

Sobre la comunidad musulmana de Melilla

Despedida y cierre

Con la experiencia de 26 años en el mundo islámico (14 en Melilla) puedo aportar las siguientes reflexiones:

Me temo que ya es tarde; más allá de lo que dice Contreras -Pluralismo y Convivencia, Dir Gral Asunt Rel.- M. Justicia- en el País de 29-07-07 suplemento dominical: "...ya vamos tarde".

Y esto vale tanto para la Península como para Melilla. Hemos pasado unos años de plomo (décadas) en los que De las Heras y Mantecon aplicaban en la Dirección General de Asuntos Religiosos (DGAR) la doctrina Múgica Herzog (Ministro de Justicia en 1992) de dividir, frenar, desorganizar, desestructurar, invertir a los musulmanes en España. Veáanse mis reflexiones al respecto en la revista Alquibla de Melilla.

Las "maneras" de Tatari y Escudero ayudaron en esta tarea.

Por ejemplo: registrar una asociación era una odisea imposible. Incluso ingenieros de registrar ongs, partidos, asociaciones de vecinos, Apas, etc. mándamos al cuerno a la DGAR él y su registro. Parecía que solicitábamos un ducado vitalicio en vez de un registro legal. Así proliferaron las asociaciones "clandestinas", descontroladas... las mezquitas-garaje-sotano. Todo muy underground.

De esta manera hoy día nos encontramos con una desorganización y descontrol desde las raíces. Y es difícil controlar y organizar cuando el elemento se ha diversificado, ramificado, extendido, crecido... Es dema-

siado tarde. Por muchas fundaciones y facilidades y buena voluntad que haya ahora por parte de la DGAR del M Just.

Los asuntos de estado deben ser planificados a largo plazo y no dejar que sean elementos ideológicamente parciales los que fijen las estrategias (léase De las Heras y Múgica; léase...) Las estrategias miopes generan problemas a largo plazo.

Si quieren actos protocolarios, si quieren manos que reciban euros, si quieren organizar congresos, jornadas, centros de

"Y trasladado a Melilla es todo calcado. Sólo Atienza y Beamud intentaron algo positivo. Los demás: leña al moro. Yimi es Tatari pero en laico. Aberchán se encargó de no dejar títere con cabeza con sus consejeros áulicos".

estudios... no le faltan "dirigentes representantes", pero que sepan que sólo son fachada que igual cogían (y cogen) cheques de Gadafi, Jatami Erdogan o el que se pusiera a tiro. PERO de eficiencia, inhibición en el tejido musulmán hispano, prestigio, etc. nada de nada. No les sirven para algo serio y constructivo. Ya ha pasado el 11-M, ya hay salafistas hasta en la

sopa, ya nadie sabe cuantos grupos hay ni dónde están, ya está todo desarticulado que es lo que querían los cortos de mira. ¿Quién tiene prestigio al mismo tiempo entre los sufis, los hermanos musulmanes, los hachicheros de las esquinas, los conversos normalitos, los salafistas ultramontanos (esto es difícil), los temporeros de Huelva, los invernadores de Murcia o El Ejido... nadie.

Y trasladado a Melilla es todo calcado. Sólo Atienza y Beamud intentaron algo positivo. Los demás: leña al moro. Yimi es Tatari pero en laico. Aberchán se encargó de no dejar títere con cabeza con sus consejeros áulicos. Hoy ya es demasiado tarde en Melilla.

Y hay muchas cosas que reivindicar. Y hay mucho que articular, vertebrar, en el colectivo musulmán.

Yo vuelvo a mis macetas, mis pajaritos y mi vía espiritual. No dejé las comunas hippies en el año 82 para hacerme un ejecutivo del Islam. Para comprenderme hay que comprender la mentalidad y la forma de vivir de mis antepasados los moriscos andaluces: sencillos, honestos, callados, laboriosos, artesanos, hortelanos de filigrana...

Doy por terminado este paréntesis locuaz y vuelvo a mi retiro otros añitos.

Aunque éste sea el último dolor que ella me causa, y éstos sean los últimos versos que yo le escribo. (Neruda)

Colaboración anónima

El Barón rampante

Los nuevos sistemas de transporte

Las compañías low cost

Los sucesivos cambios en los sistemas de transporte han condicionado la evolución del turismo. A mediados del siglo XIX, las primeras líneas del ferrocarril permitieron que Thomas Cook organizara los primeros paquetes turísticos. En el siglo XX, avances en el transporte como la popularización del automóvil o el desarrollo de la aviación civil lanzaron destinos turísticos de sol y playa como Baleares, la Costa del Sol, o el Caribe.

En el siglo XXI, de nuevo la accesibilidad es una condición necesaria para el éxito de un destino urbano como Melilla. No debemos olvidar la importancia del factor tiempo en la relación de prioridades de los nuevos consumidores turísticos, la fragmentación de las vacaciones, y el protagonismo de los denominados "short breaks" o "turismo comprimido".

En este sentido, las denominadas compañías low cost o "bajo coste" como Ryanair, Easyjet, Air Berlin, o las españolas Vueling y Clickair, están cambiando profundamente el mercado turístico en Europa. La revolución en marcha de las low cost es el resultado de una sencilla ecuación: el proceso de liberalización del transporte aéreo en Europa en la segunda mitad de los años 80, el desarrollo de nuevos modelos de gestión empresarial, y el propio desarrollo tecnológico (las TIC), especialmente debido a Internet. Y, por supuesto, los altos precios de las compañías aéreas tradicionales.

No obstante, en la estrategia de estas compañías aéreas de nueva generación lo que compite es un modelo de gestión que es capaz de transferir, de forma transparente y perceptible por parte del consumidor, la mejora de la gestión de los costes a los precios ofertados. Las low cost no son compañías precio-aceptantes, con estrategias defensivas, sino que son compañías creativas, y capaces, gracias a la flexibilidad de su estructura de costes, de construir precios acordes con las necesidades de los nuevos segmentos de turistas y con sus expectativas de productos y servicios.

La eficiencia en costes se consigue en la medida en que la compañía ofrece de forma desnuda un servicio esencial, sin elementos superfluos: un servicio no frills. Es decir, la compañía ofrece lo que verdaderamente sabe hacer, transportar, eliminando elementos innecesarios.

Por lo tanto, el "bajo coste" no sólo es una estrategia exclusivamente de precios bajos, sino una propuesta comercial que afecta a todas las variables del marketing, y que, en muchos aspectos, mejora la calidad del producto de las compañías tradicionales (puntualidad, frecuencia, descongestión, acceso a destinos alternativos...). Pregunta ¿Puede ser interesante para Melilla?.

"En el siglo XXI, de nuevo la accesibilidad es una condición necesaria para el éxito de un destino urbano como Melilla"

Iñaki Gaztelumendi

La Autoescuela Barroso es una de las mejores autoescuelas de España, valiéndose para ello de los últimos avances en la docencia, vehículos, profesores y servicios informáticos multimedia del mercado.

Poco a poco hemos ido creciendo y nuestro índice de aprobados está entorno al 90% (nuestros alumnos nos avalan).

Este crecimiento no es más que el fruto de la preocupación por nuestro alumnado.

Un líder en el sector.

Barroso
AUTOESCUELA

+ información

C/. General Aizpuru, 14
52004 MELILLA
info@autoescuelamelilla.com
www.autoescuelabarroso.com