

MOCIÓN

Que presentan los concejales del Grupo Municipal de Adelante Málaga, Nicolás Sguiglia y Eduardo Zorrilla Díaz, a la Comisión Plenaria de Economía, Hacienda, Recursos Humanos, Calidad, Comercio, Gestión de la Vía Pública y Fomento de la Actividad Empresarial relativa a la creación de la marca turística ‘Barrios de Málaga’.

La experiencia en materia de planificación turística apunta la idoneidad de trazar estrategias que desconcentren los puntos de interés turístico de los destinos, tanto para minimizar los impactos de las visitas en las zonas saturadas, como para avanzar hacia una mayor justicia distributiva de los beneficios que aporta la actividad turística.

Los barrios son parte de la identidad de las ciudades y pueden contribuir significativamente a una marca de ciudad. Sus procesos de producción y consumo distintivos, así como sus manifestaciones culturales y arquitectónicas, los hacen únicos y capaces de atraer interés. No solo constituyen objetos visuales, principalmente aportan experiencias culturales para explorar y compartir, por ello es necesario reconocer la existencia de estas áreas y su impacto y contribución a las ciudades en términos de dinámicas urbanas, sociales y culturales.

Sin embargo, la actividad turística en la ciudad de Málaga se concentra de forma abrumadora en determinados puntos muy concretos, enclavados en el distrito Centro. La realidad es que tanto la oferta turística como la demanda se distribuyen de manera desigual en el territorio, con la centralidad urbana como zona de alta intensidad turística, lo que acaba generando conflictos de usos entre los propios de la ciudad y los turísticos y provoca problemas de saturación y sobreexplotación. Asimismo, la realidad de la pandemia del Covid-19 ha puesto en evidencia la vulnerabilidad, tanto económica como social, de este modelo.

El Área de Turismo se encuentra en el proceso de elaboración del Plan Estratégico de Turismo 2021-2024, un documento que, dentro de sus ejes prioritarios, engloba la ‘Permeabilidad y convivencia del destino’, apartado que incorpora aspectos relativos a la participación y la percepción por parte de la población sobre los beneficios del turismo y la satisfacción de los residentes y los visitantes.

Uno de los aspectos claves del turismo contemporáneo tiene que ver con ofrecer a los visitantes una experiencia vivencial singular que le permita ponerse en contacto con los aspectos culturales y los ‘modos de vida’ característicos de las zonas que se visitan. Por ello, el destino Málaga debe ir más allá de sus iconos consolidados, mediante el diseño e implementación de estrategias de planificación, gestión, comunicación y promoción turística elaboradas con rigor y participación. Los once distritos de la ciudad cuentan con particularidades y especificidades propias que hay que activar para el beneficio común, ya que con el objetivo de la difusión o

desconcentración de los flujos turísticos lograríamos redistribuir los efectos positivos y disminuir las negatividades de la actividad turística y fortalecer la economía urbana.

Vectores centrales para la atracción de visitantes a nuevos entornos y a los barrios deben ser la sostenibilidad, la cultura, la memoria e historia de nuestra ciudad, las tradiciones, la artesanía o la singularidad y especialización comercial. Esta estrategia debe enfocarse hacia la cohesión social, la conciliación de la pluralidad de voces y necesidades que se concitan en Málaga, y para fijar una línea de trabajo cooperativo entre los agentes sociales, económicos y culturales.

Algunos de los aspectos por los que vehicular esta estrategia podrían pasar por estudiar los efectos del turismo en los distritos y barrios de la ciudad, controlar de forma efectiva las viviendas de uso turístico, la contaminación acústica, trabajar la diversidad de los distritos y huir de la especialización funcional del territorio, evaluar las necesidades de cada uno de los distritos y poner en marcha planes de cualificación y dotación de los barrios, potenciar la heterogeneidad de la oferta de servicios y la identidad cultural y comercial de los barrios como espacios de atracción particular dentro de la ciudad. Así como priorizar la captación de aquellos segmentos de turismo que aportan valor social, medioambiental y económico, ya que son el verdadero turismo de calidad. Entre estos segmentos, el turismo interno es probablemente uno de los más sostenibles que puede tener Málaga.

Lo acertado tiene que ser esponjar los atractivos turísticos aprovechando los iconos existentes y creando otros en los barrios, para dar oportunidades a todos los lugares de la ciudad de beneficiarse de la actividad turística.

En la estrategia de desarrollo turístico detectamos un aspecto que debe ser tenido en cuenta de forma central y prioritaria: el retorno distribuido de los efectos positivos del turismo, para que los beneficios que reporta no se concentren exclusivamente en determinados agentes y zonas, sino que puedan extenderse por una multiplicidad de agentes y enclaves. En esa línea resulta clave el desarrollo de propuestas que permitan poner en valor y ofrecer, dentro de los distintos productos turísticos, un acercamiento, visita y disfrute de los barrios de la ciudad.

Como venimos exponiendo, en todos los distritos de Málaga contamos con determinadas zonas que cuentan con una riqueza potencial en términos patrimoniales, históricos y culturales que merecen un cuidado y una puesta en valor para poder mostrarla de forma orgullosa a nuestros visitantes.

En múltiples ciudades españolas y europeas se han puesto en marcha iniciativas orientadas a la puesta en valor de la historia, las tradiciones y la cultura de los barrios, mediante procesos participativos que permiten a los vecinos reconstruir un relato histórico sobre su propia identidad y sus rasgos singulares. Estas iniciativas se han traducido en intervenciones artísticas de distinto tipo (gigantografías y murales con personajes históricos de la zona, mapas con rutas diseñadas por los

vecinos, materiales audiovisuales que reconstruyen la historia de los barrios o audioguías) que han permitido generar beneficios en una doble dirección: se incorpora a la oferta turística de la ciudad unas singulares rutas para conocer sus barrios y se mejoran determinadas zonas de los barrios generando fortaleciendo el orgullo y la identidad de sus vecinos y propiciando una distribución también de la actividad económica del turismo.

Para este cometido es clave integrar las actividades y las empresas turísticas en las políticas de desarrollo local y comunitario para incidir positivamente en la mejora de las condiciones de los barrios. Y, por supuesto, esta finalidad de la desconcentración de los flujos de turistas a los barrios debe planificarse de forma muy cuidadosa, para tener muy en cuenta la poca capacidad de carga de algunos puntos, ya que la promoción turística tiene que realizarse de acuerdo con las características y capacidades del territorio.

Por todo ello, desde Adelante Málaga presentamos para su aprobación por parte del Pleno del Ayuntamiento de Málaga los siguientes

ACUERDOS

1º.- Instar al Área de Turismo a estudiar la creación de la marca 'Barrios de Málaga' para incorporar al Plan Estratégico de Turismo de Málaga 2021-2024 programas y actuaciones destinados a la mejora, embellecimiento y puesta en valor de los barrios de la ciudad, sumando a la oferta turística la posibilidad de conocer la historia y la singularidad de diversas zonas de nuestra ciudad.

2º.- Instar al Área de Turismo, en colaboración con la Universidad de Málaga, las asociaciones vecinales y el Foro de Turismo, a implementar un proceso participativo para el diseño de la estrategia de promoción de los barrios de la ciudad, planificando las distintas intervenciones urbanísticas, artísticas y culturales necesarias para la puesta en valor de las distintas zonas y el desarrollo de visitas y rutas turísticas.

3º.- Instar al Área de Turismo, en colaboración con la Facultad de Bellas Artes y la Escuela de Arte de San Telmo, y contando con la participación de las asociaciones vecinales, a diseñar un programa de actuaciones e intervenciones artísticas destinadas a embellecer y poner en valor distintas zonas de los barrios de Málaga, recogiendo aspectos singulares de sus tradiciones, historia y cultura.

Eduardo Zorrilla Díaz
Concejal Portavoz del Grupo Municipal Adelante Málaga
14/01/21