Nº 67, enero - junio de 2017, pp. 81-100.
ISSN: 0213-4691. eISSN: 1989-9890.
DOI: 10.14198/INGEO2017.67.05

Investigaciones Geográficas
Instituto Interuniversitario de Geografía
Universidad de Alicante

Cita bibliográfica: Silva Pérez, R. y Fernández Salinas, V. (2017). El patrimonio en la reinvención de Málaga. Agentes, instrumentos y estrategias. *Investigaciones Geográficas,* (67), 81-100. https://doi.org/10.14198/INGEO2017.67.05

El patrimonio en la reinvención de Málaga. Agentes, instrumentos y estrategias[1]

Heritage in the reinvention of Malaga. Instruments, agents and strategies

Rocío Silva Pérez[2]
Víctor Fernández Salinas[3]

"Reinventarse es algo provocado, por lo general no cambiamos si no se nos obliga a ello".
Luis Rojas-Marcos, psiquiatra (citado por Hernández y García Barnes, 2012, en línea).

"No tenemos la Alhambra, ni la Mezquita; tenemos un centro histórico, pero no puedo fabricarme un patrimonio histórico".
Francisco de la Torre Prados, alcalde de Málaga (citado por Elola, 2015, en línea)

Resumen

Durante los últimos decenios se ha producido un interesante debate sobre patrimonio, territorio y desarrollo y, concretamente, sobre las relaciones entre la construcción social e institucional del patrimonio y su aprovechamiento en proyectos de mercadotecnia urbana. Este trabajo retoma la incorporación de la cultura como recurso competitivo, pero lo hace en un contexto en el que, tras tres decenios de planeamiento estratégico, las ciudades deben reformular proyectos y programas para conseguir ganar competitividad global. Todo ello en un contexto más diverso en cuanto a la consideración del patrimonio, evidenciando que en los procesos de patrimonialización hay más que un arriba y un abajo (instituciones y base social). Se postula la importancia del nivel intermedio, especialmente el municipal, básico, tanto en la asignación de valores patrimoniales, como en su consideración para el desarrollo de la ciudad. Se utiliza Málaga como caso de estudio y su estrategia de entender los museos como marca distintiva, ya sean museos de *mini-franquicia*, como otros también potentes, aunque con más imagen que contenidos. Esta estrategia novedosa tiene aún que demostrar su sostenibilidad socioeconómica y cultural, pero de momento ya ha probado la capacidad de reacción de esta ciudad durante un período de crisis profunda.

Palabras clave: patrimonio cultural urbano; revitalización urbana; *marketing* urbano; planeamiento estratégico.

Abstract

Over the last few decades there has been an interesting debate about heritage, territory and development and to be more precise, about the relationship between the social and institutional construction of the heritage and its use in urban marketing projects. This paper takes up the issue of incorporating culture as a competitive resource once again, although this time in a context where, after three decades of strategic planning, cities must reformulate projects and programmes to become globally competitive.

1 Este trabajo se apoya en dos proyectos I+D+i, financiados por el Ministerio de Economía y Competitividad (CSO2012-39564-C07-07) y por la Junta de Andalucía (P12-SEJ-2024).
2 Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Sevilla. rsilva@us.es
3 Departamento de Geografía Humana de la Universidad de Sevilla. salinas@us.es

Recepción: 28/11/2016. **Aceptación:** 19/05/2017. **Publicación:** 28/06/2017.

Este trabajo se publica bajo una licencia de Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional.

This all takes place in a more diverse context in terms of heritage, highlighting the fact that there is more than a top-down (institutions and social bases) in patrimonialization processes. Malaga is used as a case study and its strategy of understanding museums as a distinguishing mark, whether they are mini-franchise museums, or more important ones, although with more image than content. This new strategy has yet to demonstrate its socio-economic and cultural sustainability, but at the moment this city has already proven its ability to react during a period of deep crisis.

Keywords: urban cultural heritage; urban revitalization; urban marketing; Malaga (Spain) strategic planning.

1. Introducción

1.1. Objetivos e hipótesis de trabajo

Este artículo se inserta en el debate existente sobre la pertinencia de utilizar el patrimonio como motor de desarrollo territorial y urbano. Específicamente se interesa por el papel de los agentes implicados y por las políticas públicas habilitadas a este fin. Su objetivo principal es profundizar en el conocimiento de los procesos de patrimonialización y su relación con las estrategias urbanas que persiguen una mayor competitividad; todo ello teniendo en cuenta el papel protagonista que, en ambos cometidos, asumen los poderes municipales como nivel intermedio entre las administraciones supralocales y las bases sociales. A tal fin se plantea un procedimiento metodológico innovador para el análisis de estos procesos desde la perspectiva de la ciudad, sus agentes y las políticas que coadyuvan a la activación del patrimonio. Subsidiariamente también se persigue: a) acometer el estudio de la utilización económica de los bienes culturales desde un enfoque patrimonial atendiendo a los cambios operados en el entendimiento de la esencia y significados de este patrimonio; y b) reconocer a los actores protagonistas de esas dinámicas abundando de manera crítica en sus estrategias y en los medios habilitados para la consecución de sus objetivos.

Se parte de tres axiomas ya comúnmente aceptados: a) que las políticas de desarrollo urbano, aquellas que reinventan la ciudad para hacerla más competitiva, se concretan en acciones que destruyen y construyen su realidad física, social y cultural utilizando discrecionalmente los recursos patrimoniales; b) que los procesos de asignación de valores varían según los territorios y tipos de bienes culturales y c) que existe, al menos, una doble vía de asignación de valores patrimoniales: de arriba abajo, promovida por las instituciones supralocales, y de abajo arriba, auspiciada por las bases sociales. En este trabajo se da un paso más y se aporta la hipótesis de que existe un nivel de patrimonialización intermedio y de base local, representado por los ayuntamientos, que funciona como un arriba para las bases sociales y como un abajo para las instituciones supralocales. De la forma en que este nivel intermedio entienda el patrimonio dependerá su activación, u olvido, en la implementación local de proyectos de desarrollo. Los ayuntamientos no son agentes objeto de análisis pormenorizados en la identificación de los procesos de patrimonialización, pero hay que recordar que poseen competencias, responsabilidades e instrumentos (planes urbanísticos, planes estratégicos, programas de activación económica, etcétera) para el entendimiento urbano y en consecuencia son básicos para la determinación del trinomio patrimonio-ciudad-desarrollo.

Como caso de estudio se ha elegido Málaga (véase presentación en el apartado 1.3), donde auspiciados por su ayuntamiento están teniendo lugar procesos de revitalización, reinvención y despatrimonilización selectivos (según tipologías patrimoniales y áreas urbanas). Ello la convierte en un buen laboratorio para adentrarse en las relaciones a escala urbana entre, por un lado, los procesos y agentes de patrimonialización y, por otro, la activación de recursos patrimoniales y su integración en proyectos de mercadotecnia urbana. Se trata, en definitiva, de responder con este trabajo al dónde, cómo, cuándo y, sobre todo, por quién los bienes culturales se han convertido en recursos estratégicos para el desarrollo malagueño, aun dando por sentado que este desarrollo, a veces, no tiene en cuenta de forma homogénea, coherente ni unitaria los valores de tales recursos.

Se reflexiona en suma sobre el papel de los agentes malagueños que interactúan en los procesos de patrimonialización, sobre sus aspiraciones y estrategias y sobre qué tipo de bienes valoran y utilizan.

1.2. Estado de la cuestión

La incorporación del patrimonio cultural como recurso estratégico en proyectos de mercadotecnia o *marketing urbano* ha sido estrategia recurrente en ciudades de distinto rango y tamaño: desde grandes

ciudades globales (Doel y Hubbard, 2002; Graham, Ashworth y Tunbrigde, 2000; Robinson, 2002, Sassen, 2001) hasta otras de menor influencia política y socioeconómica; es el caso, en Europa, de Estocolmo (Johansson, 2010), Lille (Liegooghe y Lusso, 2010), Bilbao (Plaza, 2000) o Barcelona (Tapia y Tatjer, 2013). Todas ellas suelen compartir un próspero pasado industrial y urbanístico y, tras el desmantelamiento de la industria, coinciden en la búsqueda de nuevos (o renovados) recursos sobre los que sustentar un proyecto de futuro y recuperar el prestigio aminorado o perdido. El patrimonio cultural, considerado hasta no hace muchos decenios poco relevante en la lógica económica urbana, adquiere en el contexto actual un inusitado protagonismo y se convierte en el eje vertebrador del proyecto de ciudad (Costa, 2008; Florida, 2005; Landry, 2000; Martínez Yáñez, 2007). La estrategia adopta diferentes formas no excluyentes: desde la activación de bienes patrimoniales convencionales (monumentos, centros históricos y otros recursos culturales); el aliento a las actividades creativas y el fomento de *clusters* culturales en barrios degradados; hasta la construcción de proyectos arquitectónicos de diseño vanguardista o museo estrella. La amplia difusión del modelo le ha hecho perder especificidad y en consecuencia competitividad; por lo que este necesita reinventarse cíclicamente para mantener su vigencia.

En paralelo, aunque con escasas conexiones con la literatura científica sobre utilización de bienes patrimoniales como recurso competitivo para las ciudades, ha tenido lugar un cambio profundo en el entendimiento del patrimonio y en las relaciones entre este y el desarrollo (Muriel, 2016). Desde finales del siglo XX la conformación de un nuevo paradigma patrimonial ha llevado al reconocimiento y valoración de nuevos tipos de patrimonio (etnográfico, arqueología industrial y de la obra pública, paisajes urbanos históricos, etcétera), con la consiguiente ampliación de los recursos patrimoniales susceptibles de ser activados por las economías urbanas. A ello se suma otro cambio paradigmático, si cabe aún más profundo, que tiene que ver con el desplazamiento del foco de atención patrimonial desde el objeto (el bien cultural), al sujeto (el agente de patrimonialización) que lo crea, recrea y disfruta (García García, 1998).

Desde esta perspectiva el valor patrimonial no radica en los bienes en sí, sino en los intereses (de todo tipo: culturales, sociales, económicos, etcétera) que se concretan sobre ellos y en las estrategias de los actores que se los apropian de forma física o simbólica. El patrimonio y, sobre todo su reconocimiento, pasan a ser considerados como un proceso en lugar de una realidad estática. Este proceso no es lineal, sino zigzagueante y a menudo reversible. En tanto que asignación social e institucional de valores, el patrimonio está sujeto al cambio cultural y aquello que tiene consideración social e institucional hoy puede perderla mañana, en cuyo caso el proceso sería de despatrimonialización. Las aspiraciones y las estrategias de los agentes que asignan valores tampoco son coincidentes y, a la par que se fomenta el aprecio por determinados bienes, se activan el olvido y el desprecio de otros. Los criterios de la valoración patrimonial también cambian y la estima hacia los recursos culturales no solo se dirige hacia el pasado (el valor de antigüedad de las teorías patrimoniales clásicas, Riegl, 1987 -ed. original de 1903-), sino que se proyecta hacia el futuro. El patrimonio se inventa y se reinventa, se realza o se deja languidecer y sucumbir; y todo ello, para mayor complejidad, se concreta en el territorio de manera selectiva, particularmente en las ciudades, donde los procesos de patrimonialización/despatrimonialización/reinvención patrimonial son más rápidos y tienen mucho que ver con las aspiraciones de actores de muy distinto carácter y, entre ellas, con los intereses urbanísticos.

Existe una amplia literatura teórica en torno a quiénes, cómo, sobre qué y dónde se opera el proceso de apropiación patrimonial (García Velocillo, 2017; Harrison, 2015; Maceira Ochoa, 2008; Prats, 2006). En ella se alude a una doble vía con numerosas conexiones entre sí: de arriba abajo cuando son las instituciones las inductoras de los reconocimientos y valoraciones patrimoniales (Besse, 2003); y de abajo arriba cuando la apropiación patrimonial se opera desde la sociedad civil (Clark y Drury, 2002). Su traslación a los estudios sobre la ciudad ayuda a comprender las dinámicas de mercadotecnia antes aludidas y la necesidad de cambios de estrategia para mantener la virtualidad del modelo de competitividad urbana que utiliza los bienes culturales como recursos estratégicos.

Otro aspecto esencial del debate actual sobre el patrimonio tiene ver con la relación entre patrimonio y progreso. El patrimonio se legitima en su papel de factor de desarrollo y su activación en ciudades y territorios lleva implícita su relación con el impulso socioeconómico de estos. Cabe preguntarse pues para qué y para quién se activa el patrimonio. Las respuestas no son unidireccionales ni universales, pero en principio podría considerarse que los objetivos básicos de esta activación tienen que ver con el afianzamiento de la autoestima local y, en estrecha relación con ella, con la demanda de un retorno socioeconómico asociado al aprovechamiento de los bienes culturales. Durante los años noventa y principios

del nuevo siglo aparecieron numerosos trabajos sobre la relación entre patrimonio y desarrollo, muchos de ellos desde la perspectiva de la mercadotecnia urbana y fundamentalmente centrados en el turismo cultural (Anguiano Aldama y Pancorbo Sandoval, 2008; Asworth, 2013, ed. original 1994; Calle Vaquero y García Herández, 1998; Herbert, 1995; Zeppel y Hall, 1991). Esta línea mantiene su pulso hasta la actualidad (Araoz, 2011; McKercher y Cros, 2002; Mínguez, 2012; Prats, 2012; Winter, 2010); pero la ausencia de trabajos que determinen qué parte específica del desarrollo proviene del patrimonio impide establecer un marco preciso sobre la manera en la que, desde la perspectiva cultural, el patrimonio coadyuva al desarrollo. Sin duda, alienta el crecimiento económico relacionado con el turismo cultural (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE], 2009), pero es difícil sostener que lidera procesos de desarrollo territorial en solitario. Además, debe recordarse que entre las consecuencias no deseadas y frecuentes de la reinvención patrimonial unidas a la mercadotecnia urbana están la pérdida de autenticidad e integridad de los bienes culturales; la especulación y la gentrificación; la generación de nuevos significados con frecuencia banales y estandarizados; y la masificación turística (Brandis García, 2016; Montanari, 2015; Velasco González, 2009).

1.3. Rasgos básicos de Málaga como objeto de estudio

Málaga es la segunda ciudad andaluza por número de habitantes (569.130 habitantes en su municipio -2015- y más de 800.000 en su conurbación urbana); posee abundantes recursos patrimoniales dada su antigüedad, cerca de 3.000 años, y protagonismo en diversas etapas históricas, aunque con un entendimiento y atención institucional muy desigual. Cuenta, además, con un emplazamiento de características físicas muy valoradas: situada en una bahía (figuras 1 y 2, con un sistema montañoso que se precipita sobre la costa en la misma ciudad, una amplia y fértil vega y un clima mediterráneo con temperaturas suaves y poderosa luminosidad. Es además cuna de artistas y literatos que connotan sus significados. Particularmente señera es la figura de Pablo Picasso, que nace allí en 1881; pero no es la única personalidad relevante relacionada con la ciudad (Salvador Rueda, Vicente Aleixandre -Premio Nobel en 1977-, Manuel Altolaguirre, etcétera).

Figura 1. Ubicación y plano básico de Málaga

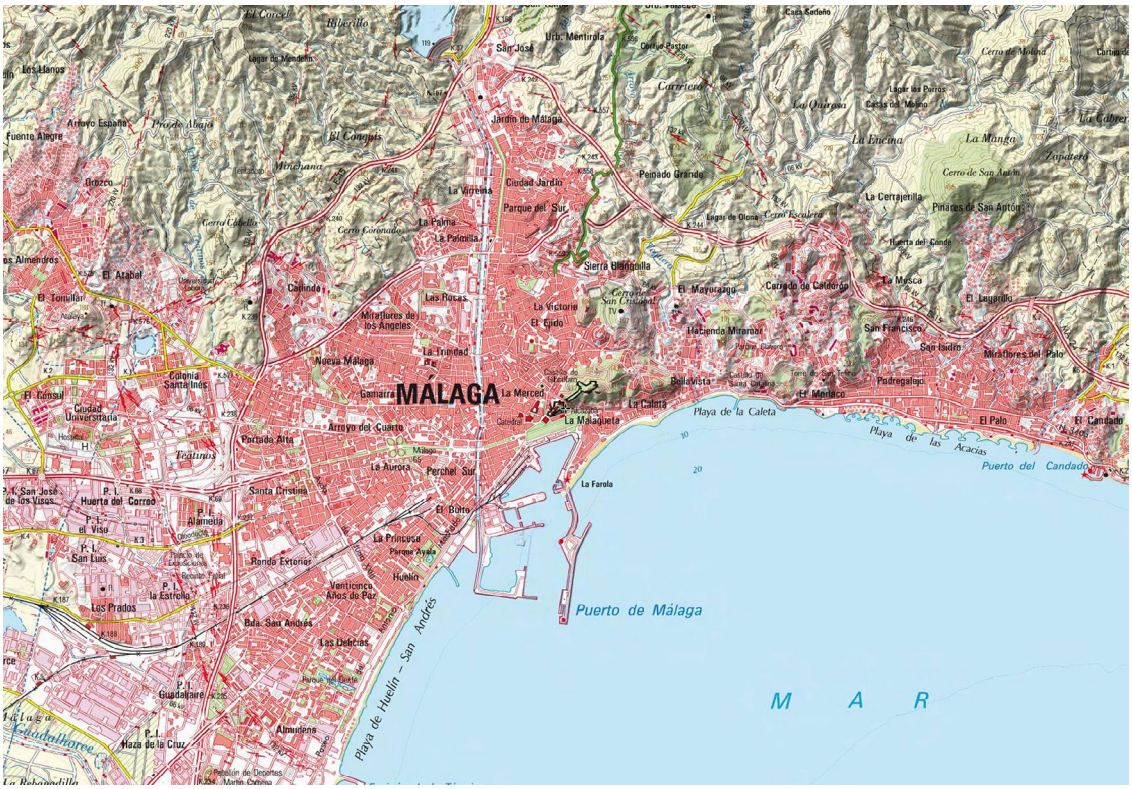

MALAGA
Puerto de Málaga
M A R
Playa de Huelín – San Andrés
Playa de la Caleta
Playa de las Acacias
Puerto del Candado
Jardín de Málaga
Ciudad Jardín
Parque del Sur
La Victoria
El Ejido
La Trinidad
Nueva Málaga
La Merced
La Malagueta
La Caleta
La Farola
El Palo
El Candado
Pinares de San Antón
La Cerrajería
La Mosca
El Lagarillo
Miraflores del Palo
Cerro de San Antón
La Manga
La Encina
Sierra Blanquilla
Cerro Coronado
Cerro Colorado
Cerro Gordo
Cerro Cabello
Cerro de Molina
Cerro Escalera
Cerro de San Cristóbal
Cerro de Mesa
Cerro de Mesa
Cerro de Mesa

Figura 2. Vista general de Málaga

Fotografía de los autores.

El patrimonio cultural malagueño, si bien no comparable al de otras ciudades monumentales andaluzas, se distingue por la importante huella de la burguesía comercial e industrial que se consolida a finales del siglo XVIII y se prolonga con sucesivas crisis y circunstancias hasta los inicios del XX. A ella se debe, no solo la implantación de extensas zonas industriales, sino también una notable transformación urbanística ligada a la reforma interior, ampliaciones portuarias, arquitectura civil, dotaciones y equipamientos urbanos, etcétera (López Beltrán, 1986; Nadal Sánchez, 1977). La crisis de aquel modelo industrial y la merma en presencia y poder de la burguesía malagueña que lo impulsó harán que la ciudad entre en una profunda crisis en los últimos años del siglo XIX; ni siquiera fructifican los intentos de conformar una ciudad balnearia y de turismo invernal en aquel cambio de siglo (Heredia Flores, 2000).

Tras la dura postguerra, Málaga experimenta un importante crecimiento económico y demográfico durante los últimos años cincuenta, y sobre todo sesenta. En ellos se desarrolla un nada despreciable tejido industrial y se refuerza su papel administrativo en el momento en que se consolida el turismo en la Costa del Sol (Pejellero Martínez, 2005), aunque sin convertirse en un destino específico, dado que las playas más demandadas se situaban fuera de la ciudad (en Torremolinos -municipio segregado de Málaga en 1988 y que acaparaba la mayor parte de la actividad turística del municipio hasta esa fecha-, Marbella, etcétera). Se trata de años en los que la cultura y el patrimonio están en un segundo plano y lejos de los intereses de la nueva burguesía especulativa de aquellos momentos (Lacomba Abellán, 2007). Durante los últimos decenios del siglo XX la ciudad intenta saldar sus déficits urbanísticos en un contexto de crecimiento demográfico más sosegado, aunque manteniendo la especulación como motor de transformación urbana.

Con el cambio de milenio, su marginación de las dinámicas turísticas playeras, consideradas entonces ya un sector maduro (Almeida García y Balbuena Vázquez, 2014), ha resultado paradójicamente positiva. Muchos municipios de la Costa del Sol presentan problemas estructurales para mantener una oferta de calidad, lo que motiva su reorientación a mercados de turismo menos exigentes y con peores expectativas de ingresos. Málaga, al contrario, sin ese lastre y sí en cambio con abundantes bienes culturales materiales (monumentos, yacimientos arqueológicos, arqueología industrial, etcétera) e inmateriales (Semana Santa, flamenco, etcétera) se resitúa con más facilidad en el emergente turismo cultural que se consolida durante los últimos decenios (Barrera Fernandez, D. y Hernández Encampa, M., 2017; López García, I. y Navarro Jurado, E., 2007). Además, se inventan nuevos recursos: los museos que podrían ser llamados de *mini-franquicia*, es decir asociados a museos matriz de relevancia internacional que abren aquí sucursales pequeñas pero con el gran valor añadido del nombre de la entidad de la que son filiales. Además, el modelo de desarrollo turístico malagueño se diversifica (cruceros, congresos, idiomas, etcétera) y ha permitido a la ciudad encontrar un lugar con identidad propia y diferenciada en la Costa del Sol.

2. Metodología

2.1. Planteamiento metodológico general

Existe una amplia literatura teórica sobre la identificación y activación del patrimonio urbano (Brandis García, 2016; Lacarrieu, 2007; Lara Valle, 2002; Troitiño Vinuesa y Troitiño Torralba, 2010) y, como ya se ha presentado, el análisis de los procesos de patrimonialización son un campo emergente en estas investigaciones; pero no ha sido suficientemente abordado desde una perspectiva territorial y urbana y,

mucho menos, ha aportado metodologías de análisis. A tal fin, este artículo recoge propuestas metodológicas novedosas en este debate (Silva Pérez y Fernández Salinas, 2017) y los aplica a la ciudad.

Se parte del estudio de la apropiación patrimonial de los bienes culturales malagueños por parte de los agentes implicados en su tutela y gestión, diferenciado según operen de arriba abajo, de abajo arriba o desde un nivel intermedio. En cada uno de esos niveles se identifican los agentes implicados, los bienes patrimoniales activados o marginados, los instrumentos y los tiempos. El papel de agente de patrimonialización recae, en el caso de la patrimonialización de arriba abajo en las instituciones reguladoras de los bienes patrimoniales (en su doble y artificial diferenciación entre administraciones del patrimonio cultural y natural: ministerios y consejerías de cultura y medio ambiente) cuyas estrategias e instrumentos se despliegan en escalas supralocales. En la patrimonialización de abajo arriba el sujeto patrimonial es más difuso ya que incluye todo tipo de formas de organización social (culturales, religiosas, deportivas, gastronómicas, etcétera), pero su anclaje territorial es más profundo y las escalas infralocales (o de barrio) cobran protagonismo; aun así, algunas de ellas han perdido ese carácter infralocal y, como consecuencia de los movimientos poblacionales y de la mercantilización del patrimonio, hoy despliegan su radio de acción por toda la ciudad y fuera de esta (es el caso de algunas cofradías religiosas y de los clubes deportivos). Dado el protagonismo del nivel intermedio, representado por el Ayuntamiento de Málaga en la puesta en valor del patrimonio de la ciudad, se presta a este una atención especial.

Una vez determinados los recursos y procesos patrimoniales, se presenta cómo el Ayuntamiento opera con instrumentos específicos, sobre todo planes estratégicos, que incorporan tales recursos como activos de un nuevo modelo urbano; proceso en el cual se actúa diferencialmente, tanto en la movilización de los recursos patrimoniales, como en la activación de los espacios urbanos ligados a ellos.

2.2. Fuentes

Además de la bibliografía citada en el texto y recogida en el capítulo de Referencias, se han consultado diversas fuentes para la identificación de los recursos patrimoniales de Málaga. Para la patrimonialización de arriba abajo, se ha utilizado el Catálogo General del Patrimonio Histórico de Andalucía (Consejería de Educación, Cultura y Deporte de la Junta de Andalucía, s.f.) y los espacios catalogados en la Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía [RENPA] (Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio, s.f.). Para la patrimonialización de abajo arriba, se han tenido en cuenta los proyectos, inquietudes y aspiraciones de la base social mediante la consulta de asociaciones culturales, redes sociales y blogs personales o asociativos (todos ellos revisados en otoño de 2016) que se detallan en el texto y al final del artículo. Para el reconocimiento de ámbitos patrimoniales de valor simbólico se ha utilizado la publicidad de empresas malagueñas en la prensa o páginas *web* y se ha acudido a los escenarios que los malagueños seleccionan para registrar los momentos significativos en su trayectoria vital (bodas y primeras comuniones, recabadas a través de las *web* de empresas de reportajes gráficos) y a fotografías asociadas a *Google Earth*. Para analizar las actuaciones y aspiraciones del ayuntamiento se han analizado los dos planes estratégicos de la ciudad, además del planeamiento urbanístico y sectorial. Para el reconocimiento de los museos en las redes sociales se ha acudido a *Facebook*, *Twitter* y *Google+1*. Todo ello se ha completado con un intenso trabajo de campo para recopilar información *in situ*, tanto a través de la visita directa como de la realización de entrevistas, de las que se ha realizado una decena de ellas con carácter semiestructurado a lo largo de la primavera, verano y otoño de 2016. En estas entrevistas, que han resultado fundamentales para conocer mejor la perspectiva de la base social respecto a los procesos de patrimonialización, se ha preguntado por tres grandes bloques de información (vinculación con el patrimonio y modelo de desarrollo de la ciudad; opinión respecto a la relación entre los planeamientos urbanísticos y estratégicos y el patrimonio; y determinación de qué modelos deberían ser aplicados a Málaga con uso eficiente de sus recursos). Los entrevistados fueron seleccionados entre urbanistas, académicos, patrimonialistas y líderes de asociaciones reconocidos por su trayectoria profesional o participativa en la ciudad. Se ha tenido especial atención en combinar opiniones que proviniesen tanto desde el campo público, como del privado.

3. Resultados

3.1. La patrimonialización de los recursos culturales malagueños según los planteamientos de patrimonialización convencionales

Los procesos de patrimonialización de la ciudad no son sencillos ni lineales, sino que varían según las percepciones y los intereses de los agentes que los protagonizan (Tabla 1). A efectos de este trabajo se diferencia entre los procesos de patrimonialización más estudiados (de arriba abajo y de abajo arriba, a los

que se dedica este punto) y aquellos que vienen definidos por un nivel intermedio; en el caso de Málaga, el Ayuntamiento (ver punto siguiente).

Tabla 1. La apropiación patrimonial de los bienes culturales malagueños por parte de sus agentes

	De arriba abajo	De abajo arriba	Nivel intermedio
Agentes	Administraciones estatal y regional. Estamentos intelectuales	La base social, con protagonismo de las clases populares y asociaciones	Ayuntamiento
Intención	Protección, tutela y difusión	Refuerzo de la identidad	Desarrollo económico y social
Instrumentos y estrategias	Leyes, normas y programas de investigación, intervención y divulgación	Participación social: organizada o espontánea	Planeamiento urbanístico, mercadotecnia urbana y otras políticas sectoriales (culturales, turismo, etcétera)
Tiempos	Proceso lento y reglado por las propias leyes, normas y programas	Proceso de tiempos imprecisos, a menudo pausados, pero a veces rápidos, y dependientes del ritmo de la asunción social de valores	Proceso dinámico y vinculado a los ciclos políticos y programáticos.
Bienes patrimoniales valorados	Monumentos (catedral, iglesias, castillo-alcazaba, palacios, etcétera), conjunto histórico, parque natural Montes de Málaga, etcétera	Patrimonio inmaterial de arraigo predominantemente popular: fiestas de barrio, folclore, saberes tradicionales, equipos deportivos, etcétera	Museos de *mini-franquicia* (Thyssen, Centre Pompidou, Museo Ruso), arqueología industrial y obra pública (puerto, chimeneas, etcétera) y patrimonio tradicional resignificado
	Patrimonio inmaterial institucional y popular: Semana Santa, Feria de Málaga y flamenco		
Ubicación	Predominantemente en el centro histórico (cultural), también en montes próximos y desembocadura del Guadalhorce (natural)	Se distribuye por toda la ciudad	Centro histórico y litoral urbano

Elaboración propia

3.1.1. Agentes, tiempos y bienes de la patrimonialización de arriba abajo

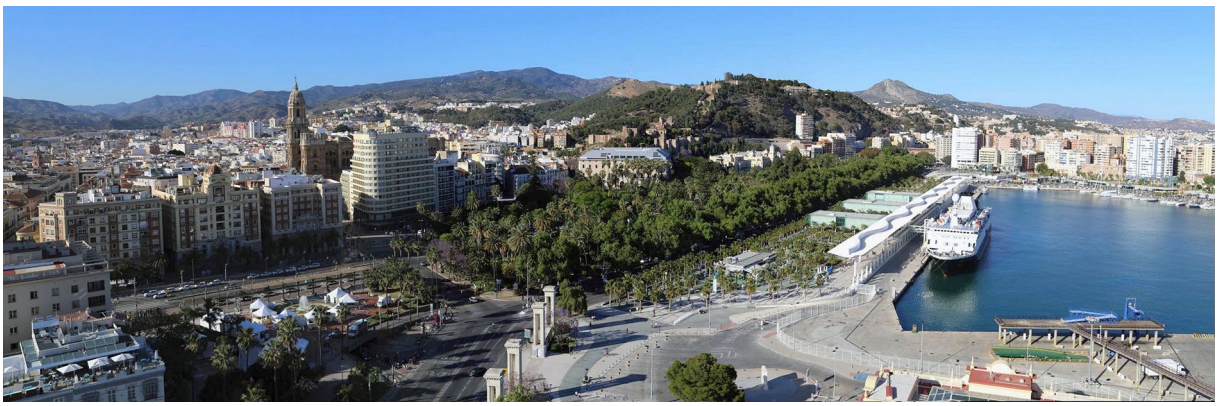
Los principales agentes de reconocimiento de arriba abajo en Málaga son las instituciones académicas e intelectuales, como la Universidad de Málaga, y aquellas con capacidad para regular la protección e intervención en los bienes culturales. Deben citarse la administración central del Estado y, sobre todo, la Junta de Andalucía, que asumió las competencias culturales de la región en los años ochenta del siglo pasado. La intención de estos agentes es la protección, tutela y difusión de los valores patrimoniales, aunque cada vez en mayor medida también buscan compatibilizar la conservación con el desarrollo.

Los medios de los que disponen son muy variados, pero siempre reglados. Requieren para su implementación del respaldo de las instituciones locales (el nivel intermedio), especialmente del Ayuntamiento, a través del planeamiento urbanístico y estratégico (ver más adelante); aun así se trata de una patrimonialización muy potente e influyente y sus visiones condicionan las de los restantes agentes.

Los tiempos de este proceso son generalmente lentos y abarcan la tarea de creación de leyes y normas que recogen el compromiso social con los bienes culturales, así como el desarrollo de programas sectoriales que investiguen y caractericen el universo patrimonial (inventarios, catálogos, etcétera), para posteriormente realizar programas de intervención (restauración, rehabilitación, etcétera) y divulgación-activación. La vía normalizada para este reconocimiento es la declaración patrimonial a partir de expedientes que se adaptan a los distintos referentes legales (Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español y Ley 14/2007, de 26 de noviembre, del Patrimonio Histórico de Andalucía -que sucede a una anterior de 1991-).

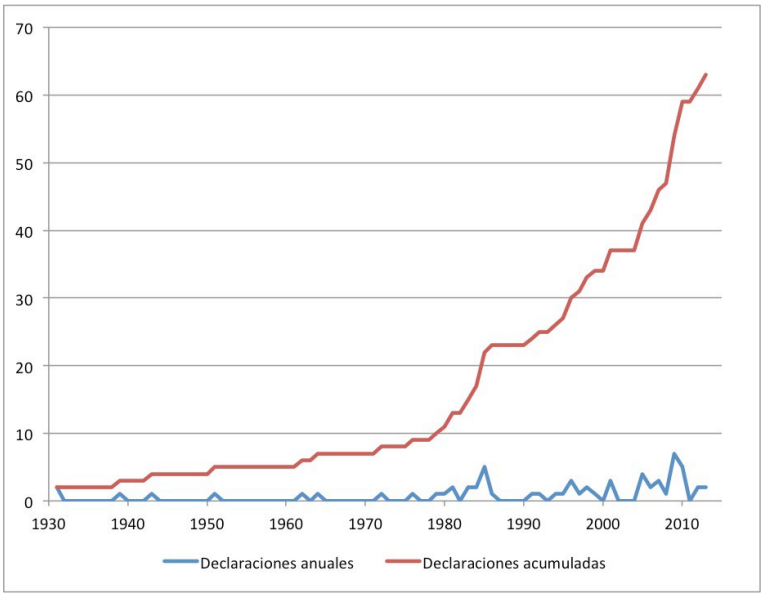
El reconocimiento patrimonial institucional es un proceso que en Málaga ha sido tardío: los primeros monumentos oficialmente declarados fueron la catedral y el castillo de Gibralfaro en 1931 (Figura 2). Málaga cuenta actualmente con 62 bienes en el Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz, pero no alcanzó la cifra de 10 hasta 1979, y la de 25 hasta 1992. El proceso ha sido más rápido durante los últimos años, ya que su número se ha doblado en solo dieciocho años (Figura 3).

Figura 3. Catedral de Málaga (izquierda) y colina de Gibralfaro (centro-derecha)



Fotografía de los autores.

Figura 4. Proceso de declaración de bienes culturales en Málaga. Datos anuales y acumulados (1931-2015)



Fuente: Consejería de Educación, Cultura y Deporte (s.f.). Elaboración propia.

Los bienes patrimoniales reconocidos de arriba abajo han sido, y en buena medida siguen siéndolo, monumentos (fortalezas, inmuebles religiosos, jardines; Tabla 2) y la mayoría se ubica en torno al centro histórico de la ciudad. En 1964, se incorpora un edificio de carácter más histórico-civil que artístico, el Mesón del Moro, y en 1972 el primer testigo arqueológico: el teatro romano. En 1983 se declara monumento la casa natal de Pablo Picasso; en 1985, de forma genérica al resto de las bibliotecas y archivos provinciales del país por imperativo de la Ley de Patrimonio Histórico Español que se aprueba ese año, se incorporan la Biblioteca Pública y el Archivo Histórico provinciales. En 1996 aparece el primer reconocimiento a un bien de carácter industrial: la chimenea de la antigua Fábrica de Energía Eléctrica. El patrimonio del siglo XX, basado fundamentalmente en obras del Movimiento Moderno, se estrena en 2001 con la Casa Lange. En 2009 se incluye el valor del patrimonio subacuático con la declaración de la des-

embocadura del Guadalhorce y de la ensenada de Málaga. En este proceso debe señalarse que la primera declaración de conjunto histórico de la ciudad, de 1970, es sustancialmente ampliada en 2012 y también que dos cementerios malagueños (el antiguo de San Miguel y el Cementerio Inglés) sean de los pocos camposantos andaluces que tienen un reconocimiento de tutela, especialmente el segundo, que es *bien de interés cultural*[4]. El patrimonio inmaterial está representado por dos bienes: la fiesta de los Verdiales, que es también *bien de interés cultural*, y la antigua carpintería de ribera Astilleros Nereo, incluida en 2008 en el Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz. Integran este catálogo los bienes de interés cultural y las inscripciones genéricas (con un nivel de protección menor).

Tabla 2. Bienes inscritos en el Catálogo General de Patrimonio Histórico Andaluz en Málaga

Tipos de bienes			**Declarados**	**Incoados**
Bienes de interés cultural (*bic*)	Inmueble	Monumentos	31	3
		Zonas arqueológicas	5	-
		Jardines históricos	2	-
		Sitios históricos	1	-
		Conjuntos históricos	1	-
		Otros	2	-
	Inmaterial	Actividades de interés etnográfico	1	-
Inscripciones genéricas	Inmueble	Monumentos	13	
		Zonas de arqueología subacuática	2	
	Inmaterial	Actividad de interés etnográfico	1	
Total			62 bienes	

Fuente: Consejería de Educación, Cultura y Deporte (s.f.). Elaboración propia.

En general puede decirse que los bienes culturales menos estimados o con importantes lagunas en su atención son los relacionados con la arqueología industrial, el citado patrimonio inmaterial y el caserío tradicional. En consecuencia, proyectan una visión elitista, selectiva y monumental, aunque no exenta de ciertos guiños a los patrimonios emergentes.

En lo que a reconocimiento del patrimonio natural se refiere, destacan el parque natural de los Montes de Málaga (4.495,56 ha) y el paraje natural de la Desembocadura del Guadalhorce (67 ha), ambos colindantes con el tejido urbano y de declaración relativamente reciente (1989). No obstante, y pese a ser un importante vínculo identitario de los malagueños (Moreno Gómez y Blanco Sepúlveda, 2010) y otro tipo de expectativas (Mérida Rodríguez, 2007), se trata de espacios poco utilizados en la activación oficial de los recursos patrimoniales municipales.

3.1.2. Agentes, tiempos y bienes de la patrimonialización de abajo arriba

En la patrimonialización de abajo arriba el protagonismo recae en la base social. Esta vía de reconocimiento patrimonial es mucho más difícil de analizar pues descansa en valores subjetivos y personales que a menudo escapan de las fuentes de información disponibles. Sus agentes son grupos, organizados o no, y las fórmulas por las que se regula este proceso emanan directamente de la participación social, vinculándose a ritos y pautas de comportamiento aceptadas en la mayor parte de los casos de forma tácita y colectiva. Pero también hay que tener en cuenta que, lo mismo que el concepto de patrimonio ha evolucionado, ha sucedido lo propio con el de participación social, existiendo hoy foros y modos de participar difícilmente imaginables hace pocos años.

En lo que respecta a las intenciones de los reconocimientos patrimoniales abajo arriba priman el refuerzo de la identidad y el fomento de la autoestima y, en menor medida, las manifestaciones reivindicativas como las protagonizadas por Asociación de Defensa de las Chimeneas y del Patrimonio Industrial de Málaga[5] y por la Plataforma Ciudadana de Defensa del Hoyo del Espartero[6].

4 La categoría *bien de interés cultural* es la más importante que consideran las leyes de patrimonio española y andaluza.
5 Esta asociación ha desempeñado un papel muy activo en la preservación de las chimeneas en las operaciones urbanísticas del litoral occidental de la ciudad.
6 Surgida como oposición al proyecto de construcción de un hotel de diez plantas diseñado por Rafael Moneo en ese lugar del sector oriental del conjunto histórico.

Los tiempos de este proceso de patrimonialización son más imprecisos y sujetos a los vaivenes de las claves culturales de la ciudad, aunque en general, pero con muchas excepciones, también predominan los tiempos lentos propios de la asunción de valores colectivos. Estas características y la escasa regulación y conocimiento del patrimonio construido desde abajo lo hacen más frágil y propenso a la manipulación e, incluso, a la despatrimonialización. Se trata, en suma, de procesos poco predecibles cuyos bienes culturales se articulan de muy distinta manera. En ocasiones los bienes son los mismos que los señalados a propósito de la patrimonialización de arriba abajo y, en consecuencia, aparecen en los programas que reinventan la imagen de la ciudad.

En cuanto a tipos de bienes apreciados desde esta perspectiva[7], destacan aquellos monumentos e hitos que sintetizan la personalidad de Málaga: la catedral; la Alcazaba-Gibralfaro; la Farola del puerto; la estatua del *cenachero* (vendedor popular de pescado que es un auténtica alegoría de la ciudad); la plaza de la Merced con la casa natal de Picasso y el monumento a Torrijos; etcétera. Predominan, no obstante, las manifestaciones relacionadas con la cultura inmaterial, sobre todo las que tienen que ver con expresiones de la cultura popular (carnavales, fiesta de Los Verdiales, Feria de Málaga, etcétera) y con oficios tradicionales (como los espeteros); sin olvidar los relacionados con las identidades deportivas. Una mención particular merecen las cofradías de Semana Santa (un total de 41). Sus valores patrimoniales son intensos y muy antiguos y su actividad no se limita a la semana que lleva su nombre, sino que se proyecta en un importante elenco de ritos anuales y, sobre todo, como espacios físicos y virtuales de sociabilidad y de acción comunitaria; aspectos estos poco o menos conocidos. En términos generales los atributos que se valoran tienen que ver con la idiosincrasia de cada barrio, lo que ofrece una cierta idea de equilibrio espacial, al menos en los barrios históricos. No obstante algunas cofradías trascienden la idea de barrio y se proyectan sobre la práctica totalidad de la ciudad.

La incorporación de estos bienes patrimonializados de abajo arriba a los proyectos de mercadotecnia urbana es muy desigual. Algunas de estas señas identitarias son asumidas como pilares del nuevo modelo: este es el caso de los referentes basados en actividades deportivas -C.D. Málaga (fútbol); Unicaja CB (baloncesto)- o de expresiones festivas como la Semana Santa. Otros bienes relacionados con el mundo del trabajo no merecen, en cambio, la misma consideración. Un ejemplo de ello lo ofrecen los ya citados Astilleros Nereo[8] que, a pesar de contar también con el reconocimiento institucional de arriba abajo, corre el riesgo de desaparecer ante las presiones urbanizadoras del Ayuntamiento (ver más adelante), sin que se haya suscitado un movimiento social de rechazo que coadyuve a su protección patrimonial.

El panorama patrimonial abajo arriba se completa con iniciativas particulares ligadas a la creatividad artística y a la invención de nuevos referentes patrimoniales. Estas han adquirido una particular relevancia, tanto por los espacios que ocupan, como por sus productos. Hay que citar la transformación de viviendas tradicionales en galerías de arte, que ha convertido a muchos artistas en gestores culturales: Casa Sostoa, Espacio Cienfuegos, Villa Puchero, etcétera. Especial mención merece La Casa Invisible, inmueble ocupado y centro social y cultural para artistas transgresores y emergentes

3.2. La importancia del nivel intermedio: el protagonismo del Ayuntamiento de Málaga como agente de patrimonialización

3.2.1. Aspectos generales y antecedentes

El Ayuntamiento es el principal agente de patrimonialización-repatrimonialización-despatrimonialización malagueño. Se trata de un organismo que, dado su carácter intermedio entre los ciudadanos y las administraciones centrales (autonómica y estatal), conoce bien, tanto las aspiraciones de las poblaciones locales (esenciales para la consecución de votos que permitan mantenerse a sus dirigentes en los puestos

7 Para establecer este aprecio se han tenido en cuenta las páginas web de las siguientes asociaciones y grupos ciudadanos: Asociación Zegrí (http://www.asociacionzegri.com); Málaga en el Corazón (http://www.malagaenelcorazon.com); Málaga Monumental. Defensa y Promoción del Patrimonio (http://malagamonumental.blogspot.com.es); Málaga y Provincia (http://malagayprovincia.blogspot.com); Orgullosos de Málaga (http://www.orgullososdemalaga.com); Salvemos Málaga (http://salvemos-malaga.blogspot.com.es); Temporada Alta (https://franciscopastor.wordpress.com); El Tendedero de Amy (http://www.eltendederodeamy.es).

8 Estos astilleros son uno de los últimos exponentes de un oficio tradicional del litoral malagueño, la carpintería de ribera, incluida en el Catálogo General de Patrimonio Histórico Andaluz como *actividad de interés etnográfico*. Su emplazamiento en la playa de Pedregalejo supone un obstáculo para la ordenación del paseo marítimo. La oposición de los propietarios a cambiar de ubicación está siendo muy activa a través de labores didácticas y visitas guiadas. La propiedad ha constituido el Ecomuseo Etnográfico del Patrimonio Marítimo de Andalucía.

de poder), como las reglas y normas que lo relacionan con las instancias administrativas superiores (comunidad autónoma y Estado). El Ayuntamiento de Málaga, como otros en España, actúa de facilitador en la implementación de políticas públicas de origen supralocal y, al mismo tiempo, canaliza y legitima, si bien de forma diferencial, la reivindicaciones socioeconómicas de los grupos y colectivos de base. Posee las competencias, responsabilidades e instrumentos para liderar el proyecto de ciudad (planeamiento urbanístico, especial y estratégico). Sus intenciones son muy pragmáticas y en la disyuntiva patrimonio-desarrollo se inclinan hacia el segundo, entendido este como crecimiento económico y dirigido al aumento de la afluencia turística con un pilar importante en el turismo de cruceros. En esta estrategia, algunos bienes y sectores urbanos se ensalzan y se repatrimonializan y otros se dejan languidecer y sucumbir.

Desde una perspectiva histórica, los bienes culturales apenas han formado parte hasta el presente de las grandes apuestas municipales para el desarrollo de Málaga. Durante el siglo XIX existió una vocación de fomento industrial y, arruinado este sector y malogrado el interés por convertir a Málaga en una estación balnearia durante los primeros decenios del siglo siguiente, el afán municipal alentó la conformación de una ciudad especulativa y su aspiración fue mantener el pulso portuario como actividad básica. Con la consolidación de la actividad turística en la Costa del Sol, se produce una mirada distinta a determinados bienes patrimoniales, fundamentalmente a los monumentos, concebidos entonces como recurso complementario y marginal para el turismo de sol y playa asentado en otros municipios.

El cambio sustancial se produce cuando tras la inauguración del Museo Picasso en 2003 la ciudad decide implementar un modelo de desarrollo organizado en torno a la cultura como eje protagonista. Es entonces cuando la aspiración de aumentar la competitividad y el desarrollo económico descubre los bienes culturales malagueños como recurso susceptible de activación y, para ello, los reinventa de forma pragmática como base de su mercadotecnia urbana.

3.2.2. Buscando un nuevo modelo de desarrollo: instrumentos y tiempos

Sin menoscabo del papel de planes urbanísticos y especiales, como el Plan General de 2011 y el avance del segundo Plan de Protección y Reforma Interior del Conjunto Histórico de Málaga de 2014 (Ayuntamiento de Málaga 2011 y 2014), el instrumento que define el modelo de ciudad es el planeamiento estratégico, en el que se expresa abiertamente la apuesta por la activación de los recursos culturales. Como antecedente, debe citarse la creación en 1994 de una fundación de carácter privado sin ánimo de lucro, Ciedes, en la que encabezados por el Ayuntamiento de Málaga se insertan los principales agentes socioeconómicos de la ciudad o relacionados con ella: institucionales (Diputación Provincial, Puerto, Gobierno Español y Universidad), empresariales (Cámara de Comercio y Confederación de Empresarios, Parque Tecnológico de Andalucía, Unicaja), sindicales (Comisiones Obreras y Unión General de Trabajadores) y tercer sector (Federación de Asociaciones de Vecinos). La Fundación Ciedes ha permitido integrar a Málaga en redes urbanas nacionales e internacionales (Centro Iberoamericano para el Desarrollo Estratégico Urbano [CIDEU], América y Europa de Ciudades y Regiones [AERYC] o Red Andaluza para el Desarrollo Estratégico Urbano y Territorial [RADEUT]). Su producto más importante son los dos planes estratégicos; el primero de ellos inicia sus trabajos en 1992 y se aprueba cuatro años más tarde, permaneciendo vigente hasta 2001 (Tabla 3). Al año siguiente, se inician los trabajos del segundo plan estratégico, aprobado en 2006 y con una horquilla temporal de vigencia entre 2009 y 2020; aunque su programa operativo, ante la llegada de la crisis de 2007, se remodela en 2010 reenfocando sus proyectos para el período 2012-2014.

El primer plan se centra en la recualificación ambiental a partir de la capitalidad económica, técnica, educadora-formadora y recreativa de Málaga y hace una apuesta decidida por el nuevo modelo turístico-especulativo y de reinvención patrimonial. La línea 1 "Ciudad metropolitana de alcance mediterráneo" persigue la mejora de las infraestructuras a través de: la realización de un túnel debajo de la alcazaba (inaugurado en 1999); del Plan Especial del Puerto; de la autovía del Mediterráneo; de la construcción de la línea ferroviaria de alta velocidad para un enlace más rápido con Madrid, etcétera. La línea IV "Capital turística y de ocio europeo" incluye, entre otros proyectos, "la promoción del turismo de cruceros", "la creación de un festival de Cine de Málaga" (inaugurado en 1998), y "la creación de una red de museos temáticos". Por su parte, la línea VI, orientada a la revitalización del centro histórico, contiene operaciones urbanísticas como la ordenación de fachadas en el Guadalmedina y la dinamización del centro, amén de

numerosas actuaciones en edificios monumentales (catedral, alcazaba, teatro romano, edificio de Correos, Teatro Cervantes) y la creación del Museo Picasso (abierto en 2003).

Tabla 3. Líneas estratégicas y proyectos estrella de los planes estratégicos

Primer Plan Estratégico (1992-2001) *Líneas Estratégicas*	Segundo Plan Estratégico (2006-2020) *Proyectos Estrella*	Remodelación de 2010 para el período 2012-2014 *Proyectos*
I. Ciudad metropolitana de alcance mediterráneo II. Metrópolis de alta calidad de vida y respeto medio ambiental III. Capital económica y tecnológica de Andalucía IV. Capital turística y de ocio europea V. Ciudad educadora y formadora VI. Revitalización del centro histórico como modelo urbano	1. Mar y metrópoli. Puerto y fachada litoral integrado 2. Ágora mediterráneo. La ciudad como espacio de cultura 3. Málaga Tur. Una ciudad para el turismo 4. Málaga innov@. Una ciudad para el conocimiento y la innovación 5. Integración urbana del [río] Guadalmedina 6. Metrópoli aeroportuaria 7. Málaga y la movilidad metropolitana 8. Málaga, ciudad solidaria 9. Málaga, una ciudad que se enriquece con la diversidad cultural 10. Málaga y la gobernanza local	1. Ciudad aeroportuaria 2. Guadalmedina 3. Renovación del frente litoral 4. Un barrio del conocimiento en torno a la cultura digital 5. Una red de espacios especializados para la producción y exhibición cultural emergente 6. Un programa interinstitucional público-privado de apoyo al talento 7. Una oficina de diplomacia urbana

Fuente: Fundación Ciedes (s.f. y 2006).

El segundo plan estratégico plantea un modelo urbano basado en el reforzamiento del carácter metropolitano ("Málaga Metrópoli Abierta"). Para ello toma como argumentos para la revitalización urbana: el conocimiento, la personalidad litoral de la ciudad y la cultura. En esta línea, Málaga optó desde 2010, aunque es un proceso que se forja en los años previos, a *Capital europea de la cultura* en 2016. La ciudad española seleccionada fue San Sebastián, no obstante se consolidó el convencimiento de que la cultura era un signo de identidad malagueño. También en esta época, 2009, se crea *Smart City Málaga*, que incluye a la ciudad en redes y programas de eficiencia energética ligada al consumo eléctrico, transporte y telecomunicaciones, reforzando su carácter innovador y moderno.

Es este segundo plan estratégico el que apuesta abiertamente por un modelo turístico especulativo y de reinvención patrimonial con un radio de acción ampliado hacia los ejes litorales. El *proyecto estrella* denominado "Mar y metrópoli. Puerto y fachada litoral integrado" incluye la creación de paseos marítimos y la construcción de un auditorio (este último no construido por la crisis). El segundo *proyecto estrella*, "Ágora mediterráneo. La ciudad como espacio de cultura", se centra en "la conversión del centro histórico en un megamuseo o museo abierto, con proyectos integrales de musealización y arte público" y "establece un eje de referencia en el triángulo formado por las calles Alcazabilla, Císter y Granada e integración con el puerto"; es decir, en torno al Museo Picasso Málaga. También hay que citar la propuesta Soho Málaga Barrio de las Artes en el Ensanche Heredia, triángulo urbano contiguo al centro histórico y al puerto. Con esta iniciativa, en origen ciudadana y posteriormente asumida por el Ayuntamiento, se pretende frenar el proceso de declive de este antiguo y céntrico ensanche burgués en lento declive socioeconómico. Para ello se redactó el Plan Director del Barrio de las Artes Soho presentado en 2012 con un importante plan de comunicación y parámetros de referencia del explícitamente citado *marketing city*. Su lema para hacer marca es "En el corazón de Málaga late el Soho" y trata en definitiva de aplicar las estrategias que habían permitido la creación de distritos culturales en otras ciudades. En la actualidad el barrio posee siete espacios expositivos, dos teatros, una cuarentena de bares y restaurantes, una treintena de locales comerciales y una decena de hoteles, entre otros servicios; aunque el proyecto sigue sin consolidarse plenamente.

Con el segundo plan estratégico, en 2010, se constituye el Grupo de Estrategia Internacional Conjunta, formado por agentes públicos y privados (Ayuntamiento, Cámara de Comercio, Confederación de Empresarios, Diputación Provincial, Parque Tecnológico de Andalucía y la Universidad de Malága) y el apoyo de la Fundación Ciedes, ProMálaga (empresa municipal para la promoción empresarial y creación de empleo y desarrollo) y BIC Euronova (Centro Europeo de Empresas e Innovación de Málaga de carácter público/privado). Su objetivo es impulsar la internacionalización de la ciudad y su provincia.

La remodelación del segundo plan estratégico para el período 2012-2014 concentra los esfuerzos en tres proyectos menos, pero se trata de una reordenación de contenidos ya incluidos en documentos anteriores. El foco de actuación es el puerto comercial tradicional, situado junto al centro. En este documento subyace el interés por hacer de Málaga una ciudad de atraque de cruceros, de encuentros internacionales y de turismo en general aplicando para ello la creatividad y proponiendo, entre otros, la creación del Centro Euromediterráneo de Conocimiento, Innovación y Formación Turística.

En cuanto a los tiempos, se puede hablar de un proceso muy rápido, que, si bien asienta sus bases a finales del siglo pasado con el Primer Plan Estratégico y a pesar de la profusa creación de empresas públicas y mixtas para impulsar la investigación, desarrollo e innovación, solo afina sus objetivos, métodos y resultados muy recientemente. El hecho de que el Segundo Plan Estratégico se reformulase para el período 2012-2014 y de que los elementos patrimoniales nuevos o reinventados se estén asentando aún en la actualidad expresa la adecuación del nuevo paradigma patrimonial malagueño a los ritmos políticos municipales. Se trata pues de un proceso muy dinámico y que, además de demostrar la perspicacia y oportunidad de quienes lo implementaron desde el Ayuntamiento, se consolida durante los años más duros de la crisis económica que afecta a España y a buena parte del mundo a partir de 2008.

3.2.3. Los elementos patrimoniales valorados por el Ayuntamiento de Málaga

De los nuevos planteamientos de desarrollo urbano se deriva también una consideración diferencial del patrimonio de la ciudad que, aunque guarda coincidencia con las valoraciones ya presentadas de arriba abajo y de abajo arriba, posee especificidades propias. Para el Ayuntamiento destacan los bienes monumentales, el conjunto histórico y los museos, estos como principales exponentes de la reinvención patrimonial malagueña (ver punto 3.4). Otros bienes y sectores urbanos reciben una consideración desigual, pero en cualquier caso menor que los anteriores. El patrimonio industrial, que es una de las principales señas del pasado patrimonial malagueño e impregna la idiosincrasia de la ciudad, merece una consideración sesgada y parcial. Las actuaciones del Ayuntamiento respecto a este tipo de bienes se han centrado en la recuperación de los dos muelles comerciales históricos (muelles 1 y 2, construidos a principios del siglo XX) y en la protección y rehabilitación de algunas chimeneas: The Malaga Electricity Company, Fundición de Plomo Los Guindos (cuya rehabilitación fue premiada por Europa Nostra en 2009), Colema, Cerámica Santa Inés o La Cross, entre otras. Pero también fueron sacrificadas instalaciones de gran interés como el silo de cereales (una de los más antiguos de España construidos en puertos), derribado en 2006 para, precisamente, reacondicionar el muelle 2. No deja de ser significativo, por otra parte, que una ciudad que está apostando con fuerza por los museos (que se aproximan a la cuarentena) no disponga de ninguna sala de exposición permanente para la maquinaria industrial, como viene reclamando la Asociación de Defensa de las Chimeneas y el Patrimonio Industrial de Málaga.

Las manifestaciones y bienes del patrimonio inmaterial relacionado con el mundo del trabajo están mereciendo una consideración muy desigual desde el nivel intermedio. Algunos referentes patrimoniales de los antiguos barrios de pescadores El Palo y Pedregalejo están siendo reintegrados en el nuevo modelo, previa reconversión en espacios de ocio local y turismo a través de la reinvención gastronómica de los espeteros tradicionales; a otros estratégicamente situados, pero que contravienen las expectativas urbanísticas y la imagen urbana anhelada (como los reiteradamente señalados Astilleros Nereo), se los deja al margen del modelo por una premeditada y mal entendida inmaterialidad que se pretende no tenga arraigo espacial y que podría desarrollarse en otro lugar que no estorbe a los grandes proyectos urbanos. Detrás de ello también subyace una visión elitista del patrimonio, ya señalada a propósito de la patrimonialización de arriba abajo, y que el nivel intermedio reproduce a través de una imagen de modernidad donde las manifestaciones de la cultura popular encuentran peor acomodo; muy significativo, en relación con esto último, es que entre las apuestas del Ayuntamiento (reflejadas en los planes estratégicos) no estén explícitamente considerados la Semana Santa o el flamenco. Como epílogo a las intenciones patrimoniales de este nivel intermedio, los bienes excéntricamente situados y con menos expectativas de negocio (zonas arqueológicas, jardines y sitios históricos y patrimonio natural) se subestiman, quedan al margen del modelo y se someten a un proceso de despatrimonialización o al menos a una consideración muy por debajo de su valor.

3.2.4. Los museos como argumentos clave de la reinvención patrimonial en el nuevo ideario municipal

El mejor exponente del cambio de actitud relacionado con la cultura y el patrimonio es la política museística de Málaga. A finales de los años setenta, la ciudad contaba con tres museos: Bellas Artes,

Arqueológico y Artes y Tradiciones Populares. Todos ellos de carácter tradicional, con metodología expositiva variada y sin ninguna articulación entre sí. En los años ochenta, algunas cofradías inician la exposición museística de parte de sus fondos; acción que refleja la fuerza que adquiere la Semana Santa como expresión del patrimonio inmaterial en aquellos años. En los noventa se abren algunos museos relacionados con la ciencia y la técnica, con la religión (Museo Catedralicio) e incluso un ecomuseo en los Montes de Málaga (Lagar de Torrijos). Sin embargo, en 1997, y por adecuación del palacio de Buenavista al Museo Picasso Málaga, se cierran los dos museos principales de la ciudad (Bellas Artes y Arqueológico) a la espera de una mejor ubicación y la capital entra en el siglo XXI con una endeble red de museos que no alcanza la decena y con muy distinta consideración y significado. En un contexto como el español, la realidad de Málaga se encontraba muy alejada de otras ciudades que estaban reinventando sus contenidos museísticos desde los años noventa: Bilbao, Valencia, Barcelona, etcétera (Plaza, 2000).

El cambio cualitativo y cuantitativo revertió la situación con la inauguración del Museo Picasso en 2003, proyecto que se remonta a 1953, pero que las circunstancias políticas postergaron medio siglo. El Ayuntamiento de Málaga ya había creado en 1988 la Fundación Pablo Picasso Museo Casa Natal, cuyo edificio había sido declarado *bien de interés cultural* en 1983. En 2003 se inauguró también el Centro de Arte Contemporáneo y en 2011 se abre el Museo Carmen Thysenn, primera *mini-franquicia* museística de la ciudad[9]. Desde entonces se inauguran otros muchos museos de contenidos variopintos (vino, automóvil, música, cante flamenco, cofradías, Málaga Club de Fútbol, etcétera). En 2015 se reafirma este proceso con la apertura de dos museos de gran potencia, al menos en su nombre: el Museo Ruso -con fondos del Museo de Arte Estatal de San Petersburgo- y el Centre Pompidou de París. El Museo de Málaga, de titularidad estatal (aunque de gestión autonómica) y que engloba a los de Bellas Artes y Arqueológico, se abrió al público tras un importante retraso a finales de 2016. En términos de distribución territorial, la mayor parte de esta oferta museística se sitúa en la ciudad histórica o en espacios muy cercanos a las operaciones urbanísticas más recientes, como el puerto (Centre Pompidou) y la playa de la San Andrés (Museo Ruso, situado en la antigua Tabacalera).

4. Discusión de resultados

El proceso de patrimonialización-repatrimonialización-despatrimonialización de los recursos culturales malagueños tiene luces y sombras. Destaca, entre sus luces, la opción por una apuesta plural y diversificada de estrategias, con la consiguiente ampliación de los recursos culturales en los que apoyar la competitividad urbana: recuperación y reinvención del patrimonio convencional; ampliación de la oferta museística y apertura de museos estrella en antiguas instalaciones industriales (Museo Ruso) o en instalaciones que apuestan por la arquitectura como generadora de imágenes nuevas y potentes (Centre Pompidou); rehabilitación funcional de barrios degradados a través de las actividades creativas (el denominado Soho de Málaga), etcétera.

Los resultados macroeconómicos del modelo también arrojan un saldo positivo, sobre todo en lo que tiene que ver con la afluencia turística. Málaga ha dejado de ser un destino marginal o complementario del turismo playero de la Costa del Sol para sobresalir con significado propio en los circuitos turísticos nacionales e internacionales. Los datos así lo reflejan. Los viajeros han pasado de 400.000 a 4.000.000 entre 2005 y 2013 (Sopde.es, 2014). En este último año se produjeron cerca de 2.000.000 de pernoctaciones en las 10.515 plazas en sus 190 establecimientos hoteleros (con un incremento del 109% durante el período antes reseñado), lo que la convierte en el "destino urbano que mejor ha evolucionado en los últimos 8 años en los principales indicadores turísticos, viajeros hoteleros, pernoctaciones, empleo, grado de ocupación y plazas estimadas hoteleras" (Sopde.es, 2014, p. 42). Por su parte, el primer Plan Estratégico del Turismo de Málaga 2016-2020, elaborado por el Foro de Turismo de Málaga (órgano consultivo del sector turístico conformado en 2015 y encabezado por el área de Turismo, Cultura y Deporte del Ayuntamiento) y presentado en julio de 2016, prevé que la ciudad siga fortaleciendo su posición entre los principales polos de atracción europeos. Así, prevé que, entre turistas y excursionistas, la cifra de visitantes llegue a los cinco millones en 2020, que las plazas hoteleras alcancen las 16.500 y que se superarán los 22.000 empleos en este sector (Ayuntamiento de Málaga, s.f.).

9 Aunque su nombre pueda confundir, no es exactamente una sucursal del museo madrileño Thyssen-Bornemisza, sino la exposición de parte de la colección de Carmen Thyssen.

Desde el punto de vista cultural, y según el informe *Análisis de datos 2014 del Observatorio de la Cultura* elaborado por la Fundación Contemporánea (2014), la ciudad escaló seis posiciones hasta ocupar en ese año el cuarto puesto nacional en relación con la calidad de su oferta cultural, por encima de ciudades como Valencia, Sevilla o Zaragoza, y el quinto en innovación después de subir ocho posiciones en apenas un lustro.

Acompañando a todo ello se ha producido el cambio morfológico, funcional y social de las distintas piezas urbanas, poco o nada conocido, y donde los claroscuros son más evidentes. En paralelo a la nueva apuesta patrimonial se han operado importantes transformaciones urbanísticas que han supuesto la recuperación para los ciudadanos de áreas inaccesibles o degradadas (playas de San Andrés, de la Misericordia, del Palo); pero también llevan aparejados destrucciones patrimoniales (con el derribo de edificios que estorban) y procesos de gentrificación que acompañan a la recualificación y se expanden como manchas de aceite por partes de la ciudad poco o menos apetecidas hasta hace pocos años. Este es el caso del Soho Málaga Barrio de las Artes, pero también es extrapolable a algunos arrabales históricos (entorno del Teatro Cervantes) o a zonas de la parte occidental de la ciudad, especialmente las más cercanas a la costa.

El centro histórico ha sido objeto de importantes operaciones de recualificación urbanística y su patrimonio monumental, en buena parte rehabilitado, luce más lustroso. Pero a pesar del protagonismo de esta parte de la ciudad en todo el planeamiento estratégico y del remozamiento de algunos de sus sectores y monumentos más significativos, su recuperación ha sido selectiva ya que, entre 1990 y 1999, aún se demolieron 114 edificios históricos y en el decenio siguiente otros 243, lo que supone una tasa de demolición que casi duplica la de los años del *desarrollismo* del siglo pasado. Entre 1957 y 2011 el 40% de los edificios históricos del centro urbano malagueño había desaparecido, había sido muy transformado o gravemente alterado (*Edifeicios*). Por otro lado y siguiendo las indicaciones del Segundo Plan Estratégico buena parte de sus escenarios urbanos constituyen hoy un *megamuseo* al aire libre; ello ha llevado a la masificación turística de muchos de sus sectores y a la consiguiente pérdida de autenticidad y banalización de sus contenidos culturales.

Frente a áreas emergentes como las citadas, hay otras que permanecen a la espera de satisfacer nuevos intereses urbanos. Entre estas hay que destacar el eje del río Guadalmedina, que a pesar de las propuestas e inversiones de las que ha sido objeto desde hace decenios (la última es una firma de declaración de intenciones sobre este río firmada entre el Ayuntamiento, la Junta de Andalucía, la Diputación Provincial y la Autoridad Portuaria en octubre de 2016) continúa sin incorporarse al discurso oficial de la ciudad. Lo mismo podría decirse de otros enclaves más puntuales distribuidos por toda la ciudad, como los Baños del Carmen.

La oferta museística presentada anteriormente también tiene claroscuros. Ciertamente se ha conseguido dotar a la ciudad de una amplia red de museos y el eslogan "Málaga, capital de los museos" se publicita en los medios locales de comunicación al mismo nivel que el "Málaga, ciudad del paraíso" de Vicente Aleixandre. Pero también abundan las críticas sobre la insostenibilidad económica de un modelo que en 2014 acaparó una inversión municipal de 13 millones de euros y que en 2015 superó los 15 millones. Solo el Centre Pompidou costará al Ayuntamiento un millón de euros anuales durante los cinco años de contrato y el Museo Ruso acarreará un pago de 400.000 euros anuales durante el próximo decenio. En general, puede afirmarse que el reforzamiento cultural de Málaga se ha basado más en la disponibilidad de infraestructuras que en la determinación concreta de proyectos, en toda la extensión de este término (Paül y Agustí, 2017)

La presencia en las redes de estos museos pondera su alcance y proyección. Solo 25 museos poseen alguna cita o entrada en *Facebook*, *Twitter* y *Google+1* (Málaga Ciudad Genial; Ramos Lizana, 2006). Los que poseen mayor reconocimiento son el Centre Pompidou Málaga (123 entradas en *Facebook* y 33 en *Twitter*) y el Museo Ruso (114 en *Facebook*, 12 en *Twitter* y 2 en *Google+1*). Les siguen a mucha distancia el Museo y Basílica de Santa María de la Victoria (14 en *Facebook* y 1 en *Twitter*); el Centro de Arte Contemporáneo de Málaga (14 en *Twitter*); el Museo Interactivo de la Música (1 en *Facebook* y 12 en *Twitter*); el Museo Carmen Thyssen (12 *Twitter*); el Museo del Patrimonio Municipal (12 *Twitter*) y el Museo Picasso Málaga (11 *Facebook* y 4 *Twitter*). Los museos de reciente creación generan una mayor atención en las redes sociales; en tanto que los tradicionales se mantienen en un modesto o muy relegado lugar. Baste citar que la Fundación Picasso Málaga, que es de alguna manera el punto de inflexión en la imagen museística de Málaga desde 1983, solo tiene cuatro entradas en *Facebook*.

5. Conclusiones

5.1. Sobre el marco teórico y metodológico

Este artículo ha permitido esbozar un enfoque novedoso, y en consecuencia de un procedimiento metodológico también original, para el análisis de la apropiación social e institucional de los bienes patrimoniales de la ciudad, casi siempre analizado desde la perspectiva abajo arriba o arriba abajo. Aquí se aporta la importancia de los niveles intermedios en la identificación y apropiación simbólica y económica del patrimonio, en su papel de condicionantes, tanto de las miradas populares como de los discursos oficiales. Su aplicación a un estudio de caso urbano ha resultado útil y ha permitido contrastar su virtualidad a la vez que puede convertirse en un referente para su implementación en otros casos de estudio de contextos similares.

El acercamiento a la consideración de bienes culturales en proyectos de mercadotecnia urbana, a partir del nuevo paradigma patrimonial, y el entendimiento del aprecio de los recursos culturales como un proceso de asignación social e institucional de valores han resultado muy ilustrativos y han puesto de manifiesto la debilidad de la dimensión espacial en los trabajos consultados e incluidos en las referencias. Como respuesta a ello, se plantea en este artículo un procedimiento metodológico desde esta perspectiva espacial y centrado en los procesos de patrimonialización y en los agentes que los protagonizan. Se han tenido en cuenta, además, los intereses, los tiempos, los instrumentos y los bienes y áreas patrimoniales urbanas sobre las que se proyectan esos intereses.

La aplicación de la propuesta a Málaga (ver epígrafe siguiente) ha permitido ratificar su virtualidad empírica. También ha posibilitado confirmar la complejidad de los procesos de patrimonialización en ámbitos urbanos, en los que el protagonismo recae en un nivel intermedio (en el que destacan los ayuntamientos) que actúa como un abajo para los de arriba (esto es, para las instituciones del patrimonio) y como un arriba para los de abajo (la sociedad civil). Se trata este de un nivel poco o nada considerado hasta ahora en los estudios sobre procesos de patrimonialización pese a su carácter determinante y muy operativo, ya que es en él en el que descansan las competencias, las responsabilidades y los instrumentos más cercanos para implementar el modelo de ciudad.

Estos procesos no se realizan de forma homogénea en el escenario urbano. Al igual que la imagen de la ciudad se renueva a partir de determinados focos mientras otras áreas urbanas permanecen estancadas o se degradan, la reinvención patrimonial también se relaciona con zonas repatrimonializadas, de nueva patrimonialización, en despatrimonialización o que no se han patrimonializado nunca. Los bienes culturales siguen siendo un recurso de primer orden en la promoción urbana en el ámbito de la globalización. Sin embargo, este aprovechamiento, ni alcanza a todas sus tipologías, ni siempre preserva su autenticidad e integridad, sino que da prioridad a su potencialidad para atraer visitantes y generar una imagen urbana nueva, atractiva y competitiva.

Algunas tipologías patrimoniales, especialmente las inmateriales, menos transformables en productos de consumo turístico o poco acordes a la idea de modernización que una ciudad con veleidades competitivas pretende dar de sí, acusan olvido y degradación por ser percibidas como vulgares y sin valor, precisamente en el momento en el que otros bienes son consagrados como nuevos símbolos urbanos. Incluso en bienes muy reconocidos por los proyectos de recualificación urbana, como el patrimonio industrial, aquellos elementos que se valoran son los que ofrecen un cierto impacto y presencia urbana (estaciones, chimeneas, grúas, etcétera); en cambio, otros tan o más importante que aquellos (maquinarias, testimonios de vida, instalaciones menores, etcétera) son obviados y relegados o destruidos.

A la luz de estos razonamientos, resulta más adecuado concebir el patrimonio, no como una realidad estática, sino como un valor en transformación continua dentro de un complejo proceso de apropiaciones sociales con aspiraciones distintas y a menudo encontradas.

5.2. Sobre Málaga como objeto de estudio

En este trabajo se ha presentado, a través del estudio de caso malagueño, el distinto papel que poseen los agentes creadores y recreadores del patrimonio, cada uno con sus particulares intereses, recursos y estrategias. Se ha subrayado la importancia de los tiempos (procesos de patrimonialización) en la manera de percibir, activar o, también, despreciar, los bienes culturales urbanos. Al margen de esos procesos bidireccionales, el caso de estudio demuestra que el nivel intermedio, el municipal, posee un gran protagonismo,

no solo en la tutela, sino también en la activación de los recursos patrimoniales para alentar procesos de desarrollo a través de propuestas innovadoras. No es solo que el Ayuntamiento facilite la transmisión de valores entre el arriba y el abajo que conforman los procesos patrimoniales, es que en el caso de Málaga, los responsables municipales han reelaborado la forma tradicional en la que los bienes culturales se incardinaban en los proyectos de mercadotecnia urbana. Han creado una fórmula propia más ligada a la disponibilidad de infraestructuras con imagen (que tiene un precio considerable asumido con fondos de todos los ciudadanos) que a un proyecto cultural coherente. Para ello han alentado la instalación de una serie de museos, no articulados entre sí, pero con significado conjunto. Entre ellos destacan los museos de *mini-franquicia* como símbolos de la nueva imagen urbana; estos generan un potente bloque de recursos culturales que, unidos al Museo Picasso Málaga (con más publicidad y resonancia simbólica que fondos estables propios), expresan el nuevo carácter cultural de Málaga; carácter que no solo viene reforzado por este nuevo patrimonio, sino que se legitima en su convivencia con monumentos tradicionales, algunos de ellos redescubiertos o resignificados en el nuevo momento histórico y con una vocación global.

El patrimonio tradicional avala a veces el nuevo modelo de desarrollo pero, también, puede interpretarse como síntoma de anquilosamiento y atraso, por lo que, en el caso de Málaga, se ha apostado por aquel que, sin incertidumbre posible, hace más competitiva la marca *Málaga* y se ha obviado o minusvalorado aquel otro sobre el que existían dudas o que se interponía a las grandes obras urbanísticas. El resultado es que buena parte de la zona oriental de la ciudad y de los arrabales históricos (sobre todo Los Percheles y Trinidad) no ha encontrado aún su papel en el nuevo modelo urbano.

Málaga es un buen ejemplo de cómo los procesos de patrimonialización no son lineales, sino que son tortuosos, que requieren una interpretación pausada y que su proyección espacial, aunque parezca ilógica y discontinua, responde a menudo a unas reglas que no persiguen tanto la preservación de los bienes culturales, como su activación transformándolos en recursos competitivos. Un nuevo ejemplo, no objeto de este artículo por su emergencia mediática a finales de 2016, es la probable construcción de un rascacielos-hotel en el puerto de Málaga, alentado por la Autoridad Portuaria y por el propio Ayuntamiento, cuya altura igualará la colina de Gibralfaro y desfigurará completamente el paisaje urbano histórico malagueño. La estrategia de Málaga, en sus luces y sus sombras, no es nueva, pero sí plantea aspectos originales entre las ciudades de su rango y, en consecuencia, su conocimiento puede resultar de gran interés para otras ciudades a la búsqueda de un modelo propio para encarar las crisis y generar nuevas formas de desarrollo.

Por último, cabe señalar que este trabajo se ha limitado fundamentalmente al papel del ayuntamiento como alentador de procesos que atañen al patrimonio malagueño; cabe señalar que la línea de trabajo continúa, especialmente para conocer las respuestas, receptivas o renuentes, desde la base social a los procesos abiertos. Esto se desarrollará desde un doble punto de vista, desde el propio de los intereses económicos privados, y, de más calado para el patrimonio, desde la perspectiva de los ciudadanos que reclaman modelos de ciudad más justos y equilibrados, a la vez que una utilización razonable y razonada del patrimonio en el que se fundan sus señas de identidad.

Referencias

Almeida García, F. y Balbuena Vázquez, A. (2014). Mar de Plata (Argentina) y Málaga (España). *Estudio comparado de dos destinos turísticos. Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 12* (2), 325-340. Recuperado de http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/7456/PS0214_05.pdf?sequence=1

Anguiano Aldama, R. y Pancorbo Sandoval, C. (2008). El marketing urbano como herramienta de apoyo a la gestión del turismo de ciudad. Estudio de un caso: el patrimonio industrial. *Arquitectura, Ciudad y Entorno, ACE, 6,* 739-748. Recuperado de https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099/4495/8_ANGUIANO.ALDAMA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Araoz, G.F. (2011). Preserving heritage places under a new paradigm. *Journal of cultural heritage management and sustainable development, 1* (1), 55-60. http://dx.doi.org/10.1108/20441261111129933

Ashworth, G.J. (2013, ed. original 1994). From history to heritage–from heritage to identity. En G.J. Asworth y P.J. Larkman (Eds.), *Building a new heritage: Tourism, culture and identity in the new Europe* (pp. 13-30). Abindong-Oxon (Reino Unido): Routledge.

Ayuntamiento de Málaga (s.f.). *Málaga ciudad genial*. https://www.facebook.com/Malagaciudadgenialof

Ayuntamiento de Málaga (2011). *Plan general de ordenación urbana*. Recuperado de http://urbanismo.malaga.eu/portal/menu/seccion_0006/secciones/subSeccion_0011

Ayuntamiento de Málaga (2014). Plan especial de protección y reforma interior del centro histórico de Málaga. Documento de avance. http://avancepepricentro.malaga.eu/opencms/export/sites/pepri/.content/documentos/documentos-general/PEPRI-CE0NTRO2.pdf

Besse, J.M. (2003). Le paysage entre le politique et le vernaculaire. Réflexions á partir de John Brinckerhoff Jackson. *ARCHES, Association Roumaine des Chercheurs Francophones en Sciencies Humaines,* (6), 9-27. Recuperado de https://hal.archives-ouvertes.fr/halshs-00113275/document

Barrera Fernandez, D y Hernández Encampa, M. (2017). Spatial analysis of tourist activities and services in the historic city. The cases of Malaga and Plymouth. *European Journal of Geography,* 7 (5), 139-160. Recuperado de https://www.academia.edu/31696580/Spatial_analysis_of_tourist_activities_and_services_in_the_historic_city_the_cases_of_Malaga_and_Plymouth

Brandis García, D. (2016). El interés por el paisaje en la política turística española de la segunda mitad del siglo XX (1951-1978). *Estudios Geográficos, vol. LXXVII, 281,* pp. 391-414. http://dx.doi.org/10.3989/estgeogr.201612

Calle Vaquero, M. y García Hernández, M. (1998). Ciudades históricas. Patrimonio cultural y recurso turístico. *Ería, 47*, 249-266. https://doi.org/10.17811/er.0.1998.249-280

Clark, K. y Drury, P. (2002). Du monument au citoyen. Les fonctions du patrimoine culturel dans une Europe en évolution. En Conséil de L'Europe (Ed.), *Fonctions du patrimoine culturel dans une Europe en changement* (pp. 119-124). Estrasburgo: Conséil de l´Europe. Recuperado de http://www.musees-mediterranee.org/pdf_publications/docu-54-document.pdf

Consejería de Educación Cultura y Deporte (s.f.). *Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz*. Recuperado de http://www.juntadeandalucia.es/culturaydeporte/web/areas/bbcc/catalogo

Consejería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio (s.f.). *Red de Espacios Naturales Protegidos de Andalucía [RENPA]*. Recuperado de http://www.juntadeandalucia.es/medioambiente/site/portalweb/menuitem.f497978fb79f8c757163ed105510e1ca/?vgnextoid=007fee9b421f4310VgnVCM2000000624e50aRCRD&vgnextchannel=3bdd61ea5c0f4310VgnVCM1000001325e50aRCRD

Costa, P. (2008). Creativity, innovation and territorial agglomeration in cultural activities. The roots of the creative city. En P. Cooke y L. Lazzeretti (Eds.), *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development* (183-211). Cheltenham-Northamton (Reino Unido): Edwaerd Elgar.

Doel, M. y Hubbard, P. (2002). Taking World Cities Literally. Marketing the City in a Global Space of flows. *City, 6* (3), 351-368. http://dx.doi.org/10.1080/1360481022000037779

Elola, J. (2015). Málaga, nueva milla del arte. *El País*. Recuperado de http://elpais.com/elpais/2015/03/17/eps/1426594076_021648.html

Florida, R. (2005). *Cities and the Creative Class*. Nueva York y Londres: Routledge.

Fundación Ciedes (s.f.). *Primer plan estratégico de Málaga (1992-2001)*. Recuperado de http://www.ciedes.es/index.php/component/content/article?id=237:i-plan-estrategico-de-malaga&showall=&limitstart=

Fundación Ciedes (2006). *Málaga Metrópoli Abierta. II Plan Estratégico de Málaga (2006-2020 y remodelación para el período 2012-2014)*. Málaga: Fundación Ciedes. Recuperado de http://planestrategicodemalaga.es/index.php/component/content/article/73-malaga-revitalizacion-urbana/238-malaga-una-metropoli-abierta-proyecto2

Fundación Contemporánea (2014). *Análisis de resultados. Observatorio de la cultura*. Madrid: Fundación Contemporánea. Recuperado de http://www.fundacioncontemporanea.com/wp-content/uploads/2012/10/ANALISIS_RESULTADOS_OBS_DICIEMBRE_2014.pdf

García García, J.L. (1998). De la cultura como patrimonio al patrimonio cultural. *Política y Sociedad,* (27), 9-20. Recuperado de http://revistas.ucm.es/index.php/POSO/article/download/POSO9898130009A/25044

García Velocillo, Z. (2017). Aprendizaje diálógico y apropiación del patrimonio cultural. Una educación patrimonial sostenida en hombros de gigantes. *Revista Teias,* vol. 18 (48), 83-97. https://doi.org/10.12957/teias.2017.25225

Gómez Moreno, M.L. y Blanco Sepúlveda, R. (2010). Los Montes de Málaga. Un hábitat identitario: la deuda de una ciudad con su área de influencia. *Jábega, 103*, 125-138.

Graham, B, Ashworth, G.J. y Tunbrigde, J.E. (2000). *A geography of heritage: Power, culture, and economy*. Londres/Nueva Yorkd: Oxford University Press. http://10.1111/j.1745-7939.2000.tb01581.x

Harrison, R. (2015). Beyond "Natural" and "Cultural" Heritage: Toward an Ontological Politics of Heritage in the Age of Anthropocene. *Heritage & Society, 8* (1), 24-42. http://dx.doi.org/10.1179/2159032X15Z.00000000036

Herbert, D.T. (Ed.). (1995). *Heritage, tourism and society*. Londres: Mansell.

Hernández, E. y García Barnés, H. (2012). Las pautas para reinventarse según el psiquiatra Luis Rojas Marcos. *El Confidencial*. Recuperado de http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2012-07-07/las-pautas-para-reinventarse-segun-el-psiquiatra-luis-rojas-marcos_582985/

Heredia Flores, V.M. (2000). La arquitectura del turismo. Los orígenes de la oferta hotelera en Málaga (siglos XIX-XX). *Jábega, 7* (3), 3-20. Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/28294423_La_arquitectura_del_turismo_los_origenes_de_la_oferta_hotelera_en_Malaga_siglos_XIX-XX

Johansson, B. (2010). *Creative Milieus in the Stockholm Region*. Estocolmo: Skolan för Industriell Teknik och Management KTH [ITM]/Centra, Centrum för Studier Inom Vetenskap och Innovation, CESIS. Recuperado de https://static.sys.kth.se/itm/wp/cesis/cesiswp234.pdf

Lacomba Abellán, J.A. (2007). *La Málaga del siglo XX*. Málaga: Prensa Malagueña.

Landry, C. (2000). *The creative city: A toolkit for urban innovators*. Londres: Earthscan.

Lara Valle, J.J. (2002). *El patrimonio urbano del siglo XXI. Políticas y estrategias sobe el patrimonio integral urbano*. Almería: Universidad de Almería. Recuperado de http://arpa.ucv.cl/texto/Patrimonioarquitectonicourbano.pdf

Lacarrieu, M. (2007). La "insoportable levedad" de lo urbano, *Eure,* vol. XXXIII (99), 47-64. http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612007000200005

Ley 16/1985, de 25 de junio, del Patrimonio Histórico Español. Recuperado de https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1985-12534

Ley 14/2007, de 26 de noviembre, del Patrimonio Histórico de Andalucía. Recuperada de http://www.juntadeandalucia.es/boja/2007/248/1

Liegooghe, C. y Lusso, B. (2010). Creativity and former industrial cities. The case of the Lille metropolitan area (North of France). *Regions Magazine, 277* (1), 21-23. Recuperado de http://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.1080/13673882.2010.948532?needAccess=true.

López Beltrán, M.T. (1986). *El puerto de Málaga en al transición a los tiempos modernos*. Málaga: Universidad de Málaga y Junta de Obras del Puerto de Málaga.

López García, I y Navarro Jurado, E. (2007). El patrimonio arqueológico como dinamizador del turismo cultural. Actuaciones en la ciudad de Málaga. *Baética. Estudios de Arte, Geografía e Historia, 29*, 155-171. Recuperado de http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/6612/08.%20ISABEL%20LOPEZ.pdf?sequence=1

Maceira Ochoa, L. (2008). Los públicos y lo público. De mutismos, sorderas, y de diálogos sociales en museos y espacios patrimoniales. En I. Arrieta Urtizberea (Ed.), *Participación ciudadana, patrimonio cultural y museos. Entre la teoría y la praxis* (pp. 39-60). Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco. Recuperado de https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/15189/arrieta_2008_teoria_praxis.pdf;jsessionid=549490214B11D406127611A53F41C440?sequence=1#page=39

Martínez Yáñez, C. (2007). Los planteamientos de la gestión del patrimonio en el ámbito urbano: planes estratégicos y distritos culturales. *e-rph Revista Electrónica de Patrimonio,* (1). Recuperado de http://revistaseug.ugr.es/index.php/erph/article/view/3316

McKercher, B. y Cros, H. du (2002). *Cultural tourism. The partnership between tourism and cultural heritage management*. Nueva York: The Haworth Hospitality Press.

Mérida Rodríguez, M.F. (2007). Parques naturales protegidos y desarrollo socioeconómico. La percepción social en el entorno de los parques naturales de la provincial de Málaga. *Baetica. Estudios*

de Arte, Geografía e Historia, 29, 105-124. Recuperado de http://riuma.uma.es/xmlui/bitstream/handle/10630/6609/05.%20MATIAS%20MERIDA.pdf?sequence=1

Mínguez, C. (2012). The management of cultural resources in the creation of Spanish tourist destinations. *European Journal of Geography, 3* (1), 68-82. Recuperado de http://www.eurogeographyjournal.eu/articles/Minguez_EJG-photos_FINAL.pdf

Montanari, T. (2015). *Privati del patrimonio*. Turín (Italia): Giulio Einaudi.

Muriel, D. (2016). El modelo patrimonial. *El patrimonio cultural como emergencia tardomoderna. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 14* (1) , 181-192. Recuperado de http://www.pasosonline.org/articulos/download/file?fid=57.893

Nadal Sánchez, A, (1977). Málaga siglo XIX. Transición económica y burguesía progresista. *Jábega, 20*, 35-54.

Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico [OCDE] (2009). *The impact of culture on tourism*. París: OECD Publications.

Paül i Agustí, D. (2017). La Capital Europea de la Cultura de España 2016. Análisis comparative de Donostia-San Sebastián, ciudad designada, y las candidaturas de Málaga y Zaragoza. *Cuadrenos Geográficos, 56* (1), 242-264. Recuperado de http://revistaseug.ugr.es/index.php/cuadgeo/article/view/4683

Plaza, B. (2000). Guggenheim Museum's effectiveness to attract tourism. *Annals of Tourism Research, 27* (4), 1.055-1.058. http://dx.doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00131-0

Pejellero Martínez, C. (2005). Turismo y economía en la Málaga del siglo XX. *Revista de Historia Industrial*, 29, 87-115. Recuperado de http://www.juntadeandalucia.es/educacion/vscripts/wbi/w/rec/4612.pdf

Prats, L. (2006). La mercantilización del patrimonio. Entre la economía turística y las representaciones identitarias. *PH Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico,* (58), 72-80. Recuperado de http://www.iaph.es/revistaph/index.php/revistaph/article/view/2176/2176#.WKSfA2Xc3zM

Prats, L. (2012). El patrimonio en tiempos de crisis. *Revista Andaluza de Antropología,* (2), 68-85. Recuperado de http://www.revistaandaluzadeantropologia.org/uploads/raa/n2/lprats.pdf

Ramos Lizana, M. (2006). Málaga, ciudad de Museos. *Revista Museo,* (11), 217-253. Recuperado de http://www.apme.es/revista/museo13_217.pdf

Riegl, A. (1987, edición original de 1903). *El culto moderno a los monumentos. Caracteres y origen*. Madrid: Visor.

Robinson, J. (2002). Global and world cities. A view from off the map. *International Journal of Urban and Regional Research*, *26* (2), 531-554. http://dx.doi.org/10.1111/1468-2427.00397

Sassen, S. (2001). *The global city. New York, London, Tokio*. Princeton (Estados Unidos): Princeton University Press.

Silva Pérez, R. y Fernández Salinas, V. (2017). El nuevo paradigma del patrimonio y su consideración con los paisajes. Conceptos, métodos y prospectivas. *Documents d´Analisi Geogràfica, 63* (1), 129-151. http://dx.doi.org/10.5565/rev/dag.344

Sopde.es (2014): *Informe de Coyuntura Turística InCoTur Málaga*. Málaga: Sopde.es. Recuperado de http://s3.malagaturismo.com/files/117/117/balance-coyuntura---ciudad-de-malaga.pdf

Tapia, M. y Tatjer, M. (2013). Patrimonio cultural y transformación urbana en el centro y puerto histórico de Barcelona. *Biblio 3W, 18* (1.049-08). Recuperado de http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1049/b3w-1049-08.htm

Troitiño Vinuesa, M.A. y Troitiño Torralba, L. (2010). Patrimonio y turismo. Una complementariedad necesaria en un contexto de uso responsable del patrimonio y la cualificación de la visita. *Patrimonio Cultural de España*, *3*, 89-107.

Velasco González, M. (2009): Gestión turística del patrimonio cultural. Enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural. *Cuadernos de Turismo,* (23), 237-253. Recuperado de http://revistas.um.es/turismo/article/download/70121/67591.

Winter, T. (2010). Heritage tourism: the dawn of a new era? En S. Labadi y C. Long (Eds.), *Heritage and Globalisation* (pp. 117-129). Londres: Taylor & Francis.

Zeppel, H. y Hall, C.M. (1991): Selling art and history. Cultural heritage and tourism. *Journal of Tourism Studies, 2* (1), 29-45.