

El Thyssen se cuele en restaurantes y comercios

Más de 70 establecimientos se adhieren a una iniciativa para sacarle más partido al museo

∴ FRANCISCO JIMÉNEZ

MÁLAGA. Un toque cordobés en las cartas de bares y restaurantes, degustaciones de vinos de Montilla-Moriles, recreaciones de fiestas populares como la de Los Patios y, sobre todo, escaparates y artículos

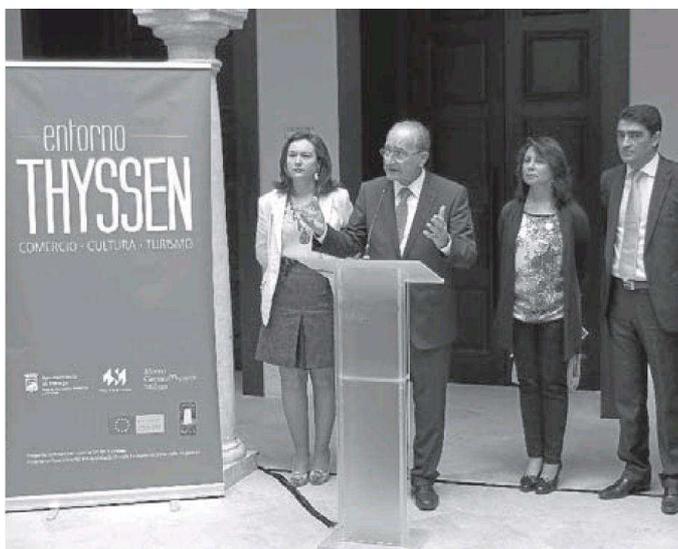
inspirados en la obra de Julio Romero de Torres. Coincidiendo con la exposición que el Museo Carmen Thyssen inaugura el sábado sobre el ilustre pintor cordobés, los establecimientos del entorno del Palacio de Villalón se han volcado con una campaña con la que aspiran a sacar un mayor rédito a su 'vecino' cultural.

En un principio, se trata de aprovechar el tirón del artista de la mujer morena durante su 'estancia' en Málaga hasta el 8 de septiembre, aunque la idea surge con vocación de permanencia, siempre que acabe funcionando. Bajo la marca 'Entorno Thyssen', un total

de 73 establecimientos del eje formado por las calles Cisneros, Carretería, Tejón y Rodríguez y Granada se han adherido a esta iniciativa impulsada por la propia pinacoteca con el apoyo del Ayuntamiento para contribuir a la dinamización de la zona en materia cultural y comercial, pero también turística, de forma que los visitantes que lleguen a la ciudad no se limiten a pasear por la calle Larios y recorrer el triángulo Alcazaba-Catedral-Museo Picasso, sino que también se adentren por la cara oeste del casco antiguo.

«El objetivo es sacarle partido a la sinergia natural y lógica entre los espacios culturales y comerciales, de forma que los negocios se beneficien de los visitantes al museo, pero también que los comercios sirvan de reclamo para los espacios culturales», afirmó ayer el alcalde, Francisco de la Torre, durante la presentación de esta iniciativa, que tuvo lugar en el museo con la asistencia de numerosos comerciantes. Por su parte, el gerente del Museo Carmen Thyssen, Javier Ferrer, incidió en «lo importante que es la existencia de una buena relación con los establecimientos del entorno», destacando además la participación del Museo de Artes y Costumbres Populares y del Museo del Vino.

'Entorno Thyssen' se presenta como algo más que una marca, ya que será la seña de identidad de los negocios y de la zona en general a través de banderolas, pegatinas de señalética en el suelo e incluso bolsas.



El alcalde, en la presentación de 'Entorno Thyssen'. ∴ ALVARO CABRERA