

OTRAS IMPRESIONES



LAS CLAVES

EL NEGOCIO DEL TURISMO SE ESTANCA

Los negocios turísticos de la provincia han trabajado más el último año pero a precios más baratos. En 2010 creció el número de visitantes en la provincia pero el gasto que hicieron fue similar al de 2009. Es decir, que los turistas cada vez miran más la cartera a la hora de viajar, lo que tiene que llevar a reflexionar sobre las políticas que se desarrollaron en los años de las *vacas gordas*. Ofrecer alternativas de ocio a precios más asequibles puede ser una de las salidas de la crisis, aunque también es cierto que hay unos mínimos que no se deben sobrepasar por el bien del sector. ■

CULTURAL PERO SIN CENTROS DE RENOMBRE

Salamanca es considerada por expertos de distintos ámbitos artísticos como una de las grandes ciudades culturales del país. En Castilla y León solo Valladolid supera la oferta de Salamanca según arquitectos, responsables de fundaciones, directores de museos, directores de escena y artistas de todo tipo. Una ciudad cultural que, todo hay que decirlo, no dispone de ningún contenedor cultural que se precie según estos mismos expertos, que no citan ningún museo entre los 30 más importantes de España. ■

¿HASTA QUÉ PUNTO NOS RESPETAN?

Me refiero a nosotros los españoles, como país, ya que parece ser que la marca España no vale mucho, si la entendemos desde el punto de análisis económico, ya que la valoración que nos dan fuera para nuestra deuda es poco más que papel basura y nuestro endeudamiento exterior nos sale por un pico.

No quiero ni pensar donde estaríamos si no tuviéramos la moneda común del euro, ya que si siguiéramos con la peseta estaría devaluada a niveles increíbles para poder ser un poco competitivos.

El último toque respecto a esa valoración de lo español, nos lo ha dado el fútbol, con el premio al Balón de Oro, que la mayoría de los especialistas daban por seguro recaería en **Iniesta** o **Xavi**, se ha ido para un argentino españolizado en el Barça. No se lo que tendrá que hacer un español para ganar este trofeo ya que después de una inigualable temporada de club en el 2009 y una gran temporada en el 2010 culminan la gesta ganando el mundial, que es el gran torneo, si así ningún jugador español consigue el trofeo una de dos, o vendemos muy mal nuestro producto o es que fuera lo nuestro no vale nada.

Tengo la sensación que los éxitos deportivos, empresariales, culturales o de cualquier ámbito de cualquier ciudadano español se ve desde fuera como un hecho aislado y no como la progresión general de todo un país que en los últimos años desde la transición ha ido mejorando en muchos aspectos.

Posiblemente nos quede mucho por mejorar pero creo que mucha culpa de esta minus-

UNA VUELTA DE TUERCA

JOSÉ RAMÓN ALONSO
EMPRESARIO



valoración exterior se debe a que nuestros representantes políticos, sobre todo los que se relacionan con otros países u organizaciones internacionales, no saben defender realmente nuestro valor.

donde nuestra imagen sea de gran productividad y que sabemos perfectamente compatibilizar el ocio con el trabajo.

Tienen que saber todos que **Nadal, Gasol, Contador** no son deportistas salidos por arte de gracia o por talento personal, sino que detrás de ellos hay muchos millones de chicos practicando deporte de los que acaban destacando los mejores, que no lo son solo en



El valor que mejor hemos sabido exportar, el turismo, desde la entrada del euro, ya no es tan competitivo y aunque la calidad es de las mejores a nivel mundial, ya no somos tan baratos y existen otro tipo de destinos, sobre todo de sol y playa, mucho más asequibles para los turistas de otros países.

Me parece que todavía en muchos sitios del planeta nos siguen viendo como el país de los toros, la paella, la sangría y la siesta. Es tarea de todos conseguir que nuestra marca España sea sinónimo de calidad y servicio a buen precio,

España sino también en el mundo.

Los **Botín, Amancio Ortega** y muchos más empresarios que triunfan por el mundo no son una casualidad sino que detrás hay un gran tejido empresarial, unos con más éxito que otros, pero con una gran capacidad productiva.

En definitiva debemos todos vender nuestra marca, y nuestra marca es España, por que aquí somos capaces de hacer de todo tan bien o mejor que cualquiera, simplemente tenemos que hacernos respetar. ■

LA PLAZA MÉXICO

CHARRO DE DOS ORILLAS

IGNACIO MARTÍN
ESCRITOR



Salamanca, arte, saber y toros... Adagio que bien podría aplicarse a México, al país y a la ciudad; aunque el país, al ser tan grande, tiene sus zonas de influencia, desde luego, y al igual que el fútbol por acá es del centro y el sur sobre todo, siendo el norte territorio beisbolero por antonomasia, los toros son del centro: ir por las carreteras de Querétaro, Guanajuato o Tlaxcala es pasar por la entrada a fincas en las que pastan ganaderías de abolengo, como en el Campo Charro; llegar a ciudades como Aguascalientes, Texcoco o Querétaro, es encontrarse con cantinas taurinas, peñas, lugares de encuentro de aficionados añejos; incluso hay lugares como Huamantla, donde quieren remedar los sanfermines o el carnaval del toro de Ciudad Rodrigo, aunque no sé si lo conozcan.

Pero la Plaza México... es otra cosa. Citando al prócer **Jesulín**, es, en dos palabras: im...presionante. Hace unos años, mis padres estaban de visita por acá y, como mi padre es aficionado desde niño, quise llevarlo a los toros. Fuimos a comprar las entradas el sábado -aquí la temporada es de noviembre a febrero y las corridas son los domingos-; al no haber gente, mi padre se asomó, se bajó del coche a ver la plaza por fuera, las esculturas que la circundan... En esas estaban don **Faustino** y doña **Sagrario**, haciendo turismo "exterior", cuando un vigilante se les acercó; amable, el hombre, les invitó a pasar, no sé si por ser de la tierra de **El Capea** o **El Viti**, mitos aquí, o por qué, el caso es que le regaló a mi padre una de esas impresiones indelebiles: entrar en la Plaza México vacía, darse cuenta de que lo que se ve a ras de calle es sólo una parte, que hacia abajo hay, cómo decirlo, un graderío del tamaño del de la Glorieta. Caben más de cuarenta mil personas, se pueden imaginar. Claro, a veces eso es un problema: llenar la Plaza México es hartó difícil. Ya lo dijo **Jorge Ibarquengoitia**, un escritor mexicano que falleció en España en un accidente de avión, y que les recomiendo mucho: en México a veces confundimos lo grandioso con lo grandote. Pero la Plaza México es ambas cosas, les aseguro. Y si no, que le pregunten a los maestros antes mencionados, por el olé inicial, cuando, tras el paseíllo, suena el clarín y la Plaza en pleno grita olé. Lo dicho, grandote, sí, pero grandioso. ■

RANKING



CORTÉS Y REYES. El realizador y el músico salmantinos optan a los máximos galardones del cine español gracias a *Buried*, una de las cintas que opta a Mejor Película. El largo es, con diez candidaturas, una de las favoritas. ■



VUELTA A ESPAÑA. La *serpiente multicolor* volverá este año a Salamanca y lo hará además por partida doble. La Covatilla, en etapa de montaña, y la capital, como escenario de contrarreloj, serán protagonistas de la ronda. ■



TEATRO. Comienza la iniciativa de Circuitos Escénicos en Alba de Tormes. La programación cuenta con cinco obras destinadas a grupos infantiles y cuatro para el público adulto. El objetivo es expandir la cultura. ■



JESÚS CALDERA. El político bejarano recibió ayer un homenaje en el ministerio de Trabajo donde se colocó un cuadro con su retrato, tal y como ocurre con todos los que han ocupado alguna vez este cartera. ■

Publicaciones Regionales S.A.

Director: Félix Ángel Carreras Álvarez
Director Gerente: Rubén Blanco Nieto
Redacción, Administración y Publicidad:
Gran Vía, 56. Salamanca 37001.
Teléf.: 902 87 97 67. Fax Redacción: 923 28 02 61.
Fax Administración y Publicidad: 923: 28 02 60

127 años EL ADELANTO DE SALAMANCA



© Prohibida toda reproducción a los efectos del artículo 32, 1, párrafo segundo, de la Ley de Propiedad Intelectual.

Redactores jefes: Alberto López e Isidro L. Serrano. Salamanca: Manuel Benito. Provincia: Ana Redondo. Deportes: Juanjo González. Jefe de Preimpresión: Félix González. Jefa de Publicidad: Conchi Sánchez. Jefe de Operaciones: Manuel González. Jefe de Administración: Eduardo Sánchez. Depósito Legal: S.2-1958. Web de El Adelanto: www.eladelanto.com. E-mail: eladelanto@eladelanto.com. Local: salamanca@eladelanto.com. Provincia: provincia@eladelanto.com. Castilla y León: cyl@eladelanto.com. Campo: campo@eladelanto.com. Deportes: deportes@eladelanto.com. Cultura: cultura@eladelanto.com. Toros: toros@eladelanto.com. Suplementos: suplementos@eladelanto.com. Publicidad: publicidad@eladelanto.com. Corresponsalías: Peñaranda (667 129427); Guijuelo (667 129480); Alba y Santa Marta (667 129426); Ciudad Rodrigo (667 129428); Béjar (667 129411); Sierra de Francia (667 129471); Vitigudino y Lumbrerales (663 200431); Ledesma (663 200358).