

AZ

ARAGONIA ZARAGOZA

FRANCISCO CALVO SERRALLER,
DIRECTOR DE LA ENCICLOPEDIA
DEL MUSEO DEL PRADO

EL CIRCO DEL SOL
Y LOS DETALLES SOBRE
LA CABALGATA DE EXPO 2008

ENTREVISTA A
ROBERTO VERINO

ÁLVARO PLANCHUELO.
ENTREVISTA AL ARQUITECTO
DEL FLUVIAL DE EXPO 2008



PROYECTO ARAGONIA

UN UNIVERSO EN ZARAGOZA

LAS ÚLTIMAS TENDENCIAS DE UN UNIVERSO EN ZARAGOZA



DIBUJO: JACOB PÉREZ ENCISO



Con los primeros coletazos de este recién estrenado 2007 llega también un nuevo número de AZ Aragonia Zaragoza, el quinto ya.

Casi completamente retomado el ritmo normal de nuestra vida tras las fiestas navideñas, empezamos a añorar las espectaculares comidas y cenas de hace tan sólo unas semanas. Una de las cosas buenas de la Navidad es que elevamos nuestro listón gastronómico, y buscamos los mejores productos, la máxima calidad sin atender a otras consideraciones. Los mariscos, embutidos ibéricos, quesos, foie, las mejores carnes y pescados. Sería estupendo trasladar esa costumbre al resto del año y poder disponer siempre de la mejor oferta de alimentación especializada de calidad.

Y, precisamente, esa es una de las principales propuestas que les hemos preparado para este número de AZ: la novedosa oferta de establecimientos dedicados a la venta y degustación de productos de alimentación especializada de calidad del Centro de Ocio y Comercial Aragonia al que, además, dedicamos nuestra portada desplegable.

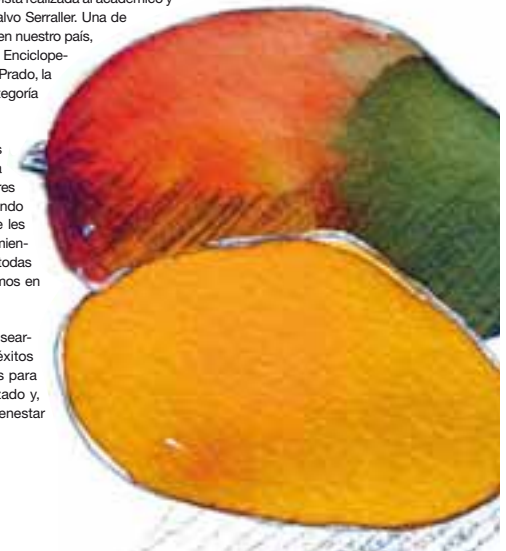
También les hablamos en este número de la gran cantidad de establecimientos de servicios cotidianos que integrará la oferta de Aragonia y que cubrirá cualquier necesidad del día a día.

Y además, como siempre, hemos tratado de presentarles temas del máximo interés y actualidad. Una detallada descripción del impresionante proyecto del Acuario de Expo, en palabras de su responsable, el interesante arquitecto Álvaro Panchuelo. Una entrevista con uno de los diseñadores de moda españoles más internacional, Roberto Verino. O la primera parte de una extraordinaria entrevista realizada al académico y crítico de arte Francisco Calvo Serraller. Una de las voces más autorizadas en nuestro país, que acaba de presentar La Enciclopedia del Museo Nacional del Prado, la primera y la única de su categoría en el mundo.

Una serie de contenidos que persiguen mantener a nuestros estimados lectores siempre al día y disfrutando de la lectura de temas que les interesen, como agradecimiento por su fidelidad, y por todas las sugerencias que recibimos en nuestra redacción.

Y sólo nos queda ya desearles a todos los mayores éxitos personales y profesionales para este 2007 que ha comenzado y, sobre todo, el máximo bienestar y felicidad.

EDITORIAL AZ



A Z

EDITA

Junta de Compensación Polígono Universidad
Capitán Portolés, 1-3-5, 1ª planta. 50004 Zaragoza
Tfno: 976794250

DIRECTOR DEL PROYECTO

Alberto Roca

RESPONSABLE DE MARKETING

Mª Jesús Gómez

CONSEJERO EDITORIAL

Jorge Anglada

DISEÑO Y MAQUETACIÓN

Estudio Pérez-Enciso
Pza. de Isabel II, 8 - 2º F - 28013 Madrid
Tfno: 915414981

REDACCIÓN Y COORDINACIÓN EDITORIAL

Ozone Creative
C/ Manuel Uribe, 17 - chalet F - 28033 Madrid
Tfno: 917489288

INFORMACIÓN Y CONSULTAS:

kety.sierra@ozonecreative.es

DEPÓSITO LEGAL

M-4631-2006

DIRECTORA

Kety Sierra

DIRECCIÓN DE ARTE

Jacobo Pérez-Enciso
Mayte Cortés

MAQUETACIÓN

Raúl Pelechano
Irene Díez

COLABORADORES

Guillermo Calvo
Luis Alegre
Lucas de la Cierva
Juan Oliver
Agustín Sánchez Vidal
Carolina Serrano
Paloma Clavet
Ángel de Uña
Pedro Mansilla

PORTADA

Centro de Ocio y Comercial Aragón.
Infografía: Área 3 Infografía

Queda prohibida la reproducción total o parcial de esta publicación sin el permiso previo de la editorial



Nº5

EDITORIAL 5

ARQUITECTURA

Arquitecto por naturaleza.

Entrevista a Álvaro Planchuelo, arquitecto responsable del Acuario Fluvial de Expo 2008 **8**

FIRMA

Agustín Sánchez Vidal **16**

ARAGONIA

Algo rico se cuece en Aragón 18**Capital 100% intelectual.**

Entrevista a Pablo Bueno y Francisco Vigaray, directivos de TYPSA **24**

ARTE

El Prado, retratado.

Entrevista a Francisco Calvo Serraller, Director de la nueva Enciclopedia del Museo Nacional del Prado **30**

MODA

El gallego imposable.

Entrevista a Roberto Verino **38**

ZARAGOZA FUTURA

El archipiélago del Desierto.

Reportaje sobre el Circo del Sol y el proyecto de la Cabalgata para Expo 2008 **46**

CINE

Actualidad cinematográfica **53**

Apocalpto. Reportaje sobre la última película de Mel Gibson **56**

DEPORTES

A galope por St. Moritz.

Reportaje sobre un deporte con mucho glamour, el White Turf **60**

TENDENCIAS

Volando voy...

El auge de las empresas de aviación privada **64**

VIAJES

Un viaje a la edad del hielo.

Reportaje de la Antártida coincidiendo con el Año Polar Internacional **68**

GADGETS / SHOPPING **72**

CENTRO COMERCIAL

Hasta donde alcanza la imaginación.

Dubai Festival City **76**

LIBROS **78**AGENDA **79**SUSCRIPTORES **84**



ENTREVISTA Y FOTOGRAFÍA: JUAN OLIVERA

EL ARQUITECTO GANADOR DEL PROYECTO Y CO-RESPONSABLE DEL MONUMENTAL ACUARIO FLUVIAL DE EXPO ZARAGOZA 2008, ÁLVARO PLANCHUELO, NOS RECIBE EN SU ESTUDIO DE MADRID, DONDE NOS EXPLICA LA FILOSOFÍA DE TRABAJO QUE TANTOS ÉXITOS LE ESTÁ BRINDANDO. UNA FILOSOFÍA BASADA EN OFRECER RESPUESTAS INTELECTUALMENTE SÓLIDAS Y GLOBALES, CON PROYECTOS MULTIDISCIPLINARES, A LOS PROBLEMAS DE LA ARQUITECTURA ACTUAL. UNA FILOSOFÍA DE RESPETO E INTEGRACIÓN DE LA OBRA ARQUITECTÓNICA EN EL MEDIOAMBIENTE Y EN LA NATURALEZA. UNA FILOSOFÍA DE RESPETO AL MEDIO Y A SUS HABITANTES QUE TRASCENDE LA ESFERA PROFESIONAL DE ESTE MÁSTER EN RESTAURACIÓN Y REHABILITACIÓN DEL PATRIMONIO Y SE MANIFIESTA EN OTRAS INTERESANTÍSIMAS FACETAS DE SU VIDA.

ÁLVARO PLANCHUELO,
ARQUITECTO DEL ACUARIO FLUVIAL DE EXPO 2008:

ARQUITECTO POR NATURALEZA

Repasando los proyectos del Estudio Álvaro Planchuelo, se percibe una heterogeneidad tremenda y una adaptación absoluta al entorno. Sería difícil identificar un estilo arquitectónico determinado, más bien, si hubiera un estilo, éste sería la capacidad de adaptación al entorno...

Sí. Pero no hay que confundir estilo con lenguaje. El lenguaje es una cosa, hay muchos arquitectos que tienen un lenguaje determinado estén donde estén. En nuestro caso, el estilo no está en el lenguaje, sino en la interpretación del medio. No es lo mismo hacer un edificio en Gijón que en Palma, porque el clima no es igual, ni la historia, etc. Lo que sí seguimos, es el mismo proceso de actuación a través del análisis, la investigación, la recuperación de tradiciones, el dar un paso más en lo que necesita la sociedad... Ese es nuestro estilo, pero el lenguaje se adapta a las necesidades de cada entorno. Por eso, puedes percibir que nada tiene que ver un proyecto nuestro con otro, pero desde el punto de vista de cómo se da respuesta a un problema, sí tenemos el mismo estilo.

Entre una tendencia arquitectónica escultórica, en la que el edificio destaca, como la del Guggenheim y una integradora, que busca mimetizar el edificio con el entorno, ¿de cuál te sientes más cerca?

Más que mimetizarse, yo diría a tener en cuenta. Mimetizarse podría ser también una forma de romper el entorno. A nosotros todas esas tendencias nos parecen buenas pero no nos identificamos más con una o con otra. En lo que no estamos de acuerdo es en ignorar el entorno. El Guggenheim puede considerarse una actuación excelente, si esta pensado para aportar algo teniendo en cuenta los condicionantes que lo rodean: sociales, humanos, paisajísticos, culturales, históricos... Pero si se trata de un elemento puesto en Bilbao, y en cualquier otro sitio igual, entonces es una manera de hacer arquitectura que yo respeto totalmente y no voy a decir que sea ni mejor ni peor, pero al final es un proyecto igual que otro, en contextos muy diferentes. Y esa no es la forma que nosotros tenemos de entender la arquitectura. Es más, la escuela española no es así. Los grandes arquitectos españoles, y el s. XX, nos ha dado unos maestros fantásticos como Oiza, Alejandro de la Sota, Rafael Moneo y muchísimos más, se han basado más en la sensibilidad que en el espectáculo. Quizás porque no había medios tecnológicos, o por nuestra tradición sensitiva frente a la naturaleza, herencia de los árabes.

Ahora hay una invasión de arquitectura espectacular, pero respetando todo tipo de filosofías, creemos que un edificio debe responder a un problema mucho más complejo. Un edificio es un objeto con una inversión tremenda a muy largo plazo, que impacta en una ciudad y en su sociedad, y parte que tener detrás una reflexión muy profunda por parte de quien lo hace. Y esa reflexión no es tan simple como "voy a hacer una imagen aquí y ya está". A veces, puede ser que lo que necesite una ciudad sea un golpe de imagen tremendo



VISTA SUROESTE DEL ACUARIO FLUVIAL DE EXPO 2008

para recuperarla, pero no es lo más frecuente. Lo normal es que el edificio aporte a la ciudad más de lo que ésta tiene, pero también debe tener en cuenta todos los condicionantes que lo rodean.

Desde nuestro punto de vista, esa es la clave de esta profesión, plantearte un problema complejo y dar una respuesta seria, pensada, inteligente y sensitiva.

Aunque se parta de esta reflexión tan racional... Tú opinas que los edificios deben provocar emociones, ¿no es así?

Sí, claro. La arquitectura es como la pintura, el cine, el baile o la música. Es un arte y cualquier actuación, por racional que sea su base, al final siempre tiene que provocar algo en el espectador. Lo que pasa es que la arquitectura, además, es un arte con una funcionalidad añadida y quizás por eso hay unos factores adicionales que la hacen estar más condicionada. Siempre piensas "tengo que dar algo que, además de funcionar, sea bello. Que cumpla su función y aporte algo sensitivo". Lo que pasa es que los sistemas de provocar emociones son infinitos. Desde el impacto o el espectáculo a la sencillez más minimalista. Todas las culturas han utilizado el espacio arquitectónico para cumplir con una funcionalidad y además provocar determinadas emociones.

Unos excelentes ejemplos de lo que hablas podrían ser Puro Hotel y Puro Beach en Palma de Mallorca: edificios totalmente funcionales, pero que también provocan una experiencia de disfrute estético y de relajación espectacular...

Así es. El Puro es un edificio de ocio y, por lo tanto, el disfrute era una de sus grandes premisas de partida, pero el arquitecto debe intentar lo mismo en un hospital, en una cárcel o en cualquier proyecto que lleve a cabo. A veces se acierta y otras veces no, pero todos los arquitectos se plantean esto en cada uno de sus proyectos.

PURO HOTEL. DETALLES DEL BAR Y DE UNA HABITACIÓN





ÁLVARO PLANCHUELO Y SU EQUIPO



POLIDEPORTIVO CENTRO ESTEL DE PALMA DE MALLORCA



PARQUE NACIONAL DE CABRERA

¿Crees que existe una "arquitectura mediterránea" que pueda englobar a arquitectos tan distintos como Calatrava, Moneo y Planchuelo?

Más que mediterránea diría hispánica, porque los franceses hacen una arquitectura más inglesa, más tecnológica. Englobaría a España, Portugal e Italia en esa arquitectura que utiliza el concepto tan mediterráneo de emocionar desde la sencillez. Eso es el Puro Hotel que hablábamos antes: lo mediterráneo, emocionar desde las cosas sencillas y cálidas, pero cargadas de fuerza.

Yo me siento incapaz de hablar de Calatrava, porque es un gran arquitecto que ha conquistado el mundo, sólo puedo decir alabanzas, al igual que con Rafael Moneo, incluso más que con Calatrava, porque Moneo es el maestro de una generación. Esta filosofía que estoy planteando yo es aprendida de él. ¿Qué tiene que ver el Museo de Mérida con el Kursaal de San Sebastián? ¿En qué se parecen? En la integración en el medio. Uno está en Mérida, inserto en la cultura romana y el otro está entre las rocas y una bahía. Son obras nada parecidas, pero sin embargo tienen algo común: captan la atmósfera del sitio en el que están. Esa es la filosofía que seguimos nosotros y la mayoría de arquitectos españoles.

Es cierto que ahora hay un cambio radical provocado por la informática y el manejo de programas en 3D. Es un salto importante en la historia de la arquitectura. La informática ha roto con el cubo, con el eje x-y. Pero todo esto está en fase de experimentación, porque los medios de dibujo permiten proyectar así pero luego hay que construir. Aunque también están surgiendo los medios que permiten una precisión milimétrica con láser para construir pero, ¿es mejor?, ¿es peor?, ¿se hace porque es algo nuevo? ¿esta arquitectura

sin forma debe sustituir a la tradicional? Creo que aún es pronto para contestar a todo esto. La arquitectura debe ser siempre innovadora, pero la sustitución total de la arquitectura tradicional por esta experimental...no lo tenemos tan claro. Se hacen cosas de este tipo, pero detrás del proyecto hay un promotor, una inversión, unos plazos que cumplir, un mantenimiento del edificio, una serie de cosas que todavía no están totalmente resueltas en esta nueva arquitectura. Hay un inicio y ya veremos dónde va.

¿Qué es lo primero que os planteáis a la hora de acometer un proyecto?

El camino que vamos a tomar. Está el edificio espectacular, el edificio medioambiental y el edificio sencillo. Son los tres grandes caminos que nos planteamos. "Voy al espectáculo porque esta actuación necesita algo impactante" o "aquí es el medioambiente el que prima, los recursos, el ahorro, el mantenimiento" o "la sencillez, la belleza de lo económico, de lo sostenible, de lo elemental". Y ahí es donde nos movemos.

Sin embargo, hay edificios que pueden tomar varios de estos caminos al mismo tiempo, o caminos intermedios. El fluvial de la Expo, es un proyecto espectacular, llamativo e impactante a más no poder y, a la vez, es un proyecto absolutamente integrado, que reutiliza los recursos, que vive del agua del río...

Claro, ninguna actuación al final elige un único camino. Siempre te mueves entre los tres y potencias unos más que otros. Hoy en día, el medio ambiente, desde nuestro punto de vista, está dirigiendo la arquitectura, está marcando el futuro y creemos que el s. XXI tendrá a cuidar este aspecto.

Si hay algo que puede definir lo que nosotros hacemos en este estudio es eso, el intentar mostrar una sensibilidad especial hacia la naturaleza en todos los ámbitos.

Uno de nuestros entrevistados, Pascua Ortega, se "quejaba" de que muchas veces los arquitectos están pensando tanto en el exterior del edificio, que se olvidan un poco del interior, ¿es vuestro caso?

No. En nuestro estudio hay dos interioristas que trabajan desde el primer momento con nosotros y no son arquitectos. Si es verdad que los arquitectos podemos tener la tendencia a creer que la propia arquitectura es la que hace la decoración. Que decorar no es poner una mesa y una cortina, sino que la luz entre por determinado sitio, que sea el propio espacio el que hable. A través del Puro Hotel, que ha sido una experiencia muy satisfactoria en este sentido, nosotros nos hemos dado cuenta de que el objeto, el mueble, la decoración, es una parte más del edificio como son las instalaciones o la estructura. Es una parte importante en la vida posterior del edificio. De hecho, hay profesionales en este estudio que trabajan en eso y que participan en todos los proyectos, esté incluido el interiorismo o no. Participan incluso en el diseño de las fachadas. Porque el punto de vista del arquitecto y el del interiorista es distinto. Tienen otra perspectiva y es enriquecedor que opinen. Hay veces que no se puede porque el proyecto arquitectónico va por un lado y el contenido va por otro, pero intentamos introducirlo siempre. Entendemos que si cada uno trabaja en su parcela y se compaginan ambos aspectos, los resultados pueden ser muy satisfactorios.

Álvaro, háblanos un poco de tu estudio.

Para bien o para mal, somos una generación surgida en los 80, época de una explosión creativa tremenda. Y creo que a esta generación de 45 a 55 años nos ha marcado mucho. En esa apoteosis de libertad, de ese momento, el planteamiento de un arquitecto, era ejercer la profesión de una forma libre y tener su propio estudio de arquitectura. Así, en el 85 surge el Estudio de Arquitectura Álvaro Planchuelo, que ha ido evolucionando siempre con la idea de juntarse varias personas que creen en la profesión en el sentido que hemos hablado. Siempre ha habido esa filosofía de reunir a equipos multidisciplinarios que colaboren. De hecho, para el centro de Ses Salines en Mallorca, nos hemos reunido varias personas de diferentes gremios, el pintor que ha hecho el mural, el escultor que hace la escultura del estanque...

El estudio, además, surge en un momento en el que la figura del arquitecto que acaba la carrera y le salen trabajos por todos lados ya no existe. Hubo que empezar desde abajo, con trabajos muy sencillos al principio. Y siempre digo que el único truco para que un estudio funcione es que cada trabajo sea el primero y el último, poner el mismo cariño y dedicación para cada cosa. Aquellas pequeñas cosas que parecen tonterías, como el Puro Hotel, que era un

trabajo además complicadísimo, si las acometes con seriedad y consigues un trabajo bien hecho, te van construyendo un prestigio. Pero sólo se consigue a través de la máxima dedicación. Y así se ha ido creando esto.

Hubo un momento importante en el 96. Hicimos el Master de Rehabilitación de la Universidad de Alcalá, muy enfocado al respeto por el patrimonio, y eso nos dio una perspectiva muy buena, por lo menos, distinta. Hemos empezado, a raíz del master, o quizás antes, una tendencia a estudiar la naturaleza, entre afición e investigación - en este estudio siempre ha habido más revistas de viajes y geografía que de arquitectura - y eso nos ha llevado a meternos en esta línea de construir para parques nacionales, acuarios o edificios en espacios naturales, relacionados con el ocio, que han surgido por ese cariño hacia la naturaleza y el patrimonio.

¿Qué es la arquitectura singular?

Lo que en mis tiempos se llamaban los edificios públicos especiales. Lo que se aleja un poco de la arquitectura más comercial, viviendas, etc., es la que tiene intenciones y cierta repercusión.

Nuestro estudio está dividido en varias zonas: arquitectura singular, rehabilitación, viviendas y diseño. Y en la arquitectura singular englobamos los edificios públicos o privados pero con mayor impacto.

Y, ¿por qué tantos acuarios?

Empezamos colaborando en un edificio en Zaragoza, con la Sociedad Española de Ornitología, y a partir de ahí seguimos trabajando en proyectos relacionados con la naturaleza. Aunque, esa inquietud ha sido una constante en toda mi vida, los viajes, la naturaleza, es algo que he hecho desde siempre.

Nos hemos presentado a muchos concursos que tenían algo que ver con la naturaleza. El Centro de Visitantes del Parque Nacional de Cabrera fue uno de los primeros que surgió de esta inquietud y todo esto ha creado una línea que nos ha llevado a la Expo. Un día nos pusieron en contacto con la empresa Coutant

ACUARIO DE GUJÓN



ÁLVARO PLANCHUELO EN SU ESTUDIO





VISTA DIURNA (ARRIBA) Y NOCTURNA (ABAJO) DEL ACUARIO FLUVIAL DE EXPO 2008

Aquariums, una de las empresas especializadas en acuarios más grandes del mundo y la número uno en Europa. Coincidimos en Mallorca porque ellos hacían la acuariología del proyecto de Cabrera y desde entonces, hemos colaborado en varias actuaciones. De ahí surge el concurso del Acuario de Gijón y después surgió el de Expo, al que nos volvimos a presentar juntos y también los ganamos.

¿Podría decirse entonces que el Estudio de Álvaro Planchuelo está especializado en edificios que contienen acuarios?

No exactamente, o no solamente. Sí hay inquietud por ello y no creo que haya otro estudio que tenga tantos acuarios hechos de estas dimensiones. Además, esta tipología es muy novedosa y muy poca gente sabe lo que es, de hecho en Gijón ha sido un impacto y esperamos que lo sea también en Zaragoza.

Un acuario concebido como se concibe hoy en día está más cerca de un museo o de un palacio de congresos. El caso de Valencia no tiene nada que ver, que es más un parque temático con cinco pabellones que un acuario en sí. No es como el Acuario de Gijón, que es más un museo. Es un edificio que aporta algo a una ciudad como tipología única y ese concepto es muy desconocido. En ese sentido, este concepto, casi lo estamos creando nosotros. El caso del Acuario de Bar-

celona, es diferente también. Es un excelente acuario, pero su fuerza sólo está en lo que contiene y no en el edificio.

Hemos conseguido formar un buen equipo con Coutant. Ha sido una gran apuesta, ellos son buenisimos acuaristas, pero necesitaban arquitectos. Entonces, nos hemos juntado gente que estudia muy bien la naturaleza y el entorno para hacer un edificio para contener naturaleza. Se ha creado una tipología que ya se ha hecho en Mallorca, en Gijón, ahora en Zaragoza, y que está dando muy buen resultado.

Pero bueno, también acabamos de terminar una rehabilitación de viviendas para el Ayuntamiento de Madrid en Lavapiés y trabajamos para la Real Federación Española de Piragüismo y otras empresas privadas, pero sí es cierto que haber hecho tres acuarios en España nos da un currículo y un bagaje que nos permite saber del tema después de haber investigado los problemas que puede tener un edificio de esas características.

Cuando proyectas algo tan impresionante y complejo como el Fluvial en Expo Zaragoza, supongo que todo será diferente a cualquier otro tipo de edificio, estructuras, instalaciones...

Claro, un acuario tiene una tipología muy compleja. En un edificio de ocio en el que se muestra una colección pero luego tiene una parte que no se ve y que es el soporte de la vida que hay dentro de un acuario, y eso es complicadísimo.

En el caso de Zaragoza, por un lado está el edificio arquitectónico y por otro, la acuariología y museología, y aunque cada parte sea la especialidad de cada una de las dos empresas involucradas, el proyecto lo hacemos juntos. No se podría hacer una parte y después la otra. Desde el planteamiento filosófico hasta dónde van los filtros, se ha hecho conjuntamente entre Coutant y nuestro estudio.

¿Qué nos puedes contar del Acuario Fluvial de Expo 2008?

La propuesta que hemos desarrollado es crear un gran acuario central, que representa el origen de la vida, y unas grandes cajas que se adosan a ese acuario como si se estuvieran separando, como si fuera el movimiento de los continentes. Y en cada caja hay un río. Al principio era todo uno y la evolución ha hecho que las masas continentales se vayan moviendo. La influencia del clima y del hombre en la masa geográfica es la que hace que un río sea de una determinada manera, diferente a la de los demás.

El contenido será un paseo por estas regiones biogeográficas del mundo, cada una representada por un río. Habrá un paseo virtual recreado, pero donde estará el mayor valor será en las peceras. Lo que hace Coutant en cada pecera es una maravilla: el interior, la decoración, los peces... Cada pecera que hacen es un mundo mágico.

Cada río tendrá un recorrido básico de curso alto, curso medio y la desembocadura. Habrá unas escenografías y decorados tematizados donde se irán viendo las especies de cada parte del mundo. Cada vez que se pasa de una zona a otra, se atraviesa el gran tanque central, que es un acuario de grandes dimensiones, que representa el paso de un continente a otro.

¿En que será diferente el Fluvial de Zaragoza de otros grandes acuarios del mundo?

La primera gran diferencia es, precisamente, que es fluvial. Esa ya es fundamental, porque es un reto importante. Hay muy pocos. Para estudiar la tipología tuvimos que ir a Japón. Allí fue donde vimos uno y pensamos que si se le podía sacar partido a éste. Al principio, pensábamos que los peces fluviales iban a ser un problema porque no serían tan lucidos, pero no, se pueden hacer cosas fantásticas. Además, al meter las desembocaduras, tenemos algo de mar.

Otra característica que me gusta destacar es que es universal. Los acuarios son siempre muy particulares. El acuario de Osaka se dedica al Pacífico. El de Valencia sí es global, pero no tiene tan marcada la universalidad de este acuario. El nuestro es una colección ambiciosa en el sentido de que deben estar representadas muchas de las especies fluviales del mundo. Por ejemplo, el acuario de Lisboa, que es una maravilla, es más un concepto. Ves un paisaje marino pero no es una colección, es una escena. Y en el caso de Zaragoza, es una colección y se pretende que estén representadas todas las zonas del mundo, de verdad.

Y otra diferencia importante será el edificio...

Sí. La configuración del continente está en la línea de lo que estamos intentando. Crear una tipología que sea el "edificio acuario". Que además de una colección de peces fantástica y divertida, el propio edificio represente una idea y tenga un empaque que aporte algo a la ciudad. El juego volumétrico y el contenido simbólico, incluso los materiales elegidos, van orientados a que el propio edificio tenga un atractivo y no

se quede simplemente en una colección interior, sino que aporte algo más a Zaragoza.

Y en este caso, el edificio no sólo se integra en el entorno fluvial de la Expo, sino que además, te cuenta cosas, es pedagógico ¿no?

Sí. Hay una serie de intenciones básicas y contundentes en la elección de materiales y en las formas volumétricas. Van orientadas a explicar el ciclo del agua y ese diálogo constante que hay entre lo árido y lo helado; que si ahora nos secamos todos, que si ahora nos congelamos todos... Es el ciclo del agua. Todo ese juego que nosotros llamamos de luz y de agua está ahí representado hasta en los pequeños detalles.

Me imagino que seréis conscientes de que será uno de los edificios más visitados y estrella de Expo, ¿verdad?

Que va a ser de los más visitados estoy absolutamente convencido, pero la Expo tiene, aparte de todos los pabellones temáticos, otros seis edificios. Sé que un acuario es especialmente atractivo para el público pero eso no significa que el resultado final... Bueno, lo veremos, nosotros estamos muy contentos. La colección seguro que va a gustar. No tengo la más mínima duda. Coutant es muy buena empresa y el recorrido interior está garantizado. Respecto al edificio como tal, nosotros pensamos que también, pero eso es una cosa que ya se verá. Yo creo que va a quedar un edificio muy divertido y a la vez, serio para Zaragoza. Al final, el acuario será para Zaragoza.

Creo que la actuación que están haciendo con la Expo es muy buena. Los seis edificios temáticos tienen mucha categoría y son muy aprovechables en el futuro para la ciudad. Creo que se está haciendo muy bien, sinceramente.

Vamos a entrar en otra faceta de la vida de Álvaro Planchuelo. ¿Cómo, con todo este lío de trabajo y los proyectos que tienes en marcha, puedes dedicarle tiempo a la asociación altruista que has fundado?

Eso es tener un equipo. Es lo que más cuesta. También es cuestión de no tener una ambición desmesurada. Por ejemplo, en el tema Expo, hemos preferido concentrarnos. Ahora mismo hay seis personas dedicadas full time a la Expo. Tenemos otros trabajos paralelos, pero en vez de habernos lanzado a mil proyectos, nos vamos a ocupar bien de éste.

A pesar de esto, no tengo mucho tiempo, pero intento sacarlo como puedo. La Asociación fue una iniciativa mía. Siempre me ha gustado viajar, recorrí África a los 18 ó 20 años, y aquello me provocó un encuentro con algo distinto, conexión con la naturaleza, con otra forma de entender la vida, que siempre ha estado conmigo. Después de estudiar, casarme, la familia, el estudio, siempre he vuelto a viajar por allí. Hace 4 ó 5 años, volví con mi mujer y unos amigos a Senegal y



ALZADOS DEL ACUARIO FLUVIAL





allí encontramos un país fantástico donde se podían vivir esas aventuras africanas sin riesgos y vimos que era un país limpio, con una estabilidad política estupenda, con una gente maravillosa, con paisajes fantásticos, pero con un índice de pobreza elevadísimo, donde se podían hacer cosas desde una posición donde tienes acceso, y decidimos hacer algo, no quedarnos como meros turistas.

Y como lo que sabemos hacer son edificios, pensamos en hacer un campamento turístico que pudiera generar la oportunidad de trabajo a poblados pobres para que el esfuerzo revirtiera en la riqueza del mismo lugar. Y empezamos con unos amigos senegaleses, les dijimos que buscaran un terreno, lo encontraron, fuimos a verlo, nos gustó y empezamos a darle forma a todo. Fundamos una asociación que se llama Asociación Española de Ecoturismo Activo Campamentos Solidarios, cuyo fin es construir estos campamentos gestionados por senegaleses, creando sociedades que generen oportunidades de trabajo sólidas y llenarlo, llevar a españoles.

Es un tipo de turismo participativo, de aventura sin riesgos para todos los públicos. No es fácil ver leones pero sí monos, antílopes, cocodrilos y sobre todo, tribus. Es una asociación que ha crecido mucho. Tenemos un campamento abierto y otros dos en proyecto. Y luego tenemos poblados asociados, cercanos al campamento donde hay actividades como de ayuda sanitaria, higiénica, o de recuperación cultural.

Entonces, el turista dedica parte de su tiempo de vacaciones a ayudar...

Depende, si quiere sí, depende del circuito. La asociación tiene ciento y pico socios y varios programas, escolares, de infraestructuras, médicos, etc., pero siempre enfocados al desarrollo de una población castigada por la pobreza.

Así, el turista va a disfrutar de una aventura pero también va a conocer. Esa es la esencia de esta Asociación. Nuestras actividades tienen tres pilares: viajar, conservar y ayudar. Se trata de viajar como

sistema de crecimiento personal, conservar o cómo valorar lo que ves, y ayudar a divulgarlo, como un sistema de intercambio. Normalmente, lo que pedimos a nuestros socios africanos, es la recuperación cultural de los poblados y de las etnias que están desapareciendo. Estamos provocando e incentivando a que recuperen sus costumbres y tradiciones ancestrales, cosa que les tiene encantados porque las sienten muy dentro. Y es que estamos en una generación límite porque allí, como no se escribe, todo es tradición oral que va de abuelos a hijos y nietos y eso es más difícil de conservar o más fácil de olvidar. Estamos trabajando en que esas tradiciones y esos conocimientos ancestrales resurjan y se vuelvan a recuperar. Y eso está resultando fantástico.

Yo tengo un amigo senegalés -lo saco porque tu hablas de la forma de ser del senegalés- y me quedé alucinado de cómo es. Él me dijo, en Senegal tú nunca te quedarás sin dormir si no tienes cama o sin comer si no tienes comida, alguien compartirá la suya contigo. Incluso en su interpretación del Corán -son musulmanes- son diferentes, bondadosos, ¿verdad?

En el programa de Gomaespuma me preguntaron eso mismo. Y le estuve dando vueltas y al final, lo que me salió es que son gente de alma limpia. Es lo que tú dices, es una generosidad... Lo primero que te viene a la cabeza es inocencia, pero no son inocentes de no darse cuenta de lo que pasa sino una inocencia de no conocer el mal. Y tiene una explicación. El proceso de independencia se produce de una manera como no se ha producido en ningún otro lugar de África. Un humanista llega al poder sin ningún proceso bélico, sin ninguna dictadura militar. La única guerra que conocen es la de los senegaleses que fueron a la II Guerra Mundial, que allí son héroes, y una pequeña guerrilla en Casamance, que más que guerrilla son escaramuzas de independentistas, porque es una región muy aislada. Es un problema menor y que ni llega a Senegal al norte de Gambia. Y tampoco ha habido luchas tribales, como en la historia de Ruanda, Liberia o el Zaire que se han matado unos a otros. En Senegal conviven 20 etnias diferentes sin problemas. Conviven en paz y en armonía, con respeto a sus culturas, sin impedimento alguno. Todo ello ha creado un clima muy especial. Además, ellos están allí, con Mauritania por un lado, el desierto, el mar, la meseta de Mali, están comunicados con el mundo, pero a su vez aislados. Tienen puertos, televisión y de todo pero no han sufrido esa transformación por la influencia del colonialismo como en otros países, que ha sido caótica y destructiva. Y para mí esa es la causa de que exista ese "algo" tan limpio que tiene ese país. Allí el turista viaja tranquilo, sin controles militares. Es estupendo. Y yo creo que en ese sentido en un país modelo.

Álvaro Planchuelo nos enseña fotos del último grupo de españoles que ha visitado Senegal y estamos seguros de visitar el país con él. Quizás alguno de nuestros lectores se apunte...



DETALLE HIELO, HALL Y TIENDA



DETALLE PIEDRA

EL ACUARIO FLUVIAL DE EXPO 2008, CON 300 ESPECIES ANIMALES, SERA EL MAS GRANDE DE EUROPA Y UNO DE LOS MAS LLAMATIVOS DE LA EXPO

El acuario 'fluvial' que se está construyendo, será el habitat de entre 7.000 y 10.000 ejemplares de 300 especies animales diferentes, que habitan en los ríos de los 5 continentes y que vivirán en un volumen de agua dulce de casi 3 millones de litros. Entre algunas especies se podrán ver cocodrilos, nutrias o pirañas.

Las obras de este pabellón, denominado *Los ríos del mundo*, comenzaron en el 2006 y tienen un plazo de ejecución de 2 años y un presupuesto de 16.650.000 euros.

El Estudio de arquitectura de Alvaro Planchuelo ha contado en esta ocasión con un gran colaborador, especialista en la materia: la empresa Coutant Aquariums, una de las más importantes a nivel internacional en diseño de acuarios. En Europa cuentan con más de 50 edificios de exhibición de animales acuáticos como el L'Océanogràfic en Valencia.

EL EDIFICIO

El edificio tendrá una superficie de casi 7.850 m² compuestos por un espacio central que simulará el origen de la vida en los 5 continentes, el primer río, que desembocará en 5 espacios representativos de cada zona de la tierra. Este espacio formará el tanque fluvial más grande del mundo. Tendrá una altura de 9 m., una longitud de 40 m. y un ancho variable de entre 8 y 4 m.

Existirán 50 peceras diferentes para las especies de los 5 ríos que representan a las 5 zonas del mundo: el Nilo (África), el Mekong (región Indomalaya), el Amazonas (Región Neotropical), el Darling-Murray (Región Australiana), y el Ebro (Región Holártica).

El pabellón contará con un hall de entrada, una tienda, una sala de proyecciones, una exposición permanente (*Los Ríos del Mundo*), una sala de exposiciones temporales, un Centro de Investigación y Biblioteca (post-Expo), cafetería-restaurante, terraza panorámica, oficinas y servicios generales, e instalaciones de Soporte de Vida.

Por la fachada del edificio caerán cascadas que simularán los acantilados de rocas. El hall y la tienda, tratados con elementos de tierra o arcilla, parecerán un glaciar de montaña encastrado entre la sala de proyecciones y una nave dedicada al Ebro. De esta forma, se podrá explicar de forma simbólica el ciclo del agua y por la noche se aprovecharán las paredes para proyectar imágenes de los animales que habitan el acuario.

EL RECORRIDO

Se prevé la visita de entre 250.000 y 300.000 personas al año. El recorrido durará entre 55 y 60 minutos durante la Expo y 105 minutos después, porque este pabellón permanecerá abierto después de que la Exposición acabe.

La zona expositiva tiene 591 m. de recorrido y unos 3.400 m² de recorrido virtual por las regiones biogeográficas fluviales del mundo. Se necesitarán los cinco sentidos para integrarse de una forma activa en los diferentes ecosistemas porque está previsto que el visitante interactúe a través de sensaciones creadas de forma artificial como humedad, niebla o sonidos de pájaros, para que el espectador pueda introducirse de pleno en el ambiente.

LAS ESPECIES

Entre las diferentes especies que contendrá el acuario, se podrán ver, en la zona del Nilo, desde playas con cocodrilos hasta corales del Mar Rojo y del Índico; en el río Mekong, cuatro ecosistemas diferentes en un valle de alta montaña, con un jardín de orquídeas, mariposas vivas o arrecifes de coral del Pacífico. La zona del río Amazonas tendrá 10 m. de altura, separada en dos niveles ambientados con niebla y sonidos de pájaros. En la parte inferior, habrá pasarelas de madera para observar a las pirañas; en la parte superior, se podrá pasear por puentes con lianas y tucanes.

El río Darling-Murray tendrá dos tanques gigantes de agua con bosques submarinos de kelps y esponjas, y un sorprendente un arco iris en la parte del delta. Por último, la Región Holártica representará el curso del río Ebro, en el que se podrán observar a las nutrias en su curso alto.



Tendencias

AGUSTÍN SÁNCHEZ VIDAL

Definitivamente, el futuro ya no es lo que era. Hasta el pasado se está volviendo cada vez más imprevisible, con todo esto de las señas de identidad autonómicas y demás blasones, alardes de campanario provinciano y montajes pre-electorales. Antes, al enfrentarse con el nuevo año y sus tendencias, bastaban algunos indicios para ir tirando. Por ejemplo, las películas de James Bond, que no ejercían como simples cintas de acción y castañazos, sino como auténtico catálogo de lo que se nos venía encima.

Allí estaba todo bien clarito, negro sobre blanco: quiénes eran los buenos, quiénes los malos, y demás coordenadas geopolíticas del mundo y sus alrededores. Cualquier peligro, espeluzne o erizar de pelos del cogote venía desde Rusia, con más o menos amor, y los espías surgían del frío, chorreando niebla e ideología. Ahora, de allí sólo vienen el gas y el petróleo. Que no es poco, tal como se está poniendo de crudo ese negocio. Pero, en lo demás, hay que buscarse la vida para fichar a un malo de postín, entre las diversas mafias, traficantes de armas, narcos y demás terrorismos en ejercicio. Hasta el punto de hacer suspirar a la jefa de Bond en la última entrega de la serie: "Echo de menos la guerra fría".

Por supuesto, han cambiado las relaciones entre los sexos, esa otra guerra que no cesa. Ha ido creciendo de modo exponencial, hasta eclosionar en *Casino Royale*, donde las chicas Bond ya no son aquellos memorables floreros que emergían de la mar salada a golpe de bikini, ofreciendo conchas nacaradas, rosáceas y abiertas. Ahora saben latín, informática y economía de empresa. Si te descuidas, han hecho un master en Georgetown.

Las dificultades continúan cuando se trata de buscar las localizaciones exóticas que han venido siendo marca de la casa, y hoy están al alcance de cualquier compañía de vuelos de bajo coste con botellón incluido. A los productores ya se les adivinan los sudores al respecto, tan

desesperados que incluso acudieron en una ocasión al Museo Guggenheim de Bilbao a la hora de pergeñar uno de esos prólogos con decorado epatante y mucha pirotecnia. En *Casino Royale* han de morir al palo del turismo de toda la vida: Venecia y el Lago Cuomo. A este paso, cualquier día vemos al agente 007 descolgándose por la torre Eiffel.

Pero donde los artifices de Bond se las ven y se las desean es en la tecnología. El *sancta sanctorum* de la saga. Ahora, ni siquiera tiene lugar el esperado ritual de la bajada al cuévano del M16, donde aquel entrañable abuelo al frente del laboratorio entregaba al temible agente secreto el último modelo de bolígrafo-pistola, estilográfica-láser o reloj supertransmisor.

Ahora Bond se las tiene que arreglar como todo el mundo, con un teléfono móvil e Internet. Ya no se trata de que el agente 007 acepte misiones imposibles asistido por artilugios inalcanzables. El objetivo que hoy se le encomienda es que ayude a vender los trastos que se pueden encontrar a la salida del cine en la tienda de la esquina, de cara a la orgía del consumo navideño. Lo que finalmente le ha hecho morder el polvo no ha sido una de esas terribles organizaciones como Espectra, al frente de las cuales farfullaba amenazas planetarias un calvortas con una cicatriz que le rajaba la jeta por la mitad, y un acuario donde rebullían las pirafñas. No. Lo que ha hecho volver a James al buen camino ha sido la publicidad.

Hace tiempo que el mono de Fernando Alonso, los calzones de esos deportistas tan famosos que ni siquiera me acuerdo de cómo se llaman, o la moto rugiente del patrocinado de turno no son sino un pretexto para las más variadas promociones. De igual modo, las películas de James Bond aspiran, en última instancia, a enhebrar una sarta de anuncios y posicionamientos de productos: tal coche, tal reloj, tal teléfono móvil, tal ordenador, tal bebida...

Como su jefa, el pobre Bond debe suspirar por el malo de la cicatriz y las pirafñas.



FOTOGRAFÍA: ESTHER CASAS

Agustín Sánchez Vidal es catedrático de Historia del Arte (Cine y otros medios audiovisuales) en la Universidad de Zaragoza, donde ha ejercido con anterioridad la docencia e investigación en Literatura Española, tras doctorarse con una tesis sobre Miguel Hernández. También ha sido profesor invitado en varias universidades extranjeras, como las de Princeton y Nanterre. Colaboró con Luis Buñuel en la recopilación y edición de sus escritos, y en calidad de guionista de cine y televisión ha trabajado con diversos realizadores, entre ellos Carlos Saura. Ha publicado más de cincuenta libros sobre Literatura, Arte y Cine, entre los que cabe destacar *Buñuel, Lorca, Dalí: el enigma sin fin* (premio "Espejo de España" 1988 de Editorial Planeta) y *Suma de Letras*, (2005), que ha supuesto su debut en la novela. Viene colaborando regularmente en prensa desde los 17 años, en los más diversos formatos, desde reportajes o artículos de opinión hasta el columnismo en el portal Terra de Internet.



DIBUJO: JACOBDO PÉREZ-ENCISO



ALGO RICO SE CUECE EN ARAGONIA



TEXTO: CAROLINA SERRANO
LA ALIMENTACIÓN ES UN TEMA QUE HOY EN DÍA PREOCUPA A LA MAYOR PARTE DE LA POBLACIÓN. LA VIDA SANA Y EL CULTO AL CUERPO HAN HECHO MODIFICAR LAS TENDENCIAS Y LOS HÁBITOS ALIMENTICIOS A PESAR DE QUE LLEVAMOS UNA VIDA CADA VEZ MÁS DESENFRENADA QUE NOS INCITA A LO CONTRARIO. POR ESTE MOTIVO, SER CONSCIENTE DE LO IMPORTANTE QUE ES LLEVAR UNA DIETA EQUILIBRADA ES FUNDAMENTAL. Y NO SÓLO SE TRATA DE COMER SANO, EL TEMA VA MÁS ALLÁ. HAY QUE COMPRAR SANO. ES IMPORTANTE ADQUIRIR PRODUCTOS DE CALIDAD Y ENCONTRAR UN ABANICO DE POSIBILIDADES TAN AMPLIO QUE ALIMENTARNOS DE UNA FORMA SALUDABLE SEA ESTIMULANTE Y DIVERTIDO.



numerosos estudios realizados en importantes universidades, han investigado los hábitos de consumo alimenticio para llegar a la conclusión de que la elección del alimento, corresponde a la interacción entre factores cognitivos y emocionales. De ahí que la sociedad en la que vivimos, la cultura, el ritmo y el estilo de vida actual, las exigencias económicas y laborales o las modas y la publicidad, hayan provocado ciertas modas y que muchos de los alimentos preferidos por el consumidor no sean los más sanos.

En Aragonia, queremos que comas como tu cuerpo se merece. El hecho de salir de casa a primera hora de la mañana y no volver hasta la tarde-noche, hace que caigamos en la tentación de recurrir a la comida más práctica pero menos saludable y este ritmo trepidante, perjudicial para nuestra salud, hay que compensarlo con alimentos que proporcionen a nuestro cuerpo la energía necesaria para soportarlo. Por eso, hemos considerado dos aspectos de gran importancia a la hora de diseñar la oferta de alimentación en nuestro Centro Comercial. Una premisa ha sido la calidad y la otra, la variedad. La globalización también ha llegado a Aragonia donde podrás encontrar productos de todo el mundo que te ayudarán a preparar una cocina más creativa y sana al mismo tiempo.

La proliferación de programas de cocina en los medios de comunicación y la popularización de recetas de grandes chefs de fama internacional, han producido un incremento espectacular en los conocimientos y la creatividad de los consumidores respecto a la preparación de los alimentos y por lo tanto, la demanda es cada vez más exigente.

Y como las posibilidades de la cocina actual son infinitas, también lo será la oferta de alimentación que existirá en Aragonia. Habrá cerca de 1.000 m² de pequeños establecimientos dedicados a la venta y de-





gustación de productos de alimentación especializada y de calidad, focalizados en un área muy concreta situada en el nivel S1, junto al supermercado. El calor y el encanto de los puestos de alimentación tradicionales se mezclará con establecimientos en los que podrás encontrar cualquiera de los ingredientes que necesites para tus recetas por especiales o complidas que éstas sean.

Además, pasear por esta zona será un placer para la vista, el olfato y, por supuesto, cuando llegues a casa, para el gusto. Y es que un sinfín de sensaciones te

abordarán cuando vengas a la zona de alimentación de Aragonia. La disposición de los establecimientos, de los alimentos dentro de ellos y el cuidado con el que serán expuestos al público, te van a hacer comer con la vista.

Y si el ritmo de vida que llevamos y la falta de tiempo para hacer todo lo que hay que hacer a lo largo del día, era el motivo de no llevar una vida sana y seguir una alimentación equilibrada, ahora ya no hay excusa que valga. Todo lo que tengas que hacer además de la compra, lo podrás resolver en el mismo sitio para

ahorrar tiempo. En Aragonia habrá más de 4.000m² dedicados a una variada oferta de servicios, que cubrirán todas las necesidades que te puedan surgir en un solo espacio y sin salir del Centro. Desde meter el bajo del pantalón que te acabas de comprar hasta realizar una transferencia bancaria, duplicar las llaves de tu casa, cambiar de móvil o graduarte la vista, pasando por la peluquería para ponerte guapa antes de la cena que has organizado con los amigos en uno de los restaurantes del Centro. En los niveles S1 y PB del centro comercial existirán una treintena de locales, uno de ellos espectacular

con una superficie de ventas de 2.600 m², que no dejarán lugar a dudas de que la mejor alternativa para acertar con tu elección será Aragonia. No hay que olvidar que en este tipo de servicios, las familias gastan entre un 35% y un 40% de sus ingresos y la mitad de su tiempo libre. Y como Aragonia es consciente de ello, en su Proyecto ha considerado la mejor combinación y la oferta más completa para que tanto el bolsillo como el cuerpo, lo agradezcan.



EL UNIVERSO DE ARAGONIA LISTO PARA RODAR

Con la sección de alimentación y servicios que acabamos de presentar, se cierra una primera visión general de lo que será este gran Proyecto que cambiará el paisaje comercial y de ocio de Zaragoza y sus alrededores. Muy pocas veces se puede decir que todos los factores que confluyen en un proyecto son perfectos y esta vez, es así. La ubicación, el momento en el que surge, las circunstancias socio-económicas de Zaragoza... todo está a favor de un éxito seguro.

La capital de Aragón se encuentra en un momento único e histórico. El crecimiento tan espectacular que supondrá la celebración de la Expo y las oportunidades de desarrollo empresarial, urbanístico, tecnológico y cultural que surgirán a raíz de este evento, han sido aspectos que la empresa promotora vio desde el principio y no quiso dejar pasar. Cuando Zaragoza

Urbana analizó todos estos ingredientes, descubrió una oportunidad única para la construcción de un espacio de ocio y comercio diferente al que hasta ahora existía en Aragón. Y así nació el Centro de Ocio y Comercial Aragonia. Un universo destinado a sorprender cada día a los futuros visitantes, cuyo punto de partida ha sido, desde el momento de su concepción, la búsqueda de la máxima calidad tanto en su oferta comercial y de entretenimiento, como respecto al diseño arquitectónico e integración con el entorno.

Muchos son los factores que han influido en la toma de decisión de la construcción y el lanzamiento de este gran Proyecto. La remodelación urbanística de la ciudad, la llegada del AVE en tiempo record desde Madrid, la inauguración del Espacio Goya y las mil y una novedades que van a ir surgiendo en Zaragoza en relación con la Exposición Universal.

Pero Zaragoza, antes de que todo esto ocurriera, ya era una gran oportunidad empresarial. Es la quinta ciudad española enclavada en un lugar estratégico de la península y en constante desarrollo demográfico y económico.

UN EDIFICIO EMBLEMÁTICO

Aragonia posee todos los ingredientes para convertirse en uno de los símbolos emblemáticos de la ciudad a nivel arquitectónico, además de uno de los centros más importantes de actividad comercial, turística y empresarial.

Diseñado por Rafael Moneo, prestigioso arquitecto de fama internacional y Premio Pritzker de Arquitectura, el edificio aportará un valor añadido a la ciudad gracias a su concepción atrevida y absolutamente innovadora y vanguardista. Desde septiembre de 2005, las obras están en marcha y avanzan a gran ritmo en el solar situado entre las avenidas Juan Carlos I y Juan

Pablo II, y las calles Sainz de Varamanda y Manuel Coyne, en uno de los barrios más modernos y con mayor potencial de desarrollo, el Polígono Universidad. Se prevé un plazo de ejecución de 36 meses durante los cuales, Aragonia se irá convirtiendo en una realidad hasta su apertura, en el tercer trimestre de 2008.

El edificio, de uso mixto, es un complejo formado por un hotel de gran lujo, el Hotel Reina Petronila, con 170 habitaciones repartidas en 12 plantas, un edificio de oficinas de 12 plantas, 4 bloques de 132 apartamentos de hasta 4 habitaciones en régimen de alquiler y un Centro de Ocio y Comercial de 6 plantas y cerca de 30.000 m² de Superficie Bruta Alquilable.

EL CENTRO COMERCIAL. UNA OPORTUNIDAD ÚNICA

Las personas que diariamente visitarán el Centro, podrán acceder fácilmente al complejo tanto a

pie como en coche. En la planta sótano 1 encontrarán la primera superficie comercial, con los establecimientos dedicados al hogar, la alimentación, y productos y servicios especializados además de un gran espacio o plaza central, punto de encuentro, rodeado de una completa y variada oferta de establecimientos de restauración.

En la planta baja del Centro habrá cerca de 50 establecimientos de las más prestigiosas firmas de moda, complementos, libros, música, cine, electrónica y deporte. El diseño arquitectónico de la planta baja provocará la sensación de estar en uno de los mejores ejes comerciales de la ciudad.

La planta 1ª estará destinada al ocio y entretenimiento, con parque infantil, recreativos de realidad virtual, y una extensa y cuidada selección de establecimientos de restauración con una oferta varia-

da desde fast-food hasta restaurantes de alto nivel gastronómico. En esta planta, las 16 salas de cine pondrán a nuestra disposición 3.300 butacas y toda la última tecnología en diseño, sonido y proyección para ofrecer la mejor experiencia posible de visionado de una película, con el máximo nivel de confort y seguridad.

En las plantas superiores, 3ª y 4ª, se ubicarán el gimnasio y zonas deportivas del Centro, dotadas de instalaciones de última generación, pistas al aire libre en la cubierta superior y piscina. Además de toda esta oferta de ocio y comercial, el complejo contará con 6 sótanos, 2 de ellos dedicados al control de todas las instalaciones y a las actividades logísticas y 4 más a aparcamiento.

En definitiva, todo un universo de oportunidades que llegan a Zaragoza en un momento decisivo para la ciudad.

DESARROLLO POR PLANTAS DEL CENTRO DE OCIO Y COMERCIAL ARAGONIA

ARAGONIA
 EN CIFRAS
 S.B.A. EN EL
 CENTRO DE OCIO Y
 COMERCIAL
30.000 M2

LOCALES
110

BUTACAS
 EN 16 SALAS
 DE CINE
3.300

GIMNASIO Y
 ZONA DEPORTIVAS
4.500 M2

GRAN ESTABLECIMIENTO
 COMERCIAL
3.000 M2

SUPERMERCADO
1.500 M2

LOCAL DE OCIO
1.000 M2

PLAZAS DE
 APARCAMIENTO
2.000

HABITANTES
 EN EL AREA
 DE INFLUENCIA
 Y TIEMPOS
 DE ACCESO
 AL PROYECTO
 ARAGONIA

A 5 MINUTOS
 Nº DE HABITANTES
270.000

DE 5 A 15 MINUTOS
 Nº DE HABITANTES
365.000

DE 15 A 20 MINUTOS
 Nº DE HABITANTES
120.000

TOTAL DE
 Nº DE HABITANTES
755.000



4

PLANTA

GIMNASIO / PISTAS DEPORTIVAS / PISCINA

En las plantas superiores 3ª y 4ª, se ubicarán el gimnasio y zonas deportivas del Centro, dotadas de instalaciones de última generación e incluso pistas al aire libre y piscina en la cubierta superior.



3

PLANTA

En la 3ª planta, un complejo entramado de espacios y equipamientos dan soporte a las salas de cine, donde se centralizan las cabinas de proyección.

CINES

En esta planta, las 16 salas de cine pondrán a nuestra disposición más de 3.000 butacas y la última tecnología en diseño, sonido y proyección para ofrecer la mejor experiencia posible de visionado de una película, con el máximo nivel de confort y seguridad.

A través de escaleras (fijas o mecánicas) o ascensor (habilitado especialmente para personas con movilidad reducida) el espectador podrá llegar desde las taquillas en P1 a un gran espacio central en P2 dotado de bar ambigü, desde donde se canalizará la entrada a cada una de las salas. La salida del cine se producirá en el mismo nivel, por puertas distintas a las de acceso, a través de escaleras que conducirán a la primera planta, de ocio y entretenimiento.



2

PLANTA

OCIO Y ENTRETENIMIENTO

La planta 1ª estará destinada al entretenimiento, con un gran local de ocio, recreativos de realidad virtual, y una extensa y cuidada selección de establecimientos de restauración con una oferta variada, desde fast-food hasta restaurantes de alto nivel gastronómico. En esta planta se sitúan las taquillas de los cines Aragonia: cerca de 900 m2 desde donde se accederá a las salas de cine, en la planta superior.



1

PLANTA

MODA Y COMPLEMENTOS

En la planta baja del Centro encontraremos cerca de 50 establecimientos de las más prestigiosas firmas locales, nacionales e internacionales de moda, complementos, libros, música, cine, electrónica y deporte.

El diseño de la planta baja nos provocará la sensación de estar en uno de los mejores ejes comerciales de la ciudad.



B

PLANTA

ALIMENTACIÓN / HOGAR / OCIO Y RESTAURACIÓN

El acceso a la zona comercial del complejo se realizará desde el parking a través de escaleras mecánicas y ascensores. En la planta sótano 1 nos encontraremos la primera superficie comercial, con los establecimientos dedicados al hogar, la alimentación, y productos y servicios especializados.

También en esta planta, encontraremos un gran espacio o plaza central, punto de encuentro, rodeado de una completa y variada oferta de establecimientos de restauración.



1

SOTANO

El complejo contará con otros 5 sótanos, 1 de ellos dedicado al control de todas las instalaciones y a las actividades logísticas (incluyendo carga y descarga y recogida de basuras, para evitar cualquier tipo de molestias a los residentes en la zona), y 4 de ellos destinados a aparcamiento. El aparcamiento está proyectado con todos los elementos necesarios para proporcionar la máxima comodidad y seguridad a los clientes del complejo.

P

PARKING

- HOTEL, OFICINAS Y VIVIENDAS
- CENTRO DE OCIO Y COMERCIAL. ÁREAS COMUNES
- ZONA DE OCIO
- GIMNASIO
- RESTAURACIÓN
- MODA Y COMPLEMENTOS
- ALIMENTACIÓN
- HOGAR
- SERVICIOS
- GRAN ESTABLECIMIENTO COMERCIAL
- ÁREAS DE CIRCULACIÓN PÚBLICA
- RAMPAS
- CUBIERTAS

TIPO DE OFERTA DE SERVICIOS Y COTIDIANOS

Aragonia contará con una sección de alimentación y servicios cotidianos que completarán la oferta comercial y de ocio para que los clientes puedan realizar todas sus compras y satisfacer todas sus necesidades en un mismo lugar. Todo sin salir del Centro.

OFERTA DE ALIMENTACIÓN Y SERVICIOS COTIDIANOS

Alimentación especializada

- Delicatessen
- Alimentos dietéticos
- Alimentos frescos y congelados
- Carnes
- Pescados y mariscos
- Frutas
- Encurtidos
- Productos típicos de la tierra
- Frutos secos
- Pastelería
- Bombones y chocolates
- Tés y cafés
- Helados
- Vinos y licores



Servicios

- Banca
- Óptica
- Perfumería
- Cosmética
- Peluquería
- Papelería
- Telefonía
- Informática
- Juguetería
- Regalos
- Ocio cultural: libros, música, electrónica
- Tintorería
- Arreglos de ropa
- Llaveros



ENTREVISTA A PABLO BUENO TOMÁS, CONSEJERO DELEGADO Y A FRANCISCO VIGARAY, DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE ARQUITECTURA DE TYPSA

CAPITAL 100% INTELLECTUAL



EN EL MISMO MOMENTO EN EL QUE PUBLICAMOS ESTA ENTREVISTA, TYPSA CUENTA CON 55 PROYECTOS EN MARCHA EN 30 PAÍSES DIFERENTES. SUS TRABAJOS REALIZADOS EN MÁS DE 50 PAÍSES DE LOS 5 CONTINENTES, LES AVALAN EN LOS CAMPOS DE LA INGENIERÍA CIVIL, LA EDIFICACIÓN Y EL MEDIO AMBIENTE, A NIVEL INTERNACIONAL. ESTA EMPRESA CONSULTORA DE INGENIERÍA Y EDIFICACIÓN, ACABA DE CUMPLIR SUS 40 AÑOS DE TRAYECTORIA CON UNA PLANTILLA QUE SUPERA LOS 1.500 PROFESIONALES, DE LOS CUALES, EL 70% SON INGENIEROS, ARQUITECTOS Y OTROS TITULADOS UNIVERSITARIOS. ADEMÁS, EL 100% DEL CAPITAL PERTENECE A PERSONAL DIRECTIVO Y A PROFESIONALES DE LA EMPRESA, CONVIRTIÉNDOSE ASÍ EN UNO DE LOS GRANDES GRUPOS ESPAÑOLES DE CONSULTORÍA TÉCNICA, CON UN CAPITAL ABSOLUTAMENTE INDEPENDIENTE Y SIN VINCULACIÓN A NINGÚN GRUPO FINANCIERO, INDUSTRIAL O CONSTRUCTOR. SU ÁMBITO DE ACTUACIÓN ESTÁ CENTRADO EN EL DESARROLLO DE INFRAESTRUCTURAS Y EQUIPAMIENTOS QUE CONTRIBUYEN A MEJORAR LAS CONDICIONES DE VIDA DE LOS CIUDADANOS, PERO SIEMPRE, CONSIDERANDO LA CULTURA Y EL ENTORNO DE CADA LUGAR DONDE APORTAN SU GRANITO DE ARENA EN FORMA DE PROYECTO. PARA CONOCER UN POCO MÁS ACERCA DE ESTA INTERESANTE COMPAÑÍA, ESTUVIMOS CON PABLO BUENO TOMÁS, CONSEJERO DELEGADO Y CON FRANCISCO VIGARAY, DIRECTOR DE LA DIVISIÓN DE ARQUITECTURA DE TYPSA, QUE NOS CONTESTARON AMABLEMENTE A UNAS PREGUNTAS.

AEROPUERTO DE
BARCELONA

¿Cómo fueron los comienzos de una empresa de esta envergadura?

P.B.: TYPESA nació como el departamento de proyectos de arquitectura y edificación de una gran constructora española en los años 60. En los 70, hubo una gran crisis en España y los directivos de la sociedad llevaron adelante un *management buy out*, comprando la sociedad a sus propietarios, que eran Construcciones Colomina y González Serrano, y convirtiéndose en una empresa completamente independiente. Así surgió TYPESA.

A lo largo de sus 40 años de historia, la empresa ha ido adecuándose a las evoluciones de nuestro mercado interior y manteniendo una importante actividad fuera de nuestro país, en lugares como por ejemplo, Oriente Medio. En los últimos ocho años se ha conseguido un crecimiento sostenido en la actividad de la empresa que ha llevado a triplicar todos los datos característicos de su actividad, producción, cartera o cifra de empleados.

Habláis de una importante actividad fuera de España, en países como Oriente Medio ¿Qué tipo de trabajo estáis desarrollando actualmente allí?

P.B.: Es cierto que la historia de TYPESA está fuertemente ligada a las actuaciones en Oriente Medio. El primer gran contrato se produjo al final de la década de los setenta y se prolongó durante toda la década siguiente. Se trataba del proyecto y gestión de construcción de la Universidad Islámica de Riad, con unos 2.000.000 m².

Aún en la actualidad, después de veinticinco años, seguimos trabajando con este cliente en nuevos edificios que completan y amplían lo proyectado entonces. Parte de nuestra misión actual es la construcción de todo un campus para mujeres, con las dificultades que tienen allí las mujeres para poder estudiar. Ten en cuenta, por ejemplo, que allí no pueden conducir y tienen que ser llevadas al campus por un familiar, los profesores tienen que dar las clases por videoconferencia, etc...

También en Oriente Medio somos adjudicatarios de la redacción de proyectos y gestión de construcción de importantes desarrollos en Dubai. Tenemos firmados contratos por valor de 20 millones de dólares.

OFICINAS SEDE
MADRID

¿Y qué otras zonas del mundo son foco de atención para TYPESA en estos momentos?

P.B.: En general TYPESA intenta trabajar en cualquier parte del mundo, en especial ligada a créditos y aportaciones de organismos multilaterales. Con la intención de permanecer, se trabaja en estados con una cierta cultura hispana como Texas, Arizona, Nevada, Phoenix, California y próximamente Florida. También en Sudamérica tenemos delegaciones que llevan años trabajando. En Europa tenemos delegaciones permanentes en algunos países del Este, como Rumanía y Bulgaria.

¿Cómo definiríais exactamente la actividad de la empresa? ¿En qué estáis especializados?

P.B.: Tenemos tres grandes líneas de actividad. La arquitectura y edificación supone el 30% de la actividad total de la empresa. Las otras grandes líneas de actuación de TYPESA son la ingeniería de transportes y el agua y medioambiente. En el ámbito de la arquitectura, podemos desarrollar desde un diseño conceptual de un edificio o conjunto de ellos y pasando por un proyecto básico o de ejecución, hasta la gestión de contratación y construcción y la dirección técnica de las obras. Disponemos de los equipos técnicos multidisciplinares para abordar todas y cada una de las actividades que intervienen en el complejo mundo de la edificación.

En TYPESA trabajamos de forma competitiva y somos muy eficaces en edificios de determinada magnitud como las grandes universidades o las sedes corporativas. Nuestro último gran contrato ha sido el de la Ciudad Financiera del Grupo Santander, en Boadilla del Monte.

Con el Santander se inició la colaboración en la redacción de un programa de necesidades para el lanzamiento del concurso de ideas entre arquitectos de renombre internacional. Posteriormente se analizaron las distintas propuestas recibidas. El esquema adoptado por el SCH para abordar esta inmensa ciudad fue la de seleccionar un arquitecto de renombre, que fue Kevin Roche, que elaborara la arquitectura básica y una ingeniería, que fue TYPESA para realizar los proyectos básicos y constructivos y que continuara con la gestión integral de las obras. Esta ciudad financiera con unos 450.000 m² ha sido nuestra última gran in-

tervención en el ámbito de la edificación.

También y coincidiendo con el proyecto de la ciudad financiera, redactamos el proyecto de la Nueva Terminal del Aeropuerto de Barcelona para AENA, con una superficie de unos 700.000 m².

Cuando un cliente os encarga un trabajo ¿se suele considerar el desarrollo sostenible un factor básico a tener en cuenta? ¿Qué tipo de medidas se adoptan en esta dirección?

P.B.: Cada vez existe una mayor conciencia social acerca de los conceptos medioambientales. En la Política de Calidad y Medio Ambiente del Grupo TYPESA, uno de los objetivos principales es actuar desde el diseño y el proyecto en la mejora del medio ambiente y cumplimiento de la normativa en esta materia, proponiéndose por tanto, en la fase de proyecto, sistemas que propicien una edificación sostenible, con un aprovechamiento óptimo de las energías renovables. No obstante, los costes que se deriven de la aplicación de estas técnicas deben ser aceptados por el cliente y ser coherentes con sus planteamientos económicos.

Has comentado que la expansión internacional os la planteáis básicamente siguiendo a vuestros clientes. ¿Es correcto decir que vuestro perfil no es el de una empresa que estudia un mercado y se lanza al exterior en busca de una aventura sino que vais "sobre seguro" a través de los clientes domésticos que ya se han expandido, y a partir de ahí abríis mercado?

P.B.: Tienes razón. Uno de nuestros principales clientes es la propia Unión Europea, que realiza importantes donaciones a países en vías de desarrollo para ayudarles en infraestructuras y que contrata a empresas de ingeniería y de arquitectura europeas. Hemos participado en construcción de escuelas, universidades, en infraestructuras y transportes, etc...

Otro de los grandes inversores en desarrollo es el Gobierno de los E.E.U.U. También hemos seguido al Ministerio de Asuntos Exteriores, por ejemplo, construyendo embajadas por todo el mundo. La última que hemos hecho es la de Malawi en Guinea. También hemos hecho la de Washington en algunos aspectos concretos o la de Londres y Berlín en su totalidad. Y además, hemos trabajado para inmobiliarias españolas o empresas constructoras que actúan en el exterior y que consideran más seguro hacerse acompañar por una consultora española en sus incursiones en el mercado internacional.

Y como se ha dicho antes, seguiremos trabajando en Oriente Medio donde ya tenemos un largo recorrido.

¿Y Aragonia? ¿Cuál es tu consideración sobre este proyecto entre todos esos otros que tenéis en marcha?

P.B.: Con respecto a Aragonia, desde el momento en que entramos en contacto con los propietarios y promotores, tuvimos el *feeling* de que entenderían el valor añadido de nuestro servicio y la importancia que

supone tener a un equipo profesional y un buen equipo técnico detrás, para que las cosas funcionen. Es un proyecto estrella que, dentro de las grandes inversiones que actualmente hay en Zaragoza, puede considerarse uno de los más importantes. Estamos muy ilusionados.

¿Cómo valoráis el proyecto del complejo respecto a otros grandes proyectos similares en los que hayáis estado involucrados? ¿Pensáis que tiene diferencias reales, diferencias ventajosas?

P.B.: En edificación no hay dos proyectos iguales. A mí me parece una idea magnífica, imprescindible para Zaragoza y me parece un proyecto magnífico. Creo que va a ser un auténtico éxito. Bueno, ya lo está siendo. El gran módulo con el hotel me parece un gran acierto, único en la ciudad e imprescindible. Estamos encantados porque va a ser nuestra carta de presentación en unos años como ahora lo es la Ciudad del Santander o el Aeropuerto de Barcelona.

¿Son esos vuestros principales trabajos?

P.B.: En los últimos años se puede decir que sí. Aragonia y Dubai lo serán. También estamos ahora con un tema en Marruecos que esperamos que también lo sea.

Para cualquier neófito ¿Qué hace una ingeniería para una propiedad?

P.B.: Desde que un promotor inicia la idea de una realización hasta que finalmente abre sus puertas con todo en orden y terminado, se suceden una gran cantidad de gestiones. Desde las relativas al ordenamiento urbano, redacción de proyectos con las múltiples disciplinas que participan en él, gestión de licencias, contratación de las obras, gestión de la construcción con todos sus matices y finalmente obtención de las licencias de apertura y funcionamiento que habilitan la puesta en servicio.

El promotor puede elegir diferentes esquemas de colaboración para recorrer todas las etapas de este complejo proceso. Pues bien, una ingeniería como TYPESA reúne la capacidad técnica y de gestión para cubrir todas las fases citadas, con la excepción de lo que es puramente construcción. Ese podría ser el resumen a tu pregunta. Dentro del mercado que conocemos hay promotores que prefieren apoyarse en un determinado tipo de agentes para acometer el proyecto y otro equipo diferente para conducir las obras. En el ejemplo de la Ciudad Financiera del Grupo Santander que hemos citado antes, el banco encomendó a TYPESA todo el proceso con la excepción de los diseños de arquitectura.

¿Esto es lo que hacéis en concreto para Aragonia?

P.B.: En concreto, para Aragonia, colaboramos con los arquitectos en el seguimiento del proyecto y gestionamos la ejecución de las obras. Nuestra principal función es coordinar los distintos agentes, proyectistas y constructores que participan para obtener el mejor resultado para la propiedad. La propiedad y la promotora han sido conscientes de la importancia que esto ha

“Aragonia nos parece una idea magnífica, imprescindible para Zaragoza.”

OFICINAS DE TYPESA
EN MADRID



EDIFICIO PRINCIPAL DE LA CIUDAD DEL SANTANDER



PUERTO DE GIJÓN



tenido y han contratado a una empresa que les pueda ayudar, conscientes de que en cierta medida, el éxito de los proyectos está en eso.

F.V.: Lo que le preocupa a un cliente en un proyecto de inversión, es que sus tiempos y sus costes se respeten y nosotros, lo que podemos hacer, es garantizar ambos de una forma fiable. Esto, en un proyecto a tres bandas, es más difícil.

Hay también un punto clave y es que, a la hora de ejecutar la construcción de las obras, hay que ser cuidadoso contratando a una o varias empresas para la ejecución por un precio razonable. Contratar obras por un precio razonable y con unos verdaderos profesionales es la forma más barata y más rápida de hacer las cosas. Una oferta temeraria podría ser más atractiva, pero al final, siempre se complican las cosas.

En este sentido, Aragónia está colaborando con empresas de primerísimo nivel. Y eso ha sido algo muy acertado por su parte.

Respecto al perfil de los arquitectos, parece ser que hay una percepción a partir de la cual parece que el arquitecto anglosajón es un diseñador de volúmenes con una formación técnica distinta, menos artesano, y que firma un proyecto pero que detrás, hay siempre otras personas. Este no parece ser el caso del arquitecto español consagrado, que por formación y cultura española, es artesano porque conoce más disciplinas involucradas en la construcción y piensa que esto les hace más versátiles que otros arquitectos. ¿Qué opináis?

P.B.: Yo soy ingeniero de caminos, canales y puertos y Paco es arquitecto. Yo estoy de acuerdo en que el arquitecto español frente al anglosajón tiene unas características distintas. El español es más consciente de que su diseño tiene que ser vivido, utilizado y construido. Su formación también es diferente, más artesanal. Un edificio es un elemento multidisciplinar en el que intervienen muchos profesionales además de los arquitectos. Y es el resultado del esfuerzo conjunto de muchas personas.

F.V.: Estamos asistiendo, en el final del siglo XX y principios del XXI, a una tendencia y es la aparición de las grandes firmas de arquitectura. Se acude a estas grandes firmas en lugar de acudir como antes a los arquitectos estrella. Ya no se dice "he comprado un proyecto de Norman Foster". Ahora se dice "voy a trabajar con Foster & Partners", por poner un ejemplo. Son grandes empresas de arquitectura que han asimilado las formas de trabajo o las características de estas grandes estrellas pero que están formadas por

múltiples profesionales que producen aquello que se ha contratado de una forma integral.

P.B.: Estoy completamente de acuerdo con Paco. Una de las características que tiene TYPESA como firma de arquitectura es la integración multidisciplinar. Hay pocas empresas en España que ofrezcan un servicio integral incluyendo ingenieros, arquitectos y consultores trabajando juntos y ofreciendo un mismo producto coordinado. Si es fácil encontrar eso en EEUU o en otros países. Nos tenemos que dar cuenta de que la edificación, la climatización, la energía o los materiales evolucionan y una sola persona no es capaz de dar servicio ni de estar al día en el mundo de la edificación. Hace falta una firma que invierta en mantenerse al día de todo y que tenga experiencia en trabajar de forma multidisciplinar.

Volvamos a Aragónia como edificio, como proyecto en general. ¿Cómo va a cambiar Aragónia a Zaragoza y a sus ciudadanos cuando el complejo esté construido?

P.B.: Un complejo como Aragónia dará unas facilidades para una serie de empresas que se puedan situar allí con unas instalaciones y una accesibilidad, aspectos fundamentales para una ciudad como Zaragoza. El proyecto es una mezcla de servicios, usos e ideas que tiene una situación privilegiada.

F.V.: Además, es muy oportuna la aparición de este complejo con el carácter estratégico de la ciudad. Esa labor de centralidad, que se está reforzando con unas instalaciones como las de Aragónia, es algo importante.

P.B.: Ahora mismo no conozco a ningún otro equivalente en ninguna otra ciudad de España. La concurrencia de usos en este espacio céntrico y tan bien situado, puede que sea osado decirlo, pero no la conozco en España. Es que hay hasta zona deportiva...Es algo único y especial.

F.V.: Hay algunas ciudades que podrían no necesitarlo, pero para Zaragoza es un punto de atracción para un sinfín de intereses.

P.B.: Además, todos los edificios de la Expo de Sevilla tardaron en comercializarse muchos años. Creo que esto no le va a pasar a Zaragoza porque esta ciudad tiene un potencial de crecimiento brutal. Realmente, todo lo que se está haciendo para la Expo, no es para la Expo sino para Zaragoza. Zaragoza no crece para la Expo, crece porque necesita crecer y esto será una ventaja excepcional para Aragónia.



detrás de grandes obras siempre hay una gran ingeniería

- Ordenación del territorio
- Arquitectura y edificación
- Ingeniería industrial y sistemas tecnológicos
- Autopistas y carreteras
- Ferrocarriles interurbanos
- Sistemas metropolitanos
- Aeropuertos
- Puertos y costas
- Infraestructuras hidráulicas
- Abastecimiento y saneamiento
- Estadística, agronomía y desarrollo rural
- Medioambiente, residuos y control

“El Proyecto Aragónia es una mezcla de servicios, usos e ideas con una situación privilegiada.”



ENTREVISTA A FRANCISCO CALVO SERRALLER, DIRECTOR DEL PROYECTO.

EL PRADO, RETRATADO

EL MUSEO NACIONAL PRESENTA SU
EXHAUSTIVA ENCICLOPEDIA EN SEIS TOMOS



f

Francisco Calvo Serraller es, probablemente, una de las personas vivas que más sabe de arte, aunque él odie reconocerlo. Es catedrático de Historia del Arte en la Universidad Complutense de Madrid, académico de número en la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando, exdirector del Museo Nacional del Prado, crítico de arte habitual de medios culturales tan prestigiosos como el diario "El País" o





“La Enciclopedia del Museo del Prado es una fuente de datos única en el mundo que irá aumentando su peso específico día a día.”

diversas televisiones, experto consejero de fundaciones públicas y privadas, de las mayores colecciones privadas y comisario de las más importantes muestras internacionales de arte, como ARCO en nuestro país, o la última gran exposición de Picasso en EEUU. Hemos tenido la suerte de mantener una interesantísima conversación con el profesor Calvo Serraller que, debido a su extensión y riqueza, hemos fraccionado en dos capítulos. En esta primera entrega, charlamos con Calvo Serraller acerca de su gran obra magna: la recién presentada enciclopedia del Museo del Prado. Y dejamos para el próximo número de nuestra revista una charla de obligada lectura acerca del Arte.

Háblanos de la enciclopedia que se acaba de editar sobre el Museo del Prado. Creo que es un proyecto que ha durado 5 años en ver la luz pero que ha tenido una aceptación increíble, ¿no?

La empezamos en 1999, creo, porque, en realidad, todas estas cosas no sabes exactamente cuando empiezan. Es un proyecto que se va fraguando, pero operativamente empezamos a concebirla en el 99, en el 2000 empezamos a trabajar formalmente y hemos estado trabajando hasta ahora, que acaba de salir. La primera tirada creo que ha sido muy modesta y está a punto de agotarse. Antes de navidades ya se ha-

bían vendido más de 1.000 ejemplares, porque es muy buen regalo. Aparte de la contundencia de la obra, hay muchísimas ilustraciones y visualmente te permite no sólo consultarla, sino también hojearla.

¿Cómo surge la idea de hacer la enciclopedia?

Pues surge por lo que comentábamos antes (de la entrevista) de lo que están resultando ser los museos hoy, sobre todo, casos como el del Museo del Prado, que tiene una historia bicentenaria. Las demandas sociales son cada vez más complejas y te das cuenta de que con la historia no es suficiente. Te planteas qué es lo que una persona puede preguntarle o pedirle hoy en día a un museo. Hay Historias del Museo del Prado que están muy bien, pero que abordan un tema y sólo tratan alguna cuestión. Luego, hay algunas antologías de cuadros, obras comentadas, la historia del museo visto a través de ciertas obras... Todo eso está muy bien pero, de alguna manera, todas esas antologías responden a ciertas preguntas, pero no a todas. Estaba todo un poco desperdigado.

La palabra enciclopedia viene de un término griego, “clopeidia”, que significa mirar alrededor. Es un concepto que se pone de moda en el s. XVIII y es la idea de tratar una cuestión desde todos los aspectos. El Museo del Prado tiene una riqueza que no solamente son sus cuadros o su propia historia. Es la historia de su edificio, sus directores, sus patronos, sus coleccionistas, la de los incidentes que ha protagonizado -que no sólo han sido compras, entradas y salidas de cuadros-, ha habido de todo, robos, incendios, mil episodios.

Hoy en día, que además existe un sistema perfectamente adecuado para recoger toda esa enorme cantidad de información, era ya necesario hacerlo. Abordar, de alguna forma, no sólo la historia convencional del Museo, sino absolutamente todo. Toda la vida del Prado.

La enciclopedia, además, estará en la red e irá siendo cada vez más amplia. Lógicamente en papel hay sólo una parte y haremos también un cd-rom. Es la manera de que una persona que se haga cualquier pregunta sobre el Prado encuentre una respuesta.

¿De verdad está en la obra todo lo que hay en el Museo del Prado, todos sus fondos, incluyendo lo que el mito sitúa en sótanos y pasadizos ocultos?

Está absolutamente todo y, efectivamente, lo oculto del Museo del Prado ha sido siempre un mito. Ese mito, hace 30 años tenía un sentido. No es que estuviera oculto, es que el Museo del Prado, en un momento determinado, cuando se fusionó con el de la Trinidad -que atesoraba todos los cuadros expropiados por el Estado en la desamortización- no tenía capacidad para acoger esa cantidad de obras. Y se tomó una decisión, que en ese momento tenía lógica, aunque a la larga fue una decisión equivocada: los cuadros que no cabían en el Museo del Prado, se empezaron a





desperdigar por museos provinciales como fondos del Museo del Prado y también sirvió para las embajadas, para los ministerios, y para las instituciones del Estado. De esos cuadros dispersos no se había hecho un balance de su situación, claro que estaban inventariados, no estaban ocultos, pero tampoco estaban vigilados. Entonces, hace unos años se hizo un inventario serio para saber los que se habían perdido, los que estaban deteriorados, etc. y ahí se acabó el misterio. Esos cuadros no volvieron al Prado, porque tampoco vas a vaciar de cuadros un museo como el de Bellas Artes de Granada o de Málaga para no enseñarlos porque en el Prado no hay más espacio físico.

¿Es verdad lo que dicen de que el Museo tiene expuestas la séptima parte de las obras que realmente tiene en sus depósitos?

El Museo del Prado es el museo de su categoría que más obras exhibe de todas las que posee. Para que te hagas una idea, el Louvre, el Metropolitan o la National Gallery de Londres, suelen exponer entre un 3% y un 5% de sus obras. El Museo del Prado, tiene expuestas casi un 30%. En contra de lo que se dice, es exagerado lo que se exhibe en el Prado. Es exagerado porque no está justificado que se exhiban todas las obras que posee un museo. En los museos, si tú tienes interés por alguna obra que no esté expuesta, no hace falta que seas un especialista, lo solicitas y te lo enseñan. No está oculto. Hay unos días determinados, te acompaña un observador que te espera, te lleva al cuadro, te lo enseña y te deja allí un rato para que lo veas bien. Si quieres estar más tiempo, tienes que hacer una ampliación de permiso, pero el hecho de que no estén en exhibición pública no quiere decir que estén ocultos. Simplemente no hay espacio físico, pero, además, no tendría interés porque resultaría abrumador. Si hay 100 obras maestras, 1.000 que no están mal y 10.000 que son mediocres... Y ahogas las obras maestras con un montón de porquerías, aburres, no tiene ningún sentido pedagógico. Aunque tuvieras espacio, nadie lo podría visitar completo y la gente se indignaría. Imaginate que Velázquez estuviese rodeado por un torbellino de pintura mediocre del XVII. La gente se volvería loca de rabia. No lo toleraría, es como si para tener que leer a Cervantes tuvieras que leer antes toda la literatura de la época. No señor, yo sólo quiero leer a Cervantes, no quiero leer lo malo. Eso sólo les toca a los especialistas, que tienen que leerlo todo, pero el público sólo quiere ver lo bueno.

¿Y qué criterios se han seguido a la hora de seleccionar las obras que aparecen en la Enciclopedia?

Pues el único criterio posible, que es el del consenso. En principio, están todas las obras. Todas las pinturas, todos los dibujos, todas las esculturas y todas las artes industriales, aunque después hay categorías especiales. Las grandes obras tienen un artículo independiente, que además lo escribe un gran especialista internacional en la materia, mientras que hay

LA ENCICLOPEDIA DEL MUSEO DEL PRADO

6 volúmenes
(1 temático y 5 alfabéticos)

2.363 entradas que abarcan las más diversas áreas

1.646 biografías de artistas

319 donaciones y legados

175 exposiciones

una selección de **162 obras maestras**

una **exhaustiva cronología**
(desde 1785 hasta julio de 2006)

más de **800 imágenes** a color
130 autores

Precio aproximado de venta al público: **350 euros**
Más información en el tlfno. **914202046**

El proyecto pionero y único en su categoría y calificado como una obra magna, tiene su origen hace aproximadamente hace cinco años, a finales del 99 y principios del 2.000. Dirigida por el académico, ex-director del Museo y patrono de la Fundación Amigos del Museo del Prado, Francisco Calvo Serraller, está avalada por un comité de honor en el que, junto al actual director del museo, Miguel Zugaza, están otros cinco ex directores (Fernando Checa, Felipe Garín, José María Luzón, Alfonso Emilio Pérez Sánchez, José Manuel Pita Andrade y el propio Calvo Serraller) y un comité científico, en el que hay nombres tan destacados como Jonathan Brown, Nigel Glendinning, Peter Cherry, Nicola Spinosa, Valeriano Bozal o Fernando Marías. En total han participado alrededor de 130 autores, entre ellos, prestigiosos especialistas nacionales e internacionales, que han aportando sus investigaciones particulares sobre el Museo y más de cincuenta de jóvenes profesionales de diferentes ámbitos.

La *Enciclopedia del Museo del Prado* ha recopilado la información más completa de la historia de la Pinacoteca. Se incluyen las biografías de todos los pintores representados en el Museo, su historia, su arquitectura, una selección de obras maestras, información sobre sus colecciones, las residencias reales, todas las donaciones y legados, la proyección del Museo tanto en el arte como en la literatura de los s. XIX y XX, biografías de sus directores, historia de su patronato, entradas de conservación y restauración y todas las exposiciones temporales así como otras curiosidades como actividades, eventos o sucesos acaecidos en el Museo a lo largo de su historia.

La obra consta de seis volúmenes, uno temático y cinco alfabéticos más los índices. Sus casi 3.000 voces, acompañadas de una breve selección bibliográfica para ampliar conocimientos, se perfilan como la información más completa del Museo, que anteriormente estaba desperdigada en diferentes documentos y publicaciones.

Esta obra única en su género a nivel mundial constituye una auténtica novedad museográfica y editorial ya que ningún otro museo del mundo cuenta con una publicación de tales características tanto en cantidad como en calidad de información. Sin duda, es una referencia para todos aquellos interesados en la cultura ya que la enciclopedia va dirigida a un amplio espectro de público. Desde estudiantes hasta especialistas, pasando por profesionales y aficionados al arte y la cultura.

Y su característica más importante es que se trata de una obra viva, en continua evolución diaria, ya que el equipo de trabajo de la Fundación no para de actualizar e introducir nuevos datos que van surgiendo y surgen en el Museo. Esta obra, editada por la Fundación Amigos del Museo del Prado, patrocinada por Fundadores 2.000 y Fundación Caja Madrid, y en colaboración con TF Editores, es una fuente de datos única en el mundo que día tras día aumentará su peso específico en el mundo del arte y la cultura.

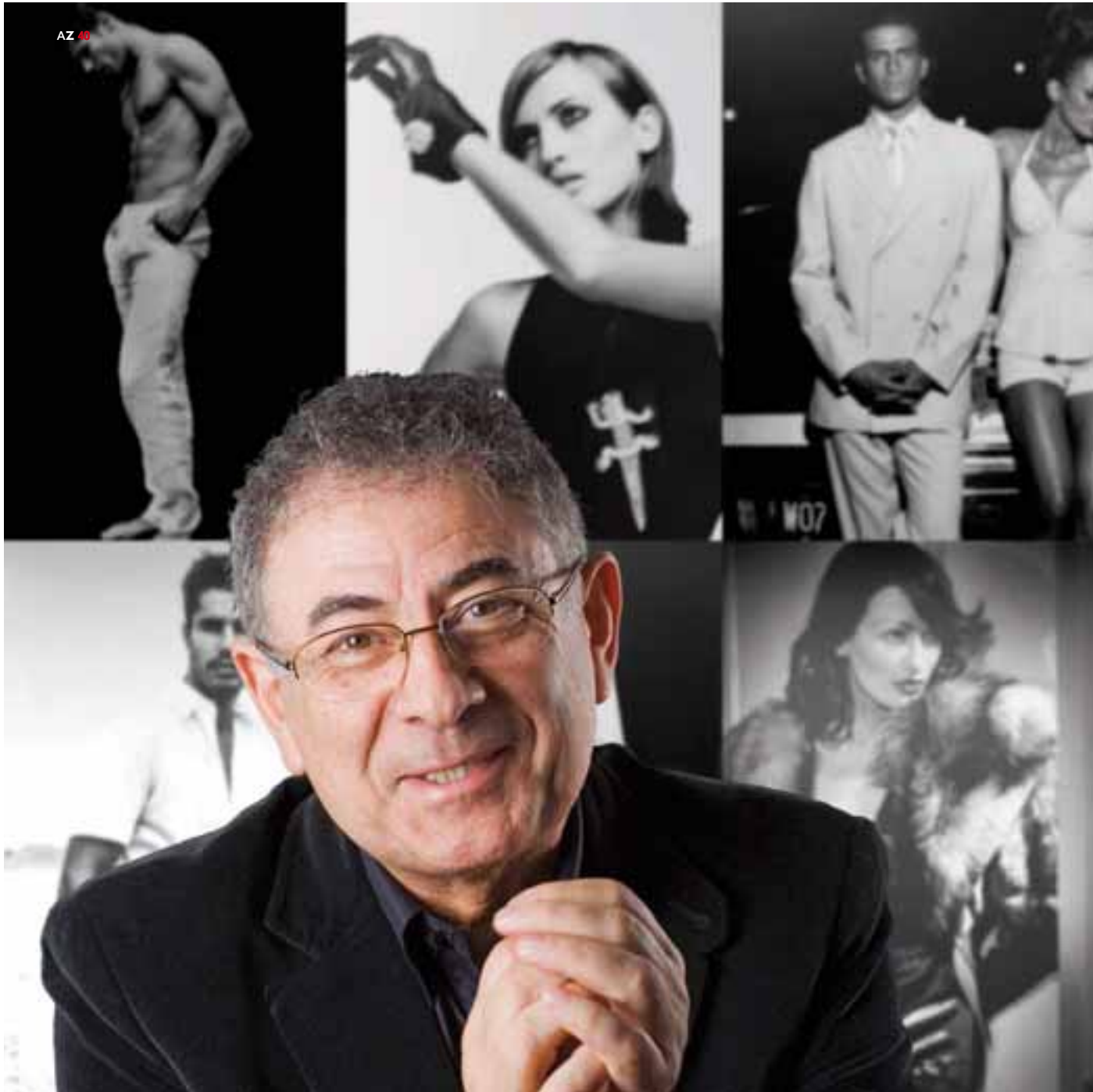
ENTREVISTA A ROBERTO VERINO

“El gallego impasible...”

ENTREVISTA: PEDRO MANSILLA
FOTOGRAFÍA: JUAN OLIVER

este hombre que se pasea discretamente por los sesenta años -él es siempre discreto-, es uno de los nombres más importantes de la moda española de todos los tiempos, un eslabón imprescindible de esa cadena que empieza en Balenciaga, sigue en Pertegaz, Berhanyer, Loewe, Montesinos, Miró, Adolfo Domínguez, Jesús del Pozo o Sybilla y termina en Ion Fiz, por poner un nombre representativo de esta última generación de compañeros de profesión. Ni su capacidad para el trabajo, ni su compromiso con las cosas prometidas, pueden serle discutidas por nadie, tampoco haber conformado con su nombre, una etiqueta que los mayores asocian a calidad de producto y los jóvenes a un sueño de imagen de moda. Ambicioso, nunca ha escatimado esfuerzos para rodearse de los mejores colaboradores. Sus desfiles han sido siempre una fiesta, y ahora, la larga escalera de su visión más pragmática de este negocio, tiene un escaparate encendido casi en cada ciudad de España... Serio, pero optimista..., duro, pero sensible..., justo, pero generoso..., impassible por imperturbable..., sólo tiene un defecto, es gallego, ya saben, a veces es casi imposible saber lo que piensan. Sus incondicionales -y tiene muchos- lo adoran, ni siquiera este defecto les impide defender su amistad como si fuese oro. Muchas personas de esta profesión saben en Italia, en China, en México, en Arabia Saudita y en España, que su palabra es un "cheque conformado" al portador.





Si hubiese un escalafón, real o imaginario, de la moda española, usted sería uno de sus nombres más destacados... Supongo que está de acuerdo... No se tome esto como un piropo, sino como una impertinencia, que en aras de la verdad espero que me disculpe... Dígame, al margen de toda falsa modestia ¿qué lugar ocuparía usted en él? o lo que es lo mismo, ¿cuáles serían los nombres de ese escalafón que le precederían...?

Podría responderle de dos maneras diferentes, una si enumerase aquellos diseñadores que me parecen interesantes desde el punto de vista creativo..., donde estaría sin duda ninguna, Miguel Palacio y Fernando Lomoniez. Si por el contrario le confesase mi admiración por la faceta empresarial aparecerían otros nombres... Pero tengo una sincera dificultad en admitirlos como compañeros que me aventajen en algo, o lo que es lo mismo, por los que yo pueda sentir alguna envidia sana... No siento admiración por ningún modelo empresarial español... Creo, sinceramente, que soy el único que ocupa una posición equidistante entre un mínimo reconocible de creatividad y una dimensión coherente de negocio a esa creatividad... Si fuese más creativo, llegaría menos a la calle... Si quisiese llegar todavía más a la calle, tendría que reducir esa creatividad a la que considero que no debo renunciar. Puedo sentir admiración por la dimensión de negocio de Adolfo Domínguez, pero no me interesa el producto que está haciendo con su nombre..., y me puede gustar mucho el estilo Miguel Palacio, pero no sentiría nunca envidia de alguien que no consigue transportar su calidad de estilista hasta el mercado...

¿En todo caso le sería más fácil confesar una admiración por un modelo económico que por un modelo creativo...?

No, necesariamente... Aunque pueda parecer pretencioso, siento confesar que no admiro a ningún diseñador español... Bueno, sí, hay una excepción..., a parte del genial Balenciaga, por supuesto...

¡Ah, sí... no me diga... ¿cuál es el afortunado?

Sybilla... Siempre he mostrado mi admiración por Sybilla, porque ella sí que me parece el único compañero de profesión absolutamente genial que he tenido en la moda española...

¿Eso quiere decir que si incluimos nombres internacionales, sí que aparecerán maestros?

Ahí sí que no tengo ningún problema en reconocer que siempre he profesado una admiración por Armani. Aunque haya tenido momentos mejores y momentos peores, su trayectoria, considerada en su conjunto, me parece digna de admiración. A otra distancia, pero también con muchísimo interés he seguido el proyecto de Dolce&Gabbana, el de Marc Jacob y el de Michael Kors, sobre todo por el trabajo de éstos dos excelentes diseñadores en Louis Vuitton y en Celine.

De todas las asignaturas que componen su carrera profesional, ¿en cuál cree que saca mejor nota?

Creo que hago todas las cosas moderadamente bien, y sobre todo, con una enorme coherencia, no hay



grandes desajustes, hago un producto que me parece correcto, lo contamos con una imagen que me parece correcta, y lo vendemos en unas tiendas que me parecen correctas. Creo que todo el conjunto respira una buena nota... sinceramente, no me suspendería en nada...

¿Y la peor?

Insisto, no me suspendo en nada...

¿Cuál ha sido el momento más feliz de su vida?

En el ámbito personal o profesional...

Bueno, elija usted mismo...

En el ámbito profesional, he pasado muchos buenísimos momentos, pero seguramente los más agradables de todos hayan sido los finales de los desfiles. No sé si es por vanidad o por responsabilidad, ya sabe, esa sensación del trabajo bien hecho, que además es aceptado así por todas aquellas personas que en ese momento, importantísimo de cada colección, te están rodeando... El aplauso de la gente, las felicitaciones sinceras, los periódicos de día siguiente, los informativos cerrando con tu nombre...

¿Y el más infeliz?

También he pasado muchos...

Supongo que alguno relacionado con ese momento en el que se considera un incomprendido... Es decir, cuando después de una colección que a usted le ha parecido maravillosa, se ha encontrado con el silencio o el desprecio de los periodistas o de los estilistas de moda de su país...

La verdad es que yo no me puedo quejar del trato que he recibido de la prensa de moda española, creo, quizás porque todo el mundo me insiste en ello, que soy un privilegiado.

Desde el periodismo, por supuesto que sí, desde el estilismo ya es más dudoso... Las estilistas, muchas veces, tienen sus favoritos establecidos de antemano, inamovibles por así decirlo...

Bueno, es verdad. Si fuese estricto tendría que reconocer que el trato de los periodistas ha sido siempre superior al de las estilistas.

¿Resulta extraño que con una respuesta como ésta que me acaba de dar, y después de muchísimos años en los que sus desfiles en Cibeles eran auténticos espectáculos, sea usted ahora tan escéptico cuando se le pregunta por su vuelta a las pasarelas?

No soy escéptico con las pasarelas, creo en ellas..., pero intento establecer su verdadero valor. Es verdad que un desfile es la parte más amable de nuestro trabajo, pero también es verdad que muchas veces sólo siembra confusión, tú le hablas de verano a una persona que está pensando que se compra este invierno..., o del invierno que viene a una persona que está pensando que se compra para este verano...

¿Y no será que Zara les ha hecho cambiar de opinión respecto a los desfiles?

Quizás antes, cuando existía la necesidad imperiosa de atender a clientes que eran las tiendas multimarca, un desfile era algo imprescindible, pero desde el momento en el que tú eres tu propia red comercial, el enorme esfuerzo de dinero y de energía mental que consume un desfile puedes traspararlo a otras partes del proceso y conseguir así que el consumidor final se beneficie de ese recorte en los gastos

¿O sea que lo de Nueva York, entonces, va en serio?

Absolutamente. Cuando decidimos abandonar Cibeles no fue porque estuviésemos en contra de la importancia de un desfile en la conformación de la "identidad de marca"..., sino porque nos parecía que el enorme esfuerzo que hacíamos para que nuestro desfile no decepcionara a nadie no se correspondía con la repercusión mediática que conseguíamos...

Pero usted salía en todos los periódicos, y si me apura, en todos los informativos de todas las televisiones...

Sí, por supuesto, pero no en ningún medio de comunicación internacional. Así que pensamos si podíamos permitirnos acceder a una plataforma que nos garan-



COLECCIÓN ROBERTO VERINO PRIMAVERA-VERANO 2007



COLECCIÓN ROBERTO VERINO PRIMAVERA-VERANO 2007



tizase este salto, y descubrimos que desfilan en Nueva York era sólo un poquito más caro. Lo que sí que es verdad es que el tiempo que calculamos que nos costaría esta reubicación es más del que hablamos previsto, ya que, en coherencia, palabra que como verá nos encanta en esta empresa, consideramos que no debemos desfilan en Nueva York hasta que no tengamos un punto de venta realmente significativo en esa ciudad...

¿Y por qué Nueva York... No es un poco pretencioso o inalcanzable?

Inalcanzable desde luego que no... sólo cuesta un poco más que Madrid... y pretencioso tampoco, no lo hago por vanidad sino porque desfilan en Nueva York es clave para nuestra expansión internacional. Hemos abierto cinco tiendas en México y estamos trabajando en Arabia Saudita y los Emiratos Árabes... Aunque parezca una *boutade*, si te ven en Nueva York, existes. También, por supuesto, si te ven en París, en Milán, pero eso sí que es una locura que no merece la pena ni mencionar... Antes de que termine este año habremos llegado a nuestras primeras veinticinco tiendas internacionales.

¿Qué volvería a hacer ahora de otra manera?

Seguramente el único error que percibo claramente como tal en toda mi vida ha sido el de comprometerme a tal nivel con mi trabajo... que me parece que no he vivido. Es verdad que todo lo que soy se lo debo a mi trabajo, con la infinita cantidad de satisfacciones que eso conlleva, pero quizás, el precio personal que he tenido que pagar ha sido excesivo. Si volviese a nacer creo que desearía vivir más para mí..., aunque también sé, conforme se lo estoy diciendo, que no sé si sería capaz de no cometer, víctima del mismo entusiasmo, los mismo errores que cometí entonces...

Aunque usted es una persona que transmite humildad en todos sus actos... usted está que se sale ¿no?... quiero decir, como es natural, profesionalmente...

Somos una empresa, que afortunadamente, tenemos unas posibilidades de crecimiento espectaculares. Estamos creciendo en mujer, estamos creciendo en hombre, estamos creciendo en accesorios y en otros productos licenciados... Estamos creciendo en El Corte Inglés, donde hace ya mucho tiempo llega-

mos a tener cincuenta puntos de venta... Estamos remodelando las cincuenta tiendas que tenemos en España, y estamos comenzando nuestro despegue internacional... No es un "farol", en muchos capítulos de nuestra actividad estamos creciendo un 30 % anual y en algunos, gracias a la demanda, podríamos llegar incluso a un 100 %

A usted se le arrima el éxito... ¿Ese atractivo llega hasta el mundo financiero?

Siempre he financiado mis proyectos acudiendo a la banca tradicional, puede ser más conservadora y, desde luego más cara, pero eso me permite seguir siendo el dueño de mi nombre y de mi vida...

¿Qué busca en estos momentos el consumidor de una prenda Roberto Verino?

Emocionarse con tu propuesta... Encontrar que su autoestima sube vistiéndose con una prenda de su marca favorita.

¿Tiene usted ya bastante?

Yo nunca tengo bastante con nada... La gente que

me conoce realmente puede certificarlo, soy muy ambicioso y muy perfeccionista. No paro hasta que llego exactamente a donde quiero...

¿Su próximo proyecto?

Celebrar el veinticinco aniversario de Roberto Verino... Queremos preparar una exposición que recuerde de dónde venimos y por dónde hemos pasado, con su correspondiente catálogo y una buena monografía...

¿La palabra que más le gusta para definir sus veinticinco años de trabajo?

Coherencia... Con motivo de los primeros preparativos de esa exposición, hemos desenterrado trajes, dibujos, fotografías, desfiles... y es increíble que siempre hemos sido los mismos... Lo que hacemos hoy venimos haciéndolo, sin contradicciones, desde hace un cuarto de siglo, ése es nuestro mejor patrimonio y nuestra máximo orgullo, algo de lo que queremos y podemos sentirnos satisfechos.

¡Feliz aniversario!

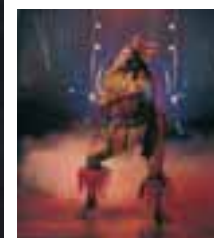
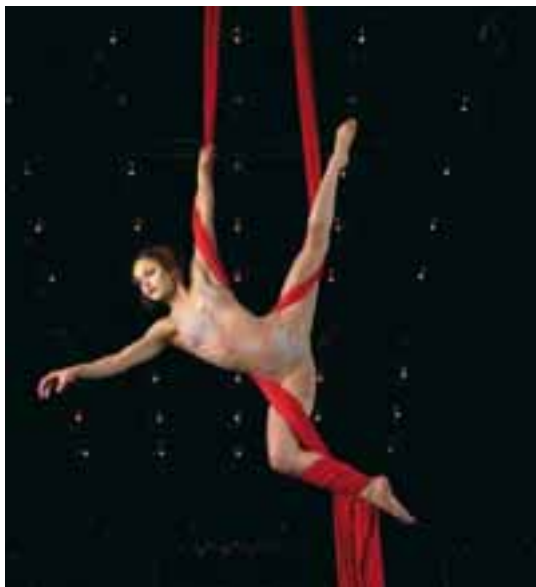
Señoras y señores... el archipiélago del desierto



REPORTAJE SOBRE EL CIRCO DEL SOL Y SU PROYECTO PARA EXPO ZARAGOZA 2008. COMIENZA EL ESPECTÁCULO

ENTREVISTA Y TEXTOS: KETY SIERRA . FOTOGRAFÍAS: CIRCO DEL SOL™

EL CIRCO DEL SOL ESTÁ ACTUALMENTE EN PLENO PROCESO CREATIVO, PREPARANDO LA CABALGATA QUE DURANTE 3 MESES RECORRERÁ DIARIAMENTE LA EXPOSICIÓN DE ZARAGOZA DE 2008. LOS RESPONSABLES DEL CIRCO Y DE EXPO TRABAJAN CODO CON CODO A PESAR DE LOS KILÓMETROS Y LAS HORAS DE VIAJE QUE LES SEPARAN, Y HAN CREADO UN GRAN EQUIPO QUE NOS SORPRENDERÁ CON SU TRABAJO. HEMOS HABLADO CON EL RESPONSABLE DEL PROYECTO EN MONTREAL Y CON EL DIRECTOR ARTÍSTICO DE EXPO PARA SABER UN POCO MÁS DE LA EVOLUCIÓN DE ESTE MÁGICO ESPECTÁCULO QUE HARÁ DE LA EXPO UN EVENTO ESPECIAL Y DIFERENTE CADA DÍA.



LA ELECCIÓN DE CIRCO DEL SOL PARA LA CABALGATA DE LA EXPO: EL ORIGEN DE TODO

ENTREVISTA A ALFONSO DESENTE, RESPONSABLE DE PROGRAMACIÓN DE ESPECTÁCULOS DE EXPO ZARAGOZA 2008

Suponemos que, llegado el punto en el que hubo que pensar en los actos y eventos que animarían la Expo día tras día, surgió la idea de contactar con el Circo del Sol. ¿Cómo tomaron la propuesta en Montreal? ¿Qué cree que aportará el Circo a la Expo?

El interés por la participación en Expo de Circo del Sol™ viene de lejos, dado su impacto popular, su calidad y su prestigio mundial. Inicialmente, Cirque du Soleil rechazó el ofrecimiento, pero más tarde, cuando se les planteó la opción de diseñar una cabalgata diaria nos encontramos con una posición diferente, el tema les motivó y finalmente la posibilidad cuajó. Pensamos que la magia, la estética y la espectacularidad propias de Cirque du Soleil garantizan un espectáculo único capaz de atraer por sí mismo al potencial visitante de nuestra exposición.

Otros proyectos de la Expo, como la construcción de los pabellones, han sido sacados a concurso. ¿En el caso de la cabalgata también?

No. Una compañía internacional como Cirque du Soleil no entra nunca en este tipo de concursos, cuentan con cientos de ofertas, la mayoría de las cuales rechazan. Su participación en Expo Zaragoza 2008 sólo podía venir por vía de la invitación directa por parte de la Exposición Internacional y del interés por nuestra propuesta que fuésemos capaces de despertar en la compañía.

Suponemos que se barajaron más opciones...

Naturalmente había más opciones que ahora mismo no tiene sentido comentar. Hay compañías de teatro de ca-

lle con gran experiencia en cabalgatas para este tipo de eventos pero pensamos que Circo del Sol nos abriría la posibilidad de presentar un espectáculo excepcional.

Una vez demostrado el interés por ambas partes en este proyecto ¿cómo fueron los primeros contactos?

Una vez planteada la posibilidad, tuvimos una serie de reuniones en su sede de Canadá, donde encontramos mucha sintonía en cuanto a los criterios artísticos del espectáculo en sí mismo y en los objetivos globales de la Exposición. Nuestro proyecto, centrado en el tema *el Agua y el Desarrollo Sostenible*, coincidía plenamente con la sensibilización del Circo como entidad hacia este problema mundial, por lo que el equipo creativo se vio muy motivado a crear un espectáculo distinto a lo que están haciendo habitualmente. Por nuestra parte, vimos cómo su enfoque se adecuaba plenamente a lo que nosotros buscábamos: un concepto innovador que va más allá de la típica cabalgata convencional. Todo esto se concretó meses después en nuevas sesiones de trabajo en Zaragoza y Barcelona, y surgió la génesis de espectáculo: El Archipiélago del Desierto.

EL TRABAJO DEL CIRCO DEL SOL: LA VISIÓN MÁGICA DE LA EXPO
ENTREVISTA A JULIEN GABRIEL, RESPONSABLE CREATIVO DE CONTENIDOS DE PROYECTOS ESPECIALES

¿Cuéntenos qué les hizo tomar la decisión de participar en la Expo 2008 y por qué una cabalgata y no una carpa en el recinto.

Las personas que trajeron a la Expo como patrocinador del Circo del Sol tuvieron una brillante idea. Pensaron que se podría hacer algo más. Así, surgió la idea de buscar una colaboración que fuera más allá del mero patrocinio de nuestros espectáculos,

la idea nos encantó y decidimos participar en la Expo.

Una vez metidos en el proyecto, nos encontramos la primera cuestión. Al principio, dudamos si crear un espectáculo bajo una carpa pero luego, una vez metidos en la dinámica, pensamos que sería mejor la creación de un espectáculo dentro del propio recinto y esto entusiasmó a ambas partes. Así nació la idea de la cabalgata tal y como la estamos diseñando.

Trabajamos muy de cerca con el equipo artístico de la Expo y, aunque el Circo trabaja según su propio enfoque y visión artística de la temática, la relación y la colaboración entre ambas partes es buenisima. Viajamos juntos y compartimos ideas con ellos y para nosotros es un placer trabajar en España y en un evento de este tipo. Además, es la primera vez que el Circo hace un espectáculo temático especial, adaptado a otro evento ya establecido. Sí es verdad que los espectáculos del Circo del Sol son siempre temáticos, pero nunca hasta ahora se había creado uno "ad hoc" para otra organización cuyo tema no hubieran decidido los creadores del propio Circo.

¿Cuál será el concepto de esta cabalgata? ¿Tendrá alguna relación con el tema de la propia exposición: el agua?

Ahora mismo estamos al principio del desarrollo y todavía se está cerrando la estructura y la filosofía del espectáculo pero lo que tenemos claro es que el espectáculo tendrá la misma energía que la Expo y tratará el mismo tema: *el Agua y el Desarrollo Sostenible*.

El Circo del Sol, históricamente, ha estado implicado siempre en acciones sociales, sobre todo con la juventud, y en todas las partes del mundo. También

está implicado en actividades ecológicas desde hace años y somos conscientes de que debemos trabajar para mantener el planeta y solucionar el problema del agua. Una muestra de ello, es que el pasado verano, en nuestra Sede Internacional en Montreal, hemos fabricado nuestra propia depuradora de agua y ya no consumimos ni una botella de agua.

¿Se puede avanzar algo de en qué consistirá en concreto la cabalgata?

Aún no está diseñada. Estamos en los primeros bocetos y no hay nada cerrado pero lo que es seguro es que la cabalgata no tendrá un enfoque tradicional. No habrá carrozas temáticas que recorrerán el recinto. Lo que pretendemos es que la cabalgata sea del Circo del Sol y de todas las personas concernientes a la Expo.

Aún se está perfilando la idea pero, de momento, te puedo decir que el proyecto se llamará "El Archipiélago del Desierto" y para la cabalgata se baraja el nombre de "El despertar de la Serpiente". La idea es reunir la mayor energía posible de todas las partes del mundo a través de personas que se juntan para despertar a la serpiente del arco iris, que es el único espíritu capaz de convocar a las nubes que traen el agua y el arco iris.

En esta cabalgata habrá chamanes, aguadores, nubes, arco iris y mucha energía en forma de elementos trabajando para generar y mantener el agua. No habrá carrozas pero sí habrá deambulaciones, estaciones y paradas fijas para puntuar las partes clave del espectáculo y lo único que podemos asegurar en este punto del proceso del trabajo, es que intentaremos crear un ambiente de magia y energía durante cada día de los 3 meses que estaremos presentes en la Expo con nuestra cabalgata.



¿Cuántos artistas está previsto que participen en ella? Háblenos un poco de la selección de los artistas para la cabalgata y los requisitos que buscan en ellos.

Habrà alrededor de 50 artistas que participarán con numerosas actuaciones acrobáticas pero ahora mismo no estamos realizando ningún casting. De momento, lo que estamos haciendo es seleccionar en Montreal al equipo de trabajo, es decir, el diseñador de vestuario, el escenógrafo, etc...y cuando la idea esté completamente desarrollada, nos pondremos a buscar a los artistas que trabajarán en la cabalgata.

Cuando comencemos el casting, que será a finales del 2007, buscaremos artistas españoles. Tenemos a un equipo que va seleccionando por todo el mundo a las personas que mejor pueden transmitir la energía y la filosofía del Circo del Sol y contamos con un banco artístico importante, pero en este caso, vamos a intentar encontrarlas en España. Es más, si encontramos a gente con un gran potencial artístico pero no cumplen el nivel requerido, tenemos previsto hacer unos talleres para que puedan participar en nuestro espectáculo.

Si están ahora mismo definiendo la idea del espectáculo ¿Cuáles serán los próximos pasos?

En estos días, nos reuniremos para discutir la historia, las raíces profundas y las cuestiones filosóficas para el sentido general del espectáculo. Se trata del desarrollo conceptual.

Después desarrollaremos la escenografía, la búsqueda de inspiraciones de vestuario, de música y todo ello, compartido con la gente de Expo.

Ahora mismo no podemos decir mucho más porque estamos aún trabajando en la base de todo el espectáculo. De hecho, nos reunimos cada 15 días para validar la idea y esta idea puede cambiar aún. Lo que es cierto es que la química con el equipo artístico de Expo, con Paco Ortega y Alfonso Desentre, es muy fuerte y para el Circo del Sol está siendo un auténtico placer trabajar con este gran equipo.



El circo del sol de un vistazo

LA HISTORIA DE UNA LEYENDA

Todo comenzó en Baie-Saint-Paul, una pequeña ciudad de Quebec, en Canadá. Allí, al principio de los 80, un grupo de personajes coloristas paseaban por las calles en zancos bailando, tocando música y respirando fuego. Eran Les Écharssières de Baie-Saint-Paul, un grupo de teatro callejero fundado por Gilles Ste-Croix que atrajo a jóvenes artistas, entre ellos a Guy Laliberté, que fue el que llegó a convertirse en el real fundador y presidente de Cirque du Soleil.

La compañía participó en diferentes acontecimientos con tal éxito, que llevaron a Guy, Gilles y sus chicos a barajar una loca idea: crear un circo en Quebec y llevarlo a lo largo del mundo entero.

En el 84, Quebec celebraba el 450 aniversario del descubrimiento de Canadá por Jacques Cartier y estaba prevista la contratación de un espectáculo para animar la festividad. Guy Laliberté presentó su propuesta llamada Cirque du Soleil y convenció a los organizadores. Fueron contratados. A partir de ese momento, el Circo del Sol no ha parado ni un minuto.

LOS ESPECTÁCULOS DEL CIRCO DEL SOL

En 2007, Cirque du Soleil presentarán 14 shows diferentes en todo el mundo.

SHOWS ITINERANTES

- * Varekai (Asia-Pacífico)
- * Dralion (Europa y Japón)
- * Quidam (Asia-Pacífico)
- * Alegria (Europa)
- * Corteo (Norteamérica)
- * Cirque 2007 (Norteamérica)
- * Delirium (Norteamérica)
- * Shows permanentes "O" (Las Vegas, Nevada)
- * Mystère (Las Vegas, Nevada)
- * Zumanity, Another Side of Cirque du Soleil (Las Vegas, Nevada)
- * La Nouba (Orlando, Florida)
- * KÁ (Las Vegas, Nevada)
- * LOVE (Las Vegas, Nevada)
- * Nuevo show en el Madison Square Garden de Nueva York

OTROS SHOWS, REPRESENTADOS DESDE 1984:

- * Cirque du Soleil
- * La Magie continue
- * We Reinvent the Circus
- * Nouvelle Expérience
- * Fascination
- * Un proyecto con el Circo Krnie

ESPECTÁCULOS RESIDENTES:

- * Walt Disney World® Resort en Orlando, Florida (La Nouba)
- * Treasure Island en Las Vegas, Nevada (Mystère)
- * Bellagio en Las Vegas, Nevada ("O")
- * New York, New York Hotel & Casino en Las Vegas, Nevada (ZUMANITY)
- * MGM Grand en Las Vegas, Nevada (KÁ)
- * The Mirage Resort en Las Vegas, Nevada (LOVE)
- * Teatro Madison Square Garden en New York

ALGUNOS DATOS DEL CIRCO DEL SOL

- * EN 1984, 73 PERSONAS TRABAJABAN EN EL CIRCO DEL SOL. HOY SON MÁS DE 3.000, INCLUYENDO A SUS CASI 900 ARTISTAS.
- * EN LA SEDE INTERNACIONAL EN MONTREAL, HAY MÁS DE 1.600 EMPLEADOS CUYA EDAD MEDIA ES 35 AÑOS.
- * EN EL CIRCO, LOS EMPLEADOS PROVIENEN DE CASI 40 NACIONALIDADES DIFERENTES Y SE HABLAN 25 IDIOMAS DISTINTOS.
- * DESDE 1984, EL CIRCO HA RECORRIDO MÁS DE 100 CIUDADES EN TODO EL MUNDO Y HA REPRESENTADO CASI 250 ESPECTÁCULOS.
- * MÁS DE 60 MILLONES DE PERSONAS YA HAN VISTO ALGÚN ESPECTÁCULO DEL CIRCO DEL SOL Y CASI 8 MILLONES LOS VERÁN EN EL 2007.



LA SEDE INTERNACIONAL DE CIRCO DEL SOL EN MONTREAL

La Sede Internacional de Cirque du Soleil en Montreal es el único centro de producción y creación de todos los proyectos de la organización. Está formado por dos secciones principales: El Estudio y los Talleres.

EL ESTUDIO

Además de los espacios destinados a las oficinas, el estudio contiene tres zonas de formación acrobática, un estudio de baile, un teatro y un gimnasio. Antes de sumarse a un espectáculo, todos los artistas contratados deben acudir a Montreal para realizar unas sesiones preparatorias que podrían durar desde semanas hasta meses.

Al igual que el entrenamiento de los artistas, en esta zona se encuentra el Departamento de Creación, que es el responsable de desarrollar al nuevo equipo y las nuevas disciplinas acrobáticas de cada proyecto. La investigación y la experimentación es constante y cuando es necesario, el departamento acude a especialistas de las principales disciplinas que cada espectáculo necesita.

EL TALLER

La mayoría de los trajes y atrezzo necesarios para los diferentes espectáculos de Cirque du Soleil están hechos en Montreal, en los talleres de producción de la Sede. Los especialistas de cada detalle (incluso zapateros, sombreros, expertos en telas, carpinteros, etc.) dedican su trabajo meticuloso para la fabricación de todos los artículos necesarios para los espectáculos.

Este espacio aloja una gran tienda de ropa que incluye costura y probadores así como espacio para la zapatería, sombrerería, y telas, un taller de confección, otro de pruebas y efectos especiales, y un taller de prototipos.

Más de 300 artesanos trabajan en los talleres y cada año se utilizan 20 kilómetros de tela para hacer sólo los trajes de los artistas.

LA RESIDENCIA DE ARTISTAS

Desde el verano del 2003 se incluye en la Sede una residencia para alojar a los artistas que están en Montreal durante periodos cortos para su formación acrobática y artística. El edificio fue diseñado como parte del "Tohu", el complejo de artes circenses en el cual Cirque du Soleil es un socio.

TOHU

Tohu es el nombre del nuevo complejo para artistas y la organización sin ánimo de lucro que hay detrás de ella. Fue creada en noviembre del 99 por una iniciativa de En Piste (la organización de profesionales de circo, organizaciones e instituciones circenses de Quebec), la Escuela Circense Internacional de Montreal y el Cirque du Soleil.

La misión principal de Tohu es hacer de Montreal una capital internacional de artes circenses. Seis años después de que la organización fuera creada, una "verdadera ciudad de artes circenses" toma forma alrededor del perímetro de la Sede. Tohu será una piedra angular internacional para la formación de las artes del circo, la creación, la producción y la interpretación circense.

ARQUITECTOS:

DAN S. HANGANU (EL ESTUDIO)
GAUTHIER ÉRIC (LOS TALLERES)

INAUGURACIÓN OFICIAL:

FEBRERO DE 1997 (EL ESTUDIO)
ENERO DE 2001 (LOS TALLERES) AUNQUE ESTÁ PREVISTA LA ANEXIÓN DE OTRA ZONA EN CONSTRUCCIÓN EN MARZO DEL 2007
ÁREA TOTAL DE EDIFICIOS PRINCIPALES: 32.000 M²
ÁREA TOTAL DE TERRENO: 75.000 M²
GOSTE TOTAL DEL PROYECTO: CDN \$60 MILLONES



ACTUALIDAD CINEMATOGRAFICA

12 ENERO

EL TRUCO FINAL

Dir: Christopher Nolan.

Rep: Hugh Jackman, Christian Bale, Michael Caine, Scarlett Johansson, Rebecca Hall, David Bowie.



Adaptación de la novela de Priest. En el Londres de finales del s. XIX, los artistas, magos y compañeros Robert y Alfred, se convierten en enemigos compitiendo en el escenario con trucos increíbles sin reparar en el peligro que causan a los que les rodean.

ROCKY BALBOA

Dir: Sylvester Stallone.

Rep: Sylvester Stallone, Antonio Tarver, Milo Ventimiglia.

Sexta parte de la saga sobre el boxeador de Philadelphia. Rocky no hace más que recordar viejas historias que cuenta a los clientes de su restaurante Adrian's. Castigado por el tiempo, guarda lo que le llevó a conseguir la gloria. Aún sigue siendo un luchador.



19 ENERO

APOCALYPTO

Dir: Mel Gibson.

Rep: Rudy Youngblood, Dalia Hernández, Raoul Trujillo, Gerardo Taracena.

La civilización Maya, antes de la conquista de México y América Central en el s. XVI por parte de España, es brutalmente atacada por los invasores. Un hombre desesperado se esfuerza por preservar su forma de vida.

BOBBY

Dir: Emilio Estévez.

Rep: Harry Belafonte, Joy Bryant, Nick Cannon, Emilio Estévez, Laurence Fishburne, Brian Geraghty, Heather Graham, Anthony Hopkins, Helen Hunt.

22 personajes ficticios se encontraban en el Ambassador el 6 de junio de 1968 cuando Robert F. Kennedy, senador de los Estados Unidos, fue asesinado. Cada uno tiene una historia particular durante los días previos al asesinato.



MÁS EXTRAÑO QUE LA FICCIÓN

Dir: Marc Forster.

Rep: Will Ferrell, Maggie Gyllenhaal, Dustin Hoffman, Queen Latifah, Emma Thompson.

Karen va a terminar su último libro y lo que le queda es pensar cómo matar a su personaje principal. El problema es que este personaje existe en la vida real y debe cambiar el final como sea.

26 ENERO

KLIMT

Dir: Raoul Ruiz.

Rep: John Malkovich, Veronica Ferres, Saffron Burrows, Stephen Dillane.

Retrato del artista austriaco que marcó



una tendencia a finales del s. XIX con su estilo Art Nouveau, sus visiones febriles, encuentros con el mago Méliès, la bailarina Lea y sobre todo, su padre y su dura actitud frente a él.

DREAMGIRLS

Dir: Bill Condon.

Rep: Jamie Foxx, Beyoncé Knowles, Eddie Murphy, Danny Glover.



Adaptación del musical que cuenta la historia de tres mujeres que han formado un grupo llamado "The Dreamettes". Pronto se darán cuenta de que el precio de la fama es más alto de lo que imaginaban.

NOCHE EN EL MUSEO

Dir: Shawn Levy.

Rep: Ben Stiller, Carla Gugino, Dick Van Dyke, Mickey Rooney, Bill Cobbs, Robin Williams.

Larry cree que está predestinado a hacer algo memorable pero nunca se imaginó que ser guardia de seguridad de un museo de ciencias naturales de Nueva York sería la vía para conseguirlo.



INFAMOUS
Dir: Douglas McGrath.
Rep: Toby Jones, Sandra Bullock, Daniel Craig, Gwyneth Paltrow, Isabella Rossellini, Sigourney Weaver.
Adaptación de la novela de Plimpton sobre Truman Capote y su relación con los asesinos convictos Dick Hickock y Perry Smith. Los datos que obtuvo de la investigación de estos asesinos dio lugar a "A Sangre Fría".

buscan a un chivato que va a testificar contra la mafia.
EN BUSCA DE LA FELICIDAD
Dir: Gabriele Muccino.
Rep: Will Smith, Thandie Newton, Jaden Smith.

Peter Rabbit y otras maravillosas historias infantiles, lleva una vida fascinante llena de éxitos y dificultades.

VOCES EN LA NOCHE
Dir: Patrick Stettner.
Rep: Toni Collette, Robin Williams, Joe Morton, Bobby Cannavale.
Gabriel Noone, locutor de un programa nocturno de radio está intentando superar la ruptura con su novia. Un día recibe un libro de un niño cuyos relatos estremecedores le llevan a ponerse en contacto telefónico con él.

RECORTES DE MI VIDA
Dir: Ryan Murphy.
Rep: Annette Bening, Joseph Cross, Gwyneth Paltrow, Brian Cox, Joseph Fiennes, Alec Baldwin.
Basada en las memorias de Augusten Burroughs, con un padre alcohólico y una madre inestable que se fue a vivir con el psicoanalista de su madre y una familia de lo más peculiar.



JUEGOS SECRETOS
Dir: Todd Field.
Rep: Kate Winslet, Patrick Wilson, Jennifer Connelly.



02 FEBRERO
THE HOST
Dir: Joon-ho Bong.
Rep: Kang-ho Song, Hie-bong Byeon.

A Chris y a su hijo de 5 años les desahucian de su apartamento en San Francisco. Tendrán que buscar una nueva vida mejor para ambos.

Basada en la vida de Tom Perrotta, se centra en un grupo de personas cuyas vidas se entrecruzan de forma sorprendente y posiblemente peligrosa en parques, piscinas y calles de su comunidad.



09 FEBRERO
EL DIAMANTE DE SANGRE
Dir: Edward Zwick.
Rep: Leonardo DiCaprio, Djimon Hounsou, Jennifer Connelly.
Danny y Solomon, ambos africanos, coinciden para recuperar un diamante rosa. Saben que ese diamante puede sacarles de la pobreza y de una vida complicada pero Solomon está centrado en encontrar algo más preciado... su hijo.

16 FEBRERO
GHOST RIDER: EL MOTORISTA FANTASMA
Dir: Mark Steven Johnson.
Rep: Nicolas Cage, Wes Bentley, Eva Mendes, Peter Fonda, Matt Long, Sam Elliott, Donal Logue.
Adaptación del cómic de Marvel.

MAN TO MAN
Dir: Régis Wargnier.
Rep: Joseph Fiennes, Kristin Scott Thomas, Iain Glen.
Un grupo de antropólogos descubren a la tribu de los Pigmeos. A dos de ellos se los llevan a Escocia para su estudio, provocando abusos indiscriminados contra ellos.

MANUALE D'AMORE 2
Dir: Giovanni Veronesi.
Rep: Monica Bellucci, Elsa Pataki, Carlo Verdone.



ASES CALIENTES
Dir: Joe Carnahan.
Rep: Ben Affleck, Common, Andy Garcia, Alicia Keys.
El hotel-casino del lago Tahoe es el escenario en el que agentes del FBI, asesinos a sueldo y dos cazarrecompensas

MISS POTTER
Dir: Chris Noonan.
Rep: Renée Zellweger, Ewan McGregor, Emily Watson, Barbara Flynn.
Beatrix Potter está enamorada de su editor pero se revela a la hora de convertirse en una esposa sumisa. La creadora de

Cuatro historias de amor. Una fisioterapeuta de un accidentado que se enamora de ella

a pesar de tener novia. Una española que va a Roma para presentarle su hijo a su padre y encuentra el amor en un hombre mayor y casado. Una pareja gay y otra que no puede tener niños.

EL BUEN PASTOR
Dir: Robert De Niro.
Rep: Matt Damon, Angelina Jolie, Alec Baldwin, William Hurt, John Turturro, Robert De Niro, Michael Gambon.

TERESA: EL CUERPO DE CRISTO
Dir: Ray Loriga.
Rep: Paz Vega, Leonor Watling, Geraldine Chaplin, José Luis Gómez, Eusebio Poncela, Álvaro de Luna.



Historia oculta de la creación de la CIA contactada por un hombre que creía en Estados Unidos y estaba dispuesto a sacrificar lo que más quería para proteger a su país. Ni por su mujer, Margaret, ni por su hijo, dejará el camino que le obligará a sacrificarlo todo por su trabajo.

Teresa de Cepeda y Ahumada debe casarse con un caballero y para evitarlo, ingresa en un convento de clausura y se dedica a la oración y el sacrificio para terminar haciendo historia.

23 FEBRERO
EL ELEGIDO
Dir: Guillaume Nicloux.
Rep: Monica Bellucci, Catherine Deneuve, Moritz Bleibtreu.
Basada en la novela *The Stone Council* de Jean-Christophe Grangé que trata de los fenómenos paranormales que ocurren cuando Diane adopta a Liu-San.

23 FEBRERO
EL ELEGIDO
Dir: Guillaume Nicloux.
Rep: Monica Bellucci, Catherine Deneuve, Moritz Bleibtreu.
Basada en la novela *The Stone Council* de Jean-Christophe Grangé que trata de los fenómenos paranormales que ocurren cuando Diane adopta a Liu-San.

CINEMA ELISEOS
SONIDO Paseo Sagasta, 4
SRD Tlf: 976 223 581
PRECIO Lunes-viernes (no festivos)
5,60 € Carnet joven y mayores de 65 años: 4,20 €

DÍA DEL ESPECTADOR
Miércoles (no festivos) 4,20 €
PALAFOX
SALAS Paseo Independencia, 12
11 Tlf: 976 233 868
PRECIO C/ Cinco de Marzo 5
5,60 € Tlf: 976 233 869

DÍA DEL ESPECTADOR
Carnet Joven y mayores de 65 años: 4,20 €
SABADOS Y FESTIVOS
Sesión matinal 12,00 horas.

CERVANTES
SONIDO Casa Jiménez s/n
DBS-DTS Tlf: 976 217 510
PRECIO Lunes-viernes (no festivos)
5,60 € Carnet joven y mayores de 65 años: 4,20 €

DÍA DEL ESPECTADOR
Miércoles (no festivos) 4,20 €
INTERNET **VENTA 24 HORAS**
www.entradass.com 902 199 606



LA SILLA DE FERNANDO
UNA PELÍCULA-CONVERSACIÓN CON FERNANDO FERNÁN GÓMEZ
DIRECCIÓN: DAVID TRUEBA Y LUIS ALEGRE

"La silla de Fernando es nuestra aportación al cine espectáculo. Porque no conocemos espectáculo más brillante que el de Fernando Fernán-Gómez sentado en una silla, charlando. Posee el humor, la brillantez y la falta de previsibilidad más anodante. Por eso quisimos retratar en una película-conversación su magnetismo, para dejar constancia de su visión vitriólica y poco común de la vida. Creíamos ser unos privilegiados conociendo a Fernando en la intimidad, compartiendo con él sobremesas o tardes de conversación y fijar en una película algunas ráfagas de ese milagro nos parecía una misión fundamental"

Todo empezó en la Nochevieja de 1990 cuando fueron invitados a casa de Fernando Fernán-Gómez. Después de esa noche inolvidable, en la que hubo incluso canciones con dos cantantes de Zaragoza, hubo más encuentros. En Portugal, en el verano del 92, durante las pausas y días libres en el rodaje de Belle Époque, en su cumpleaños y en varias cenas que organizaban, más que nada, como un pretexto para estar con él.

Se grabaron más de 20 horas que pasarán a ser un documento histórico increíble y se montaron los mejores 85 minutos de todas esas charlas, incluyendo la última actuación de Fernando en un teatro en 1992.

"En La silla de Fernando, Fernán-Gómez habla alrededor de su infancia, sus padres, la guerra civil, la posguerra, la bohemia de Madrid de los 50 y 60, del cine español, de Marlene Dietrich, Ava Gardner o Frank Sinatra, de su relación con las mujeres -incluidas las de alterne-, la amistad, la timidez, la religión, la fama, la noche, el alcohol, el éxito y el fracaso, el lujo, la ideología, la mala conciencia, los libros, el futuro, la vejez, la muerte o la patria. La silla de Fernando no es, contra lo que pueda parecer, un homenaje que nosotros le rendimos a Fernán Gómez. En realidad, es un homenaje que él nos brinda a todos. Especialmente, a todos aquellos admiradores que no han tenido el privilegio de ser sus amigos."





REPORTAJE SOBRE LA ÚLTIMA
PELÍCULA DIRIGIDA POR MEL GIBSON

APOCALYPTO

EL PODEROSO REINO MAYA GOBERNÓ EN LAS AMÉRICAS DURANTE MÁS DE 1.000 AÑOS, FORJANDO GRANDES CIUDADES, CONSTRUYENDO PIRÁMIDES Y DESARROLLANDO UNA SOCIEDAD IMPRESIONANTEMENTE AVANZADA EN CIENCIA Y CULTURA. ENTONCES, EN UN SALTO DE LA HISTORIA, ESTE MUNDO SUFRIÓ UN GRAN COLAPSO Y TODO LO QUE QUEDA DE ÉL SON UNAS PIRÁMIDES TAPADAS POR LA SELVA, RODEADAS DE UN MISTERIO SOBRECOGEDOR. AHORA, 500 AÑOS DESPUÉS DEL FINAL DE LA CIVILIZACIÓN MAYA, EL DIRECTOR MEL GIBSON ESCARBA EN ESTE REINO NUNCA ANTES EXPLORADO PARA CREAR UNA AVENTURA MODERNA QUE REPRESENTA EL ETERNO MITO SOBRE LA BÚSQUEDA DEL HOMBRE PARA SALVAR UN MUNDO AL BORDE DE LA DESTRUCCIÓN.

EN LUGAR DE HABER SIDO RODADA EN ARAMEO, COMO HIZO CON LA *PASIÓN*, MEL GIBSON HA RODADO ESTA VEZ EN LENGUA MAYA. EL ACTOR, Y AHORA DIRECTOR, NO SE HA QUEDADO TRANQUILO HASTA NO CUMPLIR UNA DE LAS PROMESAS QUE HIZO CUANDO ESTRENÓ LA *PASIÓN DE CRISTO*: RODAR UNA PELÍCULA EN MÉJICO SOBRE LA CULTURA MAYA.

TEXTO: CAROLINA SERRANO. FOTOGRAFÍAS: BUENA VISTA INTERNATIONAL PICTURES



el 16 de enero se estrenó en España este proyecto espectacular de Gibson, que atrapa al espectador desde los créditos. Lo más difícil para el director fue encontrar actores que tuvieran el aspecto que buscaba y que dominaran la lengua y la cultura maya, a punto de desaparecer. Ni qué decir tiene que, con estos requisitos, el casting fue duro y lento. Tan duro como arriesgada era la idea de producir una película de este calibre sin caer en cualquier error histórico que motivara a la crítica a echar por tierra todo el largometraje y por tanto, que la llevara al más absoluto fracaso de audiencia y de taquilla.

Pero nada intimidó a Mel Gibson y al igual que el director revolvió al espectador en su asiento con la *Pasión de Cristo*, su nueva película sigue la misma línea. *Apocalypto* cuenta una aventura mítica de infarto basada en el final turbulento de la gran civilización maya. Cuando la idílica existencia de una familia es brutalmente interrumpida por una fuerza invasora y violenta, un hombre es raptado y conducido a un mundo gobernado por el miedo y la opresión donde un final horrendo le espera. Por un capricho del destino y vapuleado por el poder de su amor por su mujer y su hijo, romperá desesperadamente con todo para volver a casa y hacer un último intento para salvar su forma de vida.

Visceral, emocionante y provocador, *Apocalypto* lleva a la pantalla la visión creativa y ambiciosa de Gibson sobre un mundo de la antigüedad, como nunca antes se había tratado.

En la película se ven imágenes muy fuertes, se muestra cómo eran los rituales de sacrificio de la época, cómo los sacerdotes sujetaban a la persona viva para que otros le abrieran el pecho de arriba a abajo y se viera el corazón aún palpitante para luego despeñar los cuerpos pirámide abajo.

FICHA TÉCNICA	
DIRECTOR:	MEL GIBSON
GUIÓN ORIGINAL:	MEL GIBSON Y FARHAD SAFIYA
PRODUCCIÓN:	MEL GIBSON Y BRUCE DAVEY
PRODUCTOR EJECUTIVO:	NED DOWD Y WICKI CHRISTIANSON
MONTAJE:	KEVIN STITT Y JOHN WRIGHT
DIRECTOR DE FOTOGRAFÍA:	EOAN SEMLER, ASC/ACS
MÚSICA:	JAMES HORNOR
SONIDO:	SUHAIL KAFFY Y TIME TUCHIRELLO
VESTUARIO:	MAYES C. RUBEO
CASTING:	CARLA HOOL
MAQUILLAJE:	DANIEL PARKER
REPARTO:	DALIA HERNÁNDEZ, MAYRA SERRANO, GERARDO TARACENA, RAOUÏ TRUJILLO, RUDY YOUNGBLOOD, SHELBY YOUNG

“Una leyenda comienza cuando toda una civilización se extingue...”



“Una gran civilización no es conquistada desde fuera hasta que ésta se haya destruido desde dentro.”

W. DURANT

EL ARGUMENTO

El tema central de la película es la historia de Jaguar Paw. Un hombre extraordinario empujado a desempeñar acciones realmente heroicas. Ésta es la verdadera historia de Apocalypto. Jaguar Paw es un padre joven y prometedor que vive en su pequeña pero idílica aldea de cazadores. Paw vive feliz entre su tribu con su hijo de 4 años y su mujer embarazada. Pero de repente, su mundo entero se derrumba cuando la aldea es atacada. El ataque es extremadamente violento y muestra crudamente cómo mujeres y niños fueron violados, golpeados y en muchos casos asesinados. Él, es capturado y llevado por el bosque a la gran ciudad maya, donde se da cuenta que será ofrecido en sacrificio a los dioses para "pagar" por el hambre extendida que ha devastado su reino.

Jaguar Paw, con la muerte a la espalda, sabe que debe contener su miedo y buscar una salida. Cargado de adrenalina y con el corazón a punto de estallar de la tensión y la violencia que soporta, tratará de salvar todo aquello que quiere y para eso debe escapar. A lo largo de esta aventura para salir del mismísimo infierno, le acompaña una cámara en un viaje trepidante en el que se va mostrando todo lo que ve, experimenta o siente.

LA PRODUCCIÓN

Rodada en la localidad de Catemaco, en una de las indómitas selvas que aún quedan en Méjico, y en Veracruz, con un reparto formado en su totalidad por indígenas provenientes de "Las Américas", Apocalypto está dirigida por Mel Gibson y producida por Gibson y Bruce Davey. El guión corre también a cargo del director junto con Farhad Safinia.

El equipo de producción, que pasó unos intensos meses rodando en plena jungla y recreando un espectacular reino maya de altísimas pirámides y templos misteriosos, reúne a grandes premios de la Academia – el director de fotografía Dean Semler (Bailando con Lobos), Tom Sanders (Drácula o Braveheart), John Wright (La Pasión de Cristo, Speed o La Caza del Octubre Rojo) y James Horner (Titanic o Una Mente Maravillosa).

Gibson, que hace unos años era conocido por ser un carismático actor de películas de suspense como Mad Max, Arma Letal o Señales, se ha convertido en uno de los principales directores de cine americanos con un estilo propio.

Su película Braveheart, la segunda que le dirigió, fue la que le catapultó al estrellato. Este largo-

metraje épico y estimulante que mezclaba la historia, la acción, el romance y el drama para explicar las batallas interiores y exteriores que sufría el héroe escocés y legendario William Wallace, recibió diez nominaciones de la Academia y ganó cinco Oscars, incluidos el de Mejor Director y Mejor Fotografía.

Después de este gran éxito, llegó su gran oportunidad con La Pasión de Cristo, una historia exhaustiva e hiperrealista de las últimas 12 horas de la vida de Jesús que supuso un éxito mundial sin precedentes, que abrumó a todo Hollywood. Pero pocos podrían haber imaginado que Gibson volvería a arriesgar su carrera de director con una de las civilizaciones más misteriosas e intrigantes de toda la historia, sobre la que se puso a trabajar sin descanso para crear una película de suspense, absolutamente dinámica, de emoción pura, consiguiendo forjar una experiencia fílmica diferente a ninguna otra.

La inspiración de Apocalypto llegó cuando Mel Gibson acabó La Pasión de Cristo. El director sintió que había abierto una brecha. "Pienso que la gente realmente quiere ver grandes historias que emocionalmente les lleguen y que les toquen espiritualmente", dice Gibson.

Atraído por el precipitado declive de la antigua civilización maya, Mel Gibson eligió este tema para crear una nueva película de este género, de estilo propio. "Estaba obsesionado con la idea de que la mayoría de la historia debía ser contada de una forma muy visual, golpeando a la audiencia de la forma más visceral y emocional posible", declaró.

Gibson compartió estas ideas con la guionista Farhad Safinia, que comenzó a explorar el aparentemente lado salvaje de esta historia épica. Safinia viajó al Yucatán para ver las ruinas y conocer todas las historias mayas que pudiera descubrir; y volvió a contárselas a Mel, lo que hizo que inmediatamente quisiera comenzar con el guión. "La historia comenzó a fluir y a fluir y siempre conducía a otra cosa cada vez más interesante. Fue muy emocionante escribirla. Hay muchas revelaciones e historias que pasan a una velocidad de vértigo".

Safinia y Gibson pasaron meses y meses leyendo los mitos mayas, mitos de creación y destrucción, incluyendo textos sagrados o profecías como el Popul Vuh. Estudiaron los últimos textos arqueológicos sobre la teoría del hundimiento de esta civilización. Y finalmente, viajaron para comprobar todo lo investigado de primera mano en el mismo sitio donde

ocurrió. "Estuve de pie en el tiempo de El Mirador de Guatemala, en la única selva tropical que queda en el país y buscando, podía ver el perfil de otras 26 ciudades más, todo alrededor de nosotros, como un reloj. Podías ver las pirámides a lo lejos, tapadas por la jungla. En ese momento comprendes cómo era esa civilización de poderosa" dice Mel Gibson.

Para descubrir los secretos mejor guardados de la cultura maya, Gibson y Safinia contactaron con el Doctor Richard D. Hansen, un arqueólogo experto en la cultura maya, que les confirmó que lo que habían escrito era real aunque también hubiera un toque de imaginación. Y les confirmó también lo que Gibson y Safinia intuían: había un provocador paralelismo entre el final de la sociedad y la cultura maya y el caos que reina actualmente en nuestra sociedad contemporánea.

Safinia apunta: "Descubrimos que lo que muchos arqueólogos y antropólogos piensan, es que los problemas a los que se enfrentó la cultura maya y que no pudo superar, son extraordinariamente similares a los de nuestra civilización actual, especialmente los relativos a la destrucción del medio ambiente, el consumismo y la corrupción política."

"La gente piensa que el hombre moderno no puede llegar a sufrir como lo hacían las sociedades antiguas pero hay ciclos de vida que se repiten. También hay que decir que somos capaces de reaccionar de la misma forma tan valiente y heroica para intentar evitar la caída" dice Gibson.

Cuando más profundizaban en la cultura maya, más se sentían capaces de crear al personaje protagonista, Jaguar Paw. Querían que fuera tremendamente épico, debía luchar con el mismísimo demonio para vencer su miedo y conseguir salvar a su familia y a su tribu. "El villano en esta película no es una persona física que infrinja el mal. Es un concepto y ese concepto es el miedo tal y como lo conocemos hoy en día" dice Mel Gibson.

Una vez que Safinia terminó el guión, todos los diálogos fueron traducidos al Yucatec, el primer dialecto maya hablado en la Península del Yucatán. Gibson pensó que así conseguiría sumergir completamente al espectador en el mundo maya y en la historia. "Creo que escuchar un idioma diferente permite a la audiencia dejar de lado su propia realidad e introducirla en el ambiente y el mundo de la película" argumenta Gibson.



WHITE TURF

A GALOPE POR ST. MORITZ

DE TODOS ES SABIDO QUE LA ESTACIÓN DE ESQUÍ MÁS CONOCIDA DEL MUNDO ES ST. MORITZ. MUCHOS RICOS Y FAMOSOS ACUDEN CADA INVIERNO A ESQUIAR EN SUS PISTAS. EL AMBIENTE DISTINGUIDO Y ELEGANTE, PERO SOBRE TODO EXCLUSIVO, HACE QUE SEA EL DESTINO PREFERIDO POR AQUELLOS QUE BUSCAN UN AMBIENTE COSMOPOLITA PERO A LA VEZ MUY ELITISTA. Y NO SÓLO ES EL LUGAR IDEAL PARA EL ESQUÍ. LA TRADICIÓN DE LAS CARRERAS DE CABALLOS SOBRE NIEVE, O LO QUE ES LO MISMO, LA COMPETICIÓN DE WHITE TURF EN ST. MORITZ ES EL DEPORTE DE INVIERNO QUE REÚNE MÁS GLAMOUR POR METRO CUADRADO.

TEXTO: NETY SIERRA FOTOGRAFÍAS: BMW/DFPINA TURISMO ST. MORITZ

Situado a 1.856 m. sobre el nivel del mar, y con un clima seco con 322 días al año en los que brilla el sol, St. Moritz es la estación más elitista del planeta. Se trata de la única localidad suiza que ha sido sede olímpica (1928 y 1948), que en el 2003 organizó por cuarta vez los campeonatos mundiales de esquí alpino y que cada invierno celebra alrededor de 150 actos que compiten en exclusividad y sofisticación.



FOTOGRAFÍA: ANDY METTLER



Tres semanas de espectáculo asegurado y un escaparate de lujo y glamour.

55 trenes de montaña, 350 km. de pistas esquiables, 150 km. de sendas de esquí de fondo, otros 150 km. para excursiones por glaciares, esquí de montaña, *halfpipe* y *funpark* para los aficionados al snowboard, viajes en trineo-taxi y pistas cubiertas de paddel, tenis y squash es todo lo que cualquier amante de los deportes de invierno puede encontrar en esta ciudad, por no hablar de la oferta de alojamientos, servicios, gastronomía y oferta comercial, que invitan a disfrutar de unos días inolvidables.

Pero la estación de St. Moritz no sólo es popular por esto. También lo es por las prestigiosas carreras de caballos sobre nieve que se celebran durante el mes de febrero desde hace exactamente 100 años. Es el *White Turf*: caballos pura sangre que recorren las aguas heladas del lago de la ciudad a 60 km/h. y que convierten a este deporte en un impresionante espectáculo desde 1907.

En el mes de febrero, el lago de St. Moritz, de 44 m. de profundidad, se transforma en 80 cm. de capa de hielo cubierta de nieve. Sobre ella y durante 3 domingos del mes, los días 4, 11 y 18, se destinarán 130.000 m² para ubicar las instalaciones necesarias para celebrar este evento. Instalaciones que incluyen una pista de 1.500 m. de longitud, gradas y tribunas, stands, paddock, ves-

tuarios para jockeys, boxes, un espacio para herradores, restaurantes, locales de apuestas y parking para todos los visitantes que cada año acuden a presenciar las diferentes disciplinas de este deporte: liso, carreras de trote y *skijoring* además de otras exhibiciones.

Todo empezó cuando en 1906, un grupo de amigos ingleses pensó que enganchando sus esquí a unos caballos podrían recorrer más rápido los 10 km. de nieve que tenían que atravesar para llegar de St. Moritz a Champfer. Así inventaron el *skijoring*, que al año siguiente se convirtió en competición. Después fueron añadiéndose el resto de modalidades hasta llegar a cumplir esta historia centenaria con las tres actuales.

Premios millonarios de hasta 112.000 francos suizos atraen cada año a participantes de todas las especialidades ecuestres y merece la pena presenciar el ambiente hipico único que inunda la localidad en esta época. Más de 30.000 aficionados de todo el mundo acuden a este hipódromo eventual para ver a sus favoritos y realizan apuestas millonarias.

La competición consiste en 3 jornadas de 6 carreras cada una, con pruebas de las tres modalidades. La principal modalidad es la de liso. Estas son las carreras de "turf" propiamente dichas. Los caballos, cuya raza predominante es la del purasangre inglés, compiten desde el



primer día a galope para llegar con una buena puntuación al último día, que es cuando se celebra la prueba estrella del White Turf: la *Gubelin Grand Prix de St. Moritz*. En ella, los caballos recorrerán 2.000 metros a una velocidad de vértigo.

Las carreras de trote consisten en una competición de caballos, principalmente trotones franceses y razas cruzadas, enganchados a un carro preparado con patines en las ruedas y conducido por los *drivers* o jinetes. El recorrido de esta competición es de 1.800 m. y también tienen su gran día: el *BMW Grand Prix de Trote de Pontresina*.

Y lo más espectacular y peligroso, el *skijoring*, tiene su momento cumbre en el *Grand Prix Credit Suisse*, donde los jockeys, sin apenas visibilidad, conducen a los caballos desde sus esquís enganchados a 6 metros de distancia, a lo largo de 2.700 m. y a una velocidad de 50 km/h.

Una vez finalizados estos 3 grandes premios, se suman los puntos conseguidos en las tres pruebas celebradas y el poseedor del mayor número de puntos es el ganador del título de "Rey de la Engadina",

título honorífico que podrá ostentar durante todo un año hasta que las carreras se vuelvan a celebrar.

Tres semanas de espectáculo asegurado y tres semanas que ofrecen, además de la emoción de las carreras y las apuestas, un escaparate de lujo tanto por los visitantes que acuden como por los stands y los actos que numerosas marcas comerciales organizan. BMW, Hermès, Don Perignon, Cartier y muchas otras aprovechan esta concentración tan extraordinaria de clientes potenciales para organizar fiestas por todo lo alto a las que acuden famosos, empresarios, actores y personajes de la jet-set que pasean su palmito por el village del hipódromo. Allí, el champagne y las joyas conviven con atracciones tan prestigiosas como el *Gourmet Festival* donde acuden los chefs internacionales más afamados o los sorteos más increíbles, como un viaje a Isla Mauricio con todos los extras que uno se puedan imaginar.

Y es que eventos como éste ayudan a consolidar el slogan que utiliza esta ciudad alpina y que resume su fama mundial: "Top of the world".





FALCON 900 EX

VOLANDO VOY... EL AUGE DE LAS EMPRESAS DE AVIACIÓN PRIVADA

TEXTO: KETY SIERRA. FOTOGRAFÍAS: JETCLUB / FALCON

ALQUILAR UN AVIÓN PARA UN VIAJE DE NEGOCIOS ES UNA PRÁCTICA HABITUAL EN ALGUNAS EMPRESAS PARA LAS QUE EL TIEMPO DE SU PERSONAL ES TAN VALIOSO QUE SUS EJECUTIVOS NO PUEDEN PERDER NI UN MINUTO. PERO COMO TODO, ESTE SERVICIO HA EVOLUCIONADO Y AHORA, DISPONER DE UN JET PRIVADO EN PROPIEDAD ES UNA REALIDAD MÁS ACCESIBLE DE LO QUE MUCHOS CREEN.

m

Muchas veces hemos oído hablar de ellos y de sus usuarios más conocidos por todos. Julio Iglesias compra el avión privado más moderno del mundo, Fernando Alonso usa un avión privado para sus desplazamientos entre carreras, Madonna recoge a su hijo adoptado en avión privado, Florentino Pérez

viajaba en su avión privado con un alto ejecutivo del Real Madrid a una reunión de trabajo...y siempre han sido considerados como un privilegio del que sólo gozan los multimillonarios.

ALAS DE LIBERTAD

Pero la aviación privada ya no es algo exclusivo de muy pocos, ahora es un lujo realmente accesible para muchos. En los últimos años este negocio ha crecido espectacularmente en España y se ha convertido en un servicio imprescindible para los que el tiempo es su bien más preciado.

Y es que volar ya es sinónimo de suplicio. Llegar con una hora de antelación, hacer cola en facturación, sacar el ordenador portátil de la maleta, pasarlo por el escáner, quitarte el reloj, el cinturón, incluso a veces los zapatos, meter los líquidos en una bolsita transparente, separarlos en botes de 100 ml., aguantar retrasos, cambios de puerta de embarque, asientos cada vez más estrechos...es algo que, según en qué casos, no merece la pena sufrir.

Recurrir a este tipo de aviación, antiguamente llamado de *servicio de aerotaxi*, es una forma inteligente de evitar todo esto y aprovechar al máximo el tiempo que tan escaso es en nuestros días. Tú eliges cuándo, dónde, cómo y con quién quieres viajar, incluso con sólo media hora de antelación, pero para disfrutar realmente de este "lujo accesible", es imprescindible acudir a una empresa seria y con experiencia.

Luis Macedo, de la empresa JetClub en Palma de Mallorca, una de las compañías de aviación ejecutiva de mayor prestigio y experiencia en Europa, y desde 1998 en España, nos lo explica: "La esencia de nuestro producto es dar alas de libertad al cliente durante las 24 horas del día. Ofrecerle el uso del avión que precise, en el momento que lo precise. Nos va la vida en atender al cliente y lo más importante es que ese servicio sea impecable. Es la esencia del producto que ofrecemos. Por eso nuestros clientes son muy fieles. Además, este es un producto muy adictivo y requiere dar al cliente un





FALCON 2000 DX EX



DETALLE COCINA



DETALLE CABINA

servicio muy especial. También les cuidamos el bolsillo. Les hacemos el presupuesto del viaje poniendo el mismo interés que pondrían ellos mismos en no derrochar ni un euro. Eso te hace llegar a un nivel de confianza con el cliente excepcional y su satisfacción es lo principal para nosotros.

También hay muchos momentos de tensión porque siempre surgen imprevistos, pero nos surgen a nosotros. Nuestros clientes ni se enteran. La solución es inmediata y eficaz”.

ALQUILER A LA CARTA

Según nos cuenta Luis, se puede volar en este tipo de aviones por un coste que va desde 2.000€ a 9.000€ la hora. “Sólo con tener una tripulación de dos pilotos y dos motores ya podemos volar. Incluso podemos prescindir de la azafata si el avión se va a utilizar para celebrar una reunión confidencial.

Hay jets a partir de 2 personas de capacidad, hasta lo que se desee y los precios varían según aumenta el peso y la potencia del avión. Se pueden elegir aviones livianos, superlivianos, medianos, supermedianos o pesados. Los hay con asientos convencionales, con cama, con mesa de reuniones, con lo que el cliente necesite... El servicio de alquiler de aviones con tripulaciones provee a los clientes de un servicio exhaustivo, cubriendo todas las necesidades de trans-

porte aéreo: helicópteros, vuelos locales de aerotaxi, turbohélices, jets privados de todas las gamas e incluso aviones comerciales.

“En JetClub nos ocupamos de simplificar el acceso a este medio de transporte a todo tipo de clientes. No sólo a los usuarios de aviones privados, también a los asiduos de vuelos charter o incluso a aquellos que aún no han experimentado personalmente los beneficios de la aviación ejecutiva. Ofrecemos un servicio exclusivo, privado, eficaz y, sin embargo, al contrario de lo que parece, en muchas ocasiones, más económico que un vuelo regular. Reuniones de trabajo que antes suponían tres días de viaje ahora se resuelven en menos de 15 horas.

Cuando analizas un vuelo para 2 ó 3 directores de una empresa que tienen que ir desde Madrid a una reunión a Milán, por ejemplo, y al día siguiente tienen que estar en Zurich...O pongámoslo más complicado, la reunión se celebra en una ciudad cercana a Milán, que tiene aeropuerto, pero no existen vuelos directos desde Madrid. O mejor todavía, si sobre la marcha, les surge una oportunidad de negocio en Londres que no tenían previsto, se hace un nuevo plan de vuelo y nosotros no necesitamos más de media hora para organizarlo todo con un catering extra

y combustible para que el cliente puede salir.

El ahorro de tiempo y coste en billetes de líneas regulares es increíble. Citamos al cliente con sólo 20 minutos de antelación. Entre gastos de transporte aéreo y de superficie, el tiempo que se invierte en desplazarse a lugares donde no hay vuelos regulares directos, y demás trámites, al final, el haber alquilado un avión privado ha resultado muy rentable”.

La tripulación es otro factor importante en este tipo de negocio. Para JetClub es tan importante como el propio servicio o el uso que se hace del avión.

“Los tripulantes técnicos – los pilotos – acumulan una importante experiencia sea en cantidad de horas de vuelo como en variedad de tipos de avión. Los tripulantes de cabina – azafatas y azafatos – también tienen sólida experiencia de vuelo además de manejo fluido de idiomas, cursos de protocolo, un amplio bagaje de cultura general y un natural don de gentes llevado a su extremo más exquisito...”

NUEVAS FÓRMULAS: PROPIEDAD COMPARTIDA

Vamos más lejos aún. El sector ha evolucionado tanto desde sus inicios, que ahora no sólo es más fácil y accesible alquilar un avión

privado, sino que también lo es poseerlo en propiedad.

Luis nos habla del abanico de posibilidades de JetClub: “Nuestros servicios incluyen la compra y venta de aviones, el asesoramiento en estas operaciones, la propiedad fraccional, el leasing, el mantenimiento, y la administración y alquiler de todo tipo de aviones en cualquier lugar del mundo.

No sólo alquilamos aviones para un uso determinado, también mantenemos y explotamos los aviones privados de aquellos propietarios que deseen obtener una rentabilidad de su avión, que de otra forma, estaría parado en un aeropuerto la mayor parte del tiempo. Además, si el cliente quiere, nos ocupamos de operarlo y mantenerlo con todo lo que ello supone (un equipo de entre 30 y 70 personas), ahorrándoles problemas y quebraderos de cabeza.

Y el servicio más novedoso que está revolucionando el sector es la propiedad fraccional de un jet privado. Esta fórmula permite adquirir una parte proporcional de un avión privado según las necesidades de cada cliente. Es una especie de multipropiedad aérea. Se puede comprar una parte de un avión, o lo que es lo mismo, un número determinado de horas de vuelo en uno o varios modelos concretos de aparato a un coste razonable y

sin tener que desembolsar los millones de euros que cuestan cualquiera de ellos. Nuestra filosofía es no tener más límite que el que te dicte el cliente”.

Y es que el límite es el de la propia imaginación. Es posible, incluso, hasta decorar un avión por dentro o pintarlo por fuera al gusto del cliente y de diferente forma para cada ocasión. Obviamente, todo tiene un coste y estamos hablando de casos extremos pero estas llamadas “limusinas con alas” son absolutamente camaleónicas según la persona que las utiliza. Por poner un ejemplo, ya hay muchas marcas de alta costura y de decoración que se están introduciendo en este sector y Versace o Armani ya han diseñado interiores de los aviones privados de los más caprichosos.

NO SÓLO PARA USO EJECUTIVO

Se da la circunstancia de que tanto es el nivel de penetración de este mercado en España que, poco a poco, se están encontrando nuevos usos diferentes a los habituales. Es verdad que el 70% de las solicitudes las realizan directivos y compañías que necesitan el servicio para su actividad empresarial pero ya hay numerosos clientes que lo utilizan para usos más lúdicos como acudir a una fiesta, ir de compras o simplemente para des-

plazarse en vacaciones sin tener que preocuparse de disponibilidad de billetes, horarios y colas.

“Desde las oficinas de JetClub en Palma de Mallorca se atiende a todo el mercado español con una unidad especial de charter aéreo y jets privados, dedicada específicamente al mundo empresarial, comercial e institucional español. Los principales clientes de JetClub son conocidas empresas líderes mundiales, altos ejecutivos y personalidades pero también contamos con personas anónimas que lo utilizan para trabajar o para el ocio... El común denominador entre todas ellas es que buscan un servicio de altísima calidad con eficacia, rapidez, seguridad y discreción”, dice Luis.

Pero no debemos olvidar una faceta importantísima de este servicio. Su enfoque más solidario como el de transporte de órganos para trasplantes o el de enfermos que necesitan una rápida atención médica. Aviones como éstos han llegado a salvar a enfermos que en otras circunstancias no habrían llegado al hospital y habrían perdido la vida. “Lo más bonito de este negocio es el componente humano, el uso que se le da para trasplantes de órganos, traslados de enfermos...eso no tiene precio” concluye Luis. Y es que tampoco es tan frívolo este servicio como lo pintan.

JETCLUB ACTUALMENTE CUENTA CON OFICINAS EN ZÜRICH, LONDRES, MOSCÚ, KUALA LUMPUR Y PALMA DE MALLORCA.
LOS SERVICIOS SE PUEDEN SOLICITAR POR TELÉFONO O A TRAVÉS DE UNA PÁGINA WEB.
www.jetclub.com
SERVICIO 24 HORAS
902 200 902

REPORTAJE SOBRE UN APASIONANTE VIAJE A LA ANTÁRTIDA EN EL COMIENZO DEL AÑO POLAR INTERNACIONAL

la antártida

UN VIAJE A LA EDAD DEL HIELO

LA ANTÁRTIDA, ESE INMENSO CONTINENTE HELADO, RESERVA A TODOS SUS VISITANTES UN ESPECTÁCULO ÚNICO. UN MUNDO LLENO DE MISTERIOS Y SORPRESAS QUE HAN CAUTIVADO A EXPLORADORES, AVENTUREROS Y CIENTÍFICOS. APROVECHANDO LOS BELLÍSIMOS DÍAS DEL VERANO AUSTRAL, ESOS DÍAS QUE SON MÁS LARGOS, INVITAMOS A NUESTROS LECTORES A CONOCER UNA RUTA MUY ESPECIAL, REPLETA DE GRANDES CONCENTRACIONES DE VIDA SILVESTRE, DE COSTAS CUBIERTAS DE HIELO, DE COLONIAS DE LOBOS Y ELEFANTES MARINOS, Y DE PINGÜINOS Y OTRAS AVES MARINAS.

TEXTO: KETY SIERRA. FOTOGRAFÍAS: ANTÁRTICA EXPEDITIONS



VISTA DEL DECK DEL BARCO ORLVOA



HELICÓPTERO DEL BARCO ROMPEHIELOS



BARCO ROMPEHIELOS KAPITAN KHILENKOV



COLONIA DE PINGÜINOS EMPERADORES

Coincidiendo con la celebración del Año Polar Internacional (2007-2009) y su 125 aniversario, hemos querido cumplir con este artículo un doble objetivo: queremos mostrar este maravilloso continente y animarles a que lo conozcan a través de un apasionante viaje en un rompehielos a través del mar helado. Pero también pretendemos concienciar a todos, que existen lugares en el planeta que actualmente están en peligro debido al cambio climático, lo que no deja de ser una consecuencia de muchos de los malos hábitos de la sociedad. Por este motivo, la comunidad científica internacional ha decidido celebrar un nuevo Año Polar. En este año 2007, se cumplirán 125 años de la realización del primer Año Polar Internacional (1882-1883), 75 años del segundo (1932-1933) y el 50° aniversario del Año Geofísico Internacional (1957-1958).

¿EN QUÉ CONSISTE EL AÑO POLAR INTERNACIONAL (API)?

Básicamente en una gran campaña internacional científica de observaciones y análisis del Polo Norte y el Polo Sur, coordinadas por investigadores de países de todo el mundo que trabajarán para mejorar los conocimientos sobre los polos y su función en el planeta. Estos científicos, abordarán problemas geográficos, biológicos y sociológicos, actuales e ineludibles, con la idea de poner en marcha programas de ciencias multidisciplinarios, suscitar el interés de la próxima generación de especialistas polares y sensibilizar al público sobre los fenómenos en progreso y sus efectos en el medio ambiente.

El comienzo de esta intensa maratón de investigaciones está prevista para la temporada marzo 2007- marzo 2009, pero tal como afirman sus protagonistas, las redes de observación y las actividades iniciadas durante el Año Polar Internacional 2007 deberían mantenerse durante un plazo no menor a diez años para alcanzar sus metas.

Durante el período de estos próximos años, se llevarán a cabo alrededor de 200 proyectos de miles de científicos de más de 60 países.



BARCO AKADEMIK SHOKALSKIY



PROXIA DEL BARCO ROMPIENDO EL HIELO



PINGÜINO ADELIE



BARCO ORLOVA



ICEBERG



DESEMBARCO EN LAS ZODIACS PARA PASEAR POR LA ANTÁRTIDA



BAÑO EN LA ISLA DECEPCIÓN

LAS MEDIDAS MÁS URGENTES DEL AÑO POLAR INTERNACIONAL

Hay determinados temas prioritarios que el API tratará de investigar para poder encontrar una solución inmediata, pero son tres de ellos los que más preocupan a los científicos.

La conservación de la nieve y el hielo: es evidente que la masa de los glaciares y del hielo se está reduciendo. Este cambio está teniendo una tremenda repercusión en el ecosistema terrestre y marino.

El Permafrost, la capa adicional del hielo permanentemente congelada en los niveles superficiales del suelo que influye en casi el 25 % del norte del hemisferio, también muestra un punto de descomposición sustancial debido al calentamiento del clima. La degradación del Permafrost afectará a la ecología y la hidrología así como a la estabilidad costera y terrestre de todo el planeta.

La vigilancia y la contención de los encadenamientos globales: los cambios de los casquetes polares afectarán al nivel del mar, a las ciudades costeras y a los millones de personas cuyo consumo diario de agua, ya sea para uso personal o para la agricultura, depende de fuentes glaciares.

¿CÓMO PROGRESA EL AÑO POLAR INTERNACIONAL 2007-2009?

El contenido del Año Polar Internacional fue examinado a finales de septiembre de 2003 en la UNESCO, por los presidentes de cinco programas científicos: PICG (Programa Internacional de Ciencias de la Tierra), PHI (Programa Hidrológico Internacional), MAB (Programa sobre el Hombre y la Biosfera), MOST (Programa "Gestión de las Transformaciones Sociales") quienes, en sus

recomendaciones al Director General y la Conferencia General, respaldaron la participación de esos cinco programas en el Año Internacional del Planeta Tierra (2005-2007) propuesto por la UNESCO y la UICG, así como la conveniencia de realizar actividades conjuntas en relación con el API en 2007-2009.

Así mismo, la Comisión Oceanográfica Intergubernamental decidió desempeñar un papel activo en el API, basado en la importancia de los océanos polares como motores de la circulación de las aguas profundas mundiales y su influencia en el clima del planeta.

También se examinó el proyecto del Año Polar Internacional 2007-2008 en el curso del 14º Congreso Meteorológico Mundial y la Organización Meteorológica Mundial aprobó la idea de adherirse a este evento.

Actualmente los científicos ya tienen preparado su programa particular de actividades y están preparados para comenzar este período profundamente decisivo para la salud del planeta. El 1 de marzo de 2007 se celebrará la rueda de prensa del lanzamiento oficial de este evento en París y las actividades empezarán a producirse en empresas, colegios, institutos y otros centros de todo el mundo.

CÓMO DESCUBRIR LA INCOMPARABLE ANTÁRTIDA

Argentina podría ser la mejor plataforma operativa y logística para poder acceder fácilmente al cuadrante sudamericano del sector antártico donde, seguramente, se realizarán una parte significativa de las innumerables investigaciones científicas del API.

Tal es la razón por la que un viaje a la Antártida partiendo de Ushuaia, en la Tierra de Fuego, puede presentarse este año como una oportunidad única.

El viaje arranca en un grandioso rompehielos que hace que la aventura sea inolvidable desde el primer momento. Con capacidad para 100 pasajeros, cuenta con Zodiacs para bajar a tierra, o mejor dicho, al hielo y recorrer las zonas de mayor interés. El barco dispone de un servicio de cocina excepcional y además, a bordo, una cantidad de actividades están programadas para que todos recuerden este viaje durante toda su vida.

Esta aventura tranquila, ofrece lo mejor de la Antártida: exploración de enormes terrenos de anidamiento de pingüinos, avistamiento de ballenas Minke, leopardos marinos y otra fauna única, visita a centros de investigación histórica y paseos inolvidables por el continente blanco rodeado por picos cubiertos de nieve, icebergs gigantes y mares azules de cristal.

También se visitan las pequeñas Islas Shetland del Sur, la Península Antártica, diversas bases científicas, alguna de ellas, bases secretas de la II Guerra Mundial y diversas colonias de fauna marina. Mientras vamos accediendo a ellas, se navega en aguas generalmente en calma, se atraviesan estrechos de costas montañosas, y se observan glaciares que llegan hasta el mar y témpanos siempre cambiantes.

De todos los viajes que se programan a la Antártida, éste es el recorrido más completo y lo organiza Antártica Cruises, una empresa veterana y experta en viajes al Polo Sur.

El próximo viaje programado por la compañía Antártica Cruises, una auténtica experta en viajes a la Antártida, es del 6 al 18 de Noviembre de 2007.

www.ipy.org
www.antarcticacruises.com

UN VIAJE INOLVIDABLE A LA ANTÁRTIDA

Día 1: Llegada a Ushuaia y transfer individual al hotel.

A la llegada podrá disfrutar de tiempo libre para ver tranquilamente el puerto o conocer, con una visita guiada, el Parque Nacional Tierra de Fuego y las especies únicas que allí habitan.

También podrá recorrer a pie las playas y los lagos de montaña de la frontera chilena, y aprender un poco sobre la histórica y tradicional barbacoa de asado argentino.

Día 2: Por la tarde, se embarca en el rompehielos que zarpa hacia el Canal de Beagle, rumbo a la Antártida.

La tripulación les recibirá a bordo y se ocupará de acomodar a los pasajeros en sus camarotes. Para aprovechar al máximo la experiencia, un equipo de naturalistas internacionales, irá introduciendo diariamente al viajero con charlas y diapositivas sobre todo lo que se puede encontrar en la fascinante aventura.

Días 3-5: Cruce del famoso Pasaje de Drake hacia las Islas Shetland del Sur.

Albatros y petreles acompañarán al rompehielos durante una navegación por este pasaje de 1.000 km. cuyo nombre se debe a Sir Francis Drake, el navegante del s. XVI que lo recorrió buscando albatros Errantes y otras aves marinas en la cubierta de su barco.

También cruzaremos la Convergencia Antártica, una barrera biológica donde las aguas polares frías navegan junto a corrientes de aguas más cálidas provenientes de las zonas un poco más templadas.

Navegando llegaremos a las Islas Shetland del Sur, justo al norte de la Antártida. Una vez allí, nos embarcamos en Zodiacs que nos permitirán navegar entre fantásticos témpanos y desembarcar en distintas islas con diversidad de colonias de pingüinos y elefantes marinos en las playas o en plena caza.

En este trayecto, también podremos visitar uno de los muchos centros de investigación en el archipiélago. Allí veremos las dos únicas plantas florecientes de Antártida, que crecen durante el corto verano.

En muchas de estas visitas, el barco navegará por un pasillo estrecho, como el que conduce a la caldera volcánica hundida de la Isla del Engaño. Aquí, si la marea lo permite, nos podremos dar un baño en las aguas termales de la Cueva del Péndulo.

Día 6-8: Península Antártica.

Esta es la parte principal de nuestra aventura. La Península Antártica es la parte más accesible del blanco continente. Además del magnífico paisaje de montañas, veremos auténticas cascadas de hielo que caen al mar y observaremos de cerca los pingüinos Barbigos, Papúa y Adelia y otras aves marinas. Entre las focas, la Cangreja, la Weddell y la foca Leopardo; y entre los Cetáceos, las ágiles ballenas Jorobada y Minke y posiblemente orcas.

La visita a la Península empezará por la Bahía Paraiso o muy cerca de allí, Puerto Neko. En ambos lugares se ven icebergs. La vista y la calma que se respira es inolvidable.

Allí también veremos colonias de Pingüino de Gentoo en el Puerto Lockroy, una estación científica británica secreta, establecida en la Segunda Guerra Mundial por James Marr, que visitó la Antártida con Shackleton.

La base ha sido transformada en uno de los museos más aislados del mundo (con un post-office donde se pueden enviar postales).

Ya de vuelta a bordo, tendremos que hacer uso de un casco para navegar por algunos de los canales más impresionantes en el mundo. Si el banco de hielo y los icebergs lo permiten, pasamos por el Neumayer y el Canal Lemaire, pasos dramáticamente estrechos entre paredes de roca altísimas y glaciares espectaculares.

La expedición también puede rodear la parte norte de la Península para navegar por el Iceberg Alley, y si el tiempo lo permite.

Día 9-10: Navegación de regreso cruzando el Pasaje de Drake.

Dejamos la Antártida volviendo por el Pasaje de Drake pero la aventura aún no ha acabado. Aún hay muchísimas oportunidades de avistar ballenas y otras especies marinas durante el trayecto.

Durante la ruta hacia Ushuaia, nuestra tripulación contará fantásticas historias y relatos relacionados con todo lo que se ha visto.

Día 11: Desembarque en el Puerto De Ushuaia y traslado al aeropuerto.

GADGETS ORIGINALES



PARROT VIEWER. UN MARCO DE FOTOS POR BLUETOOTH

Ya puedes pasar tus fotos del móvil a un marco de fotos directamente. El Parrot Photo Viewer recibe, almacena y muestra las fotografías del teléfono portátil o del PC sin necesidad de cables a través de una pantalla LCD, garantizando la mayor calidad de color y de resolución gracias a la tecnología TFT.

Permite almacenar más de 100 fotografías y visualizarlas en posición vertical u horizontal. Al cambiar la orientación del marco, la fotografía se reajustará y reorientará automáticamente. Además, dispone de un sensor que apaga la pantalla por la noche para que la luz no te moleste.

www.parrot.com



SONY VAIO RATÓN ÓPTICO Y TELÉFONO PARA INTERNET USB

¿Para qué comprar ratón y teléfono por separado cuando se puede tener en un sólo aparato?

Con el aumento de las llamadas a través de internet, Sony ha lanzado el ratón VoIP VAIO VN-CX1, un aparato ingenioso que combina un ratón y un teléfono para internet, con el diseño exclusivo y ultramoderno de la línea VAIO de Sony. Sólo hay que pulsar un botón de un lado del ratón para estar conectado a internet a través del teléfono. El ratón se abre y funciona al momento como un teléfono VoIP. Te darás cuenta de que estás llamando por el parpadeo del LED o por un tono de llamada. La rueda giratoria permite regular o silenciar el volumen durante las conversaciones. La instalación es sencilla. Sólo hay que introducir el driver en un ordenador de sobremesa o portátil con puerto USB y acceso a Internet y ¡ya está!

www.sony.com

IPHONE DE APPLE. EL TELÉFONO MÁS REVOLUCIONARIO.

Apple ha reinventado el teléfono con el lanzamiento del iPhone, combinación de tres productos: un revolucionario teléfono móvil, un iPod con pantalla de controles táctiles y un increíble dispositivo de comunicación por Internet con eMail como el de un ordenador con navegación web, búsquedas y mapas. Todo ello integrado en un pequeño y ligero dispositivo de mano. Según Steve Jobs, presidente de Apple: "El iPhone es un producto revolucionario y mágico que está literalmente cinco años por delante de cualquier otro teléfono móvil. Todos hemos nacido con el más avanzado dispositivo puntero -nuestros dedos- y el iPhone los utiliza para crear la interfaz de usuario más revolucionaria desde el ratón". El iPhone aún no está a la venta, empezará a comercializarse en España después del verano. Los impacientes tendrán que sufrir unos meses más.

www.apple.com



MOTOKRZR K1. EL REFLEJO DEL MEJOR DISEÑO

El K1 de Motorola ya ha sido designado como el referente de diseño y prestaciones en telefonía móvil. Esbelto y delgado, es el sucesor de los clásicos V3. Su particularidad es el reflectante diseño exterior, pero también supera en prestaciones a sus antecesores. Cámara de 2 megapíxeles, zoom 8x, captura y reproducción de vídeo, reproductor de MP3 integrado con soporte para auriculares estéreo Bluetooth, memoria ampliable opcional y algo muy útil para los viajeros: "modo avión" para poder utilizar sus características sin peligro en aviones y zonas restringidas al uso de móviles. Además, incluye tecnología MotoSync que sincroniza los contactos de la agenda y el calendario con sólo pulsar un botón. Un móvil a la última en diseño y tecnología, reflejo de sus propietarios.

www.motorola.com



LEICA D-LUX 3. LA ESENCIA DE LA FOTOGRAFÍA EN UNA CÁMARA COMPACTA DIGITAL

Leica acaba de lanzar la nueva cámara D-LUX 3, una cámara compacta digital con óptica de calidad impresionante y una amplia variedad de ajustes disponibles. La cámara ofrece una resolución de 10 megapíxeles y un zoom que permite cubrir una amplia gama de focales desde 28 a 112 mm (en formato de paso universal), lo que permite una amplia libertad en cuanto a la composición, llegando desde el gran angular al telefoto. El estabilizador de imagen integrado proporciona una protección adicional contra las vibraciones en cualquier situación fotográfica, incluso bajo condiciones de iluminación difíciles. Cuenta con 3 formatos (16:9, 3:2 y 4:3) y a diferentes resoluciones. La pantalla de 2,9 pulgadas, permite por primera vez ver la imagen completa en formato 16:9. La óptica está diseñada para adaptarse perfectamente al sensor de la cámara. Junto con la electrónica y el software, esto permite gran calidad de imagen con colores naturales, una excelente nitidez y alto brillo. La LEICA D-LUX 3, que posee el diseño típico de la marca, ofrece funciones claras y es intuitiva y segura en su manejo. Ya no hay excusa para no immortalizar los mejores momentos. La mítica marca de fotografía te lo pone fácil.

www.leica.com



NUEVO

máster



Professional MBA

másters de Universidad San Jorge

El arte de dirigir

Si tienes tres o más años de experiencia y quieres dar un gran salto en tu trayectoria profesional, esta es tu oportunidad.

Universidad San Jorge, junto con IEDE Escuela de Negocios, va a formar a futuros directivos capaces de analizar la realidad tomando las mejores decisiones para su empresa.

Este MBA comenzará en marzo de 2007.

SESIONES INFORMATIVAS

902 502 622

mbaprofessional@usj.es

www.usj.es

Abierto plazo de inscripción

iede
Escuela de Negocios
Universidad San Jorge

UNIVERSIDAD
SAN JORGE

SHOPPING

TE INVITAMOS A UN COCKTAIL DE MODA

Inspirados en las mujeres del final de los años 50 como Claudia Cardinale, la colección de Carolina Herrera de vestidos de cocktail de este invierno es hiperfemenina. Los colores estrella de esta colección son el turquesa, el rojo opera, el gris, el marrón chocolate y por supuesto el negro.

Esta temporada CH busca enfatizar la silueta de la mujer mientras que los hombros quedan al descubierto pero sin mayor protagonismo que el de formar parte de las líneas femeninas. Para Carolina Herrera el juego de la seducción no supone enseñar demasiada cantidad de piel sino explotar la silueta y las líneas de una mujer sensual y sofisticada.



VESTIDO DE COCKTAIL CON PEDRERÍA TURQUESA Y NEGRA



VESTIDO DE COCKTAIL DE SEDA EN ROJO OPERA CON HOMBRO AL DESCUBIERTO Y BROCHE DE PEDRERÍA ROJA



VESTIDO COCKTAIL NEGRO DE TAFETÁN CON CORTE Y DETALLE EN EL PECHO



VESTIDO DE COCKTAIL CHOCOLATE Y MARRIL CON BANDA DE TERCIOPELO ROJO



Esta temporada, para conseguir un toque más formal en las ocasiones que lo requieran, Matnigque apuesta por un look moderno pero elegante a la vez. Chaquetas de terciopelo combinadas con chalecos y camisas espectaculares, son algunas de las opciones que la marca ofrece al nuevo "dandy" de hoy. Moda formal y elegante, sin abandonar un toque "casual" que moderniza el look.

El hombre Matnigque expresa su propia individualidad y personalidad con una moda "ad hoc" para las noches y en cualquier evento al que desee acudir no pasará desapercibido.



Por supuesto, toda la moda no sería nada sin los complementos. Louis Vuitton es la marca de los complementos por excelencia. Para hombre y mujer, y para cualquier ocasión, hay un complemento, un bolso, una cartera, un pañuelo, una corbata o simplemente unas gafas que darán el toque especial a nuestro atuendo. Desde los más elegantes y formales hasta los más informales y deportivos.



www.porcelanosa.es

CERÁMICA PARQUET MÁRMOL HIDROMASAJE COCINAS SPAS MOBILIARIO BAÑO GRUPERÍAS SANITARIOS

PORCELANOSA
TIENDAS

Exposición: Autovía de Logroño, Km.2 • Tl. 976.403131

Almacén: Plataforma Logística Plaza • Tl. 876.269500

PORCELANOSA VENIS GAMADECOR SYSTEM-POOL L'ANTIC COLONIAL BUTECH NOKEN CERANCO

DUBAI FESTIVAL CITY

CAROLINA SERRANO CITY: HASTA DONDE ALCANZA LA IMAGINACIÓN

IMAGINA UN COMPLEJO DE VIVIENDAS, OFICINAS, HOTELES Y TIENDAS CONVERTIDO EN UNA CIUDAD REGADA POR LA ORILLA DE UN RÍO Y RODEADA DE LA MÁXIMA EXPRESIÓN DEL LUJO. IMAGINA ADEMÁS, QUE ES LA CIUDAD MÁS DINÁMICA Y QUE MÁS RÁPIDO CRECE EN EL MUNDO.

SIGUE IMAGINANDO. SERVICIOS EXCLUSIVOS, LOS COLEGIOS INTERNACIONALES MÁS AVANZANDOS, UNA ZONA RESIDENCIAL A MENOS DE 5 MINUTOS DE UN AEROPUERTO INTERNACIONAL, TODO LO QUE NECESITES A UN PASO... Y CÓMO NO, UNO DE LOS CENTROS COMERCIALES MEJORES Y MÁS GRANDES DEL MUNDO.

IMAGINA UN DESTINO DE OCIO Y COMPRAS CON MODA INTERNACIONAL EN UN PARQUE CON CANALES Y CANALES DE AGUA ENTRELAZADOS, DIRECTAMENTE UNIDOS A TRES DE LOS HOTELES DE LUJO DE CINCO ESTRELLAS MÁS PRESTIGIOSOS DEL MUNDO. IMAGINA LA COLECCIÓN MÁS GRANDE Y MÁS DIVERSA DE RESTAURANTES Y CAFETERÍAS, ALGUNOS INSTALADOS EN EL MISMISIMO AGUA.



p

ues todo eso es *Dubai Festival City*. Un resort diseñado para disfrutar de un estilo de vida repleto de comodidades y servicios únicos y exclusivos, donde se aloja uno de los centros comerciales más grande y lujoso del mundo. Una experiencia única que nadie puede imaginar hasta que no está allí.

DUBAI FESTIVAL CITY. UN ESTILO DE VIDA A LA ORILLA DE UN RÍO

Es un proyecto visionario: una comunidad metropolitana autónoma que ha sido diseñada para capturar el espíritu del Dubai del s. XXI y que ha llenado de nueva vida a esta ciudad de Oriente Medio.

Es una experiencia viva, rica y vibrante, que incluye lo más especial en compras, restaurantes, entretenimiento, viviendas, escuelas, hoteles, oficinas y miles y miles de servicios que allí se encuentran en un sólo sitio. Esa es la magia de *Dubai Festival City*.

Este proyecto fue concebido, diseñado y desarrollado por el Grupo Al-Futtaim, una de las principales empresas de los Emiratos Árabes que, después de años y años de planificación decidió llevar a cabo esta inmensa metrópoli y dentro de ella, este paraíso de compras.

VIVIENDAS

Esta parte del complejo, aún en desarrollo, alojará a 70.000 residentes repartidos en 20.000 viviendas de gran lujo, adosadas o en torres espectaculares. Un lugar ideal para vivir en el corazón de una ciudad, donde la mayoría de sus residentes también trabajarán, estudiarán, irán de compras... Todo en el mismo lugar.

El complejo residencial está distribuido en tres partes. *Al Badia Residence* es un barrio con casas de estilo mediterráneo, rodeado de uno de los campos de golf más exclusivos de Oriente Medio, gimnasio, tenis, salones de belleza, clínica, farmacia, tiendas y cafeterías. Este vecindario cuenta con dos escuelas de educación internacional británica y americana de la más alta calidad, preparada para instruir hasta 5.000 niños y jóvenes. *Al Badia Hillside Village*, otra de las zonas exclusivas, más lujosa que la anterior aún si cabe, con jardines públicos, piscinas, zona comercial y una capacidad para 7.000 personas en 1.400 casas adosadas y elegantes apartamentos de estilo árabe tradicional, diseñados por el arquitecto francés Xavier Bohl. La tercera zona es *Marsa Al Khor*, dispuesta para acomodar a 14.000 residentes, adyacente al distrito empresarial que aloja a las principales compañías del mundo. Los servicios en esta zona son increíbles. El complejo está pensado para hacer la vida más fácil a quienes residen en él. Bancos, farmacias, floristerías, restaurantes, lavandería y tintorería, conexión a internet y zona wi-fi en todas las áreas públicas... y todo ello rodeado de una playa de arena blanca de 900 metros con un paseo de peatones que hacen de esta zona un lugar especial.

OFICINAS

El espacio dedicado a oficinas es de 3 millones de metros cuadrados. Una superficie que a pesar de sus enormes dimensiones, tiene un fácil acceso al centro comercial más grande del país y se encuentra a un paso de la zona de viviendas. Al igual que la zona de viviendas está dividido en dos zonas: *Festival Tower*, unida al centro comercial y *Marsa Al Khor Office Park*, donde se han establecido empresas de gran prestigio internacional.

CENTRO COMERCIAL

245.000 m² de superficie comercial y de ocio repartidos en dos zonas, *Festival Waterfront Centre* y *Festival*

Power Centre, forman el epicentro de *Festival Dubai City*, el mayor complejo comercial de Oriente Medio.

Festival Waterfront Centre ofrece una selección de 550 tiendas exclusivas, 20 establecimientos locomotora, 90 restaurantes y cafeterías, un cine de 12 pantallas, un centro de ocio impresionante con boleras, recreativos y establecimientos de entretenimiento familiar y un parking con plaza para 12.000 vehículos. Todo ello, arropado por una obra maestra arquitectónica basada en el agua y la luz natural.

Festival Power Centre, cuya extensión ocupa más de 120.000 m² de la zona comercial, aloja a las grandes superficies. En esta zona, más de 16.000m² son de HyperPanda, el hipermercado más grande de Oriente Medio dedicado a servicios cotidianos y alimentación. Además de este gran hipermercado, hay 50 más dedicados a la electrónica, al hogar y a la alimentación como Plug-ins Electronix con 3.200 m², el mayor centro de informática ACE que existe fuera de los Estados Unidos o el IKEA más grande del país.

También existe una zona de venta de automóviles de diferentes marcas, *Marsa Auto Gallery* donde la compra de un coche nuevo nunca ha resultado ser tan agradable.

OCIO Y ENTRETENIMIENTO

A pocos minutos del aeropuerto de Dubai el Grupo Intercontinental ha construido en el complejo, dos de sus mejores y más lujosos hoteles. El *Hotel Intercontinental Dubai Festival City*, que dispone de 501 habitaciones y apartahoteles de 5 estrellas gran lujo para los ejecutivos y turistas más exigentes y el *Hotel Crowne Plaza Dubai Festival City*, con 316 habitaciones que cuenta con más de 5.000 m² de espacio para convenciones, reuniones de trabajo y conferencias.

Otro de los hoteles destacables del complejo será el *Four Seasons Dubai Festival City*, actualmente en construcción. El hotel más exclusivo y lujoso del mundo decidió estar presente en *Dubai Festival City* con 375 habitaciones que darán a la orilla del río y algunos apartamentos ultra exclusivos con tales características y servicios, que se entenderá perfectamente por qué éste ha sido denominado el mejor hotel del mundo.

Muy cerca, se encuentra el campo de golf *Al Badia Golf Course*, el primer campo de golf de Oriente Medio diseñado por el maestro Robert Trent Jones II. Con 7.250 yardas, 85 acres y un campo par 72 será el primero en utilizar la hierba "Paspalum", tolerante a la sal, que requiere la tercera parte de agua que la hierba tradicional para su mantenimiento.

Según Jones, cuya compañía ha diseñado ya más de 220 campos de golf en 38 países, los hoyos 5 y 18 de *Al Badia Golf Course* serán los más atractivos del mundo. Por último, el *Dubai Festival City* incluye una casa-club situada en los hoyos 9 y 18, inspirada en el propio logotipo del complejo. Ha sido realizada en cristal, con un remolino de flores que captura los reflejos dorados de la luz natural y el verde de la vegetación del exterior. Éste es el verdadero espíritu de este complejo tan impresionante: captar todas esas facetas de la naturaleza, de la luz, el agua, la hierba y cómo no, del lujo de la zona... y traducirlas en comodidad y sensaciones extraordinarias para aquellos que allí viven o lo visitan.



LIBROS



NOVELA

LA CANCIÓN DE LOS MISIONEROS
John Le Carré. Ed. Areté.

Retrato del Congo, un país destrozado, en el que se desvelan los hilos secretos que perpetúan la tragedia africana.

Con esta nueva novela de Le Carré, una historia de amor y valentía, el lector se sumerge en una realidad que el autor describe con pulso magistral. Una turbia realidad que impacta con la inteligencia y la sensibilidad del lector.

Según el Sunday Telegraph, Le Carré es el autor que mejor domina hoy en día el arte del suspense y que mejor sabe construir una trama tan maravillosamente compleja.



NOVELA

616. TODO ES INFIERNO
David Zurdo y Ángel Gutiérrez.
Ed. Plaza & Janés

¿Es posible que el mundo en el que vivimos sea el verdadero infierno?

Albert Cloister, un sacerdote jesuita, se ha dedicado desde siempre a estudiar todo tipo de sucesos paranormales. Forma parte de una misteriosa organización, un departamento secreto dentro del Vaticano, que ha estado en contacto con realidades estremecedoras. Al conocer a la psiquiatra Audrey Barrett, entrará en un camino sin retorno envuelto entre misterios y poderes extrasensoriales que le llevarán a abandonar la fe y a conocer el infierno. Lo que no sabe es que con un sólo y pequeño acto por su parte, puede cambiar el curso del destino del hombre.



NOVELA HISTÓRICA

Manuscrito ms408
Thierry Maugenest. Ed. Grijalbo

Un legado medieval se convierte en el s. XX en un arma de doble filo. Criptógrafos, historiadores y matemáticos siguen todavía hoy discutiendo el modo de descifrar el manuscrito Voynich. Un texto medieval que se encuentra en la biblioteca universal de Yale y cuyos caracteres y palabras se resisten a revelar su significado. Este manuscrito, protagonista de grandes polémicas también en Internet, apuesta por una historia que se remonta al sur de Inglaterra a finales del s. XIII. Allí, un monje franciscano deja este legado a la humanidad y en pleno s. XX, en Nueva York, parece haberse convertido en arma letal.



NOVELA HISTÓRICA

LA ESPADA DE ATILA
Michael Curtis Ford. Ed. Grijalbo

Atila, convertido en Rey de los hunos, acaba de librar una batalla decisiva contra el imperio romano. Lejos estaban los tiempos de la juventud, cuando era amigo de Roma y de su más prometedor soldado, Flavio Aecio.

Atila, convertido en rey, lleva al imperio huno a su máxima expansión. Eso significa el enfrentamiento con Roma.

Dinámica y bien documentada, esta obra es el mejor retrato de Atila, llamado por sus enemigos "el azote de Dios" y de la turbulenta época en la que edificó su imperecedera fama.



NUTRICIÓN Y SALUD

GORDITO NO SIGNIFICA SALUDABLE
Claudia González y Lourdes Alcañiz.
Ed. Grijalbo

Claudia González ha sido durante 6 años portavoz de la Asociación Dietética Estadounidense para Asuntos Latinos y durante 10 años, ha trabajado como nutricionista pediátrica.

Lourdes Alcañiz es periodista y lleva veintidós años trabajando como escritora, productora y reportera sobre temas de salud.

Ambas, han escrito este libro que intenta ser una guía detallada que proporcione la información sobre la alimentación más adecuada para los niños desde que son bebés además de recoger un programa de actividades físicas y acordes con cada edad. Consideran la nutrición como un arte que necesita aprendizaje. Todos los hábitos aprendidos de pequeños ayudarán al adulto a llevar después una vida saludable.



PSICOLOGÍA

REBELDES CON CAUSA
Marcel Rufo. Ed. Grijalbo

Depresión, tristeza, agresividad, anorexia, bulimia, desinterés por los estudios... penetrar en la compleja y apasionante mente infantil es la principal actividad a la que se ha dedicado durante su carrera el profesor Rufo.

Podemos saber cómo un niño puede somatizar las ansiedades de su madre a través de cólicos, o cuáles son los problemas que pueden producirse en su mente a partir de hechos como la separación de sus padres. Miedos, angustias, ansiedad... todos estos problemas tienen una lógica explicación y Marcel Rufo nos ayuda a encontrarla con sus libros de psicología desde hace 35 años.

AGENDA
INTERNACIONAL**LA PINTURA ESPAÑOLA. DEL GRECO A PICASSO: EL TIEMPO, LA VERDAD Y LA HISTORIA**

MUSEO GUGGENHEIM. NUEVA YORK

Hasta el 28 de Marzo



Comisariada por Francisco Calvo Serraller, el Guggenheim de Nueva York exhibe 140 obras agrupadas temáticamente, de grandes maestros de la historia del arte clásico y contemporáneo. Velázquez, Goya, Murillo o Zurbarán comparten espacio con Juan Gris, Miró, Picasso o Dalí.

Todas las obras proceden de más de 70 colecciones institucionales y privadas de todo el mundo y la muestra realiza un recorrido por el panorama histórico de la pintura española a lo largo de los últimos cinco siglos.

Será la primera vez que un país presente su historia de la pintura de una forma tan innovadora y la primera vez que en un sólo espacio y en una ciudad americana se puedan ver tantas obras juntas de cuadros españoles.

www.guggenheim.org**AMERICANS**
KUNSTHALLE WIEN. VIENA

Hasta el 4 de Febrero



Americans, es una muestra de la visión de 13 fotógrafos sobre las crisis y los cambios sufridos por los EE.UU. a lo largo del tiempo. Esta exposición es una contribución a la discusión sobre las heridas abiertas en esta sociedad y sus aspiraciones de hegemonía moral.



La exposición comienza con la fotografía de las calles de Nueva York de Helen Levitt; 10 años más tarde Bruce Davidson trata de nuevo este tema. Robert Frank transmite su imagen de la *Beat Generation* de los años 60. En la misma década también se incluyen en la muestra las fotos de Diane Arbus, y así hasta 13 artistas que han participado en mostrar su visión personal.

La exposición no sólo muestra la parte urbana de los Estados Unidos. También muestra facetas de las provincias americanas como las capas sociales inferiores de Texas retratadas por Richard Avedon o Gordon Parks que toca el tema racial y al ciudadano negro.

www.kunsthallewien.at**FASHION IN ART: ART IN FASHION**

GUY HEPNER CONTEMPORARY.

LONDRES

Del 7 al 12 de Febrero



El Guy Heppner Contemporary abre el mes de febrero con una exposición dedicada al mundo del arte y de la moda. Una fusión entre dos mundos que se muestran justo antes de la prestigiosa Semana de la Moda de Londres.

La exposición contará con las obras más grandes e importantes que existen en ambos sectores desde los principios de los años 50 hasta las colecciones de la temporada 2004-2005.

La muestra estará expuesta en una galería única, The Gallery, en Cork Street, espacio que ha acogido las más prestigiosas colecciones, y cercana a las boutiques de Bond Street. Este emplazamiento es el espacio perfecto para esta única e impresionante exhibición.

Desde las imágenes que David LaChapelle para Vogue Italia o para The Face hasta los diseños de Takashi Murakami

para Louis Vuitton, pasando por el trabajo de Andy Warhol para Harper en los 50 o las obras de Helmut Newton, esta exposición explora el espectro creativo tan amplio que existe entre el arte y la moda.

www.guyhepner.com**ICONS FROM SINAI**

PAUL GETTY MUSEUM. LOS ÁNGELES

Hasta el 4 de Marzo

Imágenes sagradas de santos, ángeles y figuras bíblicas son las que se verán en esta exposición que sólo ocurrirá una vez en la vida, y que reúne iconos del Monasterio de Santa Catherine en el Montaje Sinai, la montaña donde se dice que Moisés encontró a Dios.

En esta exposición se muestra la historia de estos tesoros, cómo ellos proporcionan el acceso al Divino, y cómo sobrevivieron a la destrucción sistemática de iconos durante más de 1.200 años. La exposición descubre en profundidad y con una amplia serie de detalles, una visión interior de la vida monástica del pasado y del presente.

También ofrece viajes especiales, conferencias, interpretaciones y otras actividades familiares.

www.getty.edu**SIMULTANEOUS**

FOTOMUSEUM WINTERTHUR. ZURICH

Hasta el 18 de Febrero

Dos colecciones de fotografía austriaca provenientes de las Colecciones de la Cancillería Federal y el Museo Moderno de Salzburgo, entre otros, con trabajos de Arnulf Rainer, Günter Brus, Rudolf Schwarzkogler, Otto Muehl, Eva Schlegel, Maria Hahnenkamp, Elke Krystufek, Peter Weibel, Günther Selichar, Michael Schuster, Lois Renner, Peter Dressler o Leo Kandl.

Las cuatro piedras angulares de la fotografía austriaca desde los 50 han sido, en primer lugar, la aparición gradual de un autoanálisis para explorar cuestiones de identidad; en segundo lugar, una tendencia hacia juegos de palabras visuales para definir una imagen que demuestran el gusto de los austriacos por la filosofía; en tercer lugar, una afinidad inequívoca a todos los aspectos teatrales, con un número asombroso de trabajos que son organizados o implican representar una escena delante de la cámara; y finalmente, una documentación intensa y densamente tejida de Austria y los austriacos, formando un examen complejo y crítico de la tela social nacional.

www.fotomuseum.ch

AGENDA LOCAL

NATURALEZAS SILENCIOSAS. COLECCIÓN ORDOÑEZ-FALCÓN DE FOTOGRAFÍA

CDAN-Centro de Arte y Naturaleza Doctor Artero, s/n. HUESCA
Hasta el 25 de febrero.



El CDAN presenta, en coproducción con el Centre d'Art La Panera de Lleida, la exposición *Naturalezas Silenciosas*. La muestra se basa en una selección de obras de la colección Ordóñez-Falcón de Fotografía, que analiza uno de los géneros tradicionales de la historia de la pintura, como es la naturaleza muerta. El arco temporal en el que se sitúa el proyecto va desde los inicios de la fotografía hasta la actualidad.

Las primeras naturalezas muertas, consideradas como género pictórico, datan de comienzos del siglo XVII y, hacia 1660, la Academia Francesa ya introduce esta temática en sus debates artísticos. Sin embargo, en la época romana ya existía una categoría pictórica similar conocida como *xenia*. Desde ese momento la pintura que representa composiciones a base de seres inanimados, como animales muertos, vegetales y objetos de índole muy diversa, se irá prologando a lo largo de los siglos, hasta llegar a la actualidad.

A través de las distintas épocas se ha

podido analizar cómo este género ha ido acompañado de numerosas interpretaciones, las cuales han hecho posible que la naturaleza muerta sea vista como un acto de pensamiento que se traduce en una alusión al paso del tiempo, a la muerte, al rechazo de las condiciones de la vida terrenal (como son las *vanitas*), a los excesos de la vida, a la opulencia y/o a la escasez y a la condición social, e incluso política, que ella plantea.

www.cdan.es

IGNACIO GUELBEZU. AGUA EN MARTE

Galería Antonia Puyó.
C/ Madre Sacramento, 31. ZARAGOZA
Hasta el 17 de febrero



Ignacio Guelbenzu vuelve a la Galería Antonia Puyó con su exposición "Agua en Marte". El artista navarro, pero aragonés de adopción, nos acerca a un nuevo mundo en el que el papel es el protagonista y el H2O su hilo conductor.

Para el autor, los desiertos siempre guardan oasis secretos e imprescindibles donde afloran ríos subterráneos de origen indeterminado. Valles abandonados, cunas de ancestrales culturas donde reina la diosa fertilidad, obligada a huir por los abusos o el dios Marte.

La guerra ha ido unida al agua, a la

producción, el yin y el yan, la vida o la muerte.

Guelbenzu, desde los ocho años, estudia dibujo y estatuaría en la escuela de Artes y Oficios de Corella, Navarra, y con posterioridad estudia Historia del Arte en la Facultad de Filosofía y Letras de Barcelona. Cursó estudios en la Universidad de Florencia, en Italia ha desarrollado diversas actividades pictóricas y artísticas, y desde 1980 vive en Zaragoza.

www.antoniapuyo.com

TEMPORADA DE GRANDES CONCIERTOS Y MÚSICA CLÁSICA

Auditorio.

C/ Eduardo Ibarra, 3. ZARAGOZA

El año ha arrancado con fuerza en el Auditorio de Zaragoza. Los artistas más brillantes pasarán por las salas del Auditorio y aquí hay algunas propuestas para los meses de enero y febrero.

Los Músicos de Su Alteza

28 de enero

Royal Philharmonic Orchestra

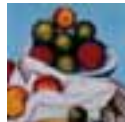
6 de febrero

www.auditoriozaragoza.com

ANA MERCEDES HOYOS. POR EL COLOR HACIA LA CONCIENCIA.

Centro Cultural Ibercaja.
C/ San Ignacio de Loyola, 16.
ZARAGOZA

Del 16 de enero al 4 de marzo de 2007



Presentar la primera exposición en España de Ana Mercedes Hoyos, es un honor y una doble satisfacción

para Ibercaja. Primero por su extensa trayectoria de exposiciones en Estados Unidos, en Francia, en Japón y en otros muchos países, así como por los textos y libros que hablan de su obra, que la definen como una de las pintoras más internacionales de América. Y por otra parte, contribuir dentro de nuestra medida, a la apertura de un viento pictórico fresco y lleno de color tropical, de nuestros hermanos en la lengua de Cervantes.

Una característica muy importante de la pintura de Ana Mercedes Hoyos es la musicalidad. La pintora refleja en su obra, con gran acierto, el ritmo de las culturas del trópico. Para lograr éste fin, utiliza los elementos más usuales del hombre, el color, tientos, palanganas llenas de frutas, o personajes



ROYAL PHILARMONIC ORCHESTRA

de mercados en escenas sencillas y llenas de humanidad.

Su visión personal y buen oficio, lo utiliza como un pretexto. Transforma el conjunto y lo convierte en un arte personal, depurado y exquisito.

La exposición, seleccionada expresamente para esta ocasión por Julio Niebla, presenta obras de museos, colecciones públicas y privadas, pero sobre todo presenta las obras de la colección de la artista, elegidas en los estudios que posee Ana Mercedes Hoyos en Bogotá y Nueva York.

Son piezas muy representativas de su brillante trayectoria, elegidas por temas. Lazos, personajes y palanganas fruteras, sobre todo de los últimos años, inéditas en nuestro país.

Ibercaja quiere agradecer el esfuerzo y la contribución de todos cuantos han hecho posible ésta exposición, especialmente a la artista y su familia.

GARGALLO

La Lonja. Pza. del Pilar. ZARAGOZA

Del 22 de febrero al 2 de abril

La exposición Gargallo presenta más de 100 piezas de Pablo Gargallo, uno de los escultores aragoneses más relevantes del siglo pasado. La obra proviene de más de veinte colecciones diferentes de Zaragoza, Barcelona, Francia, Suiza, Bélgica, Madrid y Nueva York.

La exposición, comisariada por Rafael Ordóñez Fernández, conservador jefe del Museo Pablo Gargallo de Zaragoza, incidirá en sus aportaciones al proceso de liberación física y reformulación conceptual de la escultura, decisivas para la comprensión de la evolución del arte del siglo XX. El discurso tomará como eje principal las obras vanguardistas elaboradas durante los años veinte y treinta, sin olvidar otras que pueden vincularse a la sensibilidad clasicista del *Noucentisme*, con el objetivo de resaltar la perma-

nente y fructífera convivencia de las dos tendencias.

Figura clave en la evolución de la escultura contemporánea, Pablo Gargallo se formó en el bullicio creativo de la Barcelona modernista y supo conjugar la experiencia artesanal con la formación académica. Así, a comienzos del siglo pasado, el trabajo de joyería y la forja del hierro llevaron a Gargallo a valorar el grado de proximidad de tales oficios con la escultura y a sopesar las posibilidades que ofrecían varios materiales menospreciados hasta entonces, como el hierro, el cobre o el plomo, con lo cual abrían las puertas a la renovación del lenguaje escultórico del siglo XX.

IV MOTOR SHOW FESTIVAL. SALÓN INTERNACIONAL DE VEHÍCULOS DE COMPETICIÓN, CLÁSICOS Y TUNING

Feria de Zaragoza

Ctra. A-2, km 311. ZARAGOZA

Del 2 al 4 de febrero



La Carrera de Campeones, el Trofeo La Ciudad del Motor de Aragón, es una prueba espectacular donde compiten los mejores pilotos de automovilismo y de motociclismo en diferentes modalidades. Las más espectaculares son la Legends Car y los World Rally Kart, dos conceptos de coches de carreras igualmente emocionantes que harán que un año más se vuelvan a concentrar numerosos participantes y miles de asistentes.

Pilotos de prestigio internacional están deseando que cada año llegue esta competición, que se ha convertido en un espectáculo increíble de gran repercusión.

Otra sección del festival, "Los Coches del Tebeo", reunirá a automóviles que todos hemos conocido en nuestra infancia, como el de Tintín, y que reco-

noceremos nada más verlos.

Y como broche final, recordamos que también hay una Carrera de Slot, donde los aficionados podrán inscribirse y participar con un coche a escala y un mercadillo de compra-venta de material relacionado con esta afición.

www.feriazaragoza.com

TIERRA Y SIGNOS DEL MAR. JOSEPH GUINOVART

C/ Espoz y Mina, 3. ZARAGOZA

Hasta el 18 de febrero

En esta exposición itinerante, que en este mes se encuentra en el Museo Camón Aznar, se muestran 29 obras de una visión renovada y muy personal de este artista de prestigio internacional. Joseph Guinovart comenzó su trayectoria como artista en los años cuarenta y hoy, a sus ochenta años, se encuentra en plena madurez profesional. Y esto es lo que refleja la colección que forma esta exposición, fruto del reciente trabajo del pintor catalán.

El tema central de esta muestra, es la tierra y el mar como escenario por donde viajan o navegan los sueños. El pintor reflexiona sobre la profundidad de las cosas sencillas y la vida en cualquiera de sus vertientes.

www.ibercaja.es



LOS MÚSICOS DE SU ALTEZA

AGENDA NACIONAL

VIII FESTIVAL DEL MILLENNI BARCELONA

Hasta el 9 de marzo

La octava edición del Festival del Mil.Lenni arranca con una propuesta atractiva y variada que permitirá el disfrute a un público muy diverso. Este año la programación contiene distintos géneros musicales, reuniendo a 25 artistas de gran prestigio nacional e internacional.

El programa del Festival incluye a Tamara Rojo & Iñaki Urlezaga, Carlos Núñez, Ojos de Brujo, María Dolores Pradera, Javier Ruibal, Raimon, Armando Manzanero, Chambao, Blind Boys of Alabama, Tap Dogs, Salvatore Adamo, Hermanas Labeque, Georges Moustaki, Falete, Ute Lemper, Pablo Milanés, Los Chicos del Coro, Paloma San Basilio, Nena Daconte, Gilberto Gil, Jaime Aragall, Lucie Silvas y Goran Bregovic. Todos estos artistas están unidos por características comunes: la calidad y la capacidad para emocionarnos. Con su arte, quedarán grabados en nuestra memoria.

El Palau de la Música Catalana, el Teatre Tivoli y el Barcelona Teatre Musical (BTM) son los escenarios del VIII Festival del Mil.lenni.

www.festivalmillenni.com

CLARE E. ROJAS MUSAC-Museo de Arte Contemporáneo de Castilla-León. LEÓN

Del 20 de enero al 4 de marzo

La artista norteamericana Clare E. Rojas (Ohio, EE.UU, 1976) presenta por primera vez en España una instalación basada en dibujos con toda la iconografía que encierra la imaginaria popular norteamericana en una compleja visión del "folk art".

La antropología animal, los paisajes y los distintos protagonistas no dejan de ser referencias visuales a la cultura popular de Estados Unidos y a los cuentos tradicionales. Cada uno de sus dibujos propone, sin una línea narrativa continua, un mundo alternativo donde las mujeres protagonistas pueden escapar de las realidades contemporáneas.

El resultado es una gran composición de escenas que forman, a modo de novela gráfica, un complejo mundo cargado de alegorías. Esta apropiación de distintas imágenes populares para tratar las diferentes preocupaciones sociales femeninas está directamente relacionada con la tradición feminista de los años 70.

www.musac.es

FITUR

IFEMA. MADRID

Del 31 de enero al 4 de febrero

La Feria Internacional de Turismo, FITUR 2007, volverá a convertirse en una de las referencias más destacadas para la industria de los viajes, al proporcionar el mejor escenario para definir estrategias, cambiar impresiones y dar a conocer nuevos productos y destinos... en definitiva, una ocasión imprescindible para tomar el pulso a la realidad actual del turismo.

El certamen cumplirá su vigésimo séptima edición y las expectativas son mejores cada año que pasa. Los nuevos países que tendrán representación oficial en esta edición son Níger, Azerbaiján y Armenia. Con estas nuevas incorporaciones se confirma el interés demostrado por algunos destinos turísticos emergentes, especialmente de la zona Asia-Pacífico y África, así como del Vietnam, Nepal, China o Corea, países cada vez más demandados por los turistas, gracias, entre otros aspectos, a la mejora de la infraestructura del transporte hacia estos destinos.

www.fitur.ifema.es

ARCO'07 XXVI Feria Internacional de Arte Contemporáneo

IFEMA. MADRID

Del 15 al 19 de Febrero

Cada edición de ARCO representa una invitación para indagar en las nuevas tendencias y conocer en toda su diversidad el panorama artístico internacional. La vigésimo sexta Feria Internacional de Arte Contemporáneo, contará con Corea como país invitado, brindando la oportunidad de conocer todo el potencial del mercado asiático. A través de las 280 galerías seleccionadas, los visitantes podrán disfrutar de distintos recorridos artísticos en los que las Vanguardias Históricas y el Arte Moderno y Contemporáneo, contrastan con las propuestas de Arte Emergente y las posibilidades creativas de las Nuevas Tecnologías, como se contemplará en el espacio PROYECTOS y BLACK BOX respectivamente. Con Lourdes Fernández como nueva directora de la Feria, ARCO

seguirá dando continuidad a su proyecto, con la mirada puesta en el mercado del arte y la escena artística internacional.

www.arco.ifema.es

PICASSO. MUSAS Y MODELOS

MUSEO PICASSO. MÁLAGA

Hasta el 28 de Febrero



A lo largo de su vida, Picasso realizó un gran número de obras en las que la mujer fue protagonista. El artista supo plasmarlas delicadamente sensuales o profundamente carnales, temperamentales o serenas. Estas mujeres no se limitaron a posar, sino que adoptaron un papel activo en su creación, convirtiéndose así en musas, en fuentes de inspiración del hombre que las pintó y las amó.

Picasso. *Musas y Modelos* reúne un total de 46 pinturas, 14 dibujos y 6 esculturas que reflexionan sobre la poderosa presencia de la mujer en la plástica picassiana. Retratos y desnudos son los principales motivos presentes en las obras expuestas, realizadas entre principios del siglo XX, siendo su musa Fernande Olivier, y los últimos años de su vida, que pasaría junto a Jacqueline Roque.

www.museopicassomalaga.org



DISTRITO CUATRO
VAN LIESHOUT-WHELL BARROW



ROSA MUÑOZ. CATARATAS



FALETE



TAMARA ROJO. FOTO: GUILLERMO GENIITI



LUCIE SILVAS



CHAMBAO



UN ESPACIO PARA EL ENCUENTRO



HOTEL PALAFOX



CONFORTABLE

Avenida de Casa Jiménez, s/n
50004 ZARAGOZA, España
Tel. +34 976 23 77 00
Fax. +34 976 23 47 03
www.palafoxhoteles.com



HOTEL PALAFOX 25 AÑOS
1982-2007



PALAFOX HOTELES

www.palafoxhoteles.com



- ***** HOTEL GOYA - C/ de Marzá, 3 - 50004 ZARAGOZA - Tel. +34 976 229211 - Fax +34 976 222134 - hotelesgoya@palafoxhoteles.com
- ***** HOTEL PLAYA VICTORIA - Glorieta Ingeniero La Cierne, 4 - 11010 CÁDIZ - Tel. +34 956 203100 - Fax +34 956 203300 - hotelesplayavictoria@palafoxhoteles.com
- ***** HOTEL REY ALFONSO I - ZARAGOZA (Apertura 2008)
- ***** HOTEL HÉBESUS - ZARAGOZA (Apertura 2008)
- ***** HOTEL BEBIA PETRONILA - ZARAGOZA (Apertura 2008)



EL RINCÓN DEL LECTOR DE AZ

Hemos empezado el año con este número tan completo de la revista AZ, y ésta será la línea que seguiremos en el 2007. Queremos mantenerles informados de las tendencias y novedades que con seguridad, irán surgiendo a lo largo de todo el año en los temas que habitualmente llenan las páginas de nuestra revista: arquitectura, diseño, arte, motor, viajes, deportes...todo lo que a nuestros lectores les pueda entretener e interesar.

Estamos seguros de que el próximo número, el sexto, será igual de interesante que éste. Estará dedicado al *Marketing Suite* que el Proyecto Aragonia tiene instalado frente al solar de sus obras. Muchos de nuestros lectores y miembros de foros relacionados con el Proyecto, se han estado preguntando para qué serviría el espacio que la promotora ha instalado hace unos pocos días.

En la próxima publicación de AZ, ofreceremos al lector toda la información sobre las características de esta construcción tan especial y la función que va a desempeñar desde este mismo momento hasta que el Centro esté construido y en marcha.

SUSCRIPCIONES

Si aún no es suscriptor de AZ, vuelve a tener la oportunidad de convertirse en un miembro de nuestro club. Hágalo a través de las diferentes vías de contacto que ponemos a su disposición para hacerle llegar nuestra revista, de forma completamente gratuita, a su propio domicilio o a cualquier otra dirección donde ud. desee recibirla.

<ul style="list-style-type: none">○ Teléfono de suscriptores 976 79 77 79○ Suscriptores por internet www.aragonia.net	<ul style="list-style-type: none">○ Opciones y sugerencias Apdo. de Correos, nº9 50.080 Zaragoza
--	---

Un universo en alimentación

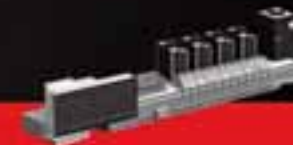


El Proyecto Aragonia sigue avanzando día a día, incorporando todos los elementos necesarios para ofrecer una experiencia de *ocio y compras única*. En este nuevo número de AZ Aragonia Zaragoza completamos la espectacular visita guiada por el Centro de Ocio y Comercial Aragonia que iniciamos hace dos números. Y lo hacemos presentándoles dos de las áreas más singulares de Aragonia.

Por un lado, le proponemos una exquisita visita al área de alimentación del Centro, con una oferta tremendamente innovadora, pensada para ver, probar, disfrutar y cambiar el concepto de hacer la compra.

Y, por otro, le llevamos zona de servicios y comodidades, donde podrá realizar, en un mismo lugar, todas las pequeñas compras diarias que ahora hace en distintos sitios.

No se lo pierda, es un nuevo universo en alimentación y servicios.



JUNTA DE COMPENSACIÓN POLÍGONO UNIVERSIDAD
C/ Capital Príncipe, 1-3 s. - 1ª Planta - 50004 Zaragoza
Tel: 34 976 79 42 00 - Fax: 34 976 79 42 01
www.aragonia.net

ARAGONIA
Un universo en Zaragoza.

EL MIRADOR DEL ATLÁNTICO



Calleto Ingeniero La Cierzo, 4
11010 CADIZ
Tel. +34 956 20 51 00
Fax +34 956 26 33 00
info@playavictoria@palafoxhoteles.com



PALAFOX HOTELES
www.palafoxhoteles.com



- HOTEL PALAFOX - Calle Emérita, s/n 50004 ZARAGOZA - Tel. +34 976 23 77 00 - Fax. +34 976 23 47 05 - info@palafox@palafoxhoteles.com
- HOTEL GOTA - Calle de Marzo, 5 - 50004 ZARAGOZA - Tel. +34 976 229331 - Fax +34 976 222134 - hotelgota@palafoxhoteles.com
- HOTEL REY ALFONSO I - ZARAGOZA (Apertura 2007)
- HOTEL FRIBERUS - ZARAGOZA (Apertura 2008)
- G. HOTEL REINA PETRONILA - ZARAGOZA (Apertura 2008)