

LA MÁLAGA DE PICASSO, CULTURAL Y ATRACTIVA

2.1. LA CULTURA, NÚCLEO DE DESARROLLO SOCIAL Y ECONÓMICO

El área metropolitana de Málaga es un conjunto atractivo en sí mismo que posee numerosos activos culturales y de ocio, desde el Centro Histórico y elementos de referencia internacional hasta el turismo lúdico y cultural, proyectando una imagen de única hacia el exterior.

En la Málaga de Picasso, la ciudadanía disfruta de un *tejido cultural de calidad*, participando e implicándose activamente en él, generando un entramado cultural que impregna toda la ciudad.

Se *apuesta por una industria* cultural que aprovecha todos los recursos endógenos de

la ciudad en una estrategia integral y donde aparecen nuevas oportunidades de desarrollo económico y de hacer a todos partícipes de la nueva imagen de Málaga.

Esta apuesta permite que *sus 3.000 años de historia se proyecten al futuro con Picasso*, haciendo propio el reto de revalorizar todo el patrimonio histórico en el nuevo centro metropolitano de la cultura.

Todo ello otorga a Málaga la posibilidad de *proyectar una imagen de calidad*, hacia el interior y hacia el exterior, con una nueva marca de excelencia en la cultura y el ocio que se mantiene en el tiempo.

Málaga, metrópoli abierta

LA MÁLAGA DE PICASSO, CULTURAL Y ATRACTIVA

Personas formadas y tejido cultural de calidad	Apuesta por la Industria Cultural	3000 años de historia hacia el futuro con Picasaso	Proyección de una imagen de calidad
- Colabora en la cohesión social	- Un proyecto global	- Recuperar el Patrimonio Histórico	- Imagen de ciudad moderna y atractiva:
- Educación, difusión e implicación del ciudadano	- Implicación público-privada	- Sensibilización ciudadana	cultura, conocimiento y recursos naturales
- Colectivos que trabajan en común y el resto de la ciudad	- Valorización de recursos	- Picasso, el cúlmen de la lectura histórica de la ciudad	- Picasso, cultura y ocio, referentes de Málaga
- Actuaciones en el Centro y el resto de la ciudad	- Oportunidades y mercados	- Punto de encuentro y referente de la metrópoli	
	- El español para extranjeros		

2.2. UN TEJIDO CULTURAL DE CALIDAD

Málaga 2010...

Una metrópoli donde la cultura es un elemento primordial de cohesión social que, al hacerse accesible a todos por medio de la información y la divulgación en red del conocimiento, deviene en poderoso instrumento de democratización e integración. Los distintos agentes que la promueven se coordinan y trabajan en ese mismo camino común de impulsar una ciudad culta y cultural, que ayuda a educar en valores y que favorece la participación de los ciudadanos en eventos de la colectividad: una educación no formal y participativa, de la que también forma parte activa la Universidad.

La ciudad recupera su acervo cultural desde el Centro Histórico hasta las nuevas áreas de centralidad y espacios metropolitanos.

Se asegura una continuidad en el ánimo de vigorizar el tejido cultural, donde además de la necesaria participación de agentes públicos y privados como oferentes de equipamientos y otros servicios de acompañamiento ciudadano, se establece una garantía de universalidad en la posibilidad de su disfrute.

Cohesión social.
Participación.
Educación cultural.
Centro Histórico.

La ciudad es un espacio de relaciones sociales y económicas en las que participan diferentes agentes, que incrementan su bienestar en la medida en que el entorno donde residen, y desarrollan su actividad profesional, les

resulta más atractivo. Un elemento fundamental de este atractivo es la existencia de espacios relacionados con el ocio y la cultura que, fruto de la nueva concepción del trabajo y del disfrute de los periodos de descanso, han de ser entendidos también como fundamentales en la consolidación de una mayor cohesión social y el desarrollo vital de las personas.

Hay que tener en cuenta que el desarrollo cultural está íntimamente relacionado con el progreso económico y con un nivel adecuado de articulación de la sociedad civil. Por ello, la apuesta por la cultura también implica la generación y aplicación de adecuadas políticas sociales que corrijan los desequilibrios, en consonancia con una sociedad integrada para sus ciudadanos y visitantes.

El *incremento de las actividades culturales y educativas* tiene cada vez una mayor importancia para los ciudadanos, al tiempo que constituyen un atractivo más para los visitantes. Apostar por una Málaga culta requiere una *educación de calidad y la implicación del ciudadano*, llevando a cabo acciones para integrar al ciudadano en la cultura local y su respeto¹⁰ y donde el malagueño se sienta cómplice del desarrollo cultural.

En este sentido, el disfrute del tiempo libre es una herramienta que contribuye decisivamente al proceso de educación de las personas, el ocio formativo. Un instrumento que forma personas y comunidades y en donde el asociacionismo tiene un gran valor educativo y cultural. Uno de los activos más importantes que existen en Málaga es el asociacionismo, que cuenta en agosto del 2002 con 1.408 asociaciones. Las más numerosas son las asociaciones vecinales con 202, seguidas por las juveniles y las culturales, con 153 y 143 respectivamente también es relevante el número de asociaciones deportivas 118

¹⁰ Por ejemplo, recuperando figuras clave de la ciudad y su obra (escritos, arte, etc.), como Cánovas del Castillo o Alberto Jiménez Fraú.

y de Peñas 100. Se ha de aprender, en este sentido, de ejemplos significativos en Málaga, como el mundo del voluntariado o de las 36 cofradías existentes, que refuerzan la identificación con valores y tradiciones de la ciudad.

El caso del deporte también es importante, por sus beneficios tanto para la salud como desde el punto de vista social, como una forma más de integración y desarrollo personal.

Además, en este proceso educativo y de difusión de la cultura, los *centros de enseñanza* tienen un papel clave en la generación de la cultura ciudadana y del civismo, y en el incremento del acervo cultural trabajando especialmente con los más jóvenes.

Se debe impulsar una presencia activa de la *Universidad* en la vida de la ciudad a todos los niveles. La Universidad tiene también un papel destacado, no sólo en lo que respecta a elevar el nivel cultural de la ciudad, sino en investigar y difundir las singularidades culturales malagueñas, como uno de los ejes del liderazgo del hecho cultural en Málaga.

La creación de nuevas titulaciones universitarias y de formación profesional relacionadas con el mundo de las artes y la cultura¹¹ podría favorecer la difusión cultural entre la ciudadanía y atraer para su formación a jóvenes y profesionales de fuera de Málaga.

En todo caso, se ha de buscar una coordinación entre los distintos foros, organizaciones y colectivos que trabajan y apuestan por

la cultura, para buscar sinergias, animar y hacer partícipes a todos en dicha apuesta.

Se debe partir de la premisa de que la cultura ha de *impregnar todas las zonas de la ciudad* y recuperar el acervo cultural de las mismas, no sólo del Centro. Por ello, se han de analizar las necesidades de los barrios y otros espacios metropolitanos donde extender los equipamientos e infraestructuras adecuadas para esta difusión cultural.

Dentro de esta visión integral, se deben explorar, canalizar y potenciar los atractivos únicos de la ciudad, empezando por el papel simbólico del Centro Histórico, espacio cultural que concentra de elementos de referencia y atractivos, que conjuga al mismo tiempo su utilización cultural, residencial y educativa, pues no sólo ha de responder a la búsqueda y agrado del turista, sino a elevar la calidad de vida de sus habitantes, mejorando sus niveles de renta y su seguridad.

En este sentido, quedan aún por estudiar sus posibilidades como conjunto artístico-monumental; así como la de elementos concretos metropolitanos como el Centro de Arte Contemporáneo (CACMA); el Palacio de Ferias y Congresos; la figura de Picasso y su Museo, etc.

Por último, el camino hacia una Málaga culta debe ser un recorrido continuo, lo cual exige *inversiones* por parte de las Administraciones, así como la cooperación de las grandes empresas con sedes y sucursales en la zona, continuando con actuaciones que ya han logrado significativos avances en el ámbito del turismo cultural¹².

¹¹ Por ejemplo, creación de estudios de grado y postgrado en gestión cultural, experto cultural, etc.

¹² Señalización turística, creación de rutas turísticas, de rutas gastronómicas, informadores turísticos, rehabilitación e iluminación del patrimonio, etc. También es significativa la creciente demanda de turismo cultural asociado a la naturaleza. Importante resaltar la creación de la Fundación Málaga, constituida por el sector empresarial local para llevar a cabo actuaciones para la mejora de la ciudad.

2.3. APUESTA POR LA INDUSTRIA CULTURAL

Málaga 2010...

Una metrópoli que entiende la cultura desde una doble faceta: como elemento de cohesión social del territorio y como elemento generador de actividad económica.

La cultura se convierte así en elemento estratégico asociado al desarrollo y florece como la actitud y el pulso de la comunidad en términos de manifestaciones culturales en sentido amplio, que ligadas con el ocio dan lugar al desarrollo de una industria de soporte, la industria cultural.

En una sociedad compleja como la malagueña, se apuesta de manera global e integrada por la cultura y ésta se hace accesible a todos por medio de la información y la divulgación en red del conocimiento y deviene en un poderoso instrumento de democratización y cohesión social, generando una extraordinaria industria, una auténtica fuerza productiva.

De este modo, se implica de manera sinérgica y coordinada al sector público y al privado aprovechando oportunidades de negocio y de proyección atractiva de la ciudad.

Actividad económica.

Apuesta global e integrada.

Implicación público-privada.

Valorización.

El posicionamiento de Málaga como centro cultural de primera magnitud, de alcance internacional, debe pasar por la excelencia en una apuesta estratégica global de actuaciones, que impregna todas las zonas de la ciudad, más allá de acciones o hechos aislados, y que busca la puesta en valor del patrimonio cultural y el com-

promiso de todos. Para esto sería imprescindible la definición de un **proyecto cultural estratégico** y táctico de ciudad, explícito, compartido y conocido, con prioridades y actuaciones que determinen, además, los agentes promotores y las inversiones necesarias. En este proyecto, el Centro Histórico se debería consolidar como área de la cultura, con una concepción global y de calidad, que contemple aspectos sociales y económicos.

Además de considerar la industria cultural como una actividad económica con un impacto creciente en términos de renta y empleo, la cultura en sentido amplio debe experimentar una evolución en una doble dirección. Por un lado, impulsando la puesta en valor de los recursos culturales existentes para convertirse en un bien de consumo, acompañado de un aumento perceptible de su oferta y, por otro lado, su alcance debe extenderse hacia sectores sociales tradicionalmente desatendidos.

Generalmente ha sido el sector público el que ha impulsado los recursos culturales de la ciudad, bien a través de actuaciones para la rehabilitación y puesta en valor del Patrimonio Histórico de la ciudad (teatros, museos, monumentos, etc), bien a través de iniciativas y eventos culturales para fomentar las tradiciones (Semana Santa, Feria de Málaga o Carnaval) o eventos en general (Festival de Cine Español de Málaga, Festival Internacional de Teatro, Semana de Cine Fantástico, Ciclos de Flamenco y Copla o Etnimálaga).

No obstante, en este camino han ido apareciendo formas que consiguen implicar a la sociedad en el desarrollo cultural, y que se han de seguir potenciando, como la **obra sociocultural de las Cajas** (difusión de actividades culturales, música y danza, premios literarios, certámenes, etc.) o el mecenazgo de algunas entidades (por ejemplo, en el ciclo municipal "Música en la Calle"). Todo

ello unido a otros esfuerzos que, de forma aislada, se vienen haciendo desde organizaciones públicas y privadas (Ayuntamiento, Diputación, Fundaciones, Ateneo, etc.).

De este modo, será importante que el liderazgo de lo público en la promoción y provisión cultural se coordine y motive también para producir un aumento no sólo del mecenazgo, sino de la construcción de equipamientos culturales de iniciativa privada, así como el fortalecimiento y aprovechamiento de la riqueza del tejido asociativo. Todo ello desde una coordinación eficiente.

Precisamente, el asociacionismo, el voluntariado y la implicación del ciudadano, es uno de los mayores activos a la hora de impulsar una *“Málaga cultural”*. Es un elemento que contribuye a estructurar el tejido y el activo social, y son los movimientos asociativos surgidos alrededor de elementos sociales, culturales o económicos, los que favorecen el espíritu de trabajo para la comunidad, de modo que el ciudadano se siente beneficiario y coautor de las mejoras de la ciudad y de la calidad con que se hacen.

Toda esta implicación de la ciudad debe fomentarse apoyando también la aparición de nuevos *emprendedores* en el ámbito de la cultura, así como impulsando nuevos sectores de negocio en torno a diversos ámbitos culturales como el audiovisual o las artes escénicas. Se debe potenciar y ampliar la *faceta musical* en la ciudad, aprovechando el importante activo musical existente¹³. Por otro lado, Málaga no posee la infraestructura suficiente que acoja la demanda que

puedan generar las actividades musicales. En este sentido, puede ser interesante crear políticas y equipamientos que apoyen la actividad orquestal malagueña de calidad desde la proliferación de las salas de conciertos, ciclos musicales, festivales, difusión de las actividades en la costa, etc.¹⁴. Hay que buscar el posicionamiento de Málaga dentro de los circuitos de música moderna y alternativa.

Otro aspecto a considerar debe ser la *apuesta por el cine y la industria audiovisual*, con nuevos equipamientos y oportunidades para la industria de la producción y realización cinematográfica. En el ámbito de la industria del cine destaca Málaga como la séptima provincia española por número de especta-



¹³ Con 79 entidades dedicadas a la interpretación, 3 a la conservación, documentación e investigación, 22 a la enseñanza, 11 a la promoción y difusión, 2 empresas de restauración de instrumentos y 8 salas de conciertos, según datos del Anuario Estadístico de España 2000 del INE.

¹⁴ Un buen ejemplo del interés que despierta en Málaga es el éxito del ciclo *“Málaga, Ciudad del Paraíso”*.

dores, lo cual ofrece garantías de futuro a los dos festivales que se celebran anualmente: la Semana Internacional de Cine Fantástico de Málaga, con más de 10 años de experiencia consolidado como uno de los principales festivales sobre este género en España; y el Festival de Cine Español de Málaga, que en su quinta edición se está consolidando como cita obligada para productores, actores, directores y críticos de la escena española.

Como complemento, se debe ahondar en las oportunidades que ofrecen el *deporte* y la *cultura gastronómica* malagueña. La gastronomía malagueña, incluyendo el vino de Málaga como elemento singular y de calidad, tiene una gran tradición histórica que puede ser de gran atractivo, tanto para el malagueño como para los turistas. En cuanto al deporte, además de ser un ejemplo más de la capacidad asociativa de Málaga, puede ofrecer grandes oportunidades, por lo que se debe seguir apostando por crear las condiciones e infraestructuras necesarias para hacer de Málaga una ciudad donde el deporte sea un elemento de mejora de la calidad de vida de los ciudadanos y un atractivo turístico que puede revitalizar el territorio (por ejemplo, deportes de invierno, Centro de Alto Rendimiento, etc.). Es decir, se debe potenciar el deporte en su doble vertiente, de cohesión social a través del deporte de base, y de fuerza atractiva de grandes acontecimientos a escala nacional e internacional.

Por último, una estrategia global de actuaciones también debe contemplar necesariamente el apoyo a las actividades y servicios que atraen y que se ofrecen a los extranjeros que desean aprender idiomas, así como la mejora de equipamientos, para que el *turismo de idiomas* se consolide como una de las grandes potencialidades de una ciudad donde los extranjeros que llegan son los mejores embajadores en el exterior y una fuente importante de recursos económicos.

Málaga, es un destino privilegiado para los estudiantes del idioma español, por lo que es necesario apoyar e impulsar la actividad de aprendizaje de *español para extranjeros* y potenciar las escuelas de español de manera que puedan ofertar servicios de alta calidad. De hecho, en la actualidad es significativa la presencia de alumnos extranjeros que estudian español, siendo Málaga la primera provincia andaluza con más estudiantes extranjeros no universitarios, con 3,5 extranjeros por cada cien alumnos.

En esta línea, también, se podrían crear programas y políticas que faciliten la estancia y alojamiento de los turistas de idiomas y su asentamiento permanente posterior en Málaga, así como potenciar la imagen cosmopolita e internacional de la Universidad, que cada vez cuenta con una mayor participación de estudiantes extranjeros.

En definitiva, se deben explorar elementos capaces de atraer y reforzar una imagen atractiva de Málaga, partiendo de las excelentes características ambientales y naturales para aprovechar las oportunidades que ofrecen el deporte, el turismo de idiomas, la música, la cultura gastronómica malagueña o el sector audiovisual y escénico, yendo más allá del turismo convencional de la Costa del Sol.

2.4. 3.000 AÑOS DE HISTORIA PROYECTADOS AL FUTURO CON PICASSO

Málaga 2010...

Una ciudad orgullosa de su patrimonio histórico-cultural, con el cual se siente implicada, tanto en su conservación como en su proyección, en un compromiso cultural de toda la sociedad malagueña.

Metrópolis que recupera un proyecto cultural en el que se aúna toda la riqueza histórica, artística y cultural, que la figura de Picasso emerge como elemento atrayente por excelencia, distintivo y símbolo que culmina la lectura histórica de la ciudad, junto a las modernas tendencias artístico-culturales del siglo XXI.

Con todo ello, Málaga se convierte en plaza de encuentro del conjunto de la metrópoli, referente nacional e internacional y lugar donde se garantiza un disfrute cultural de calidad.

Patrimonio.

Picasso.

Compromiso cultural.

Plaza de encuentro.

Málaga tiene un atractivo cultural único en la concentración de tres mil años de historia en un espacio reducido como el Centro Histórico de la ciudad. La zona de Calle Alcazabilla y el Museo Picasso, con el Teatro Romano, la Alcazaba y el Museo de Bellas Artes y Arqueológico, la Casa Natal de Picasso, el Castillo Árabe, la Catedral, la Judería y los agradables paseos de calle Cister, San Agustín o Granada, resumen en muy poco espacio tres mil años de historia en la ciudad. Todo ello unido a un Parque y una Alameda cargados de historia, simbolismo y belleza natural.

El Centro es la memoria histórica de la ciudad, lo que en último término le da su carácter. Un *Centro Histórico* en el que la cultura debe jugar un papel protagonista en su revitalización¹⁵ para convertirlo en un hervidero de

actividad cultural y ocio. Este espacio donde la nueva calle Larios es el eje central, unido al nuevo puerto y la rehabilitación urbana de la zona más vinculada al río, conduce no sólo a mejorar la calidad de vida de los ciudadanos, sino a poder configurar una oferta integrada alrededor de un espacio museístico único lleno de vida. Para ello, es importante aunar esfuerzos para recuperar como uso museístico y ciudadano aquellos edificios con carácter histórico, proponiendo alternativas viables para sus actuales usos, así como conservar y proteger el Patrimonio Histórico, buscando al mismo tiempo su utilización cultural, residencial y educativa. Todo ello pasa también por involucrar a todos los ciudadanos en el proyecto cultural de la ciudad.

La *rehabilitación* de edificios emblemáticos debe tener un impulso definitivo. La Catedral de Málaga ha sido uno de los monumentos que más inversiones ha recibido (casi 2 millones de euros entre 1996-99) para su rehabilitación y puesta en valor. Por su parte, el Castillo de Gibralfaro, ha experimentado un importante incremento de visitantes (desde 273.613 en 1999 hasta los 356.503 en 2001) tras su rehabilitación y actuaciones para recuperar el entorno, lo que prueba la creciente demanda del Patrimonio Histórico de la ciudad, dado que se trata de una construcción que no se encuentra exactamente en el área turística del Centro Histórico. Por su parte, las obras de rehabilitación de la Alcazaba también han tenido una gran acogida (229.050 visitantes en 2001), así como la red de pequeños museos¹⁶ que se han creado por la zona centro y que son una importante oferta complementaria a los grandes equipamientos museísticos.

¹⁵ Ha sido Premio Archival de España de la Asociación de Centros Históricos, por la rehabilitación realizada.

¹⁶ Museo Municipal, Museo Loringiano, Museo del Cister, Museo Catedralicio, Museo Taurino, Centro de Interpretación del Castillo de Gibralfaro, Museo del Santuario de la Victoria y Museo de las Cofradías.

En definitiva, en la medida que el Centro sea un lugar con vida, participativo y cálido para todos, con servicios, con viviendas, con actividad en las calles, resultará aún más atractivo.



En este nuevo contexto, la figura de *Picasso* debe ser el símbolo atrayente que termina de dar forma a todo un conjunto histórico-artístico-monumental único en el centro de la ciudad, integrándose en él de manera armoniosa. Con la recuperación de la relación entre Málaga y Picasso, se han de poner en valor y aunar ofertas que destaquen el paso del pintor por la ciudad, su vida y sus relaciones, aprovechando la apertura del Museo Picasso, en el corazón de la Judería, y la reciente rehabilitación de la Casa Natal de Picasso, sede de la Fundación Picasso.

La recuperación y rehabilitación de los principales activos patrimoniales, unida a los proyectos de recuperación de edificios singulares para uso museístico o cultural (Mercado de Mayoristas, Aduana, Convento de la Trinidad, Mesón

de San Rafael, Correos) así como la próxima apertura del Museo Picasso podrían convertir a Málaga en un importante *foco de atracción* de turismo cultural a nivel internacional.

Este conjunto histórico-artístico, que hace de Málaga una ciudad cultural por excelencia, debe ir unido al de la Costa, para convertir al conjunto de la metrópoli malagueña *en un lugar de referencia internacional*.

2.5. PROYECCIÓN DE UNA IMAGEN DE CALIDAD

Málaga 2010...

Metrópoli de referencia internacional en el ocio, tanto el referido al turismo como el cultural, bajo una imagen de calidad y modernidad. Sin renunciar a proyectos puntuales, es la propia ciudad el escenario sobre el que se proyecta una imagen atractiva, aprovechando su posición de partida y sus especiales características geográficas y climatológicas, así como las oportunidades que genera la nueva Sociedad del Conocimiento.

En este afán de incrementar la reputación y el atractivo de una ciudad que, por su tradición turística, su patrimonio y sus recursos naturales, viene indisolublemente asociada al ocio lúdico-cultural, la figura de Picasso emerge como Embajador de Málaga y se extiende por toda la ciudad.

Cultura y Ocio.

Referente internacional.

Ciudad moderna y atractiva.

La apuesta por una ciudad de la cultura, el desarrollo de la sociedad del conocimiento y los recursos naturales, especial-

mente el litoral de Málaga, deben consolidar una imagen de ciudad moderna, atractiva y capaz de un liderazgo que beneficia a toda la metrópoli, y que aprovecha la llegada de visitantes a la ciudad.

Esta apuesta ha de contemplar la realización y finalización de las *infraestructuras* adecuadas (de comunicación, culturales, ambientales, sociales, etc.), el afianzamiento de la tradición cultural y el cuidado y valorización del conjunto de playas naturales que existen en la capital, entendiéndolas como un atractivo turístico de la misma.

Por otra parte, el segmento del turismo de ocio y negocio en la capital debe complementar la oferta turística de la Costa, con *equipamientos de referencia internacional*, como el Palacio de Ferias y Congresos, que tengan alto impacto socioeconómico, mejoren la promoción exterior y sirvan de puente con otras culturas.

Debe apostar por la creación de obras emblemáticas relacionadas con el mundo de la cultura (Auditorio, gran Museo de la Ciencia y la Tecnología) con fácil accesibilidad y de una arquitectura singular, que se conviertan en esos referentes deseados. La consolidación del Festival de Cine Español de Málaga en los circuitos internacionales es también un elemento importante de la imagen de calidad que se busca.

Málaga tiene el reto de posicionarse como capital turística y de ocio europea, haciendo valer su posición privilegiada en la Costa del Sol. Para ello, está avanzando en la *configuración de una oferta propia y singular*:

- Las playas urbanas.
- El Jardín Histórico Botánico de la Concepción y el Parque de Málaga
- Las actividades artísticas y musicales.
- El clima y las condiciones naturales de

la ciudad facilitan su especialización como capital deportiva, con competiciones a todos los niveles y de las disciplinas más variadas, acompañado con la creación de grandes equipamientos, como el Palacio Municipal de Deportes "José María Martín Carpena".

- Los activos patrimoniales y la creación de rutas turísticas histórico-monumentales y gastronómicas.
- Eventos relacionados con las tradiciones y costumbres populares.
- El Palacio de Ferias y Congresos.

La Universidad, su investigación y su personal cualificado, se ha de seguir potenciando como elemento de calidad y atractivo a escala internacional.

Las autoridades también deben ser conscientes de la importancia de los recursos de ocio y cultura de la ciudad y la provincia, y el cuidado y proyección de una imagen adecuada.