



Los gigantescos murales de D\*Face y Obey en una de las fachadas de los edificios anejos al colegio Federico García Lorca. ALEX ZEA

**Arte.** Las acciones culturales enmarcadas dentro del proyecto de recuperación del Soho han supuesto una inversión total de 121.050 euros. El Ayuntamiento justifica la contratación de la empresa de Fernando Francés, Sandflower Art & Culture Advisors, en que éste poseía la exclusividad de todos los artistas participantes

# MAUS: una buena idea mal gestionada

► Izquierda Unida solicitará la comparecencia de Francisco de la Torre en el pleno de hoy para que explique el proyecto y la «falta de transparencia» en torno a esta iniciativa



■ La génesis de la recuperación del Ensanche del Muelle Heredia partió de los vecinos y comerciantes de la zona. Cansados de la inseguridad de sus calles y la prostitución, decidieron comunicar sus preocupaciones a la concejala del distrito Centro, Gema del Corral, y se mostraron dispuestos a colaborar en todo lo posible para cambiar esa realidad. La edil acudió al Observatorio de Medio Ambiente Urbano (OMAU) con la idea de lograr los fondos necesarios para solucionar estos problemas.

De esta forma, Del Corral y Pedro Marín, director del OMAU, idearon un proyecto de recuperación del citado barrio que se presentó en Junta de Gobierno y que, tras el acuerdo de la cúpula municipal, se convirtió en uno de los seis proyectos que Málaga preparó para la segunda convocatoria del Programa de Cooperación Transfronteriza España Fronteras Exteriores (Poctefex),

que se nutre de los fondos Feder y cuya meta es el impulso de iniciativas locales y regionales transfronterizas entre España y Marruecos.

Así nació el proyecto Soho Málaga Barrio de las Artes, cuyo fin era buscar «el fomento del desarrollo local transfronterizo mediante la reconversión de barrios degradados en distritos del arte, que actúen como dinamizadores de actividades de alto valor añadido ligadas a la cultura y el comercio». Las principales acciones ideadas eran la creación de un modelo Soho de barrio marroquí; la redacción del Plan director del Soho; intervenciones en espacios públicos, la peatonalización de las calles Casa de Campos y Tomás Heredia y la organización de rutas gastronómicas y culturales. El presupuesto asignado para tales acciones fue de 1.375.000 euros.

A finales del mes de mayo, Gema del Corral presentaba el MAUS (Málaga Arte Urbano Soho), consistente en «una serie de actividades diseñadas por un grupo de gestores culturales, con el director del Centro de Arte Contemporáneo (CAC), Fernando Francés, a la cabeza», se-

## Intervención municipal solicitó un informe que aclarara que las actividades del Soho no estaban dentro del contrato del CAC

gún la nota remitida por el Consistorio, que en ningún momento comunicó que Francés operaba como empresario privado a través de la empresa Sandflower Art&Culture Advisors S.L., creada por Sandra Pedraja en diciembre de 2012 y en la que el gestor aparece como único socio y administrador dos meses después, desde febrero de 2013.

En la citada nota, donde el Ayuntamiento explicaba las acciones del MAUS y en la que se detallaban las diversas disciplinas artísticas que se verían representadas, nada se decía de ese «grupo de gestores culturales», aunque sí aparecía el nombre de Pedraja como directora del SMS Festival, certamen de música que tuvo lugar los días 14 y 15 de junio.

¿Por qué decide el Ayuntamiento contratar sin concurso –haciendo uso del artículo 170 d) de la Ley de Contratos del Sector Público– a

una empresa privada para ejecutar el proyecto cultural del Soho? El director del OMAU lo explica: «Francés se ofreció a elaborar este proyecto y, además, contaba con la representación en exclusiva de todos los artistas que han acudido al Soho». Es cierto que Obey, D\*Face y otros tantos creadores nunca habían visitado Málaga y esa exclusividad podría justificar en parte las razones municipales para decantarse por la empresa de Francés, pero, por otro lado, todos y cada uno de los grupos del SMS ya habían actuado con anterioridad –algunos en repetidas ocasiones– en la ciudad. Pese a ello, el gestor del CAC declaraba el martes en un almuerzo con empresarios en el Hotel Vincci que «hasta que no llegó el SMS Festival no se entendía que otro tipo de música pudiera tener cabida en Málaga».

## Dos presupuestos

El pasado martes, y ante la decisión de Izquierda Unida de solicitar la comparecencia de Francisco de la Torre en el pleno de hoy para que explique el coste del MAUS, el Ayuntamiento dio a conocer a través de un comunicado que esta iniciativa ha supuesto una inversión total de 121.050 euros. La nota detallaba los costes de los contratos realizados por Sandflower. No obstante, los datos no concuerdan con el primer presupuesto que remitió la empresa de Francés al OMAU en mayo. Ese primer desglose, según informó entonces Pedro Marín a este periódico, quedaba de la siguiente manera: SMS Festival: 51.704 euros; Soho Urban (pintura en la calle): 44.450 euros. Exposición en los portales: 3.500 euros. Comunicación, prensa y diseño: 3.500 euros.

Sorprendidos de que la mayor partida del presupuesto, casi la mitad, fuese a parar al festival de música, desde el Ayuntamiento insta-

## LAS CLAVES

### FUTURO DEL SOHO

#### Ayudas a comercios y nuevas actividades

► En la reactivación del Soho se han ofrecido «ayudas a 22 comercios», según explica el director del OMAU, Pedro Marín, que califica de «buen comienzo» las acciones que se han llevado a cabo en la zona, incluyendo la peatonalización de las calles Casas de Campo y Tomás de Heredia. Una vez concluidas las actividades del MAUS, Marín destaca que se buscará el presupuesto para «dar continuidad a lo iniciado este año». Eso sí, es de la opinión de «abrir la mano» y convocar «un concurso» para que otras empresas puedan optar a su realización.

### ARTE URBANO

#### Nómina de artistas

► Faith 47, Sal East, D\*Face, Andi Rivas, Sam3, ROA, Ben Eine, Obey, Boa Mistura, Pejac, Ignacio del Río, Mónica Vázquez de Ayala, Miguel Toré forman parte de la nómina de artistas que han participado con sus creaciones en las calles Casas de Campo, Blasco de Garay, Somera, Tomás Heredia o Pinzón.

ron a Francés a que equilibrara tales cantidades. Por ese motivo, en las cuentas ahora presentadas aparece que el gasto del SMS Festival fue de 21.659 euros. «El presupuesto original fue cambiado porque se estimó que se debía dar más valor a los grafiteros que al festival SMS», señala Marín.

Las cifras finales, y oficiales, que ayer remitió el OMAU sobre la inversión del MAUS aumenta la aportación de las pinturas en los portales, Okupart –que pasa de 3.500 a 7.476 euros– y detalla el coste de los murales de Obey y D\*Face (12.000 euros). También refleja los 60.000 euros destinados al programa Soi Málaga, que incluye la invitación de artistas como Peter Roa, Dal East y Faith 47, entre otros, y las intervenciones de Taller Boa Mistura (13.485 euros) y Cerrado por Malagueñas (6.050 euros).

## Poca transparencia

Durante este tiempo, ni el Ayuntamiento ni Fernando Francés informaron que la ejecución del programa cultural del Soho partía de una empresa privada. Este es el motivo por el que muchos malagueños mostraron su indignación al conocer que el hijo del gestor cántabro, Fer Francés, había sido asignado comisario de las actuaciones artísticas. Tal era la confusión del asunto que la propia Intervención Municipal solicitó en julio un informe complementario que explicara, puesto que Fernando Francés aparecía como adjudicatario de Sandflower, que las actividades del Soho no se encontraban englobadas dentro del contrato de la prestación de servicios del CAC.

El programa cultural diseñado para el Soho ha logrado ser más conocido por sus incongruencias que por sus aciertos. Lo que viene a demostrar que una buena idea puede perder su brillo si no se logra gestionar y explicar correctamente.