La Opinión de Málaga
www.laopiniondemalaga.es

Héroes con volantes

DOMINGO, 15 DE AGOSTO DE 2021

'Héroes con volantes' del 13 al 22 de agosto en la calle Alcazabilla. ÁLEX ZEA

UN MERECIDO TRIBUTO

LA OPINIÓN DE MÁLAGA ORGANIZA EN LA CALLE ALCAZABILLA, DEL 13 AL 22 DE AGOSTO, UNA EXPOSICIÓN FOTOGRÁFICA QUE RINDE HOMENAJE A LOS TRABAJADORES ESENCIALES Y DA VISIBILIDAD A LA MODA FLAMENCA MALAGUEÑA

ICP MÁLAGA
ILUSTRE COLEGIO DE PROCURADORES
Colegio de Procuradores al servicio del colegiado y de la sociedad malagueña para garantizar una justicia de calidad
Fernando Camino 13, Bajo, Málaga 29016. Tel. 952 227668 info@icpmalaga.es www.icpmalaga.es

Héroes con volantes

Los 'Héroes con volantes' ya lucen en la calle Alcazabilla

▶ La exposición organizada por La Opinión de Málaga y Prensa Ibérica rinde homenaje a los trabajadores esenciales y sirve de promoción a un sector, el de la moda flamenca, muy castigado por la suspensión de ferias

La exposición 'Héroes con volantes', organizada por La Opinión de Málaga y Prensa Ibérica, se puede disfrutar en la calle Alcazabilla del 13 al 22 de agosto. ÁLEX ZEA

LA OPINIÓN. MÁLAGA

■ El pasado viernes 13 de agosto tuvo lugar en la calle Alcazabilla de la capital malagueña la inauguración de la exposición titulada 'Héroes con volantes', una muestra de 30 fotos que se mostrarán en quince mupis a lo largo de la céntrica calle de nuestra ciudad, en la que dieciséis trabajadores esenciales que estuvieron en primera línea realizando su actividad durante las primeras semanas de la pandemia lucen modelos de traje de flamenca diseñados o cedidos por los creadores malagueños del sector.

La exposición inaugurada, organizada por **La Opinión de Málaga** y Prensa Ibérica, cuenta con el patrocinio de la marca de la Diputación Málaga de Moda y Cervezas San Miguel y la colaboración de Lunar Off y MálagaProcultura.

'Héroes con volantes' llega a Málaga para promocionar las firmas malagueñas de moda flamenca, muy castigadas por la crisis sanitaria que ha provocado que, durante dos años seguidos, se hayan suspendido las principales ferias, romerías y eventos en Málaga y el resto de Andalucía.

> Un total de trece diseñadores han vestido a dieciséis trabajadores esenciales de Málaga

Además, la exposición sirve también para homenajear a todos aquellos trabajadores que se han mostrado esenciales durante la pandemia y que lucen en las treinta instantáneas expuestas y realizadas por el fotógrafo malagueño David Gallardo, vestidos con los diseños flamencos de nuestros creadores.

Un total de trece diseñadores malagueños: Amparo Pardal, Nacho Heredia, Astrid Hohle, Viva la Feria, F de Frank, Yolanda Relinque, Teressa Ninú, Luz de Nehca, José Galvañ, Lourdes Paz, Logana, Jote Martínez y Magali Villanueva han cedido alguna de sus creaciones para vestir a dieciséis trabajadores esenciales: Inmaculada Muriana, de Limasa; María del Mar Pineda, de Clece; Ezequiel Silvetti, de la Tasca La Tranca; Tábata Pedraza, taxista; Mau Castillo, farmacéutica; Yvonne

Rega, de La Canasta; Lucía Romero, de Sayco; Ylenia Anguita, de Carrefour; Marina Fernández, periodista; Mercedes Ruiz, de AGAMMA; Marisol Pérez, de Unicaja Banco; Rocío Díaz, de ASAJA; Antonio González, médico; Noelia González; de la EMT; Victoria Rodiles, procuradora, y la enfermera Aurora Laso, que estuvieron en primera línea durante aquellas primeras semanas en las que el miedo a la enfermedad invadió nuestras vidas.

David Gallardo, fotógrafo malagueño, es el autor de las instantáneas que ofrece la muestra. Todos los fotografiados contaron con el estilismo de Antonio Eloy Pro.

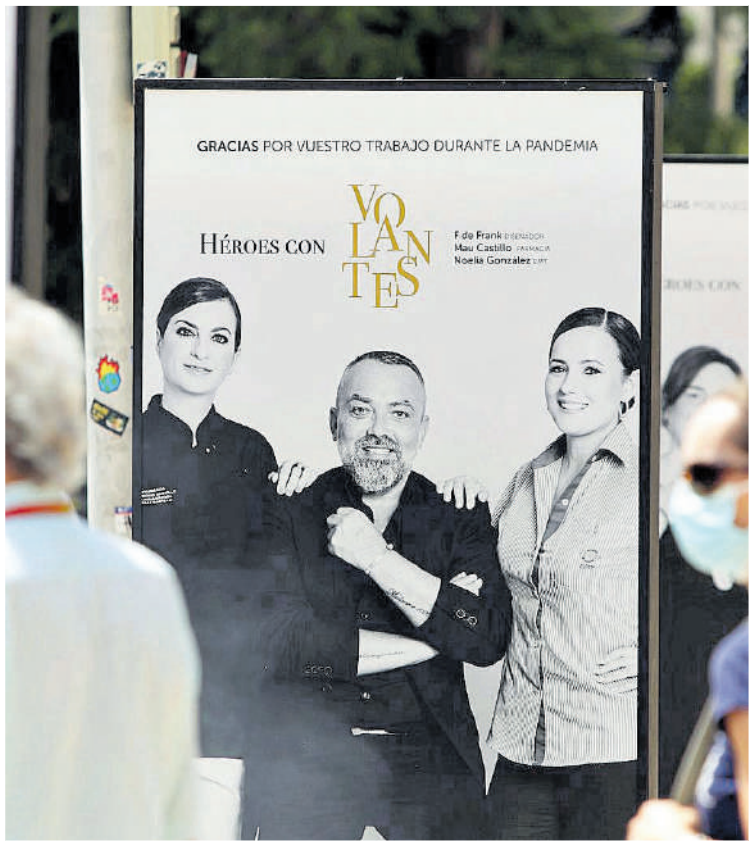
Estuvieron presentes en la inauguración Juan Carlos Maldonado, vicepresidente de la Diputación de Málaga y responsable de Málaga de Moda; la delegada de Turismo de la Junta de Andalucía en Málaga, Nuria Rodríguez Cubero; la vicepresidenta segunda de la Diputación, Margarita del Cid; y los ediles del Ayuntamiento de Málaga Teresa Porras, Elisa Pérez de Siles y José del Río.

«Esta muestra es un guiño a la moda flamenca para recuperar la actividad del sector y su proyección y, por otro lado, un homenaje a los trabajadores esenciales que han sacado lo mejor de sí para que la sociedad siguiera funcionando», indicó el vicepresidente de la Diputación malagueña mientras recorría la exposición.

Noelia González, conductora de la EMT y una de las trabajadoras esenciales que aparece en la exposición indicó: «Me parece una propuesta superbonita. Es una iniciativa muy importante tanto para la moda flamenca, que está viviendo momentos duros al no haber feria y no estar vendiendo como antes, como para la gente que participa como modelo, que ha estado trabajando durante la pandemia y que Málaga la recompense de alguna forma».

Por su parte, la diseñadora Elia Sánchez, de la firma de joyería Logana, aseguró que «en la muestra se ha conseguido una mezcla bastante interesante», al fusionar la moda con estos imprescindibles oficios.

La diseñadora Magali Villanueva estuvo en la inauguración. ÁLEX ZEA



La exposición consta de treinta imágenes. ÁLEX ZEA

A la inauguración asistieron representantes de Diputación, Ayuntamiento de Málaga, Junta de Andalucía y La Opinión. ÁLEX ZEA

Los malagueños ya pueden disfrutar de 'Héroes con volantes'. ÁLEX ZEA

Autoridades, diseñadores y trabajadores esenciales, en la muestra. ÁLEX ZEA

Publicidad

Málaga® DE MODA

Ahora es el momento

Únete a MÁLAGA DE MODA

Si eres diseñador, artesano, tienes una firma de moda o gestionas un negocio dedicado a las nuevas tecnologías, descubre las ventajas que te aporta pertenecer a la marca:

- Distinción con el sello de referencia en el sector
- Participación en ferias, eventos comerciales, exposiciones y jornadas profesionales
- Ayudas y subvenciones
- Promoción en medios de comunicación
- Participación en desfiles, pasarelas, ferias comerciales, cursos y jornadas profesionales

Diseño de Teressa Ninú

Todo son ventajas ¡Y sin coste alguno para ti!

¡Únete ya!
Infórmate sin compromiso
malagademoda@malaga.es
Telefono: 952133748

Málaga de Moda es la marca creada por la Diputación provincial con el objetivo de poner en valor el sector de la moda, el diseño, la artesanía o el de las nuevas tecnologías que tienen origen y factura malagueña y contribuir así a su comercialización y expansión.

diputación de **málaga**

LUNAR OFF · San Miguel · diputación de málaga · Málaga DE MODA · MálagaProcultura

Juan Carlos Maldonado

▶ VICEPRESIDENTE DE LA DIPUTACIÓN DE MÁLAGA Y RESPONSABLE DE MÁLAGA DE MODA

«Queremos incentivar el consumo del diseño y el talento malagueño»

«El año que viene queremos desarrollar nuevas acciones de apoyo a la moda malagueña como son los mercados itinerantes vinculados a esta actividad por toda la provincia»

Juan Carlos Maldonado, vicepresidente de la Diputación y responsable de Málaga de Moda. LA OPINIÓN

LA OPINIÓN. MÁLAGA

■ Cuando se habla de visibilidad y de promoción de la moda malagueña hablamos indefectiblemente de Málaga de Moda, que desde 2016 defiende los intereses de los creadores malagueños. Su responsable, Juan Carlos Maldonado anuncia nuevas medidas como los mercados itinerantes por toda la provincia.

P ¿Qué lugar ocupa la moda malagueña a nivel andaluz y nacional?

R A nivel andaluz tiene un peso destacado porque prácticamente el 70 por ciento del volumen de negocio que genera el sector textil en Andalucía está vinculado a Málaga, que cuenta con 700 empresas. A nivel nacional, podemos hablar de firmas como Mayoral y Charanga que son multinacionales con un volumen de producción y de negocio muy importante, a lo que hay que sumar nuevas marcas como Bvmpers, de moda masculina, o Stella Rittwagen, que muestran la importancia de los diseñadores de Málaga de Moda, la marca promocional de la Diputación. También a través de las redes sociales se está permitiendo a los diseñadores jóvenes que proyecten nuestra moda.

P Málaga de Moda surgió en 2016 para impulsar al sector textil en la provincia. ¿Cuál ha sido su trayectoria este tiempo?

R Málaga de Moda surge siguiendo la estela de otra marca promocional de la Diputación, Sabor a Málaga, con la misma intención, pero en el sector textil. Estamos dando a conocer la marca, que sirva tanto de paraguas, para reunir a todos los diseñadores y todo el sector textil de Málaga, como de escaparate, para darles promoción y proyección. Es cierto que nació con poco presupuesto y por eso vamos a impulsar presupuestariamente la marca para llevar a cabo más actividades, incluso realizar actividades propias, como ocurre con Sabor a Málaga. Hasta ahora hemos ido patrocinando eventos que no eran propios y para el presupuesto del año que viene estamos dándole forma a la licitación para poder desarrollar nuevas acciones, como mercados itinerantes vinculados a la moda por toda la provincia.

P ¿Qué les reporta a las empresas y a los autónomos integrarse en esta marca?

R Es un escaparate promocional importante y facilita a nuestros diseñadores y a nuestra industria la presencia en ferias del sector y pasarelas, como es el caso del Salón Internacional de la Moda Flamenca (SIMOF), el Salón Internacional de Textil, Calzado y Accesorios (MOMAD), la Pasarela Larios o Marbella Fashion Week.

> «Casi el 50% de las empresas adheridas a Málaga de Moda son del sector flamenco»

Además, hemos trabajado mucho en la formación y la capacitación, para que sea un sector cada vez más competitivo y que, a través de la digitalización de las empresas adheridas surjan nuevas oportunidades de negocio.

P La actividad del sector se ha visto prácticamente paralizada durante el último año, ¿se están realizando acciones especiales para ayudar a los diseñadores?

R Desde la Diputación hemos impulsado más de seis millones de euros entre ayudas específicas al sector textil y ayudas para los autónomos y para la contratación. Dentro del Plan Málaga estamos trabajando en nuevas medidas para poder ser útiles a un sector que queremos recuperar y que va ayudar a diversificar nuestra economía.

P ¿Cuál es el peso de la industria flamenca en Málaga de Moda?

R Prácticamente el 50 por ciento de las empresas adheridas a Málaga de Moda está vinculada al sector de la moda flamenca, por lo que tiene un peso muy importante, no solo para la marca promocional sino también dentro de las cifras de la actividad del sector textil de las que hablaba anteriormente. Es un sector que tiene un mercado muy amplio y esperamos que con la vacunación y con el respeto a las medidas sociosanitarias podamos volver a disfrutar pronto de nuestros eventos y que el sector de la moda flamenca pueda recuperar plenamente su actividad.

P La Diputación patrocina la exposición 'Héroes con volantes'. ¿Cuál es el objetivo?

> «'Héroes con volantes' pretende poner en contacto la moda flamenca con la sociedad»

R Tiene un doble objetivo. Por un lado, el sector de la moda flamenca ha estado muy perjudicado por esta crisis, no hay ferias, no hay eventos relacionados con el flamenco y es una industria muy importante en nuestra economía. Nos parecía fundamental participar en esta actividad promocionando la moda flamenca para ponerla en contacto con la sociedad. Además, queremos reconocer y homenajear a los trabajadores esenciales que en esta pandemia han estado al pie del cañón y han dado la mejor cara de esta sociedad. Queremos que a través de la moda flamenca luzcan su mejor sonrisa después de esta época difícil que les ha tocado vivir.

P Cuando se habla de moda flamenca a nivel nacional, todas las miradas se centran en Sevilla, algo de lo que muchos diseñadores malagueños se quejan. ¿Qué se podría hacer para aumentar la competitividad de estas empresas?

R Es cierto que Sevilla impulsó la presencia de la moda flamenca con el escaparate que supone SIMOF pero nosotros hemos dado la oportunidad a los diseñadores malagueños de estar presentes en este salón y dar visibilidad a nuestra moda. Como comentaba anteriormente, estamos dotándonos de presupuesto para organizar actividades propias y en ellas va a tener un peso importante este sector, que también ha estado vinculado a eventos relevantes como fueron los Goya o la pasarela Larios. De hecho, este mismo año hemos albergado por primera vez la Semana de la Moda en Andalucía para darle a nuestra moda la importancia que tiene. En nuestra provincia hay mucho talento y estoy convencido que, con todo el esfuerzo promocional y todas las acciones de formación que estamos llevando a cabo, la moda malagueña va a ser muy competitiva como lo está siendo ya por volumen de negocio.

P ¿Consumimos los malagueños moda flamenca al nivel que lo hacen otras ciudades? ¿Habría que motivar su consumo para que siga avanzando?

R Sin lugar a dudas. Al igual que en Sabor a Málaga muchas de las acciones que llevamos a cabo es para consumir productos de la tierra y hacer al malagueño partícipe de sus productos, en el sector textil tenemos la misma filosofía, la misma intención de incitar a consumir diseño, talento y arte malagueño. Málaga es cada vez una marca más potente y el malagueño se siente orgulloso de ella.

LUNAR OFF · San Miguel · diputación de málaga · Málaga DE MODA · MálagaProcultura

‘HÉROES CON VOLANTES’, EL MEJOR HOMENAJE A LOS REALMENTE ESENCIALES

FOTOS: DAVID GALLARDO

Mau Castillo Álvarez

FARMACIA FEDERICO CASTILLO EN LA AVENIDA DE LA AURORA

«Los farmacéuticos nos sentimos muy presionados en aquellos días»

■ «En la farmacia ha sido como una montaña rusa, de repente teníamos miedo, otros días nos encontrábamos desanimados, otros incluso enfadados. Los farmacéuticos nos hemos sentido muy presionados; además de sufrir la pandemia como la estábamos sufriendo, teníamos que enfrentarnos a acusaciones de posibles especulaciones con los precios de los geles hidroalcohólicos o las mascarillas».

Una vez superadas esas dudas iniciales, Mau comenta que no ha habido dos días iguales. «Había días que no entraba nadie por la puerta y otros días que no éramos capaces de atender a todo el mundo».

Mau quiere ser optimista y pensar en el final de la pandemia: «No sé exactamente lo que puede quedar, pero sé que queda menos y que llevamos ya mucho camino andado. Sé que hemos demostrado que juntos somos más fuertes y sé que saldremos de esta antes o después».

Respecto a la experiencia de ser modelo por un día Mau comenta en voz alta «¿A quién no le va a gustar que le rindan homenaje? Yo desde luego solo puedo dar las gracias y decir que me siento tremendamente agradecida por ello».

Victoria Rodiles -San Miguel

PROCURADORA. TRABAJA EN SU DESPACHO DE LA CALA DEL MORAL

«Ante la paralización de todo el sistema, nuestra reacción fue inmediata»

■ Victoria utiliza un símil cinematográfico para referirse a aquellos primeros días de pandemia: «Fue como *Matrix,* todo se quedó como suspendido en el aire a cámara lenta». El colectivo de procuradores vela por los intereses de las personas a las que representan y ante la situación de paralización absoluta que se vivió, la reacción fue inmediata. «Eso supuso acatar muchos cambios en la forma de trabajar y en un corto período de tiempo -recuerda Victoria- los que no tenían ingresos durante el confinamiento y quedaron pendientes de recibir las cantidades de su reclamación judicial, tuvieron la oportunidad de sobrevivir por nuestro trabajo y eso no tiene precio».

Respecto al futuro, Victoria opina que tendremos que seguir siendo muy cautelosos a pesar de habernos vacunado, ya que se ha demostrado que las mutaciones del virus son impredecibles, pero se muestra segura cuando afirma que «juntos conseguiremos vencerlo como ha hecho el ser humano en tantísimas ocasiones anteriormente. Somos una especie difícil de derrotar; no me cabe duda de que saldremos de esta.

Yvonne Rega Medina

EMPLEADA EN LA CANASTA

«Fue muy triste ver una parte de tu tienda apagada durante meses »

■ «Fueron días muy tristes a nivel profesional, era algo así como ver enfermar tu tienda, me refiero a pasar de una actividad alegre, siempre con gente de todos los lados, a no tener clientes sentados en nuestra cafetería. Gracias a los residentes de la zona centro por ser nuestros clientes», quien habla es Yvonne, trabajadora de La Canasta de la plaza de La Constitución.

Yvonne lamenta que casi año y medio y con la mayor parte de la población vacunada, el virus siga entre nosotros: «La evolución esta siendo dura porque cuando parece que todo ha terminado, volvemos otra vez a dar un paso atrás y así es muy complicado poder estar al 100%, en la hostelería. Sigue siendo muy triste ver una parte de tu tienda apagada durante meses».

La trabajadora de La Canasta aplaude el motivo que da origen a ‘Héroes con volantes’: «Me parece una iniciativa espectacular. Para mí, todos y cada uno de los trabajadores, pertenezcan al gremio que sean, son esenciales».

«Espero y deseo que todo evolucione favorablemente para todos. Es un camino duro pero seguro que juntos y con conciencia saldremos adelante», añade.

Aurora Laso García

ENFERMERA Y SUPERVISORA EN QUIRÓN SALUD MÁLAGA

«El virus sigue en nuestras vidas y hay que atacarlo desde todos los ángulos»

■ Aurora no se olvida de esas primeras semanas donde «nosotros salíamos de casa cada día para enfrentar la batalla en el servicio de urgencias». Ahora, desde hace tres meses se encuentra en el área de supervisión de consultas externas y aunque se tiene otra visión del virus, toda precaución es poca y la responsabilidad sigue siendo la misma. «El virus sigue en nuestras vidas y hay que atacarlo desde todos los ángulos», matiza.

La experiencia de ‘Héroes con volantes’ le ha parecido un homenaje precioso, «a todas esas personas que hemos estado lidiando cada día con este virus y esta pandemia que hemos sufrido. Todos hemos sido eslabones importantes en esta cadena y sin un trabajo en equipo nada hubiera sido posible». El hecho de tener este reconocimiento en las fechas de la Feria de Málaga «ha sido todo un lujo y más acompañados por esa pedazo de cantera de diseñadores que tenemos en Málaga», afirma.

«Lo único que podemos saber - finaliza Aurora- es que entre todos podemos hacerle frente a este virus y salir del bache si luchamos unidos y con responsabilidad».

LUNAR OFF · San Miguel · diputación de málaga · Málaga DE MODA · MálagaProcultura

▶ Victoria, María del Mar, Mercedes, Antonio, Marisol, Mau, Marina, Tábata, Ezequiel, Ylenia, Rocío, Inmaculada, Lucía, Aurora, Yvonne y Noelia son solo dieciséis nombres, pero representan a todos a aquellos trabajadores malagueños que, con su esfuerzo y dedicación, contribuyeron al bienestar general en marzo, abril y mayo de 2020, quizá los momentos más duros y difíciles que hemos vivido como sociedad.

María Lucía Romero Sánchez

COMERCIAL DE HOSTELERÍA DE LA EMPRESA SAYCO

«Todos nuestros clientes, de la noche a la mañana, se vieron cerrados»

■ María Lucía trata todos los días con negocios de hostelería y recuerda que las primeras semanas fueron duras y llenas de incertidumbre, «había muchísimo miedo ya que no se sabía cómo podía evolucionar la epidemia y nuestros clientes, de repente, se vieron cerrados, algunos acababan de abrir con muchísima ilusión negocios que de la noche al día echaron el cierre con la inquietud de no saber qué iba a pasar. En Sayco estuvimos en contacto con ellos en todo momento y nos transmitían sus miedos.

Lucía recuerda la impotencia de no poder entrar al interior de los pocos hosteleros que se atrevían a abrir en las primera semanas. «El comienzo fue duro y extraño a la vez».

Respecto a la exposición, Lucía cree que ha sido un gesto muy generoso por parte de los diseñadores flamencos, «cedernos por un día sus creaciones y hacernos sentir tan especiales y desde luego recordar que su sector también ha sufrido y sufre las consecuencias de esta epidemia sanitaria y económica». Lucía califica la experiencia de «genial», y se sintió «superespecial», por llevar un diseño tan flamenco y elegante a la vez de Amparo Pardal».

Noelia González González

AGENTE ÚNICA EN LA EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTES (EMT)

«Durante un tiempo, la gente tenía miedo de subir al autobús»

■ Noelia fue testigo de una pequeña revolución organizativa en la EMT provocada por el Covid. «En la empresa tuvimos que adelantarnos a los acontecimientos, creando nuevos turnos de trabajo en todas las líneas, con cambios de horarios, para poder dar todos los servicios diarios bajo mínimos e incluso tuvimos que adelantarnos muchos compañeros y compañeras las vacaciones».

La EMT ha seguido prestando servicio ininterrumpidamente desde marzo de 2020 adaptándose a las nuevas medidas, Noelia reconoce que ha habido épocas muy duras «cuando la mayoría de la gente tenía mucho miedo a salir a la calle, menos aún por socializarse y subir a un medio de transporte público».

Respecto a la exposición de la calle Alcazabilla, Noelia cree que no hay mejor propuesta flamenca que un diseñador pueda homenajear con personas anónimas, «es para quitarse el sombrero por ellos», indica.

Noelia cree que con la vacunación masiva «podemos llegar a controlar el virus. La gente está muy cansada de llevar mascarillas, pero no podemos bajar la guardia, ya hemos perdido mucho».

Ylenia Anguita Ambel

EMPLEADA EN CARREFOUR FUENGIROLA

«Fuimos conscientes desde el principio de que nuestro trabajo era esencial»

■ «Recuerdo que todos sentíamos una gran responsabilidad ya que fuimos conscientes de que nuestro trabajo era realmente esencial para muchas personas», indica Ylenia. «En Carrefour nos proporcionaron todas las medidas de seguridad e higiene que fueron necesarias, por lo que pudimos atender y escuchar a nuestros clientes durante todo el tiempo, incluso en las semanas más duras del confinamiento», recuerda.

Con el paso de los meses, los supermercados se configuraron como espacios seguros e Ylenia hace hincapié en los nuevos canales de comunicación que se han habilitado para facilitar que todos los clientes puedan hacer sus pedidos incluso a través de llamadas telefónicas, whatsapp, videollamadas…

Para esta empleada del Carrefour de Fuengirola, 'Héroes con volantes' «es una acción muy solidaria con la que se hace un estupendo homenaje a las personas que han desarrollado una actividad esencial y han continuado trabajando desde el primer día de pandemia.

Ylenia casi no tiene palabras para describir lo que ha sentido al ser modelo por un día. «Lo he vivido como un sueño», concluye.

Antonio J. González

COORDINADOR DE CIRUGÍA GENERAL Y DEL APARATO DIGESTIVO DEL HOSPITAL SANTA CLARA

«Durante febrero y marzo me incorporé a trabajar en las plantas Covid»

■ Antonio vivió cara a cara lo más crudo de la pandemia en el hospital donde trabaja. «Las semanas de confinamiento fueron muy complejas. La sensación de vivir una situación sanitaria excepcional que ponía en riesgo real a la población, a nuestras familias y a nosotros mismos nos hacía trabajar con mucha presión». Además, en su casa había doble riesgo ya que su mujer, neumóloga, estuvo desde el inicio en primera línea.

Antonio, especialista en cirugía general, decidió dar un paso adelante y se incorporó a trabajar en las plantas Covid. «Lo hice con la intención de mostrar mis solidaridad a mis compañeros de la primera línea, que a esas alturas ya estaban agotados».

La exposición 'Héroes con volantes' le parece «una gran idea en la que todos colaboramos en las actividades económicas más dañadas con la crisis. Que los diseñadores pongan su granito de arena y nosotros colaboremos es una gran sinergia».

Respecto al futuro, Antonio cree que tendremos que «aprender a convivir con el virus» por el alto grado de mutación del mismo frente a las vacunas.

LUNAR OFF · San Miguel · diputación de málaga · Málaga DE MODA · MálagaProcultura

‘HÉROES CON VOLANTES’, EL MEJOR HOMENAJE A LOS REALMENTE ESENCIALES

FOTOS: DAVID GALLARDO

Marisol Pérez Gavilán

RESPONSABLE COMERCIAL DE LA DIRECCIÓN TERRITORIAL DE UNICAJA BANCO EN MÁLAGA

«En Unicaja Banco priorizamos la apertura de nuestras oficinas»

■ «Siempre tuvimos la responsabilidad de trabajar en un sector esencial», Marisol Pérez Gavilán, responsable comercial de la Dirección Territorial de Unicaja Banco, recuerda que su único objetivo aquellos días fue «garantizar la apertura de nuestras oficinas y seguir prestando servicio, apoyo y confianza a nuestros clientes en un momento tan complicado. Además, potenciamos nuestros canales a distancia (banca digital y atención telefónica), para salvaguardar la salud, especialmente, de las personas más vulnerables»

La representante de Unicaja Banco indica que aquellas semanas fueron de trabajo muy intenso: «Se implantaron en tiempo récord las moratorias hipotecarias y personales de ayuda a particulares, -recuerda- así como los préstamos ICO para autónomos y empresas».

Pérez Gavilán cree que este reconocimiento es para todos los compañeros del sector, que, como los profesionales del resto de servicios esenciales, «hemos trabajado muy duro en este periodo».

Además, cree que ‘Héroes con volantes’ mantiene viva la esencia de nuestras fiestas y hace visible a la moda flamenca, muy castigada por la pandemia.

Inmaculada Muriana

EMPLEADA DE LIMASAM

«Afrontábamos cada día de trabajo con el reto de acabar con el virus»

■ Inmaculada, como empleada de Limasam, la empresa de limpieza municipal de Málaga, se vio de la noche a la mañana luchando para erradicar el virus: «En el trabajo, yo y mis compañeros dimos el cien por cien, cada día lo afrontábamos con el reto de acabar con el virus, fue duro, pero estuve agradecida una vez más de estar en primera línea y ayudar a combatir esta tragedia».

Inmaculada ha trabajado en la desinfección de todo tipo de comercios, colegios, farmacias, supermercados, papeleras y contenedores, «como todas las empresas, -indica Inmaculada- nos hemos adaptado para realizar el trabajo a un nuevo protocolo de actividad».

Para esta trabajadora de Limasam, la experiencia de ser modelo por un día ha sido inolvidable: «Poder lucir estos diseños es una suerte pero también es un lujo conocer a los artistas malagueños. Que te maquillen, te vistan y te pongan bien guapa, ¿a quién no le gusta? Yo encantada y dispuesta a ser modelo todos los días. Para mí es un regalo y un enorme placer sentirme homenajeada. Muchas gracias a los diseñadores por esta iniciativa».

Rocío Díaz

TÉCNICO DE ASAJA

«Si los agricultores y ganaderos no pararon, nosotros tampoco»

■ Rocío Díaz, técnico de ASAJA, la asociación que defiende los intereses de los jóvenes agricultores, tenía claro que si sus asociados seguían al pie del cañón en sus explotaciones, ellos no iban a ser menos: «Ellos no podían parar y, por tanto, nosotros tampoco. La adaptación al teletrabajo fue fácil y gracias a él no dejamos de prestar servicios en ningún momento», recuerda. Además, superado el primer momento de desconcierto, siguieron con su calendario de formación para sus representados.

Díaz cree que gracias a iniciativas como la que lidera en esta ocasión La Opinión de Málaga y Prensa Ibérica, «se da a conocer su trabajo y se pone en valor la labor sin parones que han realizado trabajadores de diferentes sectores, como es nuestro caso».

Respecto al final de la pandemia, la representante de ASAJA cree que aún no estamos cerca de derrotarla, «me gustaría confiar en que sí, pero en la situación en la que estamos creo que aún falta bastante. Tenemos que seguir actuando con mucha responsabilidad, acostumbrarnos a vivir con esta situación y con mucha conciencia para que podamos volver a la normalidad lo antes posible», finaliza.

María del Mar Pineda Parra

COORDINADORA DE SERVICIO DE AYUDA A DOMICILIO (SAD) DE LA EMPRESA CLECE

«Teníamos muchas ganas de hacer y ayudar a nuestros usuarios»

■ «Recuerdo tener mucha preocupación por el bienestar de los usuarios y auxiliares. Pero tras eso, recuerdo claramente un gran compañerismo, un «todos a una» constante y unas ganas brutales de hacer y ayudar por todas las partes. Recuerdo un gran equipo con actitudes que nos harían salir de todo aquello», quien habla es María del Mar Pineda, coordinadora del Servicio de Ayuda a Domicilio de la Empresa Clece, una empresa que a través de múltiples servicios trabaja para mejorar la calidad de vida de cientos de miles de personas.

Si hay algo que ha sacado en claro María del Mar de todo lo acaecido durante la pandemia es que «todos hemos evolucionado a pasos agigantados. Creo firmemente que tras esta pandemia, todos hemos crecido y mejorado como personas. Y todo ese crecimiento siempre se ha reflejado en todos los aspectos de nuestra vida, incluyendo por supuesto el profesional»

María del Mar cree «muy necesario» reconocer, valorar y exponer todos los trabajos esenciales de la manera que lo hace ‘Héroes con volantes’.

LUNAR OFF · San Miguel · diputación de málaga · Málaga DE MODA · MálagaProcultura

▶ Victoria, María del Mar, Mercedes, Antonio, Marisol, Mau, Marina, Tábata, Ezequiel, Ylenia, Rocío, Inmaculada, Lucía, Aurora, Yvonne y Noelia son solo dieciséis nombres pero representan a todos a aquellos trabajadores malagueños que, con su esfuerzo y dedicación, contribuyeron al bienestar general en marzo, abril y mayo de 2020, quizá los momentos más duros y difíciles que hemos vivido como sociedad.

Mercedes Ruiz Alamillo

RESPONSABLE DEL ÁREA DE CALIDAD, VENTAS Y MÁRKETING DE AGAMMA

«Organizamos rutas para suministrar nuestros productos»

■ Los productos de alimentación, la comida, también fue objeto de debate en las primeras semanas de confinamiento por el temor al desabastecimiento. Mercedes Ruiz, de AGAMMA (la Agrupación de Ganaderos de los Montes de Málaga) recuerda aquellas primeras semanas en las que «se dispararon las ventas en las tiendas de los barrios, y en las que estuve muy pendiente de los clientes que tenemos porque había que organizar las rutas para ir más de una vez a suministrarle producto», recuerda.

La pandemia trajo cambios en los hábitos de consumo pero también en los de compra: «Dimos un cambio a las ventas online -continúa Mercedes- bajando los gastos de envío para favorecer a las personas que se habían quedado sin empleo por la pandemia y pusimos más dinámica de packs ahorro para poder facilitarles la compra».

Mercedes cree que 'Héroes con volantes' «ha sido una fantástica idea con el objetivo de fortalecer y enriquecer más a los diseñadores con el apoyo de todos».

Por último, Mercedes cree que con la vacunación tan adelantada «estamos al final de esta pesadilla que tanta tristeza nos ha dejado».

Ezequiel Silvetti

SOCIO DE LA TASCA LA TRANCA

«Hemos tenido que reinventar de algún modo nuestra manera de trabajar»

■ Si algo ha tenido que hacer la hostelería, quizá junto al turismo el sector más perjudicado por la pandemia, ha sido reinventarse día a día. De esto sabe mucho Ezequiel Silvetti de la tasca La Tranca: «Hemos tenido que reinventar de algún modo la manera de trabajar, de dar otro tipo de servicio al que no estábamos acostumbrados, e ir modificándonos día a día en base a la respuesta del público y las normas que han ido imperando en cada momento».

Todo, con un objetivo claro: «Intentar mantener nuestra esencia y nuestro trabajo, pero sobre todo, tratando de mantener y garantizar la seguridad de nuestros clientes, lo que ha supuesto un esfuerzo continuo de compromiso y paciencia de todos».

Respecto a este homenaje que se rinde a los esenciales con la exposición 'Héroes con volantes', Ezequiel cree que es «un guiño muy bonito de nuestros artistas y creadores hacia nosotros, que durante todo este periodo hemos trabajado por y para los malagueños», y concluye expresando un deseo:» ¡Ojalá el año que viene podamos lucir esas prendas trabajando en Feria!

Marina Fernández

RESPONSABLE DE LA UNIDAD DE COMUNICACIÓN DEL HOSPITAL REGIONAL DE MÁLAGA

«La crisis del Covid ha supuesto para mí un aprendizaje continuo»

■ Si alguien ha vivido en primera línea junto a los profesionales médicos la irrupción y propagación de la pandemia en el mayor complejo hospitalario malagueño, esa es Marina Fernández Espinosa, responsable de la comunicación del HRU de nuestra ciudad. «A pesar de lo complejo que fue y de lo mal que lo pasamos, recuerdo que fue un aprendizaje continuo, ya que estar en primera línea como periodista me permitió, tanto conocer al detalle cómo se reorganizó la sanidad malagueña, como estar en reuniones en las que se tomaron decisiones muy importantes».

Marina califica de «apasionante y extenuante» su labor en aquellos días ayudando a sus compañeros periodistas de los medios de comunicación para que tuviesen toda la información y el material gráfico necesario para contar qué ocurría en el interior de los hospitales malagueños, demostrándose de este modo «la importancia del papel del periodista en las instituciones sanitarias».

«'Héroes con volantes' me parece una iniciativa muy bonita», añade Marina, que se confiesa « amante de la moda flamenca», y de unos trajes que espera ver muy pronto por las calles de Málaga.

Tábata Pedraza Ocaña

TAXISTA

«La soledad de las calles por la mañana al salir a trabajar fue inolvidable»

■ Tábata Pedraza es taxista y recuerda con inquietud las primeras semanas de pandemia, cuando todo era incredulidad y desasosiego: «Una nueva enfermedad, sin ningún tipo de información sobre ella, y lo más duro fue estar cada día prestando un servicio al público sin protección ni ayuda económica para materiales sanitarios, mamparas de protección, etc...

A Tábata se le quedó grabado una cosa en su cabeza, «la soledad de las calles por la mañana al salir son ya momentos inolvidables.» Con el paso de los meses, esta profesional del taxi cree que la situación ha mejorado: «Los usuarios están mucho más concienciados, agradecen la limpieza de nuestros vehículos y nuestro trato cercano. Valoran el servicio que prestamos ya que en algunos momentos nosotros hemos tenido que llevar pacientes con Covid al hospital. Sin duda alguna, estamos al servicio del ciudadano».

Tábata cree que este homenaje en forma de exposición «es una experiencia única, ya que por un momento los servicios esenciales fuimos olvidados. Muchísimas gracias por la oportunidad de hacer que nos sintamos modelos por un día».

LUNAR OFF · San Miguel · diputación de málaga · Málaga DE MODA · MálagaProcultura

José Galvañ

▶ PRESIDENTE DE LA ASOCIACIÓN LUNAR OFF

«La moda flamenca es la gran olvidada de las instituciones»

La asociación nacida el año pasado y que preside este creador malagueño lucha por los intereses de este sector en la comunidad andaluza. Cuenta ya con 150 empresas asociadas y ha organizado en Málaga 'Héroes con volantes'

LA OPINIÓN. MÁLAGA

■ El diseñador José Galvañ es el presidente de la asociación Lunar Off, un movimiento que surgió el pasado año para luchar por los intereses de la moda flamenca en Andalucía, un sector que se ha visto duramente golpeado por la crisis del coronavirus. Lunar Off, que ya cuenta con unas 150 empresas asociadas, se hace visible en Málaga con 'Héroes con volantes', una exposición que rinde homenaje a todas esas personas que trabajaron en primera línea durante los peores momentos de la pandemia y que se puede ver en estos días en la calle Alcazabilla.

P ¿Cómo ha sido la trayectoria de la moda flamenca en los últimos años?

R En los últimos años, la moda flamenca ha estado bien valorada y situada, ha sido un sector que ha movido millones de euros. Cada año se duplicaban las cifras de negocio y de empleo. Después de la pandemia nos queda mucho por hacer, porque la moda flamenca ha sido la gran olvidada por todas las instituciones, no hemos recibido ayudas directas.

P No solo son trajes de flamenca, el sector es mucho más...

R La moda de flamenca engloba muchos sectores porque no solo se trata del diseñador que hace el traje, son los almacenes que venden los tejidos, las mercerías, las costureras, la gente que enfleca, que patrona, que borda, etc. Indirectamente, da empleo a maquilladores y peluqueros para crear los catálogos, a fotógrafos, a modelos, etc.

P ¿Cómo ha afectado la crisis al sector?

R Ha sido muy duro. El año pasado nos quedamos con las colecciones colgadas. En Sevilla, por ejemplo, han desaparecido del centro de la ciudad alrededor del 70 por ciento de las tiendas de moda flamenca. Y van a seguir desapareciendo hasta que no tengamos buenas noticias.

P ¿Qué están haciendo para sobrevivir?

R Los diseñadores lo que están haciendo es reinventarse y enfocarse en otros sectores para resistir, es lo que ocurre, por ejemplo, con las propuestas de invitada, pero el negocio de las bodas también se ha visto afectado por la pandemia, así que no ha sido la solución. No ha habido ferias, pero tampoco bodas, así que la única salida ha sido derivar a las colecciones de verano, colecciones de camisas, etc. para mantenerse y sobrevivir.

P ¿Cómo surge Lunar Off?

R Nos reunimos un grupo de diseñadores, Javier García, Pablo Retamero, Juanjo Bernal y yo, para organizar la primera manifestación de los diseñadores de moda flamenca, que fue el 28 de octubre de 2020. Era una convocatoria a nivel andaluz y la organizamos en Sevilla para ir hasta el Palacio de San Telmo, sede de la Junta de Andalucía. Salimos a la calle todos vestidos de negro y tuvo mucha repercusión en los medios, pero no obtuvimos respuesta de las instituciones. Nos aconsejaron crear una asociación porque así sería más fácil contactar tanto con la Junta de Andalucía como con los distintos ayuntamientos. Ahí nació Lunar Off. Hemos tenido algunas reuniones, pero no hemos conseguido nada. Ahora estamos esperando la respuesta de la Consejería de Cultura. La única institución que puede ayudar a la moda flamenca andaluza es la Junta.

José Galvañ, presidente de Lunar Off. DAVID GALLARDO.

P ¿Cuáles son las reivindicaciones de la asociación?

R Estamos pidiendo unas ayudas directas para las empresas y una ayuda anual a la creación de la moda flamenca como se hace con otros sectores culturales. La moda flamenca es cultura, es única y exclusivamente andaluza, creada en Andalucía. Sin embargo, está fuera de cualquier ayuda. Hace diez años que el flamenco fue considerado Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por la UNESCO, pero todas las ayudas van destinadas a los espectáculos y festivales, la moda flamenca no está incluida. Si la Consejería de Cultura no nos abraza, no tenemos dónde acudir.

P ¿Cuál es el fin de la exposición 'Héroes con volantes'?

R Las administraciones locales nos decían que no había ayudas directas para el sector, pero sí para visibilizar la moda flamenca, así que decidimos organizar 'Héroes con volantes'. No queríamos hacer una acción con modelos profesionales, sino rendir un homenaje a todas aquellas personas que habían trabajado en primera línea durante la pandemia. Se convirtieron en modelos durante un día y el resultado se puede ver en la exposición fotográfica de la calle Alcazabilla durante el periodo de feria.

P ¿Han tenido apoyos? ¿Tienen previstas nuevas acciones?

R Tenemos previsto volver a salir a la calle el próximo 28 de octubre, un año después de la primera manifestación, y habrá que seguir organizando acciones para que las administraciones nos escuchen.

LUNAR OFF · San Miguel · diputación de málaga · Málaga DE MODA · MálagaProcultura

Amparo Pardal

▶ DISEÑADORA DE MODA FLAMENCA

«Hay muchas colecciones de moda flamenca en stock»

La diseñadora gaditana afincada en Rincón de la Victoria cree que cuando se vuelvan a celebrar las ferias se van a ofrecer trajes a muy buen precio para vaciar los almacenes

LA OPINIÓN. MÁLAGA

P ¿Cómo está llevando la crisis y el descenso de trabajo provocado por la pandemia?

R Afortunadamente ejerzo otra actividad, por cierto, esencial durante el confinamiento, como es el trabajo con abogados en asesorías jurídicas gestionando Ertes y con administradores de fincas. Si hablamos de moda, la caída de la actividad ha sido absoluta.

P ¿Cómo se ha reinventado?

R El año pasado hice muchas mascarillas en los primeros momentos de escasez. Colaboré mucho con la Policía Nacional y la Guardía Civil de muchos lugares de España. Trabajé con una marca que me pedía diseños y llevé mascarillas a muchas tiendas. A finales de año, y gracias a Málaga de Moda, hice trabajos para novias y alta costura, que era un estilo que estaba tocando muy poco y que ahora todavía sigo haciendo. Además, en estos meses estoy retomando trabajos de bodas para algunas clientas.

P ¿Cuánto tiempo cree que tardará la moda flamenca en recuperar las cifras de negocio que se registraban en 2019?

R Nos va a costar. Si hay trabajo y ferias el año que viene, van a salir colecciones de años anteriores que están en stock y que se van a ofertar a buenos precios para darles salida. Las empresas grandes presentarán, casi con total seguridad, liquidaciones. Todo esto va a influir en que se saquen un número menor de nuevas colecciones. Como poco, creo que hasta dentro de dos años los trajes no van a alcanzar los valores que tenían en 2019.

P ¿Se ha sentido apoyada por las instituciones en estos casi 18 meses de crisis?

R Tuve apoyo de visibilidad de mi trabajo a finales de 2020. En 2021 ha sido todo muy difícil porque cuando ha habido algún desfile, la logística era muy complicada. Creo que ha habido mucha voluntad por parte de las instituciones (Diputación, Málaga de Moda, etc), pero creo que ellas mismas se han visto muy mermadas en su capacidad de maniobra y actuación. Soy de las que pienso que en estos momentos para la promoción funciona mejor un buen reportaje, a poco coste, y moverlo mucho a través de RRSS, porque ahora el mercado está muerto y los desfiles son inviables.

LA OPINIÓN

Amparo Pardal.

P La venta online, las RRSS ¿están cambiando la manera de vender vuestro producto?

R Yo trabajo bien con las RRSS y mi marca funciona muy bien en este canal. Ahora lo que hago es mantener la imagen de mi marca porque ahora no se vende nada, no hay mercado. Me mantengo activa, saco cosas nuevas pero estoy guardando muchas cosas de mi nueva colección.

P ¿Cómo es el vestido de Amparo Pardal que aparece en 'Héroes con volantes'?

R Presento un traje con un color muy especial que lo he trabajado en varios modelos este año que es el azul Klein, con tul y bordado a mano en cristal, porque yo trabajo mucho la artesanía. Este modelo es nuevo, no lo he sacado nunca en pasarela y es un adelanto de lo que sacaré el año que viene con mucha pedrería, transparencias y mucho lujo.

Nacho Heredia

▶ GERENTE DE HEREDIA TAILORED

«Mi reinvención ha sido montar mi propia tienda»

Tras veinte años de trabajo, el diseñador malagueño inicia una nueva etapa profesional en un nuevo espacio situado en la calle Esparteros, en pleno centro de la capital

LA OPINIÓN. MÁLAGA

P ¿Cómo está viviendo este parón en su actividad profesional?

R Da la casualidad que monté mi empresa gracias al Covid. Empecé el 15 de febrero de 2020 con tienda propia (calle Esparteros, 9, en el centro de Málaga) tras más de 20 años trabajando para otros. He de decir que para la que está cayendo yo no me puedo quejar, mi especialidad es la ropa de ceremonias, bodas, padrinos y acompañantes, y a pesar de que han dejado de celebrarse muchos eventos estoy trabajando mucho y estoy más que satisfecho. Podemos decir que mi reinvención ha sido dar el salto y montar mi propio negocio.

P ¿Cuándo acabará la crisis?

R Entre 3 y 5 años porque vamos a convivir con el Covid. Esto no se va a acabar ni este año ni el año que viene.

P ¿Se ha sentido apoyado por las instituciones en estos casi 18 meses de crisis?

R Particularmente, no he recibido ninguna ayuda.

P La venta online y las RRSS ¿están cambiando la manera de vender vuestro producto?

R Sí. He potenciado mis redes sociales con empresas externas que me llevan la gestión para atraer la atención del público. La venta online no la he tocado porque en estos meses me he volcado sobre todo en la tienda física.

P ¿Cómo se define?

R Mi forma de trabajar tiene una máxima: atender al cliente como yo quisiera que me atendieran. Mi forma de trabajar es esa, asesoro a los clientes para que luzcan bien en sus bodas, ajustando lo que viene mejor en cada caso. En mi caso creo que el boca a boca está funcionando muy bien en estos meses que llevo abierto.

P ¿De qué fuentes bebe a la hora de realizar sus diseños?

R Miro mucho lo que veo en redes sociales, lo que hacen las grandes firmas y me guío del gusto de los clientes. Mis trajes son de corte clásico y sobre todo elegantes. Trabajo con tejidos naturales y lanas frías, sin brillos, en prendas de levita y semilevita como el chaqué.

ÁLEX ZEA

Nacho Heredia.

P ¿Cómo es el traje de Nacho Heredia que podremos contemplar en nuestra muestra 'Héroes con volantes'?

R Es un traje para cualquier tipo de público, tanto novios como acompañantes y para eventos. Es un traje de fondo de armario, que no pasará de moda y que dentro de 10 años seguirá siendo elegante y actual. Viene combinado con un chaleco cruzado con solapas en gris perla de tejido de lana fría, haciendo un guiño a la moda flamenca con una corbata de lunares grandes en burdeos.

LUNAR OFF · San Miguel · diputación de málaga · Málaga DE MODA · MálagaProcultura

Astrid Hohle

▶ DISEÑADORA DE MODA FLAMENCA

«Mi estilo es actual y dirigido sobre todo a la gente joven»

L.O.

Astrid Hohle.

«Estoy atenta a las tendencias aunque siempre tengo en mente la romería del Rocío y la moda que se ve en la calle porque creo que ambas siempre tienen cosas en común»

LA OPINIÓN. MÁLAGA

P ¿Qué ha hecho para mantener la actividad durante esta época de pandemia?

R He tenido que dedicar mis esfuerzos a otro tipo de confección porque yo hago moda flamenca y está totalmente paralizado el mercado. He trabajado haciendo producciones para otras marcas. Estoy confeccionando otro tipo de ropa muy diferente a lo que vengo haciendo normalmente.

P ¿Cuánto tiempo cree que tardará la moda flamenca en recuperar las cifras de negocio que se registraban en 2019?

R Creo que durante 2022 no se va a reactivar todavía. Como muy pronto en 2023 o 2024.

P ¿Cómo se definiría como diseñadora de moda?

R Defiendo un estilo actual, dirigido mayormente a la gente joven. Me gusta también adaptarme a los requerimientos de las clientas y sus necesidades.

P ¿En qué se inspira a la hora de hacer sus creaciones?

R Depende del año y de la época pero siempre estoy atenta a las tendencias. Siempre tengo presente la Romería del Rocío y la moda normal de la calle, que creo siempre tienen cosas en común y muchas veces van de la mano.

P ¿Cómo es el vestido de Astrid Hohle que aparece en nuestra muestra 'Héroes con volantes'?

R El vestido está muy orientado a la romería, al Rocío, que es lo que he aprendido de pequeña y es lo que he trabajado toda mi vida. Es un modelo muy actual, con bastantes vuelos y volúmenes, cómodo y con el que se puede andar. Va un poco a la contra de lo que se venía haciendo hasta ahora: vestidos entallados y con mucho peso. Lleva algodón de poppelin y tiene tiras bordadas y mantoncillo, como los trajes antiguos, de cuando era pequeña. Es muy cómodo y muy flamenco.

Moisés Guerrero

▶ CEO EN VIVA LA FERIA-MODA FLAMENCA

«En 2022 habrá que vender las colecciones que están en stock»

L.O

Moisés Guerrero.

Tras 38 años de existencia, Viva la Feria no emprende nuevos caminos pero potencia nuevas líneas de negocio, como la de los complementos, que han alcanzado mucha notoriedad

LA OPINIÓN. MÁLAGA

P ¿Cómo se está reinventando en estos 18 meses?

R Tras 38 años de trayectoria, nuestro mayor valor nos lo da el traje de flamenca y trabajamos también la ropa de baile flamenco, zapatería, mantones de manila, etc. Con todos estos años de trayectoria no nos podemos reinventar de modo temporal, lo que hemos hecho ha sido potenciar esas líneas de negocio que eran los complementos y que en 2020 y en 2021 se han convertido en una parte muy importante tanto en la tienda física como en la versión de página web y RRSS.

P ¿Cuánto tiempo cree que tardará la moda flamenca en recuperar las cifras de negocio que se registraban en 2019?

R Me da la sensación de que el 2022 va a ser una temporada de relanzamiento y de que no vamos a tener una temporada «normal» hasta 2023. Hay que tener en cuenta que no es lo mismo el trabajo de un diseñador, que puede hacer 100 trajes por temporada, que la de un fabricante de trajes de flamenca que puede producir 3.000. Además hay colecciones completas colgadas en los almacenes. En 2022 habrá que vender todos los stocks que hay antes de fabricar nuevos trajes.

P ¿Cómo es el traje de Viva la Feria que aparece en nuestra muestra 'Héroes con volantes'?

R Hemos querido hacer un homenaje simbólico a la flamenca de siempre. El traje es de un tejido de color azul combinado con verde agua con lunares tipo galleta, muy grandes. El tejido tiene un poco de caftán que permite un encaje perfecto, que entalla y estiliza y lleva un volante prominente, abajo, que le da mucha sensualidad. También vestimos a un caballero y lo vestimos muy clásico y elegante: calzón a rayas, camperas de toda la vida, chaleco y chaquetilla en azul y un sombrero gris.

F de Frank

▶ DISEÑADOR

«Soy apasionado de una moda que ya casi no veo en pasarela»

El diseñador marbellí ocupa su tiempo trabajando para eventos, volcándose en el diseño de complementos e impartiendo clases de Diseño y Patronaje, su «asignatura pendiente»

LA OPINIÓN. MÁLAGA

■ El diseñador marbellí F de Frank es un contrastado creador que acumula años de experiencia en pasarelas y eventos. De Frank, que se trasladó a Londres para formarse en Diseño y Patronaje en la Central Saint Martins (Universidad de las Artes de Londres), ha realizado diferentes cursos con profesionales de la casa Del Pozo, Chingo Sato y Eva María Soto.

En la actualidad, F de Frank soporta la crisis del sector capeando el temporal «inventando cosas porque la moda flamenca está muerta y estoy haciendo unos pocos eventos, además de detenerme también en los complementos con los que estoy trabajando mucho últimamente», afirma. En estos dieciocho meses de parón, el diseñador marbellí también ha dedicado tiempo a impartir clases de diseño y patronaje. «Era una cosa que tenía pendiente desde hace mucho tiempo y este invierno pasado me he decidido a hacerlo y así vamos matando el gusanillo».

Aunque se va avanzando en las medidas que palíen los estragos de la pandemia, el creador malagueño cree que tampoco será 2022 el año de la vuelta a la actividad en el sector de la moda: «Todavía nos quedan dos años o tres, no tengo mucha esperanza en 2022 y esperemos que para 2023 la cosa empiece a moverse».

En este periodo de sequía, muchos colegas de profesión han aprovechado para iniciar negocios a través de los canales digitales; no es el caso de F de Frank, quien cree «muy complicado» trasladar la confección a medida y el alto diseño al entorno online.

El diseñador se considera un «apasionado» de la moda, pero de una moda que cada vez ve menos en las pasarelas. «Ahí lo dejo -indica- creo que se está atravesando un momento de crisis creativa a nivel global. En la actualidad veo muy pocas cosas que me gustan», añade.

DAVID GALLARDO

F de Frank.

Si hablamos de inspiración, de las fuentes de las que se nutren las creaciones y el trabajo de F de Frank, su respuesta es contundente «me alimento de todo. Mi época londinense me ha marcado mucho en el estilo que pretendo implantar, bebo de cualquier cosa: cuadros, paisajes, personas, de cualquier cosa menos de la moda que se viene haciendo en los últimos tiempos, esa no me inspira nada».

La contribución de F de Frank a la exposición 'Héroes con volantes' que La opinión de Málaga y Prensa Ibérica celebrarán del 13 al 22 de agosto en la calle Alcazabilla de la capital malagueña viene por partida doble: «Llevo dos trajes y puedo decir muy orgullosamente que los dos son muy representativos de F de Frank, en el color negro, en la elegancia y los tejidos. Uno va con tul y flecos de lentejuelas, con doble volante en mangas y en el cuerpo, y con un lazo en el cuello alto. El otro es un traje de tejido tratado con hilo lamé en negro, es largo con corte asimétrico, más largo por delante que por detrás, con grandes volúmenes abajo y con flores en las mangas».

Yolanda Relinque

▶ DISEÑADORA

«El sistema está cambiando. La digitalización se impone»

La diseñadora de joyas y textil se inspira en la Historia para recuperar tejidos antiguos y apuesta por proyectos ecorresponsables basados en el respeto a la sostenibilidad

LA OPINIÓN. MÁLAGA

P Dieciocho meses con la actividad parada es mucho tiempo. ¿Cómo lo ha encarado Yolanda Relinque?

R Estoy aprovechando para crear, para organizar la marca. Está siendo complicado. Si hay vida en la calle nosotras tenemos trabajo, si no, no hay nada que hacer. Estoy enfocada en la joyería sostenible y lo que he hecho ha sido introducir el textil en el ámbito de la joyería. Me he dedicado a crear productos más específicos, que es la filosofía de mi marca: colaborar con diferentes artistas (músicos, etc). Nos unimos a otras disciplinas artísticas y a otros profesionales.

P ¿Cuánto tiempo cree que tardará la moda flamenca o la de eventos en recuperar las cifras de negocio que se registraban en 2019?

R Por lo menos dos años porque en moda se ha parado todo. Las marcas se han reinventado durante estos 18 meses. Las pequeñas empresas se han unido en cooperativas en muchos sitios, en Andalucía también y esto ha llevado a que ahora tenemos más capacidad para producir en España y en dos años este aspecto va a estar más asentado y va a coincidir con la reactivación del mercado. El sistema está cambiando, ahora lo difícil es adaptarse a la parte digital porque se va aprovechar este impass para potenciar la digitalización de las empresas. Antes de la pandemia yo tenía página web pero no tienda online y en mi caso, que había empezado dos años antes de la pandemia, he tenido que reestructurarme en este sentido. Me he formado y he hecho muchos cursos relacionados con la digitalización y me he informado acerca de los nuevas tendencias en canales de venta.

P ¿Se ha sentido apoyada por las instituciones en estos casi 18 meses de crisis?

R Al principio tuve más apoyo que ahora. Apoyo económico no he tenido pero sí por parte de Málaga de Moda, un apoyo fundamental para dar a conocer la marca, mi trabajo, que muchas piezas son piezas únicas y si no salen a la calle no se ven, y ahí Málaga de Moda nos ha ayudado mucho.

DAVID GALLARDO

Yolanda Relinque.

P Si tuviera que describirnos su trabajo ¿qué nos diría?

R Hago joyas y textil. Me considero multidisciplinar. Bebo de dos referencias, de la historia (recupero tejidos antiguos) y del presente, del hoy mismo, si hay una persona actual que creo que es inspiradora para los demás, de alguna manera la incorporo a mis colecciones. Todos mis proyectos están basados en el respeto a la sostenibilidad y son ecorresponsables, no sólo en cuestión de materiales sino también en la filosofía de los proyectos.

P ¿Cómo son los complementos y el vestido que podremos ver en la exposición de la calle Alcazabilla?

R He colaborado con un traje y con complementos. El traje está hecho con tejidos recuperados, parte de un diseño y dibujos de un artista contemporáneo (Pedro Castro Ortega) con quien he trabajado en más ocasiones en otros eventos, sus símbolos los traslado a un traje de flamenca. Los pendientes son de porcelana, son piezas únicas y están hechos y pintados a mano de forma artesanal.

LUNAR OFF · San Miguel · diputación de málaga · Málaga DE MODA · MálagaProcultura

Teressa Ninú

▶ DISEÑADORA DE MODA FLAMENCA

«La moda flamenca también es patrimonio»

«En Málaga tenemos a los mejores diseñadores y no lo estamos explotando. Necesitamos reivindicar nuestro nombre, nuestro trabajo y tener más fuerza, más repercusión mediática»

LA OPINIÓN. MÁLAGA

■ La diseñadora veleña Teresa González lleva más de 30 años dedicada al mundo de la moda flamenca. Hace tres años lanzó su propia marca, Teressa Ninú, con la que está llegando a numerosos puntos de España y del extranjero. Optimista y apasionada de su profesión, ha tenido que enfocarse en otros sectores de la moda para resistir durante la pandemia.

P ¿En qué se ha inspirado a la hora de diseñar el traje que podemos ver en la exposición de Alcazabilla?

R El traje forma parte de la última colección que hice de flamenca, que se presentó en el último SIMOF. Toda la colección está inspirada en un eclipse de luna y exceptuando el vestido principal que se vendió, todos los demás los conservo porque la pandemia nos dejó con todos los trajes colgados en sus perchas.

P ¿Cómo ha hecho para mantener la actividad?

R Gracias a Dios he tenido un año bueno, porque me reinventé y me puse a trabajar en colecciones de alta costura y en trajes de comunión de niña, y he estado vendiendo por toda España. Estoy trabajando mucho, haciendo también vestidos de novia flamenca, que están funcionando muy bien incluso en el extranjero.

P ¿Se ha sentido ayudada y respaldada por las instituciones durante estos meses?

R A mí me están ayudando desde Málaga de Moda, por poca ayuda que sea, una minipasarela, un anuncio o una entrevista en un medio de comunicación es un soplo de aire fresco. Que se preocupen un poco por ti reconforta, porque llevamos un año muy malo, hemos padecido mucho. Hay compañeros que lo han pasado muy mal, incluso han tenido que cerrar talleres. Yo me he reinventando para sobrevivir, pero realicé una inversión muy grande en moda flamenca que no he vendido y eso es un destrozo en mi economía porque mi empresa es pequeñita. Que no se olviden de que estamos aquí, que la moda flamenca también es patrimonio.

DAVID GALLARDO

Teressa Ninú.

P ¿Ha sido la venta online un revulsivo en estos tiempos?

R Más que la venta online, tanto mi web como mis redes sociales lo que me dan es visibilidad y contactos. Mi producto no es en serie, se diseña uno a uno, y es difícil vender online. Internet te permite que puedan contactar contigo desde cualquier rincón del mundo. Yo tengo clientas que no pueden venir a mi taller y me han pedido trajes a medida a distancia.

P ¿Cómo definiría la moda flamenca en Málaga?

R Queda mucho por hacer. Tenemos los mejores diseñadores de España y no lo estamos explotando. Necesitamos reivindicar nuestro nombre y nuestro trabajo, necesitamos tener más fuerza, hacer más cosas, que tengamos más repercusión mediática. Tenemos que motivar a la gente para que se vista de flamenca, las instituciones tendrían que organizar premios a la mejor vestida de la feria, a la más elegante, etc.

P ¿Cómo encara 2022?

R Con optimismo. Mis clientas están deseando que todo esto pase y que vuelvan las ferias. Ya le están echando el ojo a los vestidos que se quieren comprar.

Luz Rodríguez

▶ DISEÑADORA DE JOYAS SOSTENIBLES EN LUZ DE NEHCA

«Antes de la pandemia nadie conocía la joyería sostenible»

En su taller, Luz elabora sus productos empleando metales certificados por la Alianza de Minería Fairmined, que aplica métodos respetuosos con el trabajo de los mineros

LA OPINIÓN. MÁLAGA

■ Luz Rodríguez es una apasionada del diseño de joyas y de las matemáticas. Ambas disciplinas las estudió en Aachen, la ciudad alemana que ha inspirado el nombre de su empresa, Luz de Nehca (Aachen escrito del revés, aunque en su versión española se le ha suprimido una letra). Ahora vende desde Estepona sus joyas sostenibles a través de su web, a la vez que ejerce de profesora en el Colegio Alemán de Marbella. «Cuando en 2015 nació Luz de Nehca, no sólo quería crear una marca de joyas sino una forma de ver la vida, con calma, delicadeza y respeto», señala la diseñadora.

Para la exposición 'Héroes con volantes', Luz ha aportado dos piezas de una de sus colecciones, se trata de unos pendientes y un anillo realizados en plata sostenible, cuya principal característica es que es un metal extraído de la tierra sin mercurio ni cianuro, que son productos químicos muy contaminantes. Estos complementos están chapados en oro de 24 quilates.

Desde su taller, Luz realiza sus joyas empleando metales certificados por la Alianza de Minería responsable Fairmined. Esta organización es un estándar internacional y certifica que el oro y la plata procedente de organizaciones mineras artesanales y de pequeña escala aplican métodos respetuosos con el trabajo de los mineros y con el medio ambiente en países de América Latina, África y Asia.

«La joyería sostenible ha sido hasta ahora una gran desconocida, pero con la pandemia, la gente se ha concienciado de que necesitamos tener un estilo de vida más sostenible y que hay que cuidar el planeta. Yo llevo tres años educando y concienciando sobre la necesidad de que la joyería no esté ligada al sufrimiento de las personas ni de la tierra y ahora la gente me está escuchando», comenta Luz Rodríguez.

L.O.

Luz Rodríguez, alma máter de Luz de Nehca.

Luz de Nehca es la única empresa a nivel andaluz que se dedica a la joyería sostenible y entre sus próximos proyectos se encuentra la internacionalización de la marca para entrar en los mercados de Alemania, Dinamarca y Suecia.

Una de las colecciones más representativas de Luz de Nehca es la colección Unisex llamada BlackAndWhite, que está inspirada en el movimiento de los años 70 donde no había distinción de género y de color. Esta colección ofrece las mismas piezas de joyas en Ónix (color negro) y en Nácar (color blanco).

LUNAR OFF · San Miguel · diputación de málaga · Málaga DE MODA · MálagaProcultura

José Galvañ

▶ DISEÑADOR

«Un traje de flamenca no tiene por qué ser incómodo»

«Yo recuerdo a la gente vestida de flamenca en la Feria, pero eso ya no existe. El problema es que se ha querido abrir tanto al exterior que ha perdido su identidad»

DAVID GALLARDO

José Galvañ.

LA OPINIÓN. MÁLAGA

■ José Galvañ es uno de los diseñadores malagueños que ha colaborado con una de sus creaciones en 'Héroes con volantes', la exposición que La Opinión de Málaga y Prensa Ibérica celebran en la calle Alcazabilla de la capital malagueña del 13 al 22 de agosto.

Este malagueño vive a caballo entre Málaga y Sevilla y lleva en el sector de la moda flamenca desde 2013. En este tiempo ha realizado vestuarios para distintos espectáculos, como la clausura de la Bienal de Málaga de Flamenco, y ha vestido a artistas de la talla de Farruquito o Manuel Liñán. Desde hace seis años presenta sus colecciones de moda flamenca en importantes pasarelas, como es el caso de SIMOF (Salón Internacional de la Moda Flamenca) en Sevilla.

Desde que comenzó la pandemia, su actividad se ha detenido y en los últimos meses ha empezado a arrancar con pequeños encargos, como la realización de parte del vestuario del Festival de Jerez.

El diseñador muestra su preocupación por el futuro de la moda flamenca, un sector que no puede reinventarse, ya que se trata de un producto para una fiesta concreta. «Si me quitas la fiesta, mi producto no tiene ningún valor. La moda flamenca necesita de una feria, de una romería o de una patrona. Lo mismo ocurre con los espectáculos flamencos, si no se celebran, si los tablaos están cerrados, nuestro trabajo no sirve para nada y se queda en el armario», afirma.

Hasta tal punto llega su incertidumbre, que el malagueño no piensa en el futuro, «he aprendido a que tengo que ir mes a mes e ir tirando con lo que me vaya saliendo. No voy a plantear una colección para una hipotética feria que no sabemos si se va a celebrar».

Al hablar de la moda flamenca de Málaga, José Galvañ demanda el apoyo de sus paisanos, que apuesten por la moda flamenca en la próxima feria que se celebre. «La respuesta siempre es la misma, que hace mucho calor, pero eso no es así, un diseñador prueba, estudia y ofrece la mejor opción. Un traje de flamenca no tiene por qué ser incómodo, pero la gente lo ha visto así», indica.

Galvañ recuerda cuando en los noventa su madre iba a la Feria con el traje de flamenca, con el vuelo desde la cintura. «Yo recuerdo a la gente vestida de flamenca en la feria, pero eso ya no existe, y creo que el problema es que la Feria de Málaga ha querido abrirse tanto al mundo que ha perdido su identidad».

Antonio Eloy

▶ ESTILISTA EN ANTONIO ELOY PRO

«Estudiamos a cada modelo para potenciar sus rasgos»

El equipo de estilistas que trabajó con los modelos en la sesión de la exposición 'Héroes con volantes' estuvo formado por dos maquilladores y dos peluqueros

LA OPINIÓN. MÁLAGA

■ Detrás de 'Héroes con volantes' se acumulan las horas de trabajo, maestría y formación de un gran número de personas que han formado un equipo común y cuya pericia ha resultado fundamental para realzar la belleza de cada una de las protagonistas de esta exposición fotográfica.

Es el caso de los expertos de Antonio Eloy Pro, la marca profesional de Antonio Eloy Escuela, que han sido los encargados de desarrollar los looks de peluquería y maquillaje de estos trabajadores esenciales y cuya labor ha estado encabezada por Álvaro Sánchez en peluquería y Lulú Pérez en maquillaje, una buena dupla con experiencia en eventos, como el Festival de Cine de Málaga, pasarelas y campañas publicitarias.

La labor del equipo ha sido clave para que las modelos luzcan su mejor versión. En estos casos, como señala Álvaro Sánchez, «el trabajo de un estilista es fundamental, ya que en lo primero que nos fijamos es en el pelo y en el maquillaje. Nosotros tenemos una formación que actualizamos continuamente para saber lo que se está moviendo en la moda. Estudiamos a cada modelo para potenciar o disimular algunos de sus rasgos».

Para 'Héroes con volantes', Álvaro y Lulú no optaron por look similares, como puede ocurrir con las colecciones que se exhiben en las pasarelas. Al tratarse de modelos no profesionales se fueron adaptando a la belleza de cada persona. El estilista explica que el maquillaje era muy natural, marcando los rasgos. «Los ojos iban un poquito marcados y en los labios utilizamos tonos claros, aunque también pusimos algunos tonos rojos para darle más vida al look. En el pelo optamos por los recogidos bajos y sencillos, aunque nos fuimos adaptando, intentamos que el resultado final fuera muy natural».

El equipo de Antonio Eloy Pro, que estaba formado por dos maquilladores y dos peluqueros, contaba con un tiempo de una hora por modelo, así que la organización resultó fundamental para que todo fuera rodado. «En este tipo de eventos hay que gestionar bien el tiempo, porque son muchas cosas, prueba de vestuario, fotografía, atención a los medios, etc. y todo el mundo está un poquito atacado», comenta Álvaro, que destaca la profesionalidad con la que se comportaron las modelos anónimas, «eran personas que desconocían totalmente la moda pero que se dejaron aconsejar, aunque en un principio les pudiera chocar un tipo de peinado o maquillaje, la verdad es que ha sido muy fácil trabajar con ellas».

DAVID GALLARDO

Antonio Eloy y su equipo de estilistas.

LUNAR OFF · San Miguel · diputación de málaga · Málaga DE MODA · MálagaProcultura

Lourdes Paz

▶ DISEÑADORA DE MODA FLAMENCA

«No tengo una referencia clásica o vanguardista de la que beber»

La diseñadora del Puerto de la Torre apuesta por creaciones frescas, cómodas, ligeras y muy comerciales adaptadas de forma personalizada a cada mujer

LA OPINIÓN. MÁLAGA

■ Lourdes Paz es una firma malagueña especializada en moda flamenca, desde su atelier de El Puerto de la Torre, donde además de ofrecernos desde febrero sus colecciones, ofrece confección industrial a tiendas y a medida de diseños exclusivos adaptado a cada mujer. En su complejo periplo artesanal, Lourdes Paz goza de cinco colecciones. La chispa que prendió la luz y alumbró el camino de esta diseñadora, tuvo lugar en 2018 cuando con su primera colección -Siénteme-, se le abrieron las puertas al certamen mas importante de la moda flamenca, SIMOF.

La inspiración de Lourdes Paz nace cada temporada del fruto de su pasión, mira en su interior y aventura la comodidad y frescura, empatizando con los sentimientos, el cuerpo y la edad de cada mujer.

P ¿Cómo se define como diseñadora de moda?

R Me considero muy tradicional y elaboro, sobre todo para la Feria de Málaga, diseños cómodos, frescos, ligeros y comerciales. Me gusta la sencillez y sobre todo la elegancia. En mis primeras colecciones plasmé mis gustos, lo que yo me pondría, luego, en colecciones posteriores fui incorporando lo que yo veía que a la gente más le gustaba. No tengo una referencia, clásica o más vanguardista, de la que beber. En mis colecciones siempre encuentras creaciones para todo tipo de ferias y eventos.

DAVID GALLARDO

Lourdes Paz

P En qué ha trabajado durante la crisis sanitaria?

P Desde el principio de la pandemia fui de las primeras que empecé a fabricar mascarillas solidarias, hice 20.000 junto a un equipo de 15 personas en las primeras semanas de pandemia. También he dedicado un tiempo a completar mi colección de trajes de flamenca. También he tenido tiempo de hacer otro tipo de trabajos sobre todo para espectáculos.

P ¿Tiene fe en volver en los próximos a una actividad profesional normal?

R Yo creo que el año que viene, cuando casi todos estemos vacunados, empezará a haber movimientos en el sector, pero no sólo en el de la moda flamenca, sino en todos los sectores económicos. Esperemos que se celebre SIMOF y luego lleguen todas las ferias de primavera, que para los que nos dedicamos a esto son tan importantes.

P La venta online, las RRSS ¿las ha potenciado para añadir un canal más de venta que el tradicional?

R Mi página web siempre ha estado funcionando durante todo este tiempo. Siempre he estado activa en RRSS subiendo cosas, creaciones, reportajes fotográficos de mis colecciones, manteniendo el contacto con el mundo exterior.

P Descríbanos los trajes suyos que aparecen en nuestra muestra 'Héroes con volantes'?

R Uno está hecho con tejido bioelástico y organdí, con estampado de mandala de diferentes colores. El otro es un dos piezas, falda y cuerpo con mangas con volúmenes y cinturón rosa para hacer contraste.

Elia Sánchez

▶ DISEÑADORA DE JOYAS EN LOGANA

«Me gusta crear piezas que duren para siempre»

Logana apuesta por el producto local y trabaja con proveedores de Málaga y Andalucía. Además es profesora de joyería y también vende piezas de tocados nupciales

LA OPINIÓN. MÁLAGA

■ La diseñadora Elia Logana indaga nuevos mercados (recientemente ha empezado a vender las piezas con las que se elaboran los tocados de las novias) y recupera técnicas artesanales en la elaboración de joyas. Logana apuesta por el producto local y trabaja con proveedores de Málaga y de Andalucía.

P ¿Cómo está llevando la crisis y el descenso de trabajo provocado por la pandemia?

R Yo me dedico al sector nupcial. Hago tocados de joyería para bodas, tengo una firma de joyería casual y soy profesora de joyería. Antes de la pandemia daba cursos presenciales en Málaga y Madrid. Llegó la pandemia y tuvimos que reinventarnos. Los cursos los seguí impartiendo vía online y luego los hice grabados. Además surgió una nueva línea de negocio en la que vendo las piezas con las que se hacen los tocados, las hago de forma artesanal. Monté la tienda online y está funcionando porque estoy trabajando ya con diferentes empresas nacionales e internacionales. Me he tenido que reinventar.

P ¿Cuánto tiempo cree que tardará el sector en recuperar las cifras de negocio de 2019?

R La normalidad vendrá entre 2023 y 2024. Este año, en el sector nupcial, está perdido y el que viene va a depender de los pedidos y la demanda que se haga sobre todo en el mes de septiembre. Ya veremos qué pasa.

P ¿Se ha sentido apoyada por las instituciones en estos casi 18 meses de crisis?

R No. He pedido solo una subvención, de la Junta de Andalucía, hace tres meses y no he vuelto a tener noticias de ellos. Tengo contactos con empresas de mi mismo gremio de Francia y allí la empresa que menos ha cobrado han sido 15.000 euros. Para que te hagas una idea de la diferencia.

P La venta online, las RRSS ¿las ha potenciado para añadir un canal más de venta que el tradicional?

R A raíz de la pandemia he creado mi canal de ventas. Antes tenía contratada una empresa partner de Google que me publicitaba los cursos que daba y funcionaba muy bien. Ahora creé la tienda online y estamos en ello apostando por este soporte.

P ¿Cómo se define como diseñadora de moda, en este caso de joyas?

R Soy original. No me gusta inspirarme en nada ni en nadie. Me gusta recuperar las técnicas artesanales, soy muy local, trabajo con proveedores de Málaga y de Andalucía. Me gusta el trabajo bien hecho, me gusta hacer cosas que duren para siempre. Yo soy muy botánica, me gusta mucho la naturaleza aunque también tengo piezas más arriesgadas.

DAVID GALLARDO

Elia Logana.

P ¿Cómo son las joyas que podremos ver en la exposición de la calle Alcazabilla?

R He tenido que tunear alguna joya para encajar con el espíritu flamenco de la muestra. Mi deseo era combinar las joyas con una chaqueta de torero y dio la casualidad que Aurora, la enfermera que me tocó para trabajar en esta muestra, tenía una chaquetilla de su suegro. Fue una tremenda casualidad, le puse una peineta de joyería con pendientes y brazalete a juego y quedó realmente bien.

LUNAR OFF · San Miguel · diputación de málaga · Málaga DE MODA · MálagaProcultura

Jote Martínez

▶ DISEÑADOR DE MODA DE EVENTOS Y CELEBRACIONES

«Traduzco a alta costura todo lo que veo en la calle»

«Soy versátil en cuanto al trabajo a medida con las clientas y también me gusta potenciar el estilo de la persona y no llevarla al disfraz. Me gusta innovar, aunque no sea comercial»

LA OPINIÓN. MÁLAGA

P ¿En qué ha estado trabajando en estos 18 meses?

R Intentando sacar el poco trabajo que hay con las pocas bodas y comuniones que se están celebrando. Además, al ser bodas con muchos menos invitados parece que la gente piensa que se tiene que arreglar menos y eso ha repercutido en el número de encargos que hemos recibido. Nos hemos dedicado a sacar confecciones infantiles y trabajos para niños, que siempre es una apuesta segura. También hemos estado creando producción para venta más rápida e intentar generar ingresos de este modo.

P ¿Cuándo volveremos a la normalidad?

R Creo que en el momento en el que definitivamente se permitan bodas, comuniones y todo tipo de eventos vamos a tener un boom, porque la gente lo va a coger con muchas ganas. Espero tener muchísimo trabajo.

P ¿Se ha sentido apoyado por las instituciones en estos casi 18 meses de crisis?

R Por mucha ayuda que den, no cubre todos los gastos que se necesitan para llevar el día a día de un negocio como el que yo llevo. Yo me dí de baja de autonómo porque era inasumible y no he solicitado ninguna ayuda o subvención.

L.O.

Jote Martínez.

P ¿Qué tipo de diseñador es?

R Soy versátil en cuanto al trabajo a medida con las clientas y me gusta potenciar el estilo de la persona y no llevarla al disfraz. Me gusta innovar, aportar cosas nuevas aunque no sea muy comercial y me gusta dar un poco de espectáculo porque eso te aporta mucha visibilidad.

P La venta online, las RRSS ¿las ha potenciado para añadir más canales de venta?

R No. Al contrario, me lo he tomado con mucha tranquilidad este aspecto porque necesitaba descansar y he aprovechado este periodo para hacerlo. No las he abandonado pero sí las he dejado en stand-by.

P ¿Cuáles son sus fuentes de inspiración?

R Mi última colección se llama Graffiti, me gusta la calle, la vanguardia. Traduzco a alta costura lo que veo en la calle.

P ¿Cómo es el traje de Jote Martínez que aparece en nuestra muestra 'Héroes con volantes'?

R Es un conjunto de falda y blusa y top, con escote asimétrico, manga con flecos, un volante de cuero alrededor del escote; la falda lleva tul en tono flúor y tela de mikado en tonos buganvilla. Esta combinación me permite meter un poco de vanguardia con los tonos flúor.

Magali Villanueva

▶ DISEÑADORA DE MODA FLAMENCA

«Mi intención es vestir a la mujer real, no a la ideal»

«Me gustan mucho las creaciones de Elie Saab y de Vicky Martín Berrocal por su apuesta por la ropa oversize, moderna y cómoda, una ropa alejada de las portada de las revistas»

LA OPINIÓN. MÁLAGA

■ Magali Villanueva es una diseñadora de moda flamenca, que, como otros tantos, ha tenido que experimentar nuevos terrenos para paliar la falta de trabajo provocada por la pandemia.

P ¿Cómo está llevando la crisis y el descenso de trabajo provocado por la pandemia? ¿Cómo se ha reinventado profesionalmente en este periodo?

R Efectivamente, me he reinventado, he estado formándome durante el confinamiento en un tejido como la lycra. Estoy elaborando una colección de bañadores porque este mercado todavía no está muy consolidado y no hay mucha gente que sepa trabajar la lycra. También estoy ayudando a personas dentro del sector de moda que quieren sacar su tienda online, doy clases de patronaje a diseñadores que están empezando y hago confección a medida. El bajón de ventas en mi sector, el de la moda flamenca, me ha obligado a hacer estas cosas.

P ¿Cuánto tiempo cree que tardará la moda en recuperar las cifras de negocio que se registraban en 2019?

R Quiero pensar que en 2022 empezará a moverse otra vez todo, no con el volumen de 2019, pero ya, ahora mismo, hay ciertos movimientos que me hacen pensar que el año que viene iniciaremos un nuevo camino.

P ¿Se ha sentido apoyada por las instituciones en estos casi 18 meses de crisis?

R Sí, he solicitado ayudas y subvenciones al Ayuntamiento de Mijas y me las han concedido. Además, Málaga de Moda, con los que llevo un año, nos está apoyando mucho, nos da visibilidad de nuestros productos.

P La venta online, las RRSS ¿las ha potenciado para añadir más venta a sus canales?

R No tanto en ventas como en marketing. He lanzado productos y la gente interactúa y me pide información del producto. He potenciado ese aspecto sobre todo en RRSS. Soy peruana aunque llevo 30 años en Málaga y en mi ciudad de origen soy muy seguida a través de redes y hay posibilidad incluso, cuando el Covid lo permita, de hacer un desfile con mis creaciones allá.

P s¿Cómo se define como diseñadora de moda? ¿De qué fuentes bebe?

R Me considero una diseñadora versátil, siempre hago varias cosas. Me gusta vestir a la mujer de forma femenina y sexy, que no se puede confundir con sexual. Mis fuentes de inspiración son los tejidos fluidos, los volúmenes, me gustan mucho las creaciones de Elie Saab y de Vicky Martín Berrocal, porque a ella también le gusta lo mismo que a mí, la ropa oversize, moderna y cómoda, las dos vestimos a la mujer real, no a la mujer ideal que aparecen en internet y en las revistas de moda.

L.O.

Magali Villanueva.

P ¿Cómo son los trajes de Magali Villanueva que aparecen en nuestra muestra 'Héroes con volantes'?

R Yo llevo dos vestidos y los dos van en tejido bioelástico y se adaptan muy bien a varias tallas. Uno va con las mangas bullonadas, el estampado hace efecto 3D, con unos pétalos cosidos uno a uno y a mano. El otro es un vestido de dos piezas, un body asimétrico y una falda que da juego a que se pueda poner con camiseta de tirantes y pueda ser usado en otras ocasiones.

LUNAR OFF · San Miguel · diputación de málaga · Málaga DE MODA · MálagaProcultura

Francisco y Enrique Maté

▶ GERENTES DE LA EMPRESA DE DISTRIBUCIÓN DE BEBIDAS SAYCO

«Arropamos a los hosteleros en estos momentos tan duros»

A pesar de que por segundo año consecutivo no se celebrará la Feria de Málaga, SAYCO presta su servicio de calidad a todos los establecimientos y a sus consumidores

LA OPINIÓN. MÁLAGA

■ La historia de esta empresa distribuidora de bebidas, fundada por Antonio Maté hace más de 50 años, en los que se han sabido acompañar de las principales empresas productoras, como San Miguel y Coca Cola, de ahí precisamente nace su nombre SAYCO. La segunda generación de los Maté, Francisco y Enrique, son actualmente sus gerentes y responden a nuestras preguntas.

P ¿Qué significa la Feria de Málaga para SAYCO?

R **E.M.** Lo primero que nos gustaría destacar es el ambiente tan especial que se respira en SAYCO la semana previa, esa tensión emocionante que nos activa a todos y que enciende la pasión que nos llevó a amar este negocio. La previsión de estocaje, la duplicidad de rutas, los turnos dobles o triples, en fin,todo lo que significa la preparación para que todo el mundo pueda disfrutar de la feria sin que le falte de nada, y sin que nadie se pare siquiera a imaginar el esfuerzo de tantas personas que hay detrás de ello.

P ¿Cómo es un día de Feria?

R **F.M.** Un día de Feria en SAYCO comienza con el primer turno a las 5:30 de la mañana, coincidiendo con la salida del turno de noche, ya que durante la previa y la semana de feria trabajamos las 24 horas del día. Además del trabajo habitual de un día de un mes punta como es agosto, hay que sumarle lo adicional que trae la Feria, nuestros clientes tienen que abastecer a cuatro veces más su público habitual, más el recinto del Real con todo lo que eso conlleva. Los camiones no paran, los turnos se solapan, las rutas se duplican... en fin se hace todo lo necesario para atender la demanda de todos nuestros clientes.

P ¿Qué supone la Feria para el sector de la hostelería?

R **E.M.** Supone una gran inyección económica en la que los esfuerzos se centran en hacer las cosas de forma excepcional, pues es importante que en la mente de los consumidores quede ese buen sabor de boca que despiertan las cosas bien hechas. Hay que vestir los bares para la ocasión, a pesar de la cantidad de público, hay que mantener la calidad y ofrecer lo mejor de uno mismo, para que esa ocasión de conocerles sea una oportunidad de un nuevo cliente. Es el momento de enseñar la evolución que la ciudad está experimentando, ese nivel profesional que la hostelería ha alcanzado motivado por enseñar que Málaga no es solo sol y playa. La oferta cultural, de ocio y gastronómica van de la mano, sin dejar atrás esa esencia acogedora que nos ha caracterizado siempre y nos ha hecho ser elegidos como destino predilecto.

Fachada del edificio de SAYCO, empresa distribuidora de San Miguel. ÁLVARO CABRERA

P En todos estos años como distribuidores de Cervezas San Miguel, ¿qué momentos destacan como momentos magníficos de su trayectoria?

R **F.M.** Para nosotros es magnífico llevar a todas partes la cerveza patrocinadora oficial de la Feria de Málaga, que con su esfuerzo hace posible tantas activaciones, conciertos y eventos que hacen tan especial nuestra feria. Haber vivido con ellos el periplo de lugares emblemáticos que han dado cobijo al Real, empezando por El Parque, pasando por la Colonia Santa Inés, hasta su actual ubicación en el Cortijo de Torres, ha supuesto toda una experiencia repleta de momentos inolvidables en los que nos sentimos parte activa de ese desarrollo imparable que vamos experimentando año tras año.En nuestras memorias y corazones hay un lugar especial para la apertura de la Caseta de Enrique, ya que se levantaba un mes antes de la Feria para abastecer a todos esos trabajadores que iban día a día construyendo y dando forma a todo el recinto en el que luego se viviría la Feria para el disfrute de aquellos ajenos a lo que hay detrás de la misma.

P En este año excepcional, ¿qué alternativas están planteando para seguir conservando parte de ese espíritu único que se vive en Feria?

R **E.M.** Tenemos la suerte de rodearnos de empresas que no dejan que el espíritu de la Feria decaiga a pesar de las circunstancias. Así, apoyamos a San Miguel en todas aquellas iniciativas, que dentro de un marco seguro, hacen que siga siendo una semana especial. Nos ilusiona ser parte de que nuestros hosteleros se sientan arropados en estos inciertos momentos, haciendo realidad el lema de nuestro compañero San Miguel: Somos familia.

P ¿Creque los malagueños podrían acostumbrarse a un verano sin Feria?

R **F.M.** No nos parece posible ya que la Feria de Málaga supone la culminación del verano, donde el malagueño no sólo disfruta con los suyos sino que acoge a todo aquél que se acerca a vivirla, invitándoles a conocer nuestras costumbres y gastronomía.

P ¿Qué brindis harían con una cerveza San Miguel fresquita?

R **F.M.** Brindaríamos por Málaga, por todos los malagueños y por la vuelta a la normalidad.

INCOTEX
PROTECCIÓN CONTRA INCENDIOS
ISO 9001 BUREAU VERITAS Certification
aerme
AUTORIZADOS POR LA NUEVA NORMATIVA - www.incotex.es - 95 224 31 03

LUNAR OFF · San Miguel · diputación de málaga · Málaga DE MODA · MálagaProcultura

Así se hizo 'Héroes con volantes'

▶ Modelos por un día, los trabajadores esenciales protagonistas de nuestra exposición se sometieron a una intensa jornada en manos de los diseñadores, estilistas, maquilladores y peluqueros

REPORTAJE GRÁFICO: **DAVID GALLARDO**

La supervisión de los diseñadores

▶ De izquerda a derecha: Teresa Pujalte, de La Opinión, las diseñadoras Magali Villanueva y Amparo Pardal, Juan Carlos Maldonado, vicepresidente de la Diputación de Málaga y responsable de Málaga de Moda, los diseñadores Jote Martínez, Astrid Hohle y José Galvañ y Luis Villatoro, director comercial de La Opinión de Málaga.

Exteriores en la calle Alcazabilla

▶ De izquierda a derecha: los diseñadores Astrid Hohle y Jote Martínez, Victoria Rodiles, del Colegio de Procuradores, la diseñadora Amparo Pardal, Lucía Romero, de Sayco, Juan Carlos Maldonado, de Málaga de Moda, la diseñadora Magali Villanueva, Rocío Díaz, de Asaja, Mercedes Ruiz, de AGAMMA y el diseñador José Galvañ.

Los complementos, también muy importantes

▶ Detrás de la exposición 'Héroes con volantes' se acumulan las horas de trabajo, maestría y formación de un gran número de personas que han formado un equipo común y cuya pericia ha resultado fundamental para realzar la belleza de cada una de las protagonistas de esta exposición fotográfica que podremos ver en la calle Alcazabilla del 13 al 22 de agosto.

Peluquería y maquillaje para los esenciales

▶ Al tratarse de modelos no profesionales, los estilistas de Antonio Eloy se fueron adaptando a la belleza de cada una de ellas. El maquillaje, natural, los ojos débilmente marcados y en el pelo abundaron los recogidos bajos y sencillos. Todos coincidieron en que el resultado final fue muy natural.

coenfermálaga
COLEGIO OFICIAL DE ENFERMERÍA DE MÁLAGA
colenfermalaga.com
Algunos los llaman
Héroes, nosotros...
Profesionales de Enfermería
#enfermeriaPorMalaga

Publicidad

5,4º San Miguel recomienda el consumo responsable.

Un pasado vital

Para seguir construyendo el futuro que queremos. Son esas tradiciones las que hacen de Málaga la ciudad que es. Las que hacen que nuestros profesionales miren siempre hacia delante sin olvidar nunca de donde venimos. Pronto volveremos a sentir ese pasado que ahora anhelamos.

CERVEZAS San Miguel SINCE 1890