

RECUPERACIÓN DE CENTROS HISTÓRICOS: MÁLAGA, CAPITAL DEL TURISMO CULTURAL URBANO DEL S.XXI

Lourdes Royo Naranjo

Escuela Técnica Superior de Arquitectura Universidad de Sevilla
Dpto. Historia, Teoría y Composición Arquitectónicas
Avda. Reina Mercedes, 2 41012 Sevilla
954557843 lroyo@us.es

Blanca del Espino Hidalgo

Escuela Técnica Superior de Arquitectura Universidad de Sevilla
Dpto. Urbanística y Ordenación del Territorio
Avda. Reina Mercedes, 2 41012 Sevilla
954556562 bdelespino@us.es

M^a Teresa Pérez Cano

Escuela Técnica Superior de Arquitectura Universidad de Sevilla
Dpto. Urbanística y Ordenación del Territorio
Avda. Reina Mercedes, 2 41012 Sevilla
954556562 tpcano@us.es

Eduardo Mosquera Adell

Escuela Técnica Superior de Arquitectura Universidad de Sevilla
Dpto. Historia, Teoría y Composición Arquitectónicas
Avda. Reina Mercedes, 2 41012 Sevilla
954557843 emosquera@us.es

RESUMEN

A raíz de la consideración económica de la cultura, la ciudad y más concretamente la ciudad histórica, comienza a ser valorada como un bien y como un factor más de desarrollo territorial. La recuperación del patrimonio arquitectónico y urbano en los centros históricos se convierte en un trabajo prioritario adquiriendo gran valor como producto cultural para las ciudades por ser soporte de las identidades locales y como una importante baza para el crecimiento. Concretamente, el de Málaga, está siendo clave para avivar el turismo y el desarrollo económico que de éste se desprende en beneficio del municipio. Planteamos en la siguiente comunicación el análisis de las principales actuaciones que responden a la recuperación patrimonial de este espacio de ciudad aprovechando un factor de gran relevancia como lo es el turismo, teniendo en cuenta que Málaga ejerce la capitalidad turística de la Costa del Sol, y lo más importante, repercuten directa y potencialmente en el incremento de la actividad económica.

PALABRAS CLAVE

Turismo, patrimonio cultural, centros histórico, Málaga, Costa del Sol, Museos

ABSTRACT

Following the economic considerations of culture, the city and specifically the historic city, it begins to be valued as an asset and as a factor of territorial development. The recovery of the architectural and urban heritage in the historic centers becomes a priority acquiring valuable work as a cultural product to the cities because they support local identities and an important asset for growth. Specifically, Malaga, being key to fuel tourism and economic development that it is apparent benefit of the municipality. We propose the following communication analysis of the main actions that respond to the financial recovery of this space city taking advantage of a factor of great importance as it is tourism, given that exerts Malaga tourist capital of the Costa del Sol, and most importantly, direct and potentially impact on the increase in economic activity.

KEY WORDS

Tourism, cultural heritage, historical centers, Malaga, Costa del Sol, Museums

1. Introducción a la problemática de los centros históricos y su relación con el turismo: paisaje urbano, identidad local y visitante como variables de una compleja ecuación

A la hora de abordar una investigación sobre la influencia del turismo en la recuperación de centros históricos, debe ponerse en cuenta que el propio concepto de los mismos como objeto de estudio tiende a ponerse en cuestión en la actualidad y, pudiera parecer –dado el grado de integración que tiene, no ya en el panorama intelectual, sino en el vocabulario común- que estuviese obsoleto o, al menos, sobradamente estudiado. El nacimiento del núcleo histórico de las ciudades como objeto de estudio por parte del patrimonio antecede a conceptos como podría ser, por ejemplo, el de sostenibilidad. Puede afirmarse que, en un contexto oficial, la primera vez que se habla de cuestiones como el cuidado del paisaje histórico de las ciudades es en la Carta de Venecia de 1964, mientras que en la Carta de Quito, de 1967, se expone que la necesidad de conciliar *las exigencias del progreso urbano con la salvaguarda de los valores ambientales, es ya hoy día una norma inviolable en la formulación de los planes reguladores a nivel local como nacional. En este sentido todo plan de ordenación deberá realizarse en forma que permita integrar al conjunto urbanístico de los centros o complejos históricos de interés ambiental (UNESCO, 1967)*. El concepto de ambiente en urbanismo ya había sido introducido por Giovannoni en 1931. Es en 1978, la UNESCO declararía al centro histórico, precisamente de Quito, como primer Conjunto Histórico de la lista de Patrimonio Mundial. La sostenibilidad sigue un proceso que podemos jalonar con la Carta de la Naturaleza (1982), Informe Brundtland (1987), diversas reuniones como la Cumbre de Río y la Carta de la Tierra (2000).

La profusión de documentos e investigaciones que sobre los mismos se han efectuado posteriormente puede obedecer, entre otras cuestiones, a que en el centro histórico se agudizan los problemas propios de cualquier aglomeración urbana: la concentración de actividades terciarias en algunas zonas frente a la inexistencia en otras o el envejecimiento de la población pueden citarse como ejemplos. En este sentido, Juan Manuel Becerra, arquitecto y jefe del Servicio de Protección del Patrimonio Histórico de la Dirección General de Bienes Culturales, identifica dos tipos de problemas en el patrimonio urbano de los tejidos históricos urbanos (Becerra, 1999):

- Problemas estructurales, sólo diagnosticables en el ámbito de la totalidad de la ciudad: pérdida de centralidad del centro histórico, falta de legibilidad del centro histórico con su entorno, problemas estructurales de accesibilidad y vialidad.
- Problemas interiores al centro histórico: degradación de la edificación, alteraciones inadecuadas de la edificación, la parcelación o el paisaje urbano, áreas que precisan reforma, insuficiencia de comunicaciones, equipamientos y espacios libres, deterioro o infrautilización del espacio público.

En cuanto a la relación entre los centros históricos y el turismo, debe tenerse en cuenta, por otra parte, la relación entre el turista y el habitante local. Desde el punto de vista del visitante interesado en el legado histórico y antropológico de otras culturas, la relación con el lugar se complejiza, pues el individuo se ve reflejado a sí mismo en un patrimonio que, al menos desde un punto de vista geográfico, ni le pertenece ni lo identifica como miembro. Según Budhiba (1981) esto genera, de entrada, dos conflictos: el primero es la propia transformación que el turista provoca en las formas de vida de los habitantes de centros históricos y, por tanto, en su identidad, modificando conductas de hospitalidad, rituales y ocio. El segundo está, precisamente, provocado por el mundo del reflejo: la visión del visitante sobre la realidad que observa es selectiva –y está, la mayoría de las veces, modificada por lo que desde la estrategia turística se quiere que el turista busque como auténtico- y, como tal, lo es la imagen que ofrece, ya sea a través principalmente la literatura, la fotografía o más recientemente el video, no ya a sus propios recuerdos o a la difusión entre su círculo más íntimo sino, incluso, a la población local, que llega a sentirse identificada no con su realidad sino con lo que el turista narra sobre ella.

Esta cuestión, que puede llegar a ser especialmente alarmante en centros históricos de ciudades pequeñas, no tiene su origen según el propio Budhiba en el comportamiento del turista sino que, como dice Bianchini (1999:78), “la principal contribución de las políticas culturales a la regeneración urbana ha sido probablemente la creación de imágenes urbanas capaces de atraer a los visitantes”. Esta imagen se genera, comúnmente, desde algunos aspectos particulares de la identidad y la historia locales pero puede llegar a ser incluso producida *ex novo* en ciudades con un legado patrimonial

no excepcionalmente destacable, como expone Yudin (2014) para la ciudad de Myshkin, en Rusia. Es decir, la estrategia del marketing territorial que ya mencionaba Richards (2001) es aplicada, de forma directa, para el beneficio de la industria del turismo cultural de modo que patrimonio urbano, cultura e imagen se unen en indisoluble alianza para ofrecer un producto completo, atractivo e inequívocamente focalizado hacia la difusión de una interpretación muy concreta de la realidad patrimonial del centro histórico considerado.

2. Los centros históricos y el turismo como oportunidad para el desarrollo: regeneración, rehabilitación y financiación.

En esta tesitura, el patrimonio adquiere un gran valor como producto cultural para las ciudades. Así, ya no sólo es importante por su valor histórico y por ser soporte de la identidad de los pueblos, sino que se ha revelado como un recurso de desarrollo fundamental. Por eso la consideración económica de la cultura ha propiciado una valoración de la ciudad como un bien y como un factor más de desarrollo territorial. Víctor Fernández Salinas (1998) señala a este respecto que *ya no se trata sólo de valorar el centro histórico de la ciudad por concentrar el patrimonio cultural, sino que hoy es la ciudad entera la que ha pasado a ser considerada como ciudad cultural. Las ciudades que tienen simbolismo y cultura actúan como núcleos culturales de referencia.* Los cambios en los comportamientos socioeconómicos han demostrado, de este modo, que las ciudades ofrecen grandes posibilidades de atracción al sector turístico y la inversión, además de beneficiar a la sociedad local. Se concibe la ciudad como recurso, para lo cual hay que proceder a una mejora global de su imagen, centrada -en la mayoría de los casos- en su tejido histórico.

Sin embargo, el incremento del turismo sobre los centros históricos conlleva, además de grandes ventajas de desarrollo socioeconómico, serios riesgos. El turista es un gran consumidor de bienes y servicios, su presencia dinamiza los diversos sectores de actividad, genera riqueza y empleo e introduce nuevas modalidades en el consumo y en el uso del suelo: desarrollo de ramas como la hostelería, restauración, transporte, comercio, servicios de ocio o recreo así como otros sectores de actividad en un segundo orden. Pero cuando la economía local depende en exceso de esta actividad existe el

peligro de que una disminución de la afluencia de visitantes o del gasto turístico pueda provocar una aguda crisis en el sistema productivo. Es por esto que, de cara a la implementación o gestión de estrategias de promoción turística en centros históricos, el establecimiento de una estrategia integrada que contemple los efectos de las actuaciones previstas a largo plazo resulta un paso fundamental como garantía del éxito futuro.



Figura 1. El patrimonio se ha convertido, en los últimos tiempos, en un producto cultural, no sólo por sus valores inherentes sino también como recurso económico y de dinamización. En la imagen, promoción de la rehabilitación de un palacio en el centro histórico de Lucena (Córdoba), dirigida no sólo al turista sino, muy especialmente, al ciudadano local. Fuente: Blanca Del Espino Hidalgo. 2011.

Por otra parte, el redescubrimiento de los centros históricos y su relación con el turismo cultural ha provocado, en gran parte, un nuevo énfasis en las políticas de regeneración y rehabilitación de los mismos, así como la búsqueda de fuentes específicas para su financiación. Cobran especial importancia en este contexto los Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER), que a lo largo de dos décadas han proporcionado

recursos económicos a regiones europeas especialmente débiles entre las que ha destacado Andalucía –por constituir una región con gran presencia del sector primario en su estructura productiva- y, más concretamente, los centros históricos de sus ciudades –por considerarse fragmentos urbanos con un especial porcentaje de habitantes en riesgo de exclusión social-.



Figura 2. Lona publicitaria del proyecto de protección del centro histórico de Loja, con presencia del logo de los fondos FEDER, cubriendo la fachada de una vivienda en mal estado en la Plaza de Narváez. Fuente: Blanca Del Espino Hidalgo. 2013.

Mediante las iniciativas URBAN (1994-1999) y URBAN II (2000-2006), se acometieron proyectos de mejora de áreas urbanas y barrios en situación de crisis, de cara a su desarrollo sostenible, logrando la actuación en 118 zonas urbanas en su primera fase, y 70 en la segunda¹. Destacan, en el ámbito andaluz, las acciones emprendidas en Málaga –con más de 22 millones de euros para actuaciones integradas con su Plan Estratégico-, Lucena -que, pese a tratarse de una ciudad media, obtuvo financiación en las dos ediciones con un total de 12 millones-, Palma del Río –con una cantidad similar a Lucena-, Loja –con más de 5 millones para su centro histórico- o Jerez -con más de 11 millones de euros empleados, en su mayoría, en proyectos para la regeneración del centro histórico-². En la actualidad, los fondos URBAN están siendo sustituidos por los ADUS (Actuaciones de Desarrollo Urbano Sostenible) para el período 2014-2020, si bien su primera convocatoria aún no tiene fecha definitiva. Las próximas acciones para financiación presentan, como novedad, la obligatoriedad de que las ciudades que concurran a las mismas tengan definida una estrategia urbana sostenible integrada, dentro de la cuál se incluyan las acciones para las cuáles se solicite ayuda económica. Es por esto que, en la actualidad, la regeneración de centros históricos se encuentra estrechamente vinculada al planeamiento estratégico.

3. El planeamiento estratégico como herramienta de referencia para la regeneración de centros históricos.

Pasaremos, por tanto, a estudiar el planeamiento estratégico como una disciplina que, en la actualidad, instrumenta la regeneración de los centros históricos y, más concretamente, de aquellos en los que ésta va unida a la búsqueda de la potenciación del turismo cultural. La consideración de la estrategia dentro de la planificación, si bien tradicionalmente ha estado asociada al mundo empresarial –incluso, en sus inicios, al bélico- ha alcanzado, a día de hoy, no sólo el urbanismo –que ya no se entiende únicamente en su plano de diseño físico sino que integra, necesariamente, la adopción de medidas económicas, ambientales, sociales y de gobernanza- sino, incluso, los propios documentos orientadores y normativos para el turismo. Es el caso de la Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía (ETS), que viene a desarrollar

¹ Más información en el dominio web oficial de los fondos [en línea]
<http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/job_creation_measures/l60015_es.htm>
[Última consulta el 14/05/2015]

² Fuente: Programa Operativo Feder de Andalucía. Relación de operaciones por beneficiario. Versión actualizada el 12/05/2015

instrumentalmente el Plan General de Turismo de Andalucía de 2007 (Junta de Andalucía, 2008). En este sentido, la ETS supone un avance en la conformación de nuevas herramientas y la reconsideración del espacio turístico andaluz, pues potencia posibilidades hasta entonces no consideradas como son la creación de planes intermunicipales o interprovinciales, la creación de redes o, de una forma explícita, dispone los mecanismos de inversión y financiación necesarios para el desarrollo sostenible de esta industria (Merinero, Betanzos y Dorado, 2013).

Condición necesaria es, por tanto, la ampliación de los mecanismos de estrategia a la planificación de los centros históricos de cara, ya sea a su regeneración, ya a la implantación de una mejora desde el punto de vista turístico. En este sentido, la planificación estratégica aporta al urbanismo y al turismo nuevas perspectivas que permiten, además, trasladar los diseños actuales de las políticas urbanas globales a la escala local: Agendas 21, Fondos Europeos de Desarrollo Regional o metas del Horizonte 2020, entre otros, la mencionan como condición indispensable para un futuro más sostenible a nivel urbano y, a menudo, condicionan el cumplimiento de sus requerimientos a la existencia de una estrategia integrada a nivel local o territorial.

La historia de la planificación estratégica ha estado, de hecho, estrechamente vinculada a su aplicación por las políticas locales. Buenos ejemplos de estas prácticas son, entre otros, las ciudades de San Francisco, Nueva York o Chicago en los Estados Unidos; mientras que en América Latina destacan Río de Janeiro o Bogotá; en Europa Londres, Génova, París, Ámsterdam, Berlín o Lisboa; en España los casos de San Sebastián, Bilbao o Barcelona y en Andalucía, el de Málaga como caso sobresaliente y, en otra dimensión, los de Sevilla, Córdoba, Granada, Jerez, Algeciras, Antequera, Lucena, Écija o Lopera (Merinero, 2010).

Otra indudable ventaja de este tipo de herramienta a la hora de integrar las actuaciones en centros históricos y el turismo es la inclusión en su metodología de procesos activos de participación ciudadana y de mecanismos que facilitan la intervención directa de los habitantes locales mediante procesos de gobernanza. A este respecto, destaca, entre otros casos, el del Plan Estratégico de Málaga y la creación de la Fundación CIEDES como organismo independiente del gobierno local –que funciona como uno de los

patronos de la misma- y que permite crear un foro de discusión entre los distintos agentes, públicos y privados, institucionales e individuales, lo que ha propiciado la creación de un plan integrado, integral e integrador que tiene, como uno de sus pilares fundamentales, la impulsión del turismo para una regeneración de su patrimonio urbano y cultural.

4. Málaga capital de la Costa del Sol: En busca de antecedentes para un Planeamiento Estratégico

La recuperación de los Centros Históricos, y concretamente, el de Málaga, se ha convertido en una clave para avivar el turismo y el desarrollo económico que de éste se desprende en beneficio del municipio. Gracias a la demanda de actividades que realizar, lugares que visitar y sitios donde descansar, comer, pernoctar e invertir, Málaga se posiciona como una ciudad para nuevos usos y su reconocimiento en un espacio urbano que se transforma para cumplir nuevos objetivos culturales y turísticos asociados a los valores de la ciudad histórica.

Sin embargo, debemos retroceder un poco en el tiempo para conocer los motivos de dicha recuperación y sobre todo de tan acusada degradación física, funcional y simbólica en la que desemboca el centro histórico de Málaga en un momento determinado de su historia. En su período más crítico y al mismo tiempo más importante a nivel de desarrollo económico (1955-1975) la ciudad de Málaga se vio sometida a un rápido e incontrolado crecimiento urbano, acompañado de una inoperante instrumentación que comienza con un PGOU aprobado en 1950 por la Comisión Central de Sanidad Local pero que nunca llegará a ser aplicado. Los motivos aluden a intereses económicos y procesos especulativos que en favor de un desarrollo motivaban la inoperancia de medidas urbanísticas restrictivas. (Olano, 1972).

Tendríamos que esperar al año 1971 para que se apruebe el nuevo PGOU de Málaga. Entonces el objetivo principal consistió en orientar y controlar los nuevos crecimientos heredados quedando fuera de esta regulación, cualquier tipo de mención al estado de conservación, rehabilitación o recuperación de su centro histórico. Cuestiones que por otro lado, se agravaban con el paso del tiempo y que recogería el siguiente PGOU de

1983³ al plantear como necesidad la “recuperación y conservación de la estructura urbana y su tipología edificatoria mediante procesos de rehabilitación; control de las actividades terciarias, mantenimiento de la población, etc...”. Para tales cometidos se elaboró una normativa específica⁴ que actuaría sobre la zona centro de la ciudad en la que se englobaba como subzona, el centro histórico.

Dos años después de la aprobación del PGOU, el 18 de julio de 1985 la Dirección General de Bellas Artes inicia la tramitación oficial del expediente para la declaración del Conjunto Histórico-Artístico del Centro de Málaga como Bien de Interés Cultural (BIC) y que será publicada en el BOJA el 2 de agosto de ese mismo año. Un expediente que nace bajo la figura de Núcleo Central del Bien de Interés Cultural “Conjunto Histórico-Artístico de Málaga” y que termina definitivamente 27 años más tarde por Decreto 88/2012, de 17 de abril, por el que se inscribe en el Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz el sector delimitado de la ciudad de Málaga como Bien de Interés Cultural, con la tipología de Conjunto Histórico.

En su momento, 1985, el hecho de iniciar el expediente de declaración conllevaba según se recoge en el artículo 20 de la Ley de Patrimonio, la obligación de realizar un Plan Especial de Protección del área incoada y para ello se aprobó en el año 1988 un Plan Especial de Protección (PEP) al que se incorpora en el mismo documento un Plan de Reforma Interior (PEPRI), aprobado a todos los efectos jurídicos y urbanísticos en 1990. Como consecuencia de todo lo anterior, el centro histórico de Málaga se verá sumido en un largo período caracterizado por el abandono, la degradación y la pérdida sustancial de un patrimonio urbano y arquitectónico al que no se podrá volver. Una situación a la que se acercarán de manera reciente diferentes políticas culturales, turísticas y estratégicas, en un esfuerzo e interés por su recuperación.

El inicio del proceso de la Planificación Estratégica en Málaga tiene lugar en torno al año 1992, cuando ante diversos acontecimientos culturales y económicos de índole nacional e internacional Málaga parece quedarse atrás. Como consecuencia: “Málaga reacciona ante esta posible pérdida de competitividad en el territorio andaluz y español,

³ Art. 235. PGOU de 1983.

⁴ Capítulo 4º, Artículos del 232 al 249. PGOU de 1983.

planificando su futuro a medio y largo plazo. Es así una de las primeras ciudades españolas, y la primera en Andalucía, en utilizar una herramienta, hasta entonces poco conocida a escala urbana, que le ha permitido diseñar el modelo de la “Málaga del futuro” de una forma participativa, plural y consensuada: la Planificación Estratégica”⁵.



Figura 3. Estado de conservación de la edificación protegida en calle Casas de Campo. Fuente: Lourdes Royo Naranjo. 2014. Imagen de 2013.

De forma paralela, el 1 de junio de 1994 la Unión Europea fijaría con su publicación las orientaciones y las líneas de los programas a elaborar dentro de las subvenciones para las zonas degradadas de las ciudades de más de 100.000 habitantes. En el caso de Málaga la aprobación del Proyecto Urbano representaría la financiación del Plan Estratégico a través de los fondos FEDER en su 70%. (Rubio Florido, 1996). El Primer Plan Estratégico de Málaga tiene lugar entre 1993 y 1996. En él se fijaron cuatro líneas estratégicas y 194 proyectos que hicieron constatar cómo gran parte de los proyectos recogidos tenían como referencia al centro histórico de la ciudad.

⁵ Fuente I Plan Estratégico de Málaga: <http://www.ciedes.es/> [Última consulta el 15/05/2015]

El posterior desarrollo que experimentará la ciudad vendrá de la mano de resultados obtenidos de la aplicación de su planeamiento estratégico que arrancaría en una primera fase en 1993 y que vendrá caracterizado en gran medida por el interés en la recuperación de su Centro Histórico.

5. I Plan Estratégico de Málaga (1993- 1996). Málaga en la Costa del Sol

Los trabajos del I PEM arrancan en el año 1992 con un escenario tendencial donde Málaga no es reconocida como capital de la Costa del Sol y los congresos se celebran en municipios limítrofes por falta de equipamientos. Como principales objetivos se marca un desarrollo del litoral, la recuperación del legado histórico y monumental de la ciudad junto con desarrollo de nuevos segmentos turísticos (congreso, cultural, deportivo, etc...) capaces de mejorar el atractivo de Málaga en un deseado mercado internacional. Se piensa entonces en la construcción de un programa capaz de convertir a Málaga en “capital turística, cultural y de ocio europeo” y se creará para sumar esfuerzos en ese sentido, la Delegación de Turismo en el Ayuntamiento de Málaga como una nueva Concejalía específica para ello.

Tal y como se recoge en el *Documento de evaluación del I Plan Estratégico de Málaga*, tras la finalización de este I Plan Estratégico “Málaga mejora su posición competitiva en el mercado regional y nacional, pero sigue necesitando una imagen de ciudad sólida que le reafirme con ventaja en los mercados europeo e internacional. Necesita mejorar tanto en las condiciones turísticas y culturales como en la coordinación de su oferta”⁶. En esta misma línea, aparece el *Plan de Desarrollo Turístico de la Ciudad de Málaga* de 1996 en una clara apuesta por el desarrollo del turismo cultural de la ciudad.

6. II Plan Estratégico de Málaga (2000- 2004). Málaga “metrópoli abierta”

En el 2002 se inicia verdaderamente el II Plan Estratégico de Málaga que tiene su continuidad hasta el 2004. Durante estos años, diversos informes irán acompañando al proceso y aparecerán publicados algunos de los resultados esperados, necesidades detectadas o memorias de trabajo de diversa índole⁷. Entre estos, cabe destacar el

⁶ Fuente I Plan Estratégico de Málaga: <http://www.ciedes.es/> [Última consulta el 15/05/2015]

⁷ Entre los informes más destacados podemos contar con la *Evaluación del II Plan Estratégico de Málaga; Transformando Málaga. 1994-201; Nuevos Rumbos. Reflexiones del II PEM para el 2020;*

informe publicado como material de trabajo previo a la redacción del II Plan Estratégico en el que se descubren algunas de las claves estratégicas más interesantes en cuanto a turismo y cultura se refiere. Así, en el *Análisis de la evolución de la ciudad*, se concentran algunos de los “Retos de Economía” más importantes en los que la cultura aparece convertida ya en motor principal del desarrollo tan esperado y perseguido⁸:

1. El posicionamiento de Málaga a escala internacional como un destino de turismo urbano cultural:

“El turismo cultural urbano es un segmento turístico que genera riqueza y empleo para la ciudad. Se trata de un turismo muy diversificado que concibe la ciudad en su totalidad, centrándose en todas sus dimensiones (culturales, económicas, comerciales, deportivas). El atractivo reside en la ciudad y sus habitantes. Málaga tiene la potencialidad necesaria para posicionarse en este segmento turístico, tanto a nivel nacional como internacional. Para ello es necesario mantener e incrementar la oferta existente con nuevos atractivos y apostar por la calidad tanto en los servicios públicos como privados”

3. La cultura como fuente de riqueza y empleo de calidad:

“Una ciudad que apuesta por el turismo cultural urbano se convierte en un centro generador de actividad económica, empleo y riqueza. Al amparo de la cultura, entendida en el sentido más amplio de la palabra, surgen nuevos yacimientos de empleo y empresas complementarias, como la gestión cultural, las galerías de arte o los nuevos espacios escénicos, que formarán parte de la base industrial y de servicios de este sector económico (...) Málaga está empezando a descubrir la potencialidad de la cultura como industria y como fuente de empleo. Tanto el sector público como el privado han de hacer una apuesta fuerte por articular medidas y programas que sienten las bases adecuadas para el crecimiento de un tejido productivo propio”

Resulta interesante destacar algunos de los principales objetivos marcados como “Retos de Territorio y Medio Ambiente”:

8. La consolidación del proceso de revitalización del Centro Histórico de Málaga bajo estándares de calidad.

“El atractivo de Málaga se ha de potenciar poniendo en valor aquellos elementos culturales e históricos que le han dado y le dan su carácter. Para ello la calidad ha de ser la insignia que diferencie a Málaga con otras ciudades y se

Málaga, *Metrópoli Abierta*”. II Plan Estratégico de Málaga; *Málaga Metrópoli Abierta - Avance de Proyectos Estrella del II Plan Estratégico de Málaga* o *La Aventura de diseñar el propio destino. Plan Estratégico de Málaga*, todos ellos editados por la Fundación CIEDES y consultables en <http://www.ciedes.es/> [Última consulta el 15/05/2015]

⁸ p.82. y p.96

ha de aplicar tanto a zonas nuevas como en transformación: el Plan Especial del Puerto y su unión con el Centro Histórico, el Paseo del Parque de Málaga, la calle Alcazabilla y el llamado “Triángulo Arqueológico”(unión con Plaza de la Merced, Museo Picasso y Cister), los nuevos espacios resultantes de grandes infraestructuras como el AVE y el soterramiento de las vías férreas, el metro, el Guadalmedina, etc.”

9. La consolidación de Málaga como capital de la Costa del Sol.

“Málaga debe consolidar la posición de centralidad que tiene en la costa, (Centro del nodo de comunicaciones terrestres, marítimas y aéreas) y potenciar su papel como capital de la Costa del Sol siendo referente del Turismo Cultural Urbano”

De manera resumida, el II Plan Estratégico de Málaga propone 4 líneas estratégicas y 10 proyectos estrella: “Una Metrópoli que mira al mar”, “La Málaga de Picasso, cultural y atractiva”, “Una metrópoli en la vanguardia de la sociedad del conocimiento” y “Una ciudad renovada para sus ciudadanos y visitantes”. A su vez, éstas líneas estratégicas se organizan según través de 4 visiones de Málaga con sus consiguientes proyectos: “Málaga ciudad litoral”, “Málaga ciudad de la cultura”, “Málaga ciudad del conocimiento” y “Málaga revitalización urbana”.

VISIÓN DE MÁLAGA	LINEAS ESTRATÉGICAS	PROYECTOS ESTRELLAS
Málaga ciudad litoral	Una Metrópoli que mira al mar	1. Mar y metrópoli: puerto y fachada litoral integrada
Málaga ciudad de la cultura	La Málaga de Picasso, cultural y atractiva	2. Ágora mediterráneo
		3. Málaga Tur
		4. Málaga, ciudad que se enriquece con la diversidad cultural
Málaga ciudad del conocimiento	Una metrópoli en la vanguardia de la sociedad del conocimiento	5. Málaga Innov@
Málaga revitalización urbana	Una ciudad renovada para sus ciudadanos y visitantes	6. Metrópoli aeroportuaria
		7. Málaga y la movilidad metropolitana
		8. Málaga ciudad solidaria
		9. Málaga y la gobernanza local
		10. Integración del Guadalmedina

Figura 4. Esquema del II Plan Estratégico de Málaga. Líneas estratégicas y Proyectos Estrella. Fuente Memoria II Plan Director. Elaboración Lourdes Royo Naranjo.

Dentro del binomio que une a Málaga y su cultura como elementos capaces de dinamizar la economía y convertirse en motor de desarrollo ampliando su espectro al turismo como principal factor, llama la atención el enorme esfuerzo realizado durante estos años por llevar a cabo la línea estratégica “La Málaga de Picasso, cultural y atractiva”. Entre los Proyectos Estrella más importantes que se recogen destaca el *Ágora mediterráneo La ciudad como espacio de cultura*, cuyos objetivos más importantes y principales refieren a:

- La dotación y recuperación de espacios públicos de encuentro y convivencia ciudadana.
- La consolidación del proceso de revitalización del Centro Histórico de Málaga bajo estándares de calidad.
- La cultura como fuente de riqueza y empleo de calidad.
- La reforma del espacio urbano para potenciar el atractivo de la historia y la cultura malagueña creando nuevas zonas de convivencia.



Figura 5. Lona publicitaria en la Plaza de la Merced de Málaga. El esfuerzo por remarcar e identificar la Málaga de Picasso con motivo de su 125 Aniversario se convierte en un reclamo turístico aprovechando una lona que cubre las obras de mantenimiento de un edificio en el centro histórico. Fuente: Lourdes Royo Naranjo 2010.

Como consecuencia de todo lo anterior, el centro histórico de Málaga se convierte no sólo en un espacio privilegiado, sino en un invento cultural que nace de manera oficial bajo la definición de *Megamuseo* capaz de reflejar esta apuesta cultural y artística, con proyectos integrales de musealización y de arte público, cuyo propósito es ir extendiéndose al resto de ciudad. Como claves y objetivos fundamentales atendemos a la creación de este Museo abierto o *Megamuseo* en el centro histórico de Málaga consistente en el aprovechamiento del espacio urbano y los recursos arquitectónicos y arqueológicos existentes, para formar un elemento único con un programa museístico y de arte público.



Figura 6. Rutas culturales turísticas elaboradas y editadas por el Ayuntamiento de Málaga bajo el lema “Málaga Ciudad ideal”. Recurso turístico que divide según temáticas y rutas el patrimonio de la ciudad en torno a las visitas posibles que el turista quiera conocer. Fuente: Lourdes Royo Naranjo. 2014.

En este sentido, se apuesta por el concepto de Museo entendido más que como “contenedor” de arte, como centro de actividad. Una difusión del espacio urbano y metropolitano que se ha concentrado en equipamientos de diferente escala y que persiguen entre algunos de sus objetivos:

- El establecimiento como eje de referencia del triángulo formado por las calles Alcazabilla, Cister y Granada, con la integración del puerto.
- La remodelación y creación de espacio urbano (adecuación, recuperación y construcción de edificios) para dotarle de una imagen de gran calidad y proyección unitaria y estructurada.
- La recuperación arqueológica de asentamientos como lectura histórica para la ciudad.
- Creación de nuevos elementos de expresión del momento cultural actual como el centro de arte contemporáneo CAC y/o un centro de interpretación de la historia y la cultura malagueña y/o un centro de investigación sociológico y cultural.
- Conferir un papel clave al Museo Picasso en el conjunto del *Megamuseo*, como elemento de relieve, foco de atracción, centralidad e interés mundial que posiciona el conjunto en una situación única.
- Creación de un Plan Director de Cultura y Arte Público que ordene y proyecte el uso del espacio público, empezando por el centro histórico y trasladándolo al resto de barrios de la ciudad.
- Aprovechamiento integral de los enclaves históricos existentes a lo largo de la metrópoli.



Figura 7. Estado actual de calle Alcazabilla donde tienen su encuentro el teatro romano de Málaga y la Alcazaba. Tras su reciente recuperación y adaptación para visitantes con el Centro de Interpretación del Teatro Romano este espacio urbano se ha convertido en el más visitado de todo el centro histórico de la ciudad de Málaga.

El siguiente Proyecto Estrella *Málaga Tur. Una ciudad para el turismo* también reconoce entre sus objetivos principales, líneas de trabajo similares a las anteriores, y que responden a la recuperación patrimonial del centro histórico de Málaga, aprovechando un factor de gran relevancia como lo es el turismo y teniendo en cuenta, que Málaga ejerce la capitalidad turística de la Costa del Sol:

- La consolidación de Málaga como capital de la Costa del Sol.
- El posicionamiento de Málaga a escala internacional como un destino de turismo urbano y cultural.
- La adecuación de la oferta hotelera y de servicios a la demanda turística entre los que destaca un listado de nuevos Museos, Centros de Arte y Recursos Culturales y Turísticos.
- La generación de políticas y actuaciones que permitan un mayor conocimiento y concienciación sobre el valor del turismo en la ciudad.
- El desarrollo de una imagen propia y de calidad a escala internacional.

5. Conclusiones

Málaga siempre ha sido un destino turístico reconocido, aunque su capacidad de atracción quedó diluida en las últimas décadas del S.XX por la creciente pujanza de la Costa del Sol. Como consecuencia de ello el planeamiento estratégico resolvería en los 90 gran parte de las carencias detectadas, en un esfuerzo por recuperar no sólo la centralidad internacional sino en un segundo nivel, la posición de una ciudad como referencia del turismo cultural urbano. En este sentido, la planificación estratégica aportará al urbanismo y al turismo nuevas perspectivas que permiten, además, trasladar los designios actuales de las políticas urbanas globales a la escala local.

Como logros de la Planificación Estratégico estudiada y actualmente en proceso de revisión de 20 años de trabajo en el centro histórico de Málaga, advertimos algunos resultados que desglosamos a continuación:

- Existencia de un modelo de ciudad mantenido en el tiempo y consensuado.
- Un crecimiento de la ciudad de Málaga como destino turístico que ha sido posible gracias al diseño y ejecución de un planeamiento estratégico encaminado a la

construcción de un discurso en el que patrimonio cultural y turismo como recurso económico se dan la mano.

- La recuperación del centro histórico de Málaga, la puesta en valor de su patrimonio cultural, junto con a la creación de nuevos espacios culturales entre los que merece una especial mención del Museo Picasso de Málaga, el Centro de Arte Contemporáneo o el Centro Pompidou, confieren a Málaga un gran atractivo cultural y turístico que la diferencia del resto de ciudades.

- El incremento del turismo y los esfuerzos por mantener a este sector sobre un mismo escenario o centro histórico de Málaga conlleva, además de grandes ventajas de desarrollo socioeconómico, serios riesgos que hacen peligrar la autenticidad del mismo.

- Creemos necesario establecer unas cautelas previas en las que se determinen según criterios históricos y patrimoniales qué espacios de la ciudad histórica son susceptibles de convertirse o adaptarse a los recorridos turísticos y cuáles no, reforzando el protagonismo de Málaga como ciudad de referencia del turismo cultural urbano.

Bibliografía

- Becerra García, Juan Manuel (1999): “Sobre la conservación de los centros históricos en Andalucía.” Indicadores para la evaluación del estado de conservación de Ciudades Históricas. Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Sevilla, pp. 67-72.
- Bianchini, Franco (1999): “The relationship between cultural resources and urban tourism policies: issues from European debates”. Dodd, D. y van Hemel, A. (eds.), *Planning Cultural Tourism in Europe: a presentation of theories and cases*. Boekman Foundation. Amsterdam, pp. 78-90.
- Budhiba, Abdelwahab (1981): “El turismo y las tradiciones culturales.” *El Correo de la UNESCO*, nº 2, pp. 4-8. Febrero 1981, Turismo, Desarrollo e Identidad Nacional. UNESCO. París.
- Cullen, G. (1981): *El paisaje urbano*. Ed. Blume, Barcelona.
- García Villanova, J. y Serón De La Torre, A. “El centro histórico: un proyecto de ciudad amable”, pp. 83-93.
- Fernández Salinas, Víctor (1998): “Patrimonio y ciudad: por una reformulación conceptual y metodológica en la consideración del patrimonio cultural urbano.” IV Congreso Internacional de Rehabilitación del Patrimonio Arquitectónico y Edificación Cuba'98. Centro Internacional de Conservación del Patrimonio. Tenerife, pp. 449-452.
- Junta de Andalucía (2008): *Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía*. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Sevilla.
- Merinero Rodríguez, Rafael (2010): *Planificación Estratégica Urbana y Territorial: elementos básicos para su aplicación en la administración local*. Junta de Andalucía, Consejería de Gobernación y Justicia. Sevilla.
- Merinero Rodríguez, Rafael; Betanzos Martín, José Manuel; Dorado Rubín, María José (2013), “La Estrategia de Turismo Sostenible de Andalucía: Elementos fundamentales en el marco de la planificación turística subregional Andaluza”. *Revista de Estudios Regionales*, Vol. 97, pp. 77-111.
- Olano, C. “Estudio del desarrollo urbanístico de la ciudad de Málaga”. *Revista ciudad y territorio*, 2/72.

- Rubio Florido, A. (1996): “Del planeamiento clásico al planeamiento estratégico: el núcleo histórico de la ciudad de Málaga”, *II Jornadas de Geografía urbana: Recuperación de centros históricos, utopía, negocio o necesidad social*, Universidad de Alicante, Secretariado de Publicaciones, Alicante, pp. 201-207.
- UNESCO (1967): Carta de Quito. Conclusiones del coloquio sobre la preservación de los centros históricos ante el crecimiento de las ciudades contemporáneas. [En línea] <http://ipce.mcu.es/pdfs/1967_Carta_de_QUITO.pdf> [Última consulta el 28 de agosto de 2014]
- Yudin, Gregor (2014): “Strategies of manufacturing tourist experience in a small town: Local community and symbolic construction in Myshkin.” 12th International Conference on Urban History: Cities in Europe, Cities in the World, Session M35 (formato digital).
- Zoido Naranjo, F. (1989): “Paisaje y ordenación del territorio” *Seminario sobre el Paisaje*, Junta de Andalucía, Málaga, pp. 135-142.

Páginas web

http://europa.eu/legislation_summaries/employment_and_social_policy/job_creation_measures/l60015_es.htm
www.planestrategicodemalaga.com
<http://www.ciedes.es/>

Libros e Informes de Trabajo consultados y editados por la Fundación CIEDES

- I Plan Estratégico de Málaga
- Documento de evaluación del I Plan Estratégico de Málaga
- Ágora mediterránea: La ciudad como espacio de cultura
- Análisis de la evolución de la ciudad
- II Plan Estratégico de Málaga
- Evaluación del II Plan Estratégico de Málaga
- Transformando Málaga. 1994-201
- Nuevos Rumbos. Reflexiones del II PEM para el 2020