en *reducir el consumo*.

Y al fin: esas prácticas, que no se excluyen, no forman parte de *nuestro pasado*, sino de *nuestra vida*, es decir, son prácticas vivas y necesarias.

El error, grave, de la campaña ha sido incorporar una idea externa; se trataba de estimular el apoyo doméstico al reciclado, y sólo de eso.



La frase que introduce la explicación se ha modificado. Es evidente que antes no sugería en ningún modo el cumplimiento de la *ley de las 3R* en su nueva edición, sí.



Carolina España Reina

Misteriosa transformación del logo de campaña. La primera versión del anuncio, incluía un lema que no vuelve a aparecer en la actual



FACTORY

GAFAS

**Ya no
necesita
comparar
precios**

**Precios FACTORY
Precios de fabrica
Ofertas permanentes**

**Ya no necesita
comparar calidad**

**Últimas novedades
de la temporada**

Liquidación de muestrarios

**Artículos de stock
y excedentes**

**Cristales de última
generación**

FACTORY - OUT LET

**Polígono San Luis
Plaza Paris
(junto a Rest.
Los Puntales)**

Telf: 952 32 92 52

EL VISO
CAMPSA

LIDL
SANDO

HIPERCOR

POLÍGONO
SAN LUIS

UNICAJA

FACTORY

CITRÖEN

**Descuentos
desde
20%
hasta
50%**

CEPSA

FERIA

La memoria escrita en las fosas



EL OBSERVADOR

Una de las dos fosas reconocidas de restos de asesinados en la Guerra Civil. Cementerio de San Rafael

En dos fosas del cementerio de San Rafael hay enterradas al menos 2.456 personas que murieron fusiladas en la Guerra Civil. Las familias de los asesinados, alarmadas por el plan que transformará el camposanto en parque y viviendas, reclaman, con el apoyo de CGT, que las obras paren y respeto a su memoria

El padre de José Dorado Soto murió fusilado en el cementerio de San Rafael en marzo de 1937, cuando él sólo tenía tres años. Ahora pretende recuperar sus restos, y lleva ya más de un año llamando a la puerta de las instituciones sin obtener respuesta alguna, y con la sensación "de haber sido toreado" por todos, sin distinción entre partidos ni instituciones.

Pedro Dorado, trabajador de la Compañía Andaluza de Ferrocarriles, fue detenido en la estación de Bobadilla y posteriormente encarcelado y fusilado en la capital. "Estuvo prestando declaración en Málaga y lo dejaron marchar, pero después su jefe los denunció, a él y a otros siete compañeros, ante la Guardia Civil. Días después, aún sabiendo que había muerto, su jefe seguía incluyéndole en los encargos de trabajo, como para justificarse". Su madre enviudó entonces con tres hijos que criar y la carga de pertenecer a una familia roja.

Ahora no quiere venganza. Sólo aspira a enterrar los restos de su padre junto a los de su madre, en Bobadilla Estación, y que se conozca lo sucedido en Málaga durante aquellos años. "El antiguo cementerio se va a convertir en un parque, y ya está bien de avasallar a los caídos. Al menos, deberían dejarnos trasladar sus restos a un lugar digno, en Parcemasá, con un monolito que sirva para honrar su memoria".

MEMORIA Y JUSTICIA

La iniciativa de este jubilado malagueño, junto a los esfuerzos de la CGT, ha dado pie a la constitución de este colectivo, del que ya forman parte 14 familiares de víctimas de la represión franquista en Málaga. Esta entidad ha remitido escritos al alcalde y al Defensor del Pueblo de Andalucía, en los que se solicita la paralización del proceso de desmantelamiento del cementerio de San Rafael, que se convertirá en los próximos años en un parque, y así evitar daños en una zona donde se ha probado la existencia de dos fosas comunes. Diversos documentos prueban

que entre el 16 de febrero de 1937 y el 27 de junio de 1940 fueron fusiladas en Málaga, y enterradas en este emplazamiento, un total de 2.456 personas. Un número que podría aumentar, según Antonio Somoza, militante de CGT y miembro de este colectivo, si se tienen en cuenta diversos testimonios, que ubican en esa misma zona otros enterramientos aparte de los ya conocidos, y el hecho de que en los años de la represión franquista desaparecieron cientos de personas sin haber pasado por prisión. Asimismo, se ha solicitado que la fosa de San Rafael se

sión, en la que también se encontraba Antonio Alba, su bisabuelo. Ambos se encuentran enterrados en una de las fosas de San Rafael. "Era muy desprendido, muy dado a regalar sus pertenencias, y alguno le pareció que iba contra la oligarquía del pueblo. Después las represalias se extendieron al resto de la familia. Parecía que querían acabar con todos ellos".

Los últimos días de los familiares de Miguel Alba, como la de tantos otros, quedaron reflejados en el antiguo archivo civil de Santo Domingo, ya desaparecido, a partir del

13 cadáveres, lo desató de su compañero (iban amarrados con alambre, de dos en dos) y lo pudo enterrar dignamente". Aunque los restos de su padre descansan en el cementerio de Pizarra, considera que "todos los muertos tienen derecho a descansar en paz", y pide que se respeten las tapias del cementerio como recuerdo de lo que allí ocurrió.

Francisco Fernández no sólo ha invertido su tiempo en reconstruir la historia de su familia, sino que además se ocupa desde hace años de cuidar las fosas de San Rafael. "Mi abuelo Francisco era militar republicano. Al acabar la guerra se encontró con su familia huida y juntos regresaron a Málaga. Lo detuvieron en la estación. Allí estaba la hermana del cura de Marbella (lugar de origen de su familia), señalando a todos los *rojós* del pueblo conforme iban bajando del tren. Al contrario que muchos otros, tuvo un juicio, y lo condenaron por algo ocurrido en Marbella en un tiempo en que él estaba fuera, en el frente. Lo fusilaron, junto a otro vecino, José Sánchez, el cinco de abril de 1940".

HISTORIAS DE LA FOSA

Desde muy joven, Francisco Fernández ha visitado el cementerio con frecuencia, y acaudala un buen número de historias en torno a éste. "Como no dejaban entrar a los familiares de los fusilados, la gente tiraba flores y plantas desde la tapia. Muchas de ellas arraigaron y hoy crecen sobre la fosa. Además, un hombre, cada 30 de octubre, de madrugada (el día antes a la festividad de los santos), saltaba la tapia y dibujaba una cruz de cenizas". Denuncia el ostracismo a que ha estado sometido el recuerdo de aquellas víctimas del franquismo durante años, sólo roto por la intervención del alcalde Pedro Aparicio, que impulsó un homenaje a aquellos hombres, y los miembros del Partido Comunista, que lo visitaban el día de la república. "Tenemos derecho a honrar su memoria, y a que nada de esto se pierda, porque forma parte de nuestra realidad".

Francisco Fernández aplaudió que Parcemasa delimitara un perímetro de seguridad en torno a las fosas durante las obras de desmantelamiento del cementerio, pero critica que todavía Urbanismo no haya consensuado con los familiares qué se va a hacer en esos terrenos. "No cabe alegar la utilidad o la belleza que tendrá el parque sin antes dar respuesta a las familias".

Aún faltan datos de comarcas enteras, como Ronda y Antequera, y de la mayoría de municipios de la provincia. Por otra parte, en el municipio granadino de Órgiva se tiene constancia de un enterramiento colectivo con no menos de 2.000 cadáveres, en los que algunos testimonios señalan que este lugar fue la tumba de numerosos malagueños que trataban de llegar a Almería tras la caída de la ciudad. Ante la magnitud del trabajo, este colectivo ha mantenido conversaciones con profesores de la Universidad para promover la formación de un grupo de trabajo técnico para asegurar que tanto la exhumación e identificación de los restos, como la



Los familiares de los asesinados se ocupan de cuidar las fosas Cementerio de San Rafael

“No dejaban entrar a los familiares en el cementerio; tiraban flores y plantas por encima de la tapia”

incluya dentro de las actuaciones previstas en el decreto (aprobado por unanimidad) del Parlamento Andaluz del pasado día 25 de septiembre y que compromete a todos los organismos públicos a colaborar en la recuperación de los restos de los represaliados de la Guerra Civil en Andalucía.

REPRESIÓN EN LA PROVINCIA

Entre los miembros de la asociación se cuentan también varios vecinos de Álora, Alfarnatejo y Cártama. En el primero existe un documento que da cuenta de que en un solo día fueron fusilados 69 vecinos de la localidad. En Casares el Ayuntamiento ha intervenido para preservar otros dos enterramientos; y existen sospechas fundadas de que junto a la tapia del cementerio de Vélez-Málaga pudiera haber otro.

El abuelo de Miguel Alba llegó a ser alcalde de Alfarnatejo. "Un hombre muy especial, un campesino poeta", como lo define hoy su nieto, que ha podido recuperar las últimas cartas en verso que Miguel (comparten el nombre) dirigió a su madre desde pri-

qual Encarnación Barranquero, en su obra "Málaga, entre la guerra y la posguerra" elaboró una lista de fusilados, que hoy día sirve de base para cuantos desean saber qué pasó con sus seres queridos. "Los que ganaron están enterrados; los perdedores, en las cunetas. Se tiene que saber lo que ocurrió en aquellos días". Alba asegura que en los pueblos pequeños aún hoy "esas cosas son tabú, y se habla de ellas en voz baja. De hecho, hay multitud de información sin desclasificar, que afecta a las familias de toda la vida de Málaga o a sus descendientes vivos, y pueden herir sensibilidades".

"NI GRITAR NI LLORAR"

El caso de Antonio González es atípico. Su padre, Salvador, escuchó su nombre en prisión el tres de septiembre de 1937. "Se despidió entonces de su padre, también encarcelado, y se lo llevaron. Mi abuela materna le llevaba la comida cada día, y al llegar a la prisión vio sus cosas tiradas. Se dirigió entonces a San Rafael; le permitieron ver a su yerno a condición de que no gritara ni llorara. Ni gritó ni lloró, sino que lo buscó entre otros

recogida de información se realice con todas las garantías científicas. Tal y como expone Antonio Somoza, "el número de asesinados o desaparecidos en todo Chile durante la dictadura de Pinochet es de unas 6.000 personas. Este dato sirve para hacernos una idea del alcance de la represión sólo en la provincia de Málaga".

PARKING DE LA ALAMEDA

El pasado 8 de abril, CGT puso en conocimiento del Ayuntamiento y de la Delegación Provincial de la Consejería de Justicia la posible existencia de una fosa y pedía la intervención con carácter preventivo ante las obras de construcción de un aparcamiento subterráneo en la Avenida de Andalucía (frente a El Corte Inglés).

La denuncia, según Cecilio Gordillo, uno de los principales impulsores de *Recuperando la Memoria de la Historia Social de Andalucía*, un proyecto de este sindicato, y vocal de Exhumaciones de la Asociación Andaluza Memoria Histórica y Justicia, tenía además el propósito de "que no ocurriera lo de 1978, en el mismo lugar, cuando se ocultaron y se arrojaron a vertederos restos humanos que, según testimonios recogidos a pie de obra de personas mayores, correspondían a una de las fosas comunes donde fueron enterrados los asesinados por los fascistas tras la toma de la ciudad".

Aunque el Ayuntamiento respondió el 12 de junio, alegando que "no resultaba la existencia de esas fosas comunes" a las que aludía la asociación, los días 6 y 7 de agosto se dio a conocer la aparición de restos que correspondían, según los arqueólogos, a un enterramiento de la época musulmana. Ante este hecho, la Consejería de Cultura inició un informe de intervención.

Según Gordillo, "la CGT de Málaga ha venido realizando durante este tiempo visitas al lugar para ver qué se estaba haciendo en las excavaciones. Fruto de este seguimiento estamos en disposición de denunciar que las intervenciones que se vienen realizando tienen la intención de deshacerse de los restos humanos aparecidos, ya que, según expertos consultados, la manipulación y la excavación se está realizando por parte de personal sin ningún tipo de formación, a menos que la intención sea hacer desaparecer las pruebas de la existencia de una fosa común sobre un cementerio musulmán".

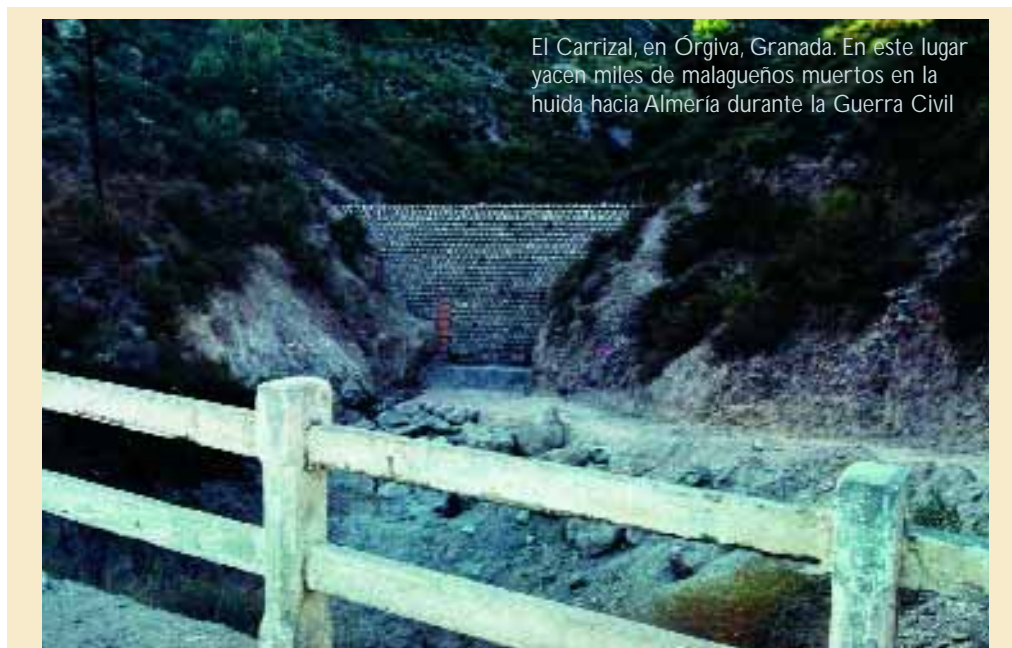
La CGT explica que, aunque no se les ha permitido reconocer las excavaciones, han recogido testimonios que hablan de "un gran número de restos amontonados unos sobre otros, cuando es comúnmente conocido que los musulmanes tienen unos ritos funerarios muy claros, con tumbas ordenadas y que miran hacia la Meca". Por otra parte, Gordillo lamentó que los representantes de los partidos políticos en el Ayuntamiento, que según el representante sindical están plenamente informados de estas actuaciones, "sólo se han interesado por este tema cuando se hizo referencia a su origen arqueológico".

LOS MALAGUEÑOS DE ÓRGIVA

La Asociación Andaluza Memoria Histórica y Justicia, y el grupo municipal socialista del Ayuntamiento de Órgiva (en La Alpujarra granadina) han denunciado que el Ministerio de Fomento planea construir varios diques en el paraje conocido como el Barranco del Carrizal, en el que están enterrados los restos de miles de fusilados de la Guerra Civil. Los diques se están levantando en gran número de barrancos para impedir que haya arrastre de tierras hasta las aguas de la nueva presa de Rules.

Como no conocía el terreno y con aquel aspecto tuvo la mala fortuna de preguntar a unos nacionales. El hombre fue paseado con una soga al cuello por Órgiva y en el cementerio gritó: "Qué he hecho yo para esto. Tengo nueve hijos". Después lo amarraron, lo echaron a la zanja y lo acribillaron a tiros".

Simón Pérez, el pastor del Carrizal, como se le conoce en Órgiva, tenía sólo nueve años cuando fue testigo de los asesinatos, pero, según declaró al diario Ideal de Granada, lo recuerda "como si hubiese pasado ayer. Veía aquellas masacres... Cómo sería



El Carrizal, en Órgiva, Granada. En este lugar yacen miles de malagueños muertos en la huida hacia Almería durante la Guerra Civil

“No cabe hablar de la belleza y la utilidad del parque sin responder a las familias de los asesinados”

Según el catedrático Juan González Blasco, especialista en historia de esta localidad, existen testimonios que calculan que en El Carrizal puede haber enterrados cinco mil cadáveres, sepultados con cal. En su libro *Órgiva, hitos de nuestra historia*, publicado antes del inicio de las obras, detalla lo sucedido en este lugar, donde asegura que miles de republicanos murieron fusilados. Entre otras historias, relata que en la parte alta del barranco (donde se ha construido el primer dique) fusilaron a 149 hombres y a una orgiveña llamada Nicolasa, madre de once hijos, ejecutada junto a su marido y su hijo mayor.

Es imposible cuantificar el número de personas a las que quitaron la vida en la parte inferior, bajo el puente del barranco (ahora ocupada por el segundo dique), pero puede superar las cuatro mil, según los testimonios recogidos por el historiador entre los ancianos del pueblo. González Blasco cuenta asimismo que en el Carrizal "fusilaron a un hombre que quedó con vida. Manchado de sangre le creyeron por muerto y se escapó del lugar por el paraje de La Chuca.

aquello que hasta las cabras se acostumbraron al sonido de los disparos y seguían comiendo cuando sonaban. Las ejecuciones se realizaban por la mañana temprano. A los presos se les ponía en fila encima del cerro". Después, "vecinos de Órgiva que cobraban por ello, se encargaban de echar los cuerpos en fosas comunes, y de echarles cal viva para borrarlos aún más del mapa".

El concejal de Agricultura de la localidad, Miguel Orellana (de 67 años) asegura que en El Carrizal hay "muchos fusilados", aunque discrepa de la ubicación atribuida a los enterramientos. "La mayoría de las personas que fueron pasadas por las armas no eran de la Alpujarra, sino de Málaga, que querían esconderse en estas sierras. Y esto lo sé porque mi familia labraba el paraje del Carrizal cuando ocurrieron los fusilamientos". La propuesta socialista y de la asociación pasa por delimitar la zona, realizar un monumento para rendir homenaje a los fusilados, recuperar los restos humanos y enterrarlos según el deseo de los familiares, en caso de que éstos los reclamen.

Materiales para Construcción Sostenible



- PUERTAS, VENTANAS, VIGAS Y VIGUETAS, TARIMAS DE BOSQUE SOSTENIBLE CON SELLO DE GARANTIA FSC.
- CERRAMIENTOS.
- FORJADOS Y CUBIERTAS.

- PINTURAS AL SILICATO.
- MORTEROS DE CAL.
- REVOCOS.
- PAVIMENTOS.
- PIEZAS DECORATIVAS.
- IMPERMEABILIZANTES.

PARA AMPLIAR LA INFORMACIÓN SOBRE NUESTROS PRODUCTOS, CONSULTE NUESTRA PÁGINA WEB



Promoción

Turismo Andaluz acaba el año en una campaña de promoción mundial



Decreto

La norma que regulará los alojamientos en Andalucía, en fase final



Carlos Bautista

Entrevista con el Delegado de Turismo y Deportes en Málaga



Nº 9 / DICIEMBRE 03-ENERO 2004

PAPELES DE TURISMO EL OBSERVADOR

Carlos Bautista:



“El Gobierno Central lleva a Málaga al precipicio”

“Las infraestructuras

PTO. Desde su punto de vista, ¿cuáles son las principales fortalezas y debilidades de Málaga como destino turístico?

CB.- Nuestra principal fortaleza es que tenemos el mejor destino, el más seguro y con mayor calidad del mundo. Hace poco, una importante revista norteamericana dedicada a la tercera edad concluía en una encuesta que el destino más demandado del mundo para retirarse por los jubilados norteamericanos era la Costa del Sol. Tenemos un destino seguro y de calidad, y ambas nociones son ampliamente conocidas. Pero nuestra principal fortaleza debería ser también la protección de nuestros recursos naturales, y ahí es donde está nuestro gran reto: saber mantener esas estampas tradicionales que han servido de potente imán a millones de visitantes.

La gran debilidad que tiene la Costa del Sol es la de sus infraestructuras, que están absolutamente desfasadas. La ronda de circunvalación está colapsada a diario, pero también el aeropuerto está saturado, aún no hay una segunda pista, porque su gestión está centralizada, cuando debería ser ya de competencia autonómica. No podemos permitir que la gestión de los aeropuertos principales de Andalucía y fundamentalmente el de Málaga se haga bajo un prisma centralista. ¿Por qué para volar a Málaga, la inmensa mayoría de los aviones tiene que pasar por Madrid o Barcelona? Necesitamos una gestión propia, y unas líneas aéreas propias, que operen en Andalucía y vertebrén el territorio, a través del aeropuerto de Málaga, con conexiones de todas las capitales entre sí y con otros territorios, como Marruecos, Canarias, el centro de la península y fundamentalmente con Reino Unido, Francia, Alemania, Centroeuropa y el Benelux, que son los principales emisores de turistas.

Si esas infraestructuras de transporte, y también de saneamiento integral del agua, que tampoco existe, no se hacen en breve, en menos de una década estamos abocados al fracaso. Unos nos dedicamos a la promoción, a decirle a todo el mundo que venga a Andalucía porque aquí se vive muy bien; y otros están empeñados en que sigamos teniendo carreteras tercermundistas, como ocurre en Las Pedrizas, que no paran de parchearla, pese a que es la única conexión que tenemos con el interior, y donde se dejan la vida cientos de personas todos los años.

Pero además, el 45 o 50 por ciento de los turistas que recibe Andalucía y la Costa del Sol son españoles, madrileños y catalanes que huyen de la masificación y de los atas-

cos. La actitud del Gobierno central hacia Málaga está llevándonos al borde del precipicio. Es verdad que el AVE está en camino, y hay que felicitar políticamente a los respon-

todo nuestros recursos naturales, nuestros paisajes, playas y estampas tradicionales.

Esta filosofía impregna todo el trabajo de los andalucistas, y por ello estamos pre-

Carlos Bautista dejó su acta de eurodiputado en Bruselas para aceptar el cargo de Delegado de la Consejería de Turismo y Deportes en julio. Su esfuerzo hasta las próximas elecciones se centrará en el turismo sostenible y en la promoción de los destinos del interior

sables de que esto sea posible. Pero el AVE traerá más visitantes, que se darán una vuelta por el litoral, y se van a encontrar todos estos problemas. Y quizá no vuelvan más.

El Gobierno Andaluz tiene que ser más reivindicativo, pero no de pandereta y de bronca, sino más efectivo con las carencias reales que padece la Costa del Sol.

DECRETO DE ALOJAMIENTOS

PTO. Su llegada coincide con el debate sobre la nueva regulación de alojamientos hoteleros, que afecta en especial a la Costa del Sol.

CB. Nadie va a venir a Andalucía, a Málaga o a la Costa del Sol a ver muros de hormigón, a ver cómo las sombras de los edificios tapan nuestras playas, nuestros paisajes, nuestras puestas de sol, esas estampas que se encuentran en los estancos, que ya las vemos antiguas, y que se siguen vendiendo, porque es lo que vienen buscando los visitantes. Son muchos años de trabajo como responsables de la Consejería de Turismo y Deporte, y sabemos que lo que más valora el turista es el entorno. Por encima de la calidad, la hospitalidad o de la relación precio-calidad. Y como lo sabemos, hemos imbuido nuestros actos de esa filosofía medioambientalista, que pretende proteger por encima de

parando un decreto de alojamientos hoteleros plenamente coherente con ese principio. Los hoteles de la Costa en el futuro deberán estar en condiciones óptimas. Por eso pedimos que se dediquen 100 metros cuadrados a cada plaza, porque es muy importante que entorno, servicios, habitaciones y áreas comunes tengan una calidad excepcional.

Estos criterios se aplican en toda su dimensión, por lo que también se impulsan aspectos como el empleo de energías alternativas y la gestión ecológica de los residuos. Hay otros destinos turísticos, con los que no podemos competir en precio, pero sobre los que tenemos un grado de competencia muy superior. Nos encontramos en el mercado más rico del mundo, como es la Unión Europea, donde el consumidor tiene un poder adquisitivo alto, y cada día exige más calidad. Y ahí sí somos muy competitivos.

PTO. Su propuesta se ha topado con recelos de algunos empresarios de la Costa del Sol.

CB. Es verdad que hemos recibido críticas, pero hay que señalar de dónde parten, pues en la Costa del Sol hay una importante actividad de cazaprimas hoteleros. Hay que distinguir el empresariado tradicional, dinámico y riguroso, que ha aplaudido nuestra

de la Costa del Sol están absolutamente desfasadas"

decisión, porque ha sido consensuada con ellos. De este otro sector, el de los cazaprimas, vinculado con la promoción urbanística, que pretende ocupar rápidamente todos los

bloques turísticos de menos de 100.000 habitantes que están soportando durante un espacio de tiempo limitado en el año una afluencia masiva de visitantes, lo que supone unos

viven allí durante todo el año. Entre los aspirantes a esta declaración se encuentran, en primer lugar, Ronda y Fuengirola, pero también Mijas, Torrox, Benahavis o Estepona reúnen las condiciones necesarias. En la medida de nuestras posibilidades esperamos poder echarles una mano, porque están haciendo un trabajo muy importante, prácticamente sin ayuda de nadie.

Carlos Bautista



nichos de uso hotelero en la Costa del Sol. Pero no construyen hoteles para explotarlos, con unos criterios de calidad y rigor, sino para más tarde traspasarlos a otros inversores más profesionales. La promoción urbanística es un sector poderoso, y beneficioso porque genera mucho empleo y riqueza, pero da cabida también a estas prácticas, y precisamente esa parte del empresariado está presionando para impedir que el borrador nazca con los criterios de calidad y sostenibilidad que se han consensuado con los hoteleros tradicionales, y que sólo pretende presentar una oferta de calidad excepcional.

TURISMO SOSTENIBLE Y SU APOYO

PTO. ¿Qué repercusiones tiene el nombramiento de Benalmádena como primer municipio turístico para la Costa del Sol?

CB. La creación en Benalmádena del primer municipio turístico significa, en primer lugar, la prueba de que los andalucistas cumplimos nuestras propuestas. En 1999 hicimos la Ley del Turismo, una norma muy ambiciosa en la que aparecía la figura del municipio turístico. Benalmádena va a ser el gran proyecto piloto porque ha sido el primero catalogado en Andalucía, y va a suponer una ayuda económica para aquellos pue-

esfuerzos muy considerables por mantener los niveles de calidad en los servicios públicos. Los municipios tienen unos problemas de financiación terroríficos, y el origen de todos los males es la Ley de Financiación de las Haciendas Públicas. Los ayuntamientos hasta ahora han ido buscando recursos financieros allí donde los hubiese, y el principal es la recalificación de suelo. Pero al recalificar y permitir la construcción se generan más necesidades, y al final es un círculo vicioso que nos lleva a más especulación y mayor masificación, más necesidades de servicios públicos y más déficit financiero. Hay que frenar esta tendencia.

En primer lugar, con una modificación de la Ley de Haciendas Públicas, que es competencia del Estado; y por nuestra parte, con la Ley del Turismo y la declaración de municipio turístico, que a Benalmádena le va a suponer una ayuda de 1,8 millones de euros. Con este dinero, el consistorio creará islas ecológicas, esto es, un sistema neumático que elimina del paisaje los contenedores de basura. También realizará mejoras en espacios verdes y tratamiento integral del agua.

En todo caso, se trata de incentivar, con una financiación suplementaria, los servicios públicos necesarios para los ciudadanos que

DEPORTES Y TURISMO

PTO. El deporte es cada vez más importante como factor turístico. ¿En qué situación se halla la provincia de Málaga en este sentido?

CB. El deporte genera mucho empleo en Andalucía, y está muy relacionado con el ocio y el turismo. En el caso de la náutica tenemos un problema de infraestructuras: de nuevo nos encontramos con que las competencias sobre los puertos son de Costas, no nuestras. De serlo, ya se habrían hecho los suficientes amarres que este sector está demandando, manteniendo criterios de sostenibilidad. Hacer puertos deportivos en todas partes es un disparate, ya que altera las corrientes marinas y la dinámica de las playas, y después cualquier temporal se las lleva por delante. Se puede hacer una política muy correcta mejorando los puertos que tenemos, ampliando algunos pequeños diques para conseguir mayor número de amarres, o incluso con pantalanos portátiles para la temporada alta.

Pero también es fundamental continuar con nuestro plan de instalaciones deportivas en los pueblos de interior, dando prioridad a estas áreas sobre la costa, fundamentalmente por motivos de cohesión: debemos ofrecer a estos ciudadanos los recursos y el bienestar necesario para que sigan viviendo en los núcleos rurales, porque de lo contrario tarde o temprano decidirán también instalarse en la Costa del Sol, que en algunos puntos ya da atisbos de saturación. Nos vamos a volcar en promocionar el turismo rural, porque hay que ofrecer a esos núcleos rurales rentas complementarias. Conjuntamente, incentivaremos las ciudades de interior de importancia monumental, como son Archidona, Antequera o Ronda, entre otras. Con una actividad enfocada hacia la promoción, y también a facilitar al empresariado ayudas para mejorar la calidad de sus establecimientos.



Promoción de Andalucía por todo el mundo

EL OBSERVADOR

Turismo Andaluz encara el último trimestre del año con una gran ofensiva publicitaria internacional cuyo objetivo es romper con la estacionalidad del sector en Andalucía

La marca Andalucía seguirá siendo protagonista en todo el mundo en este final de año. La Consejería de Turismo y Deporte, a través de su entidad de promoción Turismo Andaluz, ejecutará en los tres últimos meses de 2003 diversas campañas de publicidad tanto nacionales como internacionales, de manera autónoma y en colaboración con Turespaña, con el objetivo de ganar cuota en mercados en los que el destino tiene buenas perspectivas de crecimiento.

En total, el ente público invertirá más de 6,8 millones de euros en el último trimestre de este año en diversas acciones publicitarias, con el objetivo de luchar contra la estacionalidad, ya que la mayoría de sus acciones van enfocadas directamente al potencial turista.

Para Federico Miró, gerente de Turismo Andaluz, "es necesario estar al alcance del potencial consumidor y de los operadores turísticos en el momento en que se produce la toma de decisión, en el que optan por un destino u otro". En virtud del acuerdo suscrito con Turespaña (entidad responsable de la promoción turística de todos los destinos nacionales), con un presupuesto global de 2 millones de euros, de los cuales cada institución aportará el 50%, el ente andaluz incidirá en los mercados de Estados Unidos, Canadá, Dinamarca, Finlandia, Noruega y Suecia. La campaña de medios incluye publicaciones de gran repercusión social, tanto revistas de información general como especializadas en viajes y del sector turístico.

La inversión más importante corresponde a Estados Unidos, con un presupuesto de 600.000 euros, en el que Andalucía estará presente en publicaciones como Conde Nast Traveller, Food&Wine, Saveur, Travel Trade, Art News, Gourmet o Elite, y contempla un total de 80 inserciones. Para ello, se han preparado tres originales específicos en los que, en línea con la imagen publicitaria de Turespaña, se incide sobre los pro-



La campaña de promoción de Andalucía en Estados Unidos supone una inversión de 600.000 euros

TURISMO • EL OBSERVADOR • TURISMO

ductos que revisten una mayor demanda en estos países: Sol y playa, Golf y Gastronomía.

Con esta actuación, Turismo Andaluz pretende fortalecer la presencia del destino en los mercados norteamericanos, en los que los últimos acontecimientos mundiales provocaron una importante caída de viajeros, y que se encuentra actualmente en fase de recuperación. Esta campaña se completará con diversas acciones específicas, como jornadas profesionales y espectáculos, dirigidos tanto a los intermediarios turísticos como al público en general.

Por su parte, Turismo Andaluz ejecutará, dentro de su plan de acciones para final de año, una acción en aeropuertos europeos, entre los que se incluirá los de Londres, París, Bruselas, Copenhague y Estocolmo. En estos recintos, junto al soporte gráfico de la campaña, se colocarán stands informativos

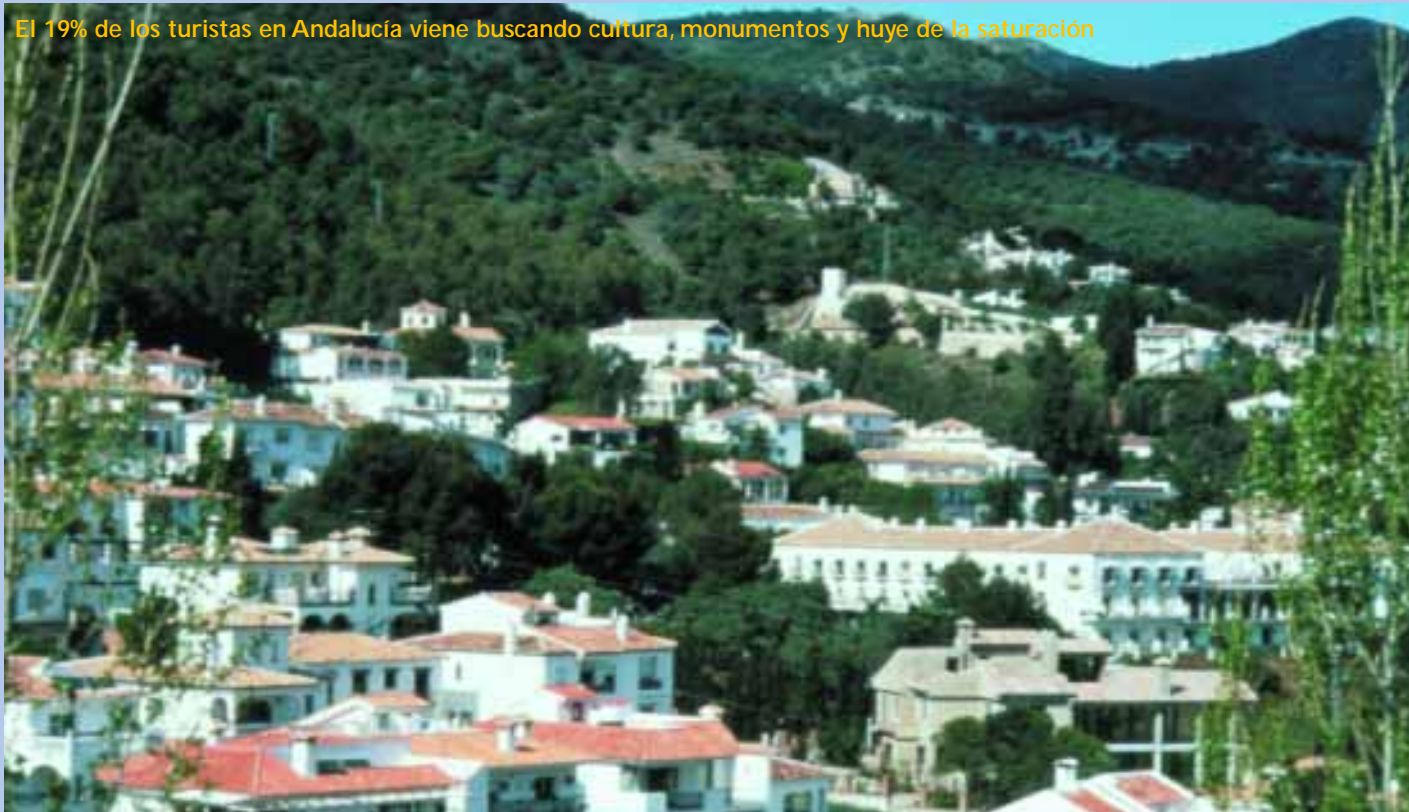
mediante la que, por una parte, se quiere dar las gracias a los que han visitado Andalucía por su confianza en este destino y, por otro lado, se intenta despertar el interés de aquellos que todavía no han tenido la oportunidad de conocerla en vivo. La campaña en medios audiovisuales se completa con una acción exterior de la iniciativa 'La Playa abierta todo el año', que, en un nuevo intento por paliar la estacionalidad del destino, plantea la posibilidad de disfrutar del sol y la playa de Andalucía los doce meses del año. La inversión en el mercado nacional para los tres últimos meses de 2003 alcanza los 2,5 millones de euros.

VUELOS DESDE NUEVA YORK

Turismo Andaluz espera contar de nuevo con un segundo vuelo que enlace Andalucía y Nueva York a partir de principios del pró-

un destino monumental y cultural de primer orden en los mercados internacionales, donde se espera que este segmento puede alcanzar en los próximos años un volumen de negocio muy superior a las que se viene registrando hasta el momento. En 2002, el 19 por ciento de los turistas que visitaron alguno de los destinos andaluces esgrimieron que el motivo principal de su viaje era conocer monumentos o asistir a eventos culturales. Aunque ello supuso un aumento de un uno por ciento respecto a los datos de 2001, el grueso de este tipo de viajeros procedía del mercado nacional (superior al 34 por ciento), mientras que en el plano internacional, tan sólo británicos, estadounidenses y franceses, con cifras próximas al 10 por ciento, muestran un claro interés por el producto cultural. Según los datos de la Consejería de Turismo y Deporte, el gasto medio que

El 19% de los turistas en Andalucía viene buscando cultura, monumentos y huye de la saturación



desde los que personal especializado distribuirá el material promocional e informativo sobre la oferta turística andaluza.

La campaña internacional se completa con la emisión de spots en diversas televisiones vía satélite de cobertura europea, como Eurosport y la CNN, así como en el diario británico Daily Telegraph, con el que se ha firmado un convenio de colaboración.

PROMOCIÓN INTERIOR

En el ámbito nacional, de gran importancia para los destinos andaluces, la empresa pública llevará a cabo la tercera fase de la campaña genérica en televisiones nacionales y autonómicas. En estos medios, a final de año, tendrá lugar la emisión de la denominada campaña de agradecimiento (que se puso en marcha por primera vez el pasado año),

ximo año. Estará operado por Air Comet Plus, que actualmente ya lleva a cabo un vuelo semanal desde Málaga a Nueva York. En este sentido, el ente público ha suscrito un acuerdo con el turoperador Visit Spain Tour, que comercializa a través de Internet, para publicitar el destino en la Red. Como contrapartida, esta sociedad ha reservado ya un total de 2.000 plazas hoteleras desde octubre hasta el próximo mes de abril. Turismo Andaluz está ultimando el cuarto acuerdo de promoción de la Costa del Sol en el mercado norteamericano, con el touroperador Sun Holliday.

IMPULSO AL TURISMO CULTURAL

En este final de año, y de cara a la próxima temporada, Turismo Andaluz dará un nuevo impulso a la promoción de Andalucía como

este tipo de visitante efectúa al día es superior a los 56 euros, casi cinco veces superior al que realiza el turista medio. Se trata además de un viajero más dinámico que el de otros segmentos, que hace mayor uso de los servicios, se interesa por áreas menos saturadas y además colabora a diluir la estacionalidad, ya que muestra preferencia por el viaje fuera de la temporada estival. El pasado año los monumentos gestionados por la Junta de Andalucía recibieron un total de 3.300.000 visitantes. El más concurrido sigue siendo la Alhambra, con más de dos millones de visitas.



Hoteles andaluces calidad y lujo

La Consejería de Turismo de la Junta de Andalucía espera aprobar antes de que termine la actual legislatura una norma que establecerá el sistema que regirá las bases espaciales para la construcción de nuevos hoteles en la costa. Esta iniciativa, que pone en práctica los criterios de turismo sostenible, parte del propósito de evitar en lo sucesivo que la construcción de alojamientos turísticos pueda llegar a esquilmar las cualidades medioambientales que han empujado al turista a conocer Andalucía



El Decreto sobre Ordenación de los Establecimientos Hoteleros de la Consejería de Turismo se encuentra en fase de estudio por la Mesa del Turismo, un órgano consultivo formado por empresarios, sindicatos y la Administración. El borrador contempla que los hoteles ubicados en suelo urbano o urbanizable, cualquiera que sea su categoría, deben disponer de 75m² de parcela neta por plaza hotelera. En el caso de establecimientos de gran lujo serán necesarios 100m². En cuanto a los que se proyecten en suelos no urbanizables, la unidad parcelaria apta para la edificación deberá tener una superficie mínima de 30.000m². En los hoteles a pie de playa tendrá que existir obligatoriamente un garaje o aparcamiento para clientes (al menos, una plaza por cada dos camas), zona ajardinada y piscina.

El proyecto distingue entre modalidades hoteleras en función de su ubicación, y así se refiere a los destinos de litoral, rural, de carretera, y de ciudad o urbano. Y establece por norma cuatro categorías: hoteles, hoteles-apartamentos, hostales y pensiones.

sostenibles

EL OBSERVADOR

Se considera hotel de ciudad el situado en suelo clasificado como urbano consolidado o urbano no consolidado y urbanizable en curso de ejecución, siempre que no cumpla las condiciones de ubicación establecidas para los de playa. El hotel de carretera se ubica en zonas de servicio o en centros y estaciones de transporte de mercancías, y su superficie mínima debe ser de 5.000m². Por último, los hoteles rurales deberán estar ubicados a más de 500 metros de la zona de influencia del litoral y cumplir unos requisitos: no superará las tres plantas; su capacidad será superior a las 21 plazas; dispondrá de servicios o actividades complementarias vinculadas con el medio rural; estará dotado de zonas ajardinadas o patio interior (salvo los ubicados en núcleos principales de población); las habitaciones contarán con dependencias para guardar el equipamiento que se precise para la práctica de actividades de turismo activo y habrán de disponer de salas de juego, lectura o televisión con independencia del salón principal.

72.311 PLAZAS MÁS

Un informe elaborado por la Sociedad de Planificación y Desarrollo (Sopde), organismo dependiente de la Diputación Provincial de Málaga, por encargo de la Mesa del Turismo, confirma que, aún aplicándose de la forma más restrictiva el Decreto de Establecimientos Hoteleros, la Costa del Sol Occidental tiene aún capacidad para crear 72.311 plazas hoteleras, con criterios de calidad y sostenibilidad.

El viceconsejero de Turismo y Deporte de la Junta de Andalucía, Javier Aroca, explicó que este estudio, dirigido por Rafael Fuentes, experto en Economía del Turismo y actual gerente de la Sopde, ha servido para corregir las voces en contra que el decreto había levantado entre determinados agentes del sector, y que aducían que tal medida supondría una "moratoria encubierta" para la concesión de licencias hoteleras. De hecho, en lo que va de año, la delegación de Turismo de Málaga ha recibido 133 proyectos para crear nuevos hoteles en la provincia.

El documento centra su estudio en una franja de litoral situada entre los municipios de Torremolinos y Manilva, y considera que aún existe un total de 542 hectáreas de suelo de uso potencialmente hotelero. Para llevar a cabo estos cálculos, se ha aplicado el



La calidad de vida, valoración del entorno natural y pervivencia de la identidad cultural se sitúan por encima de otros valores a la hora de elegir destino vacacional



supuesto de la normativa que impulsa el Partido Andalucista, esto es, la de construir hoteles de cuatro estrellas y 200 habitaciones, con una superficie de 75 metros cuadrados por plaza.

El estudio concluye que la Costa del Sol aún tiene potencial para duplicar su oferta actual, al pasarse de 56.298 a 128.609 camas hoteleras, con criterios de calidad, y señala que los municipios de Marbella, Estepona, Mijas y Manilva suponen el 80 por ciento de las posibilidades de crecimiento, y podrían aportar casi 55.000 nuevas plazas. Aroca destacó que el decreto que prepara la Consejería "no invade competencias de otras administraciones, sino que servirá para regular el sector turístico en su zona de máxima expansión".

Los municipios de Torremolinos y Fuengirola están al límite por falta de suelo. El informe reduce a 2.518 las plazas que se podrían crear en Torremolinos (dispone ahora de casi 20.000); y a 3.735 las de Fuengirola, que ya cuenta con casi 8.000. Frente a esto, Casares podría pasar de las 55 camas actuales a 4.217; y Manilva, con 277, llegaría a las 9.656.

Otros municipios turísticos asentados con solidez en el mercado, como Mijas Benalmádena, Marbella, mantienen sus posibilidades de expansión. En el caso de Marbella, sus actuales 13.187 plazas podrían llegar a 33.569; y Mijas aún crecería en más de 10.000.

APOYO DE LOS EMPRESARIOS

Entre los principales valedores del proyecto de la Consejería de Turismo se encuentra la propia Asociación de Empresarios Hoteleros de la Costa del Sol (Aehcos). Para esta entidad, el decreto sobre alojamientos persigue una mayor calidad en los hoteles que se construyan a partir de ahora, y considera que esta medida debió adoptarse hace años, con lo que actualmente todos los hoteles dispondrían de las instalaciones correctas. Asimismo, esta institución ha negado que esta norma limite la competencia, sino que es el mercado el que limita las construcciones. Según Aehcos, esta medida servirá también para que los nuevos establecimientos se hagan con criterios más racionales, que tengan en cuenta el tipo de clientes que van a recibir y la necesidad de espacios complementarios y servicios en el mismo.

Publicidad institucional

Una selección de las mejores imágenes de las campañas publicitarias realizadas por la Consejería de Turismo y Deportes se encuentra expuesta en la sala principal del Antiguo Parador de San Rafael (C/ Compañía, 40) de Málaga, sede de Turismo Andaluz. Desde que la Junta de Andalucía adoptó el lema "Andalucía sólo hay una", en el año 1997, se ha invertido más de 144 millones de euros en el impulso a esta marca. Algunas de las principales agencias de publicidad de España, como Bassat Ogilvy&Mather o D'arcy, se encuentran entre los responsables de la imagen del destino que Turismo Andaluz proyecta en todo el mundo.



retrato a dos

Museo Picasso

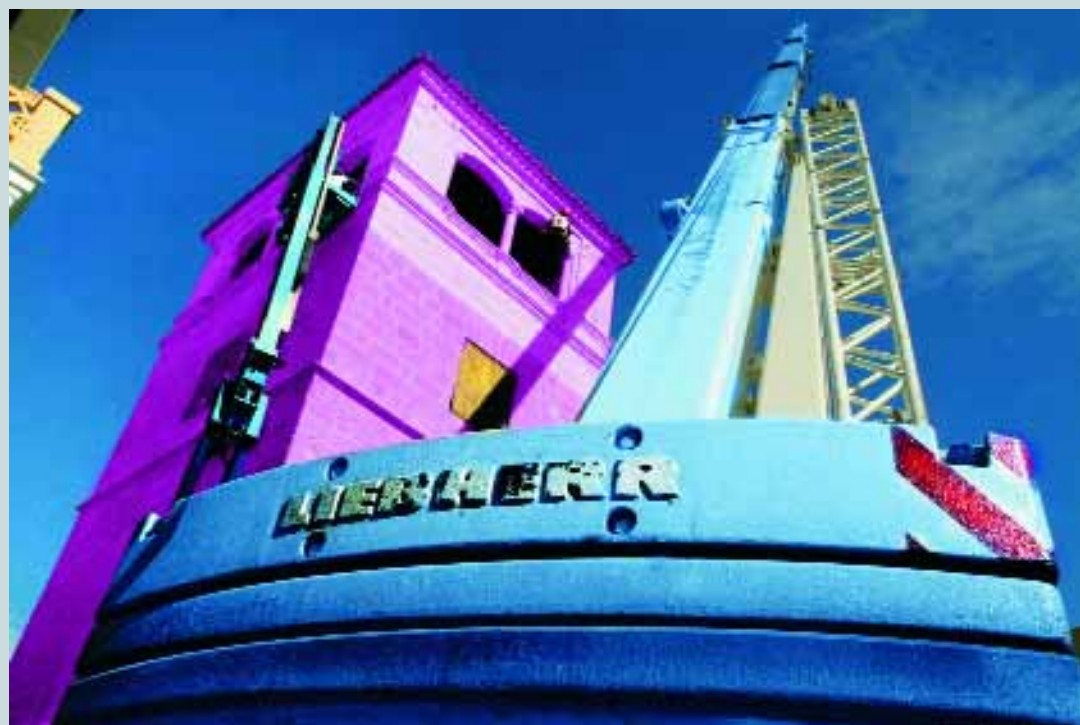
l a r e c u p e r a c i ó n

*Ernesto
Fernández
Sanmartín*

Biólogo

*Pepe
Sánchez
Ponce*

Fotógrafo



Picasso por fin cuenta con un lugar propio en Málaga. El maestro lo llena con una parte de su obra más popular y material casi inédito.

El espacio es un viejo conocido de la ciudad; el edificio de la antigua sede del Museo de Bellas Artes, centrado en la pintura española del XIX, rehabilitado, reconvertido y ampliado, da paso, con plena coherencia y aún mayor naturalidad, al nuevo centro Picasso.

EL OBSERVADOR ofrece dos visiones personales de la creación del MPM. La de Pepe Ponce, fantasía fotográfica a partir de imágenes de la fachada, y la de Ernesto Fernández Sanmartín, que cuenta cómo esta rehabilitación salvó una higuera



Hace dos años los arquitectos que han hecho el Museo, Isabel Cámara Guezala y Rafael Martín Delgado, amigos míos, me llamaron para que viera una higuera que estaba situada en el patio de una casa de la judería (¿?) que formaría también parte del proyecto. Cuando la ví me quedé sorprendido por su tamaño y lo que podríamos llamar la pujanza de la vida por encima de las mayores dificultades: no se regaba ni se cuidaba, crecía en una escombrera-almacén-almoneda de objetos diversísimos, algunas ramas se apoyaban en cobertizos o en muretes, algunas crecían en direcciones imposibles,.... Pero visto a distancia era un ejemplar magnífico, con más de doscientos metros cuadrados de proyección de copa. Se ramificaba desde la base (cerca de cinco metros de perímetro) en cuatro grandes ramas de más de un metro de perímetro cada una. Era preciso un tratamiento inmediato para poder conservar tan hermoso ejemplar.

A lo largo de dos años ha sido podada, tratada, cuidada, entre el continuo trasiego de grúas, máquinas, albañiles, y otros peligros, aunque con la mirada atenta de casi todo el mundo que estaba convencido de que había que salvarla, en primer lugar del encargado de la constructora. Hoy puede verse en la placita que comunica las calles Pedro de Toledo y Postigo de San Agustín o



01/03



05/03





bien desde el ventanal de la librería del Museo.

Mis numerosas visitas a la higuera me han permitido seguir paso a paso la marcha y vicisitudes del espléndido resultado del conjunto del Museo y calles adyacentes. Pero la historia, o mi historia con el Museo, empieza mucho antes.

Hace algo más de cincuenta años siendo alumno de los agustinos veía desde mi clase el Palacio de Buenavista que estaba en obras y ya en la calle sus alrededores formaban parte de nuestros juegos y correrías infantiles o preadolescentes. Al cabo de los años esas obras se terminaron y se convirtió en Museo de Bellas Artes, muchas veces visitado, donde su hermoso patio, su jardín con mosaicos romanos, sus salas casi siempre tranquilas, me parecían una continuación del Colegio de San Agustín.

Pero dejé de ser Museo de Bellas Artes, sin duda provinciano, para convertirse en Museo de Picasso. Por cierto que una alcaldesa que hubo en Málaga propuso llevarlo al Convento de la Trinidad y las autoridades ministeriales la aplaudieron, incluso un Director General o algo así, dijo que en diez minutos desde el centro se llegaba a la Trinidad. Cartesiano que es uno, andarín y conocedor de la ciudad, tardé más del doble de ese tiempo y sin poder reprimir la risa ante la estupidez de la citada autoridad.

En fin, se iba a hacer un museo para recibir la donación que la nuera y nieto del pintor tan graciosamente habían hecho. Luego he sabido que en los años en que yo desde la ventana de mi clase de Ingreso veía las obras del Palacio de Buenavista, D.Juan Temboury, ingenuamente, promovió ya un museo dedicado a Picasso. Pero en aquellos años sólo se podía ser español de una forma: la que dictaban los principios del movimiento alumbrados por militares rebeldes, falanjo-fascistas, carlistones, esencialo-católicos,... Así que como Pablo Ruiz Picasso era un mal español -¿por pintar el Guernica? ¿por comunista? ¿por librepensador?- de museo nada.

Retomando el hilo, empecé a cuidar la higuera muy al comienzo de las obras, cuando el Palacio descubría sus entrañas fenicias, romanas, árabes, cristianas, que han quedado magistralmente integradas en el Museo. La complejidad del edificio que se iba levantando, las dificultades que surgían, la cantidad de detalles que es preciso tener en cuenta en una obra de esta envergadura, los comentarios de los políticos, de la gente, todo se entremezclaba. Pero poco a poco se iban terminando espacios, aparecían perspectivas nuevas, se recuperaban calles, paredes, muros, fachadas, incluso se restauraba la espadaña de San Agustín. Las últimas visitas a la higuera me obligaban a pasar por las salas

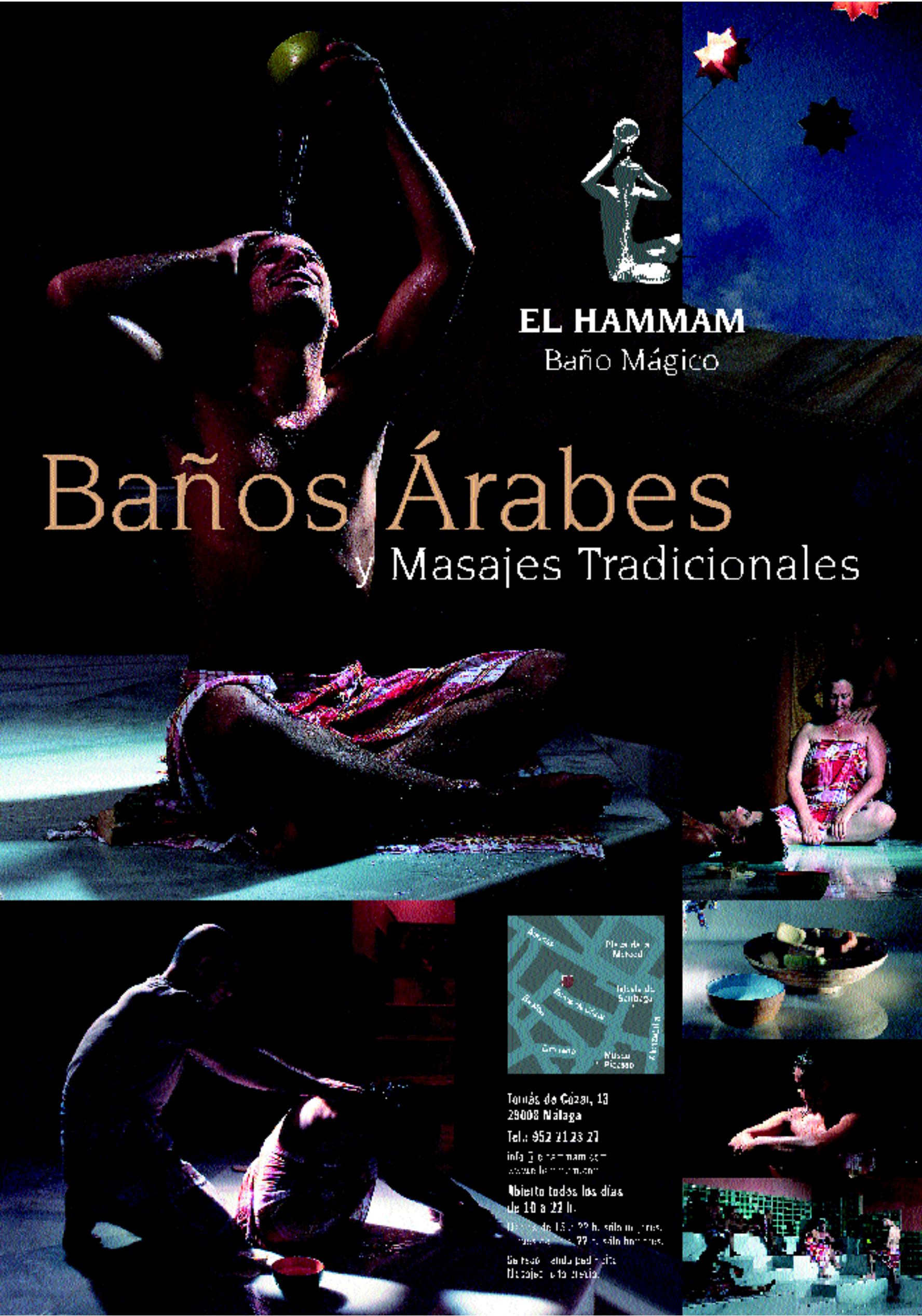
de exposiciones temporales, verdaderamente espléndidas. Por los pasillos y escaleras tan bien diseñados para cumplir sus fines y sentirnos a gusto recorriéndolos.

Deambulando por el Museo Picasso

**Ernesto Fernández
Sanmartín**

Muy al final pude ver las salas de la exposición permanente, vacías, sin los cuadros, pero con los cáncamos y alcayatas que iban a soportarlos, como invitándonos a dejar volar la imaginación. Estaba claro ya que lo del "museo picasso Málaga" iba en serio aunque todavía se oían comentarios capciosos.

Pues sí, fue en octubre.



EL HAMMAM

Baño Mágico

Baños Árabes

y Masajes Tradicionales



Tomás de Cózar, 13
29008 Málaga
Tel.: 952 21 23 27
info@elhammam.com
www.elhammam.com

Abierto todos los días
de 10 a 22 h.

De 10 a 18 h. sólo mujeres.
De 18 a 22 h. sólo hombres.

Se reservan todos los días
Plazas a la medida.

Nº 40 / DICIEMBRE 2003-ENERO 2004

EXIS

XTCLACOSTA. Fnac La Cañada / 37
 XTCPROYECTOS. Un artista en acción / 41
 XTCSOSTENIBLES. Cáñamo aislante saludable / 44
 XTCSITIOS. Vuelta al hammam / 47
 XTCVIAJAR. Calle 54. Un bar de cine / 49
 XTCCOSTA MULTICOLOR. Un rincón argentino / 51
 XTCSITIOS. Una cafetería europea / 53

EL OBSERVADOR

TEN

CIAS

FNAC

La empresa
francesa
instala en
Marbella
su primera
tienda
andaluza



Fnac abre su primer establecimiento andaluz

Fnac, ampliando el panorama cultural

Fnac, punto clave en el mapa del comercio de discos, libros, material audiovisual, consolas, videojuegos y toda clase de géneros asociados a la cultura en la era de la reproducción mecánica, electrónica o digital, abre un establecimiento nuevo en Marbella. Fnac abre el panorama al usuario habitual de libros y discos en la costa, primer beneficiario de la agilidad y solvencia del gigante francés, que además suma una atractiva oferta de actividades



Una inversión de 3 millones de euros, 2.000 m², cien personas empleadas para vender libros. La primera distribuidora en Europa de bienes culturales y de ocio, la multinacional francesa Fnac, ha abierto en el centro comercial La Cañada, de Marbella, su primera tienda de Andalucía. El año pasado aún se barajaba la posibilidad de instalarse en el Puerto de Málaga, en su futura zona comercial. Su oferta: más de 50.000 títulos literarios, 50.000 discos, 20.000 vídeos, juegos de consola y DVD y otros 6.000 artículos variados de informática, imagen y sonido. Si lo desea, puede repasar cualquier título o escuchar los

temas que incluye un disco antes de comprarlo. ¿Opta por quedárselo? La compañía le asegura el precio más bajo de la provincia. A la hora de pagar, las cajas, como las del súper. Si a primera vista no encuentra lo que busca, el establecimiento se compromete a conseguirlo en el mínimo plazo posible; y si lo encuentra más barato en otra tienda de la misma ciudad, Fnac le devuelve la diferencia.

Pero Fnac es también Forum, una plaza abierta a la información, en el que tienen lugar conciertos gratuitos, presentación de libros, charlas o exposiciones de fotografía, y pretende ser un punto de encuentro de los creadores del panorama local. Durante

noviembre, este espacio acogió a Raimundo Amador y a los grupos Experimental Shop y Los Lunáticos. También han pasado por Forum de Fnac, Lorenzo Saval, director de la revista Litoral para presentar su último número; igual que Ignacio García Valiño y Miguel Fernández, que pasaron con sus recién publicadas nuevas novelas; proyecciones de películas y documentales, como el proyecto Pulso 1.0, de videoocreación y electroacústica, un recital de poesía a cargo de la Fundación Antonio Gala, cuentacuentos y un taller de formación de actores.

Este centro cuenta asimismo con un espacio divulgativo expresamente dedicado

EXISTENCIAS • EL OBSERVADOR • EXISTENCIAS

al mundo de la imagen. Fnac-Marbella inauguró su galería con la exposición '1.000 familias' del fotógrafo alemán Uwe Ommer, en el que el artista presenta diversas tipologías familiares captadas en un periodo de cuatro años en los cinco continentes. Esta vocación por apoyar la creación artística nació en 1969, cuando la Fnac presentó la primera exposición permanente de fotografías de autor. Hoy cuenta con más de 300 exposiciones itinerantes por todos sus establecimientos, que acogen la obra de artistas de la talla de Sebastião Salgado, William Klein, Raymond Depardon, Brassai, Man Ray,

ATENCIÓN PERSONALIZADA

Entre los servicios que Fnac ofrece al cliente se encuentra la Clínica Micro, donde se puede encontrar todo lo necesario para el cuidado de los equipos informáticos; una sección dedicada a la venta de entradas para conciertos en el ámbito local y nacional; y el servicio de *Escucha a la carta*. Además de sus 9 tiendas físicas, cuenta con dos sitios en la red. Fnac.es (www.fnac.es) es el espacio dedicado a la venta *on line*, y contiene más de 200.000 referencias, y más de 20.000 comentarios de diversos especialistas. La Web ofrece precio mínimo garantizado en iguales

de la Iglesia, Fernando Trueba, Isabel Coixet, Carlos Saura, Carlos Fuentes, Juan José Millás, Alfredo Bryce Echenique, Alejandro Jodorowsky, Mario Vargas Llosa, Quino o Luis Eduardo Aute, entre otros, forman parte de esta iniciativa.

UN POCO DE HISTORIA

Creada en 1954, la Fnac forma parte en la actualidad del Grupo PPR (Pinault-Printemps-Redoute), también formado por las multinacionales Printemps, Conforama, Redcats, CFAO y Grupo Gucci. Sus siglas corresponden en francés a Fédération



Fnac La Cañada en Marbella.
Entrada, Sala de conferencias y exposiciones, área comercial



Edouard Boubat o Willie Ronis. Por otra parte, y dentro de su programa divulgativo, desde 1998, la Fnac edita en España la Guía de las Nuevas Tecnologías, una publicación en la que muestra las propuestas más destacadas en cada campo.

En las seis ciudades españolas en las que está presente, el Forum Fnac programa más de 1.500 encuentros con la cultura al año en sus distintas manifestaciones, que se añaden al calendario internacional de exposiciones de la Galería Fotográfica Fnac. En estos diez años, la Fnac ha organizado más de 10.000 eventos culturales entre Madrid, Barcelona, Valencia, Zaragoza, Alicante y Asturias.

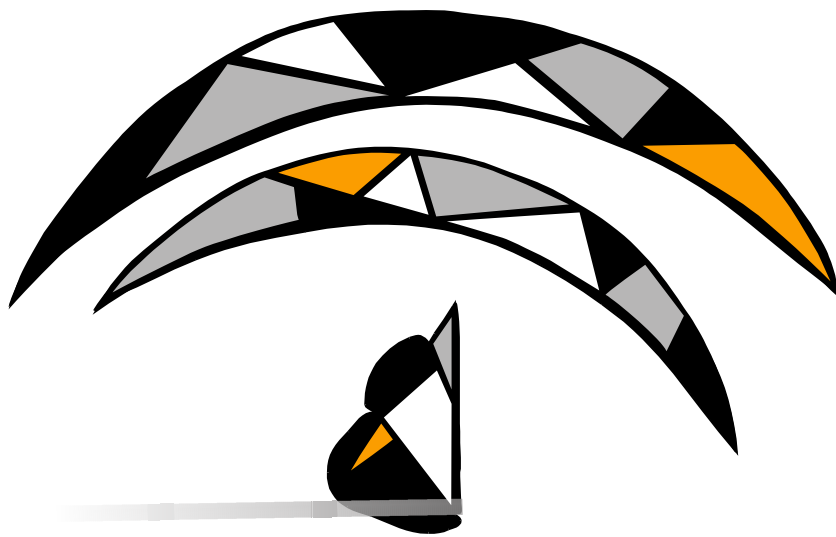
condiciones de servicio que en los centros Fnac, recogida en las tiendas físicas de cualquier artículo adquirido *on-line* sin gastos añadidos y el envío de pedidos mediante correo certificado a cualquiera de las 11.000 oficinas de Correos de España. Por su parte, el portal de cultura, Clubcultura.com (www.clubcultura.com), alberga las páginas oficiales de los principales creadores iberoamericanos, además de una información pormenorizada sobre los principales acontecimientos de la creación en español. Ofrece un acceso directo a más de treinta autores del mundo del cine, la literatura, la música, la fotografía y el humor. Pedro Almodóvar, Álex

National des Achats pour les Cadres, término que recuerda sus orígenes como cooperativa de coleccionismo artístico. Ha sido la primera gran empresa que ha organizado actividades culturales en sus tiendas, y pionera en Francia en dar a conocer, entre otros, el CD, el CD Rom y el DVD.

Hoy es la primera distribuidora en Europa de contenidos culturales. El de La Cañada, en Marbella es el noveno centro de España, con sedes en Madrid, Barcelona, Valencia, Zaragoza, Alicante y Asturias, y el 102 del mundo. En 2002, Fnac ha vendido en España 4,5 millones de libros, 4,6 millones de discos, y 1,2 millones de VHS y DVD's.

PICASSO VUELVE

Málaga 2003



JUNTA DE ANDALUCIA

EL OBSERVADOR

Un artista en acción

La antigua Campana de calle Alemania se ha convertido en sala de exposiciones efímera durante el mes de octubre. El artista Juan Carlos Hernando quería presentar su obra reciente en un ambiente distinto al del espacio convencional y decidió intervenir la vieja taberna y ocuparla

Juan Carlos Hernando ha expuesto su obra más reciente, pinturas y esculturas realizadas o acabadas en los últimos meses, en un espacio singular, el local que hasta hace algunos años ocupaba una taberna de la cadena La Campana en la calle Alemania, muy cerca del Centro de Arte Contemporáneo (CAC Málaga).

Durante dos semanas, del 3 al 17 de octubre, una colección de pinturas, entre las que predomina el óleo sobre tela, aunque no faltan elaboración de técnicas mixtas, en diálogo con esculturas realizadas en madera, metal y piedra en su mayoría, con incorporación eventual de otros materiales y técnicas (tela, óleo, alambre...) han ocupado las salas de exhibición en que se han convertido por ese tiempo las dependencias de La Campana.

Esta exposición no se limitó a ser la exhibición de obras de arte en un ambiente oportuno y adecuado según los criterios habituales. La idea inicial fue modificar por unos días un local que ha sido una taberna para convertirlo en galería efímera sin que llegue a serlo del todo ni deje de ser lo que fue, pese a haber perdido su actividad que lo convirtió en un espacio de referencia en el barrio, incluso para el artista que estos días lo ha ocupado.

Un proyecto artístico que además tenía otras implicaciones. "El local está cargado de romanticismo, del espíritu de la taberna. Cuando todavía era La Campana, de joven, vivía enfrente, y entonces el local tenía mucho tirón en el barrio. Con posterioridad lo he utilizado como taller y almacén, y ¿por qué no una exposición? Muchos amigos me han ayudado a transformarlo en apenas un mes de trabajo de sol a sol", relata Hernando. Él mismo ha dirigido las obras, en el que también han intervenido expertos en iluminación y escenografía.



1. Espacio superior en La Campana. Dos esculturas de Hernando.
Fondo: Caos (madera, hierro); Frente: Puente (madera, hierro, tela, óleo, arena)
2. *El mejor de los mundos* (óleo-lienzo)
3. Hernando a la puerta de La Campana



UNA SOLA RAZA:
LA RAZA HUMANA

ÚNETE A NOSOTROS:

Málaga acoge c/Bustamante, s/n, Llano de la Trinidad - Málaga - 952 39 3200
c/Troncón, 36 - Fuengirola - 952 46 2337
c/Dr. Fleming, 42 - Torre del Mar - 952 54 0303

<http://www.malaga.acoge.org>

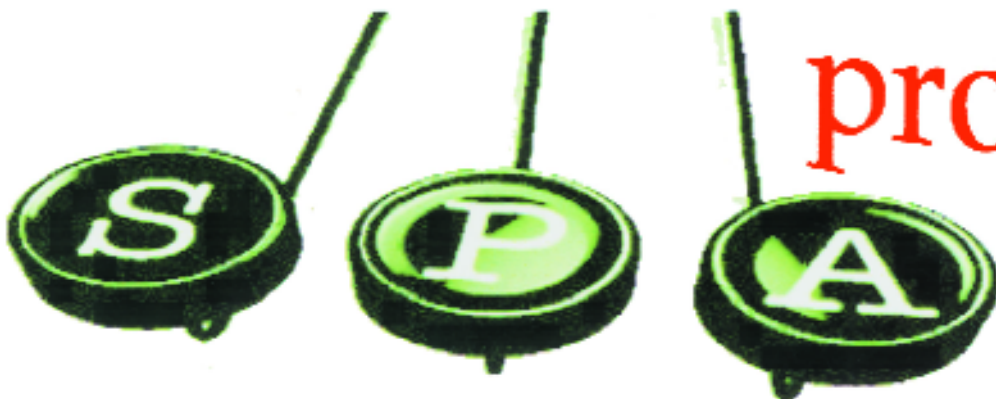
Nº de Cuenta: 2100 2107 50 0200 240678

Sindicato de Periodistas de Andalucía

por la **dignidad**

de la

profesión



spa_malaga@hotmail.com

EXISTENCIAS • EL OBSERVADOR • EXISTENCIAS

Se trataba de crear un espacio específico, que escapase de las definiciones de la galería de arte institucionalizada no menos que de las posiciones vocacional o circunstancialmente marginales. Un espacio cómodo por su dialéctica y su uso, que no obligara al visitante a tensiones de compromiso.

Para ello, se han eliminado muchos elementos que restaban espacio, como la barra o los toneles; se ha estudiado la iluminación interior, se ha restaurado el histórico letrero de la fachada y se ha procurado una decoración más acorde con la nueva finalidad. También se ha recuperado para uso expositivo los dos espacios de que consta la planta superior, el antiguo almacén, que muestra una imagen radicalmente distinta a la de la zona baja, gracias al efecto de sus dimensiones y el empleo de luces y colores.

Pese al esfuerzo empleado, y tal y como expuso el artista, "su empleo como galería será efímero. El propietario nos ha cedido el local gratuitamente, y cuando levantemos la exposición es probable que recupere alguna función comercial".

Aunque no está prevista la creación de una sala estable, toda la zona de calle Alemania está viviendo en estos momentos un florecimiento cultural, motivado por la presencia del CAC en el antiguo Mercado de Mayoristas, al calor del cual se han creado ya diversas salas de exposiciones y tiendas de decoración y grabados.

ARTE Y RECICLAJE

"Si pudiera decir con palabras lo que deseo expresar con mis obras no pintaría". Para Hernando, todas las corrientes artísticas, desde el Gótico hasta hoy, han marcado su obra. "De todo se aprende cuando lo ves en obra. "De todo se aprende cuando lo ves en directo. Todo el arte está interrelacionado. Lees, miras, la música, el teatro, todo estimula y sirve de vía de expresión para un momento de crisis global". Confiesa, no obstante, que su obra no hace referencia al espacio tanto como al tiempo, con colores puros y veladuras, en obras muy elaboradas. "Ejecutar es fácil, pero crear es complicado. En mi obra hablo de emociones y conceptos, de pulsiones internas. De hecho, la pintura que más me gusta es la que no comprendo, aquella que no encuentro palabras para expresar".

Frente a la tensión de la pintura, "siempre al borde", a la escultura el autor se enfrenta "en una actitud más relajada. De una parte, ya existía antes de que lo hicieras, y de otra, el empleo de herramientas lo convierte en un ejercicio más pausado". Entre sus materiales prevalece la combinación de madera, hierro y plomo, muchas veces fruto de la reutilización de viejos aparatos, que elabora en su taller. La mayoría de sus obras han sido adquiridas por particulares extranjeros, aunque en los últimos tiempos su trabajo está comenzando a ampliar su repercusión. No obstante, su producción es limitada: "no me importa producir mucho o poco, sino construir un discurso".



1. Espacio inferior en La Campana.
2. *Los novios* (madera, piedra)
3. *Puente* (hierro, piedra)
4. La Campana
4. *Interior* (óleo-lienzo)
6. *Puente* (limón, hierro)

amigos del cac Málaga



El CAC Málaga, Centro de Arte Contemporáneo de Málaga, desea expresar públicamente su agradecimiento a todas las empresas y entidades que colaboran en su programación de exposiciones y actividades. Su apoyo es un ejemplo de compromiso con el arte contemporáneo y con la sociedad.

Socio de Honor



Socio Protector



Socios Colaboradores

AUTORIDAD PORTUARIA DE SANTANDER
CAFÉS SANTA CRISTINA
COPE MÁLAGA
MERCEDÉS BFN7
SAMA LIKÖLN

Socios de Mérito

El Observador
Andalucia.comunicación.com
Arte y Parte
Bunson Marsteller
Descubrir el Arte
D-Latex
Ediciones Akal
Hispanart.com
Malagaes.com
Mothercare
Revista de Museología
Revista Zero
Sublime
The Reporter
Ubicarte.com
Vivo en Andalucía
Vida Económica

exposiciones diciembre

Hannah Collins

28 septiembre 2003 + 4 enero 2004

Jonathan Hernández

25 noviembre 2003 + 25 enero 2004

La aventura de las vanguardias

4 diciembre 2003 + 7 marzo 2004

cac Málaga Centro de Arte
Contemporáneo de Málaga

Ayuntamiento
de Málaga **mlc**
mas

Cáñamo: aislante saludable

EL OBSERVADOR

El Cáñamo es un material que se ha utilizado desde antiguo para cubrir distintas necesidades del ser humano. En la actualidad y gracias a la aplicación de un proceso industrial en su aglomerado en planchas de distintos espesores, se está consolidando como uno de los mejores aislamientos térmicos ecológicos. Es además una materia prima sostenible y renovable, que no requiere para su cultivo pesticidas y sirve para enriquecer los suelos en los que crece.

Sebastián Fernández, director de marketing de Biollar, empresa distribuidora de materiales ecológicos para construcción, considera que los productos industriales derivados de este vegetal están llamados a reemplazar a medio plazo a los aislantes tradicionales. "Las plantas crecen con facilidad y rapidez, y esta característica también se aplica a los procesos de industrialización, transporte y colocación en obra, por lo que los aislantes de este material presentan una excelente relación calidad-precio final, y se adapta tanto a cubiertas como a muros, pues los aglomerantes utilizados cumplen también la finalidad de ignifugarlo y protegerlo de ataques de hongos o insectos".

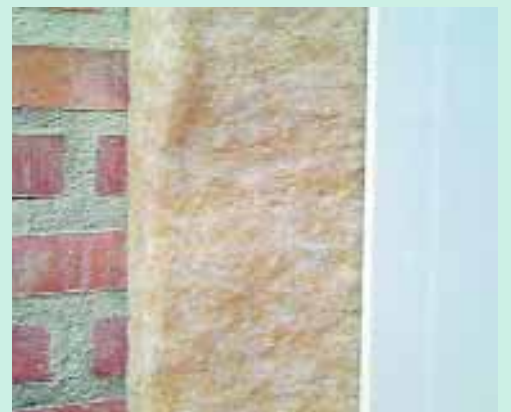
El Ecobau Térmico (nombre comercial del producto) cumple con todos los requisitos de la construcción sostenible: respeto a la naturaleza en el cultivo de la materia prima, bajo consumo energético en su transporte y transformación, nula toxicidad en su instalación, buena transpiración, muy larga vida útil y es totalmente reciclable. Además tiene buenas cualidades hidrométricas, por lo que sirve de regulador natural de la humedad ambiente, y su coeficiente térmico es muy similar al de sus homólogos sintéticos.

EMPLEO SUBVENCIONADO

Rafael Cintora, delegado de Biollar en Málaga, recalca que las propiedades del cáñamo han sido reconocidas por la Unión Europea y por el Gobierno español, a través del Instituto de Bioconstrucción y Energía Renovable. "Europa prepara en estos momentos una batería de subvenciones para los productos derivados de fibras naturales, entre los que se menciona expresamente este vegetal, con lo que en breve los precios de mercado igualarán a los de las fibras sintéticas", y subraya lo beneficioso que para el medio ambiente resultará la generalización de su uso. Para Cintora, la fibra larga de cáñamo, usada como aislante en el hogar, lleva aparejado un ambiente más saludable para sus habitantes. "No desprende toxicidad al

Una de las especies vegetales de mayor difusión también cuenta entre sus virtudes la versatilidad. Las aplicaciones industriales y constructivas del cáñamo son casi infinitas

Ecobau Térmico, manta aislante de cáñamo distribuida por Biollar. Hecho de cultivo natural del cáñamo, bajo consumo en transporte y transformación, muy larga vida útil y 100% reciclable



Aplicación de Ecobau Térmico como aislante exterior

ambiente, como ocurre con las fibras artificiales, puesto que no se ha tratado químicamente en ningún momento de su producción, y además repele los insectos, lo que evita que se degrade por la acción de éstos".

Según ha expuesto recientemente la Comisión Europea, en la resolución por la que autoriza al gobierno de Alemania a crear una subvención específica, "usar estos materiales en la construcción es un verdadero ejemplo de desarrollo sostenible, que ayuda a frenar la destrucción de recursos naturales no renovables. En este documento se recuerda asimismo que la mayoría de estos materiales renovables son neutros en gas carbónico, por lo que contribuyen a que la Unión Europea cumpla los requisitos del protocolo de Kioto, que le obliga a reducir sus emisiones de dióxido de carbono un ocho por ciento para el periodo 2008-2012 con respecto a los niveles de 1990.

En ningún modo es anecdótico, según cuenta Cintora, el uso del cáñamo en la industria del automóvil, dentro del amplio abanico de aplicaciones técnicas de este material. Ya en los años 20 del pasado siglo Ford lo empleaba para la fabricación de carrocerías, y no es un uso olvidado: de nuevo se ha puesto en vigor, como sustituto de la fibra de vidrio.

APLICACIÓN CONSTRUCTIVA

El Cáñamo se emplea para el aislamiento térmico y sonoro de techos, paredes y suelos. Se adapta a todo tipo de superficies y su montaje es sencillo. Se corta fácilmente con un cutter, presionando la manta con una regleta. En caso de grandes superficies verticales sin soportes laterales, se recomienda sujetar con algún tipo de tornillo con cabeza ancha o arandela de fijación, para evitar su desplazamiento futuro.

1/5

CINE/ DEL LUNES 1-VIERNES 5

Ciclo *El Señor de los Anillos*. Proyección de las versiones extendidas de las dos primeras películas; conferencias (influencia en otras artes, relaciones entre sus libros y las películas, las lenguas élficas) y la proyección de un documental sobre Tolkien



9

CINE/ MARTES 9

El joven cineasta malagueño **Pablo Díaz** presenta sus tres cortos que han sido premiados en distintos festivales



10

CONFERENCIA/ MIÉRCOLES 10

Por el escritor Antonio Gómez-Yebra. El humor en la obra de **Rafael Alberti**. La sesión incluye audición de poemas que han musicado Soledad Bravo, Paco Ibáñez, Joan Manuel Serrat, etc

11

CONCIERTO/ JUEVES 11

La **Mala Rodríguez**



12

LIBROS/ VIERNES 12

Presentación del libro *El arte de crear una ONG* con la presencia del autor Joaquín Antuña



13/14

CUENTACUENTOS/ SABADO 13-DOMINGO 14

Fin de semana de cuentacuentos

Cuentacuentos de Marilo (13)
Cuentacuentos de Jose Antonio del Cañizo (14)

Vuelta al Hammam

Una firma andaluza ha recobrado la saludable tradición musulmana de los 'hammam' tras abrir tres centros en Granada, Córdoba y Madrid, que ya reciben más de diez mil visitas al mes.

Grupo Al Andalus inaugurará dos nuevos centros en Toledo y Málaga próximamente, a los que se sumarán, a partir de 2004, Sevilla, Valencia, Zaragoza y Barcelona. El siguiente paso será salir al exterior, un reto ante el que Italia se presenta con bastante atractivo -aquí primaria el modelo de las termas romanas.

La aceptación de esta iniciativa ha dado lugar a un fuerte crecimiento en la empresa, que ha tenido que realizar cinco ampliaciones de capital, dos de ellas este mismo año, hasta alcanzar los seis millones de euros. La firma, que también explota alojamientos con encanto, facturó el pasado ejercicio 4,65 millones, cifra que prevé elevar un 7,5% en 2003.

Los baños públicos que salpicaban España en la época musulmana han recuperado el auge del que gozaban antes de la Reconquista, hace ya más de quinientos años. La apuesta del grupo granadino Al Andalus por reproducir los antiguos hammam desde una perspectiva lúdica y terapéutica ha tenido tal éxito que los tres centros con los que cuenta en la actualidad reciben una media de diez mil clientes al mes.

Distribuidos por Madrid, Córdoba y Granada, los baños recrean y se levantan sobre edificios históricos que varios siglos atrás cumplieron las mismas funciones, con una arquitectura basada en mosaicos geométricos y arcos, zócalos, celosías y columnas labradas. El boom del culto al cuerpo encuentra aquí una importante oferta para la relajación, ya que los baños alternos se combinan con masajes a base de aceites esenciales en un ambiente donde el silencio, la calidez de la luz, y los perfumes de la vieja Al Andalus se dan la mano.

JUGAR CON LA TEMPERATURA

El disfrute de estos baños árabes se estructura a través de tres salas: la piscina templada, en la que el agua está a 36 grados centígrados; la fría, con 16 grados; y la caliente, que tiene cuarenta. En el centro abierto el pasado marzo en Madrid, Medina Mayrit, existe, además, una sala de vapor o baño turco. Después de probar las distintas piscinas, el cuerpo termina de eliminar todas sus tensiones con una sesión de quiromasaje y aromaterapia de quince minutos.

El Grupo Al-Andalus abrirá su cuarto establecimiento de baños árabes, los *hammams* en Málaga. Una empresa en expansión que recupera tradiciones sanas y edificios históricos. En Málaga, calle Mártires, 21, próximamente



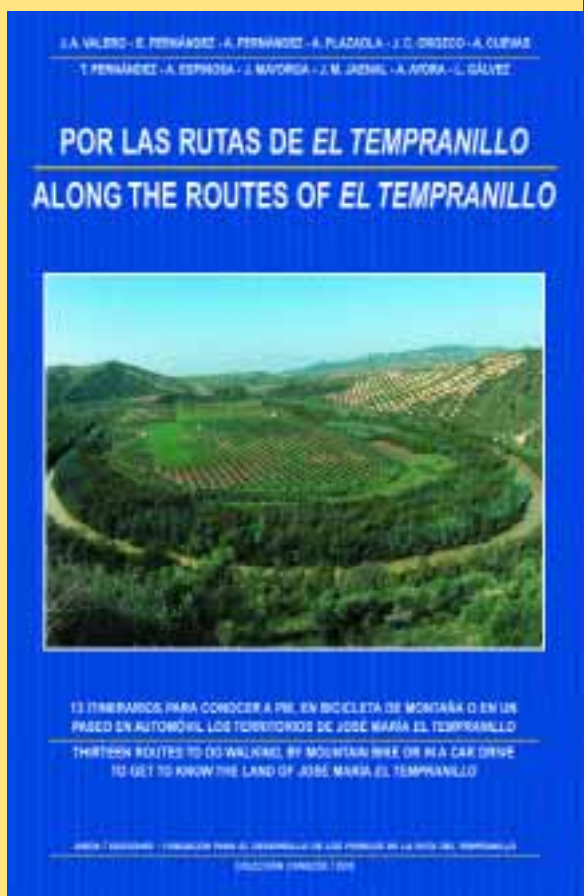
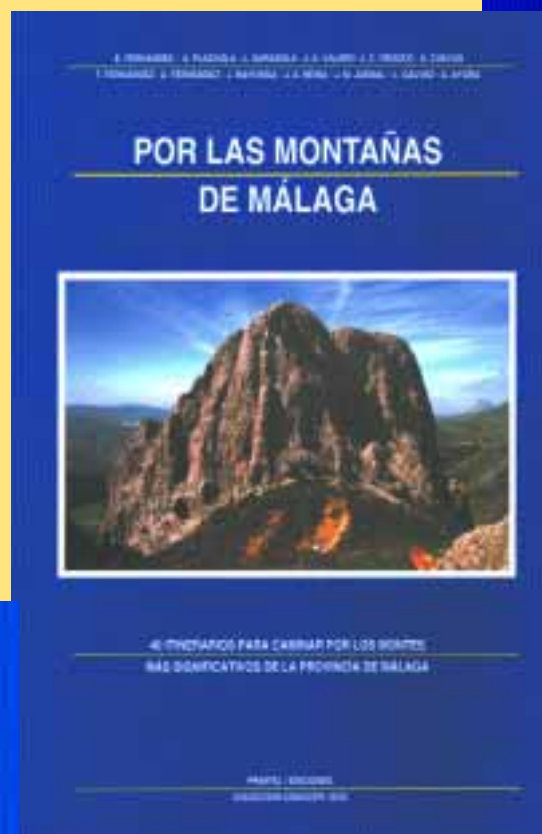
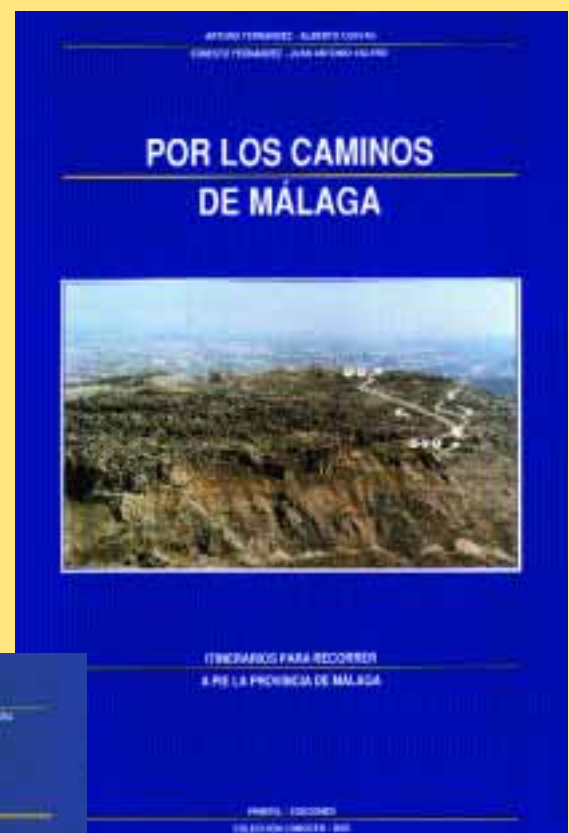
Al-Andalus ha elegido el edificio donde estuvo la antigua panadería de la calle de los Mártires para instalar su *hammam* en Málaga

Cada uno de los baños abiertos recoge el estilo de la época a la que pertenecía. Los de Córdoba son los mayores de Europa, y reciben el nombre de Medina Califal -se ubican cerca de la mezquita-catedral de la ciudad-. En el caso de Granada, son recurrentes los detalles de la vida cotidiana nazarí; mientras que en la capital de España se ha escogido un enclave que ocupaba la zona colindante con la Almudaima, próxima a la catedral de la Almudena.

Los baños árabes representaron un papel muy importante en los siglos XI y XII

en el sur de la península. Los hamman eran en primer lugar establecimientos que proporcionaban la higiene que no existía en las viviendas, que a menudo no tenían pozos de donde sacar el agua. Pero también, y ésta ha sido una característica propia de todos los baños por ser lugares de reunión, eran verdaderas fuentes de intercambio de ideas y de discusión social, política y cultural. Cuando los cristianos conquistaron los territorios del sur de la Península Ibérica, abandonaron el uso de estas instalaciones, y su decadencia ya fue irreversible a partir del siglo XV.

tres CLÁSICOS EN LIBRERIAS



salir/viajar
sugerencias en madrid

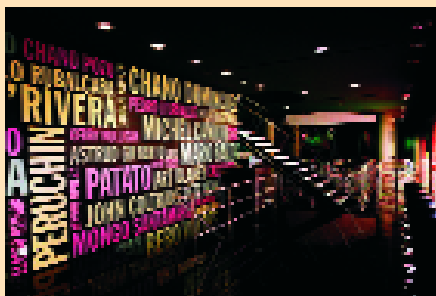
EXISTENCIAS • EL OBSERVADOR • EXISTENCIAS

EL OBSERVADOR

Un club de cine: *Calle 54*

Calle 54 lleva unos meses abierto, pero ya se ha colocado en esa posición de privilegio que supone el ser un sitio al que *hay que ir*. Restaurante, club con una programación de conciertos de alto nivel, sala de proyecciones y de actos públicos, Calle 54 es un lugar especial en el que se ha confiado en un equipo de personas jóvenes para su gestión, y en profesionales de experiencia para labores muy específicas o de asesoramiento.

El espacio, diseñado por Javier Mariscal (también socio) y Estudio se divide en dos plantas con ambientes variados en los que se



desarrolla un moderno concepto de club-restaurante, bar de copas, sala de conciertos, todo en uno, pero hábilmente delimitado por la iluminación, la disposición de barras y mobiliario en sus dos plantas.

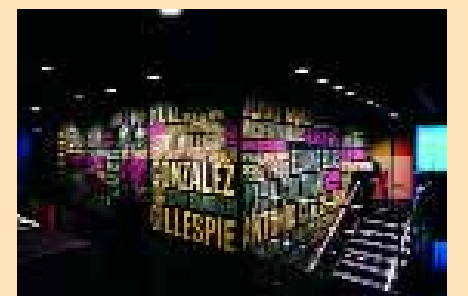
Calle 54 cumple varias funciones en la ciudad. De un lado, con una programación de conciertos diseñada por uno de los socios ilustres del local, Fernando Trueba, es un club de música en directo con una estética muy definida: el jazz latino que apasiona al direc-

Ir a Madrid es cada día menos un viaje que una visita. La escapada de fin de semana suele incluir cine, arte al gusto, teatro, danza, ópera: lo que se echa de menos en la provincia. Y la salida nocturna. Sugerencia del mes: *Calle 54*, un local múltiple creado por Fernando Trueba y sus amigos

tor de cine. *Calle 54* comparte nombre con la película que rodó Trueba sobre este género musical, y algunos de los artistas que aparecen en ella ya han pasado por el íntimo escenario del club madrileño.

Desde junio del 2003, Calle 54 ha prestado escenario a músicos nacionales como Gerardo Núñez, Ximo Tebar, Javier Vargas, Diego Amador o el clásico Pedro Ruy Blas, y músicos internacionales que van desde los artistas conocidos sólo entre iniciados a estrellas: Rosa Passos, Terence Blanchard, Ron Carter, Bebo Valdés, Yellowjackets, Don Byron, Jorge Ben Jor... El programa del club destaca por ser una rara excepción en el panorama nacional. No sólo por su especialización, que tampoco es dogmática y cerrada, sino por su rigor, en lo cual da lecciones, sobre todo, a la programación musical de teatros y salas públicas de provincias.

Los conciertos en Calle 54 comienzan a las 23:30, el precio de entrada se adapta al artista, y mientras la banda toca, se puede comer, pues el espacio del club incluye el restaurante. La cocina la dirige Xabi Gutiérrez, que es jefe del equipo de I&D del restaurante Arzak. Es suficiente garantía de originalidad y buen gusto. La oferta se adapta a los espacios; platos más ligeros y sencillos en la sala de conciertos, donde hay cocina tradicional española y fórmulas rápidas del tipo hamburguesa; y mayor amplitud y contundencia en la planta superior.





902 119 133
www.a-i.es

Con tu ayuda seguiremos
mostrando la verdad.

**Amnistía
Internacional**

25 años en España.

EL OBSERVADOR rincón argentino

El *Farolito* abrió sus puertas hace un año, cerca del teatro Cervantes. Un pequeño local de comida típica argentina para llevar, que a estas alturas tiene una de las barras más concurridas del centro.

Con apenas un año de vida, la barra del *Farolito* se ha convertido en un entrañable punto de encuentro, pero en el que es difícil encontrar un hueco. "El proyecto surge como una forma de traer a Málaga lo más auténtico de la cocina argentina, pero al alcance tanto del que viene de allí, que no anda precisamente sobrado de ingresos, como de los propios malagueños", explica.

Para éstos últimos, como para los clientes que no han tenido la oportunidad de conocer la variedad de cortes de la parrilla argentina, la cena se convierte en un viaje gastronómico que recorre, de la mano de su creador, los hitos principales de la cocina de su país. Damián explica el origen de las piezas, en una especie de menú de degustación que descubre sabores y texturas novedosas para los no iniciados. Entre sus especialidades a la brasa se encuentran el vacío, una parte de la falda de la ternera; el matambre a la pizza, "una manta de carne fina previamente tiernizada a la parrilla, como si fuera la base de una pizza", o la *Provoleta*, a base de queso italiano al fuego. Todo ello acompañado de la tradicional salsa chimichurri, que aporta nuevos matices al chorizo y la carne. Para acompañar, empanadas argentinas y cerveza Quilmes, y la cena se cierra con algún dulce, como la torre de panqueques (crepes) o el dulce de leche.

JUNTO AL CERVANTES

Damián asegura que su proximidad al Teatro Cervantes, le beneficia cuando se trata de actos juveniles, un público que da una buena respuesta, pero cuando se trata de obras destinadas a un espectador maduro, éste opta generalmente por otro tipo de servicios de corte más tradicional. Aunque considera que están en el lugar adecuado, "el centro es el sitio donde la gente espera encontrar este tipo de establecimientos", también tiene inconvenientes, como la necesidad de atenerse a la normativa municipal que fija las características de la fachada, o la hora de cierre establecido para un local como el suyo, que es a las 12:30, y eso, asegura, impide atender a su clientela como a él le gustaría.

EL FUTURO

Los planes de Damián dentro de la prudencia, son ambiciosos. De una parte, quiere

La cocina argentina siempre ha tenido un lugar en Málaga, pero en los últimos tiempos, con la llegada de numerosos ciudadanos de ese país, surgen nuevos locales que amplían la oferta gastronómica local. Como *El Farolito*, en calle Cárcer, que nació con la idea de dar calidad a buen precio



El Farolito, desde Argentina hasta calle Cárcer, en Málaga

reforzar su servicio de entrega a domicilio en los alrededores del Centro Histórico, primero, para ir después ampliándose a otras zonas. Y de otra, ampliar también su faceta creativa, introducir las pastas caseras en su oferta y afianzarse como distribuidora de

productos típicos de consumo habitual entre la población argentina afincada en Málaga. A medio plazo, Damián espera procurarse también un espacio para atender a sus clientes en mesa, aunque, "de momento, queremos seguir pasos cortos y seguros".



sitios
amables

EL OBSERVADOR

EXISTENCIAS • EL OBSERVADOR • EXISTENCIAS

Una cafetería europea en Málaga

La pareja formada por los jóvenes restauradores Francisco Álamo y Raquel González son el alma de Artepostre, una cafetería cuidadosamente decorada, ambientada y atendida; un obrador de pastelería artesano y una tienda de dulces, todo en uno. La alta estacionalidad a la que está sometida su profesión en la Costa les hizo volver sus miradas hacia la capital, y pronto descubrieron que el malagueño está más dispuesto a dejarse seducir por los sencillos encantos de un pastel de chocolate -artesano y recién horneado- que por los complejos matices de la cocina de vanguardia.

Que la alta cocina no encaja bien en el gusto del público malagueño no es ningún secreto entre los restauradores locales. "Aquí no se aprecia tanto la ejecución, la presentación o la innovación como la cantidad de comida que se sirve en el plato", afirman. Sin embargo, a la hora de hablar de café y dulces la cosa cambia. Salir a tomar café y merendar "en la calle" es una tradición fuertemente arraigada, aunque, a su juicio, muchos de los establecimientos existentes no encajaban con el gusto de un sector cada vez más amplio de la población. "Nuestra oferta está dirigida a profesionales de entre 25 y 50 años, que buscan nuevos centros de reunión para sus momentos de ocio y demandan una alta calidad, tanto en los productos como en el ambiente de los locales que visitan. Personas que han viajado y buscan una ambientación y un producto similar al que han conocido en las principales capitales europeas", exponen.

Bajo esta doble premisa -un producto de primera y un espacio para disfrutarlo- nació hace poco más de un año la cafetería-obrador-pastelería Artepostre. Sus creadores, el matrimonio formado por Raquel González, cocinera y experta en repostería y pastelería, y Francisco Álamo, cocinero y profesor de Hostelería, pertenecen a la primera promoción de la Escuela La Cónsula, y han desarrollado sus carreras en Marbella. Sin embargo, cuando decidieron embarcarse en un proyecto propio centrado en la repostería y pastelería, prefirieron trasladarse a la capital; en la Costa del Sol el sector de la restauración está sometido a la presión de los fuertes altibajos en función de la temporada. "En verano se trabaja a destajo, sin tiempo siquiera para descansar, mientras que buena parte del invierno transcurría sobre brazo. Y durante la temporada baja hay que seguir pagando al personal, los alquileres y los impuestos", comentan.

Artepostre. Un año lleva sorprendiendo con la alta calidad de su producción, la excepcional comodidad, tanto corporal como acústica y visual de su salón, y un trato amable y profesional. A esto se añade la modernidad bien acabada de sus creaciones: un lugar único en Málaga



ARTEPOSTRE
C/ Cerezuela, s/n Málaga
(a espaldas de El Corte Inglés).
Teléfono: 952 64 18 98



**Acabas de vacunar
a 250 niños contra
la meningitis**

Haciéndote socio de Médicos Sin Fronteras haces esto y mucho más.

6 euros al mes durante todo el año hacen posible que la asistencia médica y humanitaria llegue a las personas que más la necesitan, sean quienes sean y estén donde estén, de forma independiente de instituciones políticas o económicas. **Por eso, tu compromiso garantiza nuestra ayuda.**

Llama ahora al **902 250 902** o entra en **www.msf.es** y hazte socio. Gracias.



EXISTENCIAS • EL OBSERVADOR • EXISTENCIAS

Comienza entonces la búsqueda de un local que se ajuste a sus requerimientos de espacio, para dar cabida a la cocina y los hornos, los mostradores y el salón. En total, 250 metros cuadrados. "No podía estar en un barrio, porque el público busca los referentes de ocio de nivel en el centro, pero el alto precio de los alquileres hace que cualquier proyecto sea prácticamente inviable, y está provocando que muchos locales permanezcan vacíos y sin uso", afirman. Finalmente se decantaron por un amplio establecimiento junto a la iglesia de la Esperanza, a espaldas de El Corte Inglés. La puesta en marcha del negocio ha requerido una inversión de 300.000 euros, y ha promovido la creación de entre 10 y 12 puestos de trabajo, en función de la temporada.

VIVIR EL CHOCOLATE

Tanto el diseño y la decoración como la distribución del espacio es obra de la pareja, que ha contado con asesoramiento técnico para el diseño del logotipo y la tipografía. En su decoración imperan los colores rojo, blanco y chocolate. "Es un entorno apetecible. El olor a chocolate flota en el ambiente, y los propios colores te recuerdan al dulce. Todo está pensado para motivar los sentidos del visitante desde el primer contacto. Es un estilo de líneas puras, pero cómodo, donde cada producto tiene su importancia". Asimismo, se ha hecho un minucioso estudio de la iluminación interior y la música. "El cliente debe poder ver todas las características y formas de lo que come, mientras que la música suave, ambiental, con toques de jazz, pop y chill out, permite la conversación sosegada, y está directamente relacionada con la sensación de confort que aporta el espacio".

Mención aparte merecen los cuadros que cuelgan de sus paredes, que son obra del propio Francisco Álamo, y en los que emplea una técnica mixta de cera y acrílico. Obras "intuitivas", según define él mismo, y de gran formato, a los que se dedicó para "quemar los nervios de las obras de reforma del local", y expresamente concebidos para este espacio. Ya está preparando la nueva decoración, también nacida de su pincel.

En artepostre pueden diferenciarse tres espacios: la barra-café, la zona de exposición y venta y el salón para clientes o de degustación, con capacidad para 50 a 60 personas. Las vitrinas en las que se exhiben al público los dulces manjares son diseño de Esfred, responsables de este importante accesorio en las mejores reposterías de Barcelona. Estas mamparas aseguran que cada pastel se mantenga en sus condiciones óptimas de temperatura y luz para la conservación de todas sus propiedades.

EN SOCIEDAD

La carta se renueva cada seis meses, en función del tiempo y los gustos mayoritarios de la temporada, y se adapta a las demandas de cada periodo festivo, como la Navidad. Dispone de una amplia variedad de innovadores chocolates y bombones, negros o

blancos, y que incluye entre sus ingredientes los cítricos, los frutos silvestres o especias tales como la pimienta sechuan, una variedad de Asia muy aromática. Artepostre funciona también como servicio de catering para celebraciones, cócteles o inauguraciones, y dispone de un menú mensual a mediodía, especialmente apreciado por los profesionales de la zona. Asimismo, en las ya cercanas

del público, tanto Francisco como Raquel conocen el potencial de crecimiento de su propuesta, y ya han solicitado su inclusión en la nueva incubadora de empresas que prepara Promalaga, y que ofrece naves a bajo precio de alquiler, a fin de potenciar el catering como línea de negocio, ante la buena acogida que sus propuestas culinarias han recibido por parte de diversas instituciones y res-



fiestas de Navidad ofrecerá a sus clientes menús de Nochebuena y de Nochevieja. En este sentido, su proximidad a las casas-hermandad de la Esperanza y Mena ha convertido este local en un nuevo referente para los cofrades durante la Semana Santa.

Aunque acaba de cumplir un año, en el que ha recibido una cálida acogida por parte

taurantes de lujo de la capital. Asimismo, a medio plazo esperan crecer en cadena, con nuevos establecimientos en la Costa, "pero sin perder la perspectiva. Si crecemos, será sin quemar la calidad y el sello Artepostre, siendo exigentes y haciendo constar en todo momento la profesionalidad que este nombre lleva aparejada", recalcan.

GREENPEACE



Sobran las palabras

EL OBSERVADOR

SUSCRÍBASE

BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

Sí deseo recibir cada mes la revista EL OBSERVADOR directamente en mi domicilio. 8 (ocho) ejemplares anuales, al precio de 20,00 euros, IVA incluido

Forma de pago:

- Domiciliación bancaria
- Talón nominativo adjunto a nombre de Airon Sesenta
C/ Fernando Camino, nº 11, 1ªA, 29016 Málaga

Nombre y apellidos _____

Domicilio _____

Población _____ CP _____ Provincia _____

Tlf.: _____ e-mail _____

DATOS PARA LA DOMICILIACIÓN BANCARIA

Banco o Caja _____ Nº Sucursal _____

Dirección _____

Población _____ CP _____

Provincia _____

Ruego carguen a mi cuenta/libreta nº _____ el pago de los recibos que Airon Sesenta, S.L. les presentará a mi nombre hasta nuevo aviso.

En _____ a _____ de _____ de 2003

Firma

