

TRANSFORMACIÓN TURÍSTICA DE CIUDADES HISTÓRICAS. CASOS DE ESPAÑA Y REINO UNIDO

Marco Hernández-Escampa¹

Daniel Barrera-Fernández²

Resumen

Las ciudades históricas están viviendo actualmente un auge en el número de turistas y en la diversidad de estos. El cambio de usos tradicionales por actividades relacionadas con los visitantes y los cambios en las pautas de movilidad afectan profundamente a la vida diaria de los centros urbanos. Se hace necesario analizar su distribución espacial para poder tomar medidas adecuadas tanto en el planeamiento urbano como en el resto de políticas públicas. El presente trabajo analiza dicho fenómeno en las ciudades históricas de Málaga (Andalucía, España) y Plymouth (Inglaterra, Reino Unido). Para ello, se ha aplicado una metodología mixta consistente en trabajo de campo, clasificación de las actividades en grupos, volcado de la información utilizando un Sistema de Información Geográfica (SIG), preparación de planos sintéticos y elaboración de conclusiones. Los resultados muestran qué áreas están consolidadas desde el punto de vista de su uso turístico y cuáles están en proceso de consolidación. La metodología puede ser aplicada a ciudades históricas que presentan dinámicas similares de renovación para incrementar las actividades turísticas.

Palabras Clave: ciudad histórica, patrimonio, cambio de uso, turismo urbano, movilidad, geografía urbana, urbanismo

¹ Facultad de Arquitectura “5 de Mayo”, Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca, escampa.uabjo@gmail.com.

² Facultad de Arquitectura “5 de Mayo”, Universidad Autónoma “Benito Juárez” de Oaxaca, barrera.uabjo@gmail.com.

TOURIST TRANSFORMATION OF HISTORIC CITIES. CASES FROM SPAIN AND UK

Abstract

Historic cities are currently experiencing a boom in the number of tourists and their diversity. The change in traditional uses for visitor-related activities and the evolution in mobility patterns profoundly affect the daily life of urban centres. It is necessary to analyze their spatial distribution in order to take appropriate measures both in urban planning and in other public policies. This paper analyzes this phenomenon in the historic cities of Malaga (Andalusia, Spain) and Plymouth (England, United Kingdom). To achieve it, a mixed methodology was applied consisting of field work, classification of activities in groups, processing of information using a Geographic Information System (GIS), preparation of synthetic plans and presentation of conclusions. The results show which areas are consolidated from the point of view of their tourist use and which are in the process of consolidation. The methodology can be applied to historic cities that have similar renewal dynamics to increase tourism activities.

Keywords: historic city, heritage, change of use, urban tourism, mobility, urban geography, urbanism

1. INTRODUCCIÓN. LA CIUDAD HISTÓRICO-TURÍSTICA

El concepto central de la investigación es la ciudad histórico-turística, que define la parte de la ciudad histórica en la que se concentran los visitantes y las actividades turísticas. El concepto fue introducido por Ashworth y Tunbridge (2000). Posteriormente estos y otros autores han ido actualizándolo y profundizando en aspectos relativos a su gestión y características. En esta introducción presentaremos las características particulares del modelo de ciudad histórico-turística borde marítimo, de especial relevancia para el estudio de casos, así como los principales efectos de la concentración de atracciones y visitantes en un espacio urbano reducido.

Para que exista la ciudad histórico-turística, primero debe haber un sector de la ciudad delimitado, legalmente protegido y gestionado para salvaguardar sus valores patrimoniales, es lo que entendemos por ciudad histórica. Una vez que se ha reconocido el valor patrimonial de la ciudad histórica, se introduce una serie de políticas de protección y gestión en una parte de la ciudad que se ha salvado de su sustitución por la suerte o la inercia. La introducción de políticas de protección supone limitaciones constructivas y para aumentar la accesibilidad de los barrios antiguos, es por ello que se produce una expulsión de los comercios fuera del sector, aunque no haya habido una decisión en este sentido por parte de las autoridades. Nos encontramos por tanto con una ciudad histórica tendente al vaciado y la degradación para la que hay que buscar una nueva actividad. La apuesta por la concentración de usos turísticos en estos barrios generará como consecuencia la ciudad histórico-turística.

La posición de la ciudad es determinante para crear un modelo característico de ciudad histórico-turística: el de borde marítimo. En este modelo, el crecimiento convencional de la ciudad mediante círculos concéntricos es sustituido por el crecimiento hacia el interior y los bordes, lo que da lugar a zonas obsoletas en los barrios portuarios centrales. El borde marítimo constituyó el origen de este tipo de ciudades y su primer centro comercial, pero se vio abandonado en muchos casos debido a dos factores fundamentales. Por un lado, las instalaciones portuarias quedaron anticuadas por cambios tecnológicos y comerciales. Por otro lado, el centro geométrico de la ciudad se trasladó al interior buscando la máxima accesibilidad a medida que la ciudad crecía de forma semicircular, es entonces cuando se separan las funciones portuaria y comercial.

La función comercial seguirá migrando coincidiendo con la creación de la ciudad histórica y las restricciones que conlleva, separándose aún más del puerto. Una parte albergará la ciudad histórico-turística y su extensión natural será hacia el borde marítimo, aprovechando los bienes patrimoniales que quedaron abandonados y el atractivo turístico de la zona gracias a las vistas, paseos lineales y actividades de ocio. A medida que las actividades portuarias dejan de existir o van trasladándose hacia la periferia, la ciudad histórico-turística continúa su extensión por el borde marítimo. Cuando no queda patrimonio por activar desde el punto de vista turístico, se adquieren bienes móviles, siendo

los barcos originales o réplicas los ejemplos más repetidos. Llegados a este punto, se suprimen las barreras físicas entre el puerto y el resto de la ciudad que se han ido acumulando en las últimas décadas, con resultados más o menos satisfactorios. El centro comercial deja de extenderse más allá y puede ver una oportunidad en el puerto renovado, que combina así las actividades de ocio y comerciales. Más allá del puerto, si la costa ha mantenido su valor ambiental, también es integrada en la función turística mediante senderos e iniciativas lúdico-deportivas y culturales.

Una de las características principales de la ciudad histórico-turística es la concentración de visitantes, atracciones y actividades de apoyo en un espacio reducido. En este espacio pueden identificarse varios componentes. Los elementos principales son los monumentos, museos más importantes y otras atracciones, estos forman los nodos y deben estar rodeados del ambiente histórico que el turista espera. Este ambiente no tiene por qué coincidir con la delimitación del entorno de monumentos de acuerdo con la legislación patrimonial del lugar. El visitante irá caminando por aquellas rutas que parecen evidentemente “históricas”, desechando introducirse en las áreas de apariencia no “histórica”. En estos ejes entre los nodos aparece una selección de atracciones menores, elegidas más por su casual localización en el itinerario que por sus méritos particulares. Las atracciones fuera de la zona principal pueden ser ignoradas, a pesar de su interés histórico o monumental.

La concentración espacial también tiene una función práctica. Un cúmulo de atracciones hace la ciudad más llamativa para los potenciales visitantes porque el todo es percibido como mejor que la suma de las partes. Además, con la concentración de turistas se consigue el umbral mínimo para hacer rentables las actividades secundarias como hoteles, tiendas y restaurantes. Igualmente, la cercanía de atracciones facilita el poder ir andando, reduciendo la necesidad de aparcamiento o transporte público (Law, 1996). Por otra parte, la concentración de actividades favorece la elección según preferencia, presupuesto y tiempo disponible. Además, se pueden establecer sinergias entre actividades y servicios urbanos (Jansen-Verbeke y Lievois, 2001).

La concentración espacial de actividades permite distinguir entre zonas total o altamente monofuncionales en torno a templos religiosos, castillos, monumentos y museos principales. Existe una segunda zona de transición donde las actividades turísticas se mezclan con otras como tiendas, restaurantes y bares. Finalmente, se encuentra el resto de la ciudad donde la función turística no se ha desarrollado (Jansen-Verbeke, 1998).

La ciudad histórico-turística suele localizarse en zonas que quedaron obsoletas entre otros factores por su difícil acceso y por las restricciones a la movilidad. Por ello, la accesibilidad es un aspecto fundamental en estas zonas. Van den Berg, Van der Borg y Van der Meer (1995) distinguen entre accesibilidad interna y externa. La accesibilidad externa comprende los medios de transporte que permiten la llegada de visitantes a la ciudad. La accesibilidad interna hace referencia a los desplazamientos interiores de la ciudad, en los que son importantes especialmente los aparcamientos, taxis y transporte público de fácil

comprensión por los extranjeros. En los casos de estudio expuestos más adelante nos centraremos en analizar su accesibilidad interna.

El estudio de la plasmación espacial de las actividades turísticas tiene la dificultad de intentar separar las actividades turísticas de las que no lo son, teniendo en cuenta que los turistas no solo usan servicios pensados para ellos, sino que también comparten otros con los residentes. Una selección restrictiva excluiría por ejemplo gran parte de las tiendas, restaurantes y transportes, que son esenciales para el turismo, pero en los que los residentes representan la mayor parte de los clientes y usuarios (Lievouis, 2007).

2. EL SISTEMA TURÍSTICO

Para estudiar la plasmación de atracciones, actividades y servicios turísticos, se suele hacer referencia al sistema turístico. Los recursos se dividen entre primarios y secundarios. Los recursos primarios atraen turistas a la ciudad, como los museos, monumentos, paisaje urbano o natural, clima, atracciones de todo tipo, gastronomía, espectáculos, congresos, exposiciones, eventos, etc. Los recursos secundarios añaden atractivo y ofrecen los servicios complementarios necesarios, como las tiendas, restaurantes, hoteles, medios de transporte, limpieza, señalización, etc. No existe un límite claro entre recursos primarios y secundarios, en sintonía con el aspecto ya comentado de la asimilación de comportamientos entre turistas y residentes. Para analizar las características del sistema turístico en nuestros casos de estudio hemos tomado como punto de partida los trabajos realizado por López Palomeque, Marchena Gómez, Antón Clavé y Vera Rebollo, Van der Borg, Jansen-Verbeke, Troitiño Vinuesa y Troitiño Torralba y De la Calle Vaquero.

López Palomeque, Marchena Gómez, Antón Clavé y Vera Rebollo (2011) reconocen cuatro elementos básicos en el sistema turístico: visitantes, agentes, transportes y destino turístico. Los visitantes son las personas que deciden viajar a un destino en función de unas motivaciones y unos perfiles sociodemográficos. Los agentes públicos y privados inciden en el diseño de los productos turísticos, entendiendo estos más allá de los productos tradicionalmente considerados turísticos como los alojamientos, servicios de restauración y agencias de viaje. Los sistemas de transporte, de conectividad y movilidad canalizan los desplazamientos entre origen y destino y de forma interna en la ciudad. El destino turístico está finalmente formado por los atractivos, la sociedad local, las actividades complementarias, las infraestructuras y los equipamientos.

Para Van der Borg (1992), el concepto de sistema turístico guarda relación con el conjunto de factores que determinan el atractivo turístico de una ciudad y se distingue entre producto primario, complementario, accesibilidad e imagen. El producto primario es el atractivo que desencadena la llegada de la mayor parte de visitantes, en las ciudades históricas se trata del patrimonio y la cultura. El producto complementario lo conforman los hoteles, restaurantes, comercios, centros de exposiciones, recintos feriales, palacios de congresos y cualquier tipo

de servicio turístico. Estos factores refuerzan o debilitan el atractivo turístico de la ciudad y la valoración del destino. La accesibilidad la dividen en externa e interna. La accesibilidad externa se refiere a la conectividad con los mercados emisores e influye en el coste del viaje. La accesibilidad interna refleja el movimiento dentro de la ciudad, afectando a la calidad de la estancia. La imagen sugestiva de una ciudad viene determinada en gran medida por su nivel de desarrollo general, por este motivo todas las medidas tomadas por los gobiernos locales para mejorar la calidad urbana inciden en la imagen de la ciudad y con ello en su atractivo turístico.

Jansen-Verbeke (2009) aplica el concepto de sistema turístico a la relación entre centro urbano, visitantes y agentes promotores de actuaciones turísticas. Con respecto al centro urbano, hace una clasificación en elementos primarios, secundarios y condicionales. Los elementos primarios son los recursos culturales como monumentos visitables, museos, teatros, espacios expositivos, eventos y las características propias del ambiente como la morfología urbana, estilo de vida y tradiciones. Los elementos secundarios son los encargados de satisfacer la demanda turística, fundamentalmente el alojamiento, comercio y restauración. Los elementos condicionales se corresponden con los equipamientos de uso fundamentalmente turístico como medios de transporte específicos u oficinas de información. De los visitantes se consideran las motivaciones, volumen, distribución temporal y características sociodemográficas. Por último, los agentes turísticos locales son los encargados de actuar sobre el producto mediante operaciones de adecuación y mejora y sobre los visitantes, valiéndose de la construcción de la imagen y del suministro de información.

Por su parte, Troitiño Vinuesa y Troitiño Torralba (2009) aplicaron para la ciudad histórica de Toledo el estudio de la distribución de los alojamientos, el comercio y la restauración. Los alojamientos los clasificaron en función de su categoría en hoteles de 4, 3, 2 y 1 estrellas, hostales de 2 y 1 estrellas y pensiones. La restauración la dividieron en restaurante, bar-cafetería y mixto. El comercio contempla artesanía, comestibles y recuerdos.

De la Calle Vaquero (2006) tiene en cuenta para el estudio de las ciudades Patrimonio Mundial de España los alojamientos, comercio, restauración y transporte. Los alojamientos los clasifica según su estrategia de localización en los modelos centro, periferia, implantados en edificios históricos y ubicados en las inmediaciones de las estaciones de transporte. Para el comercio distingue entre la venta de artesanía y recuerdos turísticos. La restauración la desglosa en restaurantes por un lado y bares, tabernas, cafés y similares por otro. Para el transporte analiza los medios convencionales utilizados por turistas y los frecuentados casi exclusivamente por este tipo de usuarios.

3. OBJETIVO Y METODOLOGÍA

El objetivo del presente trabajo es analizar el sistema turístico, entendido como la plasmación espacial de las actividades relacionadas con el turismo, en las ciudades históricas de Málaga (Andalucía, España) y Plymouth (Inglaterra, Reino Unido). Ambos casos se corresponden con el modelo de ciudad histórico-turística de borde marítimo, explicado anteriormente. A continuación, se explican las distintas fases del trabajo.

En la fase preparatoria, se estableció una primera clasificación de elementos en alojamientos, comercio y restauración, escena urbana, imagen y visitantes. Se preparó un plano de la ciudad histórica que mostrara el parcelario, el contorno de edificios y espacios representativos y la toponimia, distinguiendo mediante un sombreado las manzanas de los espacios públicos. Tanto en Plymouth como en Málaga el ámbito de trabajo se dividió en 19 sectores.

En la fase de toma de datos se realizó un recorrido por todas las calles y espacios públicos de los ámbitos de estudio. De cada elemento se marcó su localización, se anotó su denominación y algunas referencias y se tomaron fotografías. En esta fase se partió de la clasificación realizada por los autores antes citados y se amplió con los aspectos mejor y peor valorados por los visitantes y las actividades realizadas que se pueden plasmar en un plano. Se diferenciaron los usos insertos en edificios que cuentan con algún tipo de protección patrimonial y se matizó la clasificación con aquellos elementos de relevancia turística local que fueron saliendo a la luz gracias al trabajo de campo.

En la fase de volcado de información se ha utilizado un Sistema de Información Geográfica de código abierto llamado Meipi (Barrera-Fernández, 2019a y 2019b). Este tipo de herramientas han sido utilizadas por diversos autores, entre los que se encuentran Salerno, Casonato y Villa (2011) y Olukole y Balogun (2011) para plasmar aspectos tangibles e intangibles de la ciudad normalmente no representados en cartografía convencional. El procedimiento consistió en la creación de cuatro canales, coincidentes con la clasificación inicial. Cada elemento dio lugar a una entrada, que son los componentes de los canales. Cada entrada está localizada en un punto del plano, esto nos permite tener una primera visión de la concentración de elementos.

Imagen 1. Vista general de la cartografía realizada con Meipi.



Fuente: los autores.

Las entradas funcionan a modo de fichas y siguen la siguiente estructura:

Denominación del elemento.

Canal: Clasificación básica.

Etiqueta: sirve para establecer subgrupos y características comunes a elementos pertenecientes a canales distintos.

Fotografía del elemento desde la vía pública.

Breve descripción.

Figura de protección urbana: se señala si la parcela pertenece a una Conservation Area en el caso de Plymouth o al ámbito del Conjunto Histórico o del Plan Especial de Protección y Reforma Interior del Centro Histórico en el caso de Málaga.

Entorno de protección de Bien de Interés Cultural: se recoge si la parcela pertenece a algún entorno de protección en el caso de Málaga.

Protección arquitectónica: se especifica la tipología o el grado de protección patrimonial con que cuenta el edificio, por formar parte del catálogo de patrimonio de Historic England en el caso de Plymouth o del Catálogo General del Patrimonio Histórico Andaluz o catálogo del Plan Especial de Protección y Reforma Interior del Centro Histórico en el caso de Málaga.

Otros comentarios: se plasma alguna característica particular como el estado de conservación, arquitecto autor o interviniente, etc.

En total se han creado 378 entradas sobre Plymouth y 404 entradas sobre Málaga.

Imagen 2. Estructura de una entrada de Meipi.



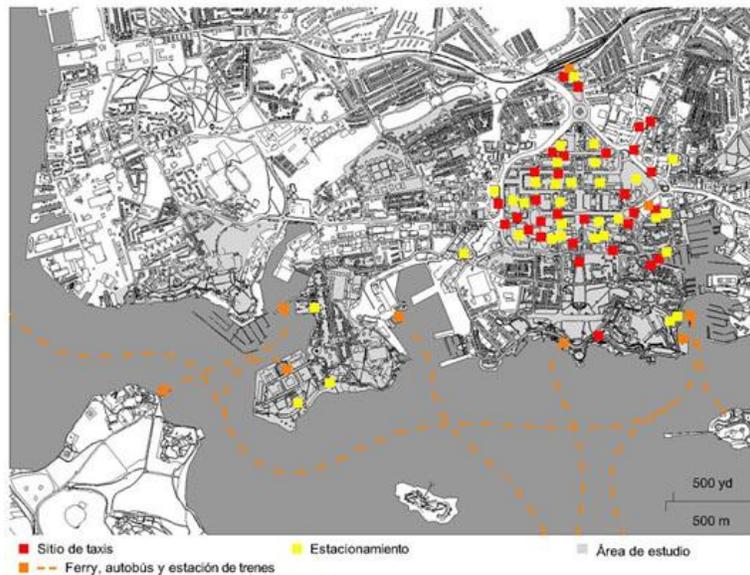
Fuente: los autores.

En la fase de presentación de la información se han elaborado planos de la ciudad histórica en función de los distintos elementos expresivos del uso turístico y de su implantación en edificios o espacios con protección patrimonial, en su caso. A la información obtenida en el trabajo de campo se sumó la extraída de guías turísticas actuales, folletos, itinerarios, documentos administrativos, información de los ayuntamientos, páginas web, señales de dirección, planos, paneles y placas. La clasificación de elementos quedó finalmente de la siguiente manera: accesibilidad interna, patrimonio construido, paseo y vistas, ocio, actividades relacionadas con el mar, otros deportes, eventos, arte y cultura, referencias históricas, alojamientos, comida y bebida, compras, información turística y servicios, escena urbana y resumen.

4. CASO DE ESTUDIO: PLYMOUTH

Accesibilidad interna. En Plymouth se han considerado los siguientes medios de transporte de accesibilidad interna: ferries, taxis, autobuses y aparcamientos para coches. Como se ha comentado, estos tienen un impacto directo en la imagen de la ciudad que perciben los visitantes. En el caso de Plymouth, se observa que la mayor parte de los aparcamientos para coches y sitios de taxi se localizan en el centro de la ciudad, desplazado hacia el interior con respecto a la costa, siguiendo por tanto el modelo de ciudad histórico-turística de borde marítimo explicado anteriormente. El borde marítimo es eminentemente peatonal y se permite el acceso de bicicletas, aunque estas no cuentan en general con infraestructura específica.

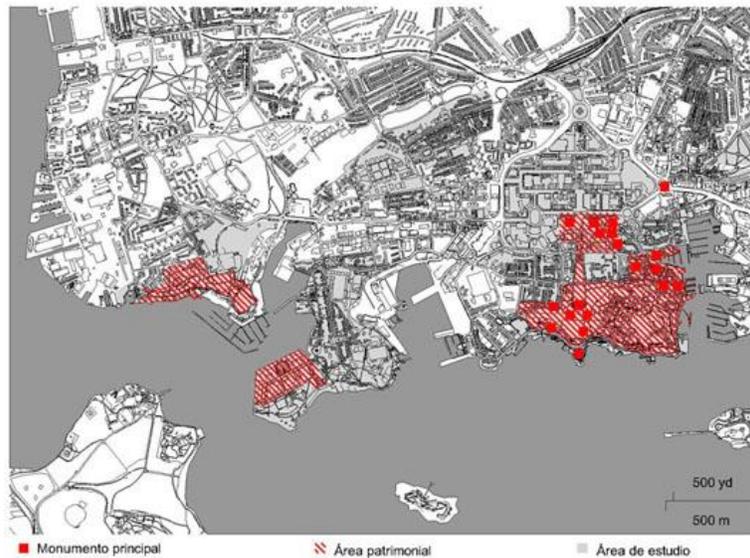
Imagen 3. Accesibilidad interna en Plymouth.



Fuente: los autores.

Patrimonio construido. Se puede concluir que en Plymouth hay tres áreas patrimoniales, cada una de ellas con un peso relativo muy diferente: Mount Wise, Royal William Yard y las áreas centrales que cubren The Hoe, The Barbican y partes del centro de la ciudad. Con respecto a monumentos destacados, hay tres grupos, el primero está en el centro de la ciudad al sur de Royal Parade, donde un pequeño número de edificios sobrevivió a la Segunda Guerra Mundial, como la Iglesia de San Andrés, el Guildhall, la Casa Prysten, la Casa del Comerciante, la Sinagoga y el Centro Cívico. En The Barbican hay otro grupo formado por la Destilería de Ginebra, las aduanas nueva y antigua, la Island House y la Elizabethan House. El tercer grupo está en The Hoe, formado por la torre Smeaton, la estatua de Drake, los monumentos de la Royal Navy y las residencias Belvedere y West Hoe.

Imagen 4. Atractivos principales de patrimonio construido en Plymouth.



Fuente: los autores.

Paseo y vistas. Es posible distinguir cuatro áreas o temas. Una es la costa en general con sus vistas a la bahía, la isla de Drake y el rompeolas, estas vistas se pueden disfrutar desde la parte superior de The Hoe, Citadel, Hoe Road, Stonehouse Peninsula y Mount Wise. The Hoe ofrece vistas abiertas a la ciudad, paseo marítimo y puntos de referencia como la torre Smeaton y los monumentos de la Royal Navy. The Barbican es un barrio para disfrutar de calles estrechas y un ambiente histórico. Finalmente, Armada Way ofrece un ambiente de compras, terrazas y muchos eventos callejeros.

Ocio. Se concentran en dos áreas y algunas de ellas están dispersas. En The Barbican o sus alrededores se encuentran el Acuario Marino Nacional, la Destilería de Ginebra, el Centro de Exposiciones Mayflower y Clay Art. En The Hoe hay una serie de instalaciones de baño, donde se destaca Tinside Lido. Hay otras instalaciones de baño en Stonehouse Peninsula y Mount Wise.

Actividades relacionadas con el mar. Plymouth ofrece una variedad de eventos relacionados con el mar durante todo el año, también cuenta con una serie de instalaciones donde es posible desarrollar actividades acuáticas. Los puertos deportivos se localizan a lo largo de toda la costa. Alrededor de The Barbican hay una especial concentración de puertos deportivos y clubes de yates.

Otros deportes. Los deportes no relacionados con el mar también atraen visitantes a la ciudad. El Plymouth Argyle, el equipo de fútbol local, es el principal atractivo, seguido de la pista de esquí en Derriford.

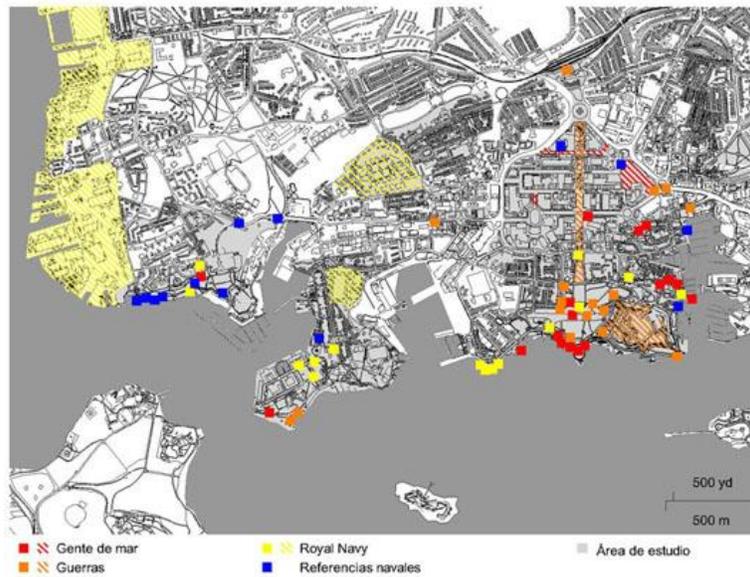
Eventos. Además de los eventos marinos y relacionados con el mar, la ciudad alberga algunos espectáculos de renombre, que son la razón principal por la que un gran número de visitantes vienen a Plymouth. Los más populares son el Festival de Verano, el Campeonato

Británico de Fuegos Artificiales, el Festival del Sabor y el Barbican Jazz and Blues Festival.

Arte y cultura. Los lugares de arte y cultura están dispersos por The Barbican y el centro de la ciudad. Los más relevantes son el Barbican Theatre, el Centro de Artes de Plymouth, Theatre Royal y Reel Cinema. La Universidad ofrece igualmente una variedad de eventos relacionados con el arte y la cultura y el Museo de la Ciudad y la Galería de Arte se encuentran justo en frente del campus.

Referencias históricas. Las referencias a la gente de mar se pueden encontrar en toda la ciudad en diversas formas, prueba de la identificación de Plymouth con estos personajes históricos de renombre. Las referencias a las guerras también están bastante extendidas, en particular destaca la concentración de monumentos conmemorativos en The Hoe. Las referencias a la Royal Navy se encuentran en The Hoe y Stonehouse. Finalmente, se pueden encontrar referencias navales más generales en todos los barrios de Plymouth.

Imagen 5. Referencias históricas en Plymouth.

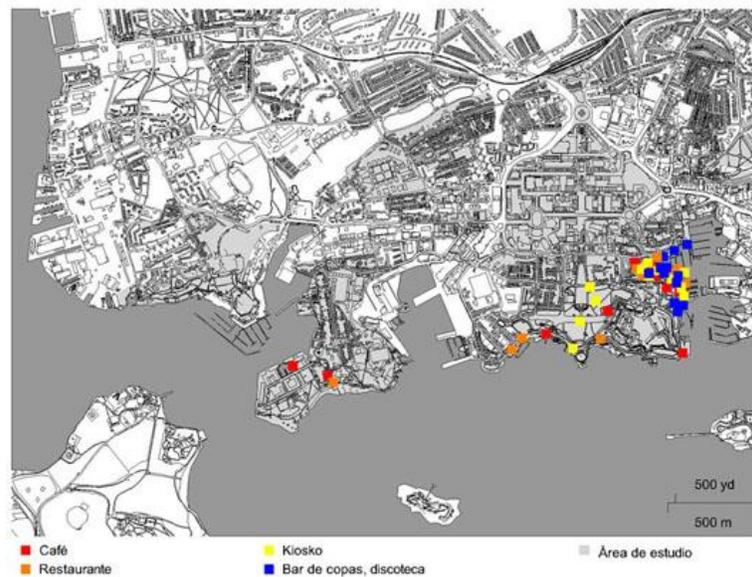


Fuente: los autores.

Alojamientos. Los grandes hoteles se encuentran en los alrededores de las áreas centrales, donde hay una buena accesibilidad. Es posible encontrar uno cerca de la estación de autobuses, otro cerca de la estación de tren y cuatro de ellos alrededor de The Hoe. Las casas de huéspedes se reúnen en dos áreas. La mayor concentración está en West Hoe, hay otro grupo de este tipo de establecimientos más pequeños entre The Hoe y The Barbican. Finalmente, quedan vestigios de antiguos hoteles en áreas que tuvieron una actividad turística significativa en el pasado como el Crown Hotel en Devonport, el Durnford Hotel en Stonehouse Peninsula y el Grand Hotel en The Hoe, ahora convertidos en residencias de lujo.

Comida y bebida. Se puede concluir que en The Barbican se concentran la mayoría de los cafés, restaurantes, salones de té y pubs. Los establecimientos que sirven especialidades tradicionales también se concentran en dicho sector. The Hoe, y especialmente su línea de costa, también ofrece una serie de establecimientos, aunque más dispersos. En Stonehouse hay una cafetería y un restaurante frecuentados por personas que van a tomar el sol o disfrutar de las vistas, y en Royal William Yard hay un par de locales frente al puerto deportivo.

Imagen 6. Lugares de comida y bebida en Plymouth.

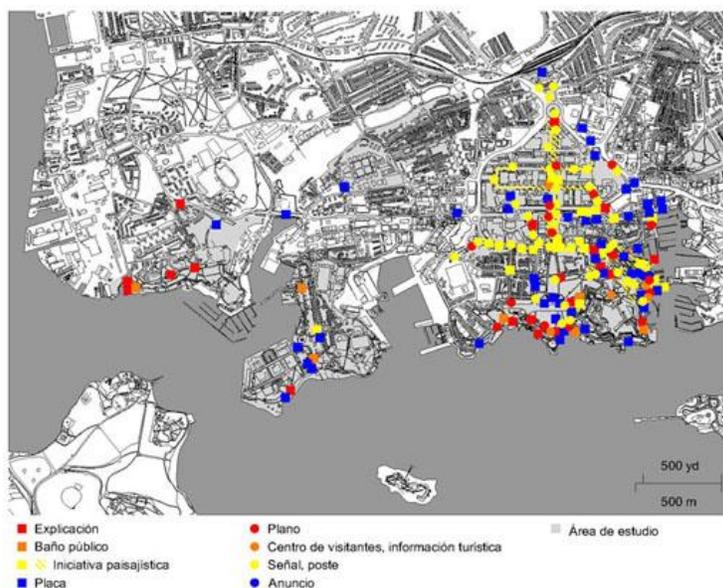


Fuente: los autores.

Compras. Las galerías de arte en los viejos almacenes ayudan a identificar a The Barbican como un "barrio de arte" singular. Las tiendas de artesanía y especializadas se concentran también en dicho barrio, reforzando su imagen como área histórica. Los recuerdos estandarizados no están tan extendidos como en otras ciudades, probablemente gracias a la existencia de tiendas alternativas de mejor calidad en The Barbican. Finalmente, la zona comercial del centro de la ciudad en su conjunto es una de las principales razones para que los visitantes de la región circundante acudan a la ciudad. Actualmente, el área alrededor del mercado se está promoviendo como un "barrio independiente", con tiendas especializadas locales.

Información turística y servicios. Este grupo cubre todos los medios para mostrar a los visitantes qué visitar o dónde mirar. Incluye explicaciones, placas, planos, centros de visitantes, señalización de calles y anuncios. En este grupo, también hemos tenido en cuenta los baños públicos, que son un servicio útil para los peatones y que se concentran en ciertas áreas.

Imagen 7. Elementos principales de información turística y servicios en Plymouth.

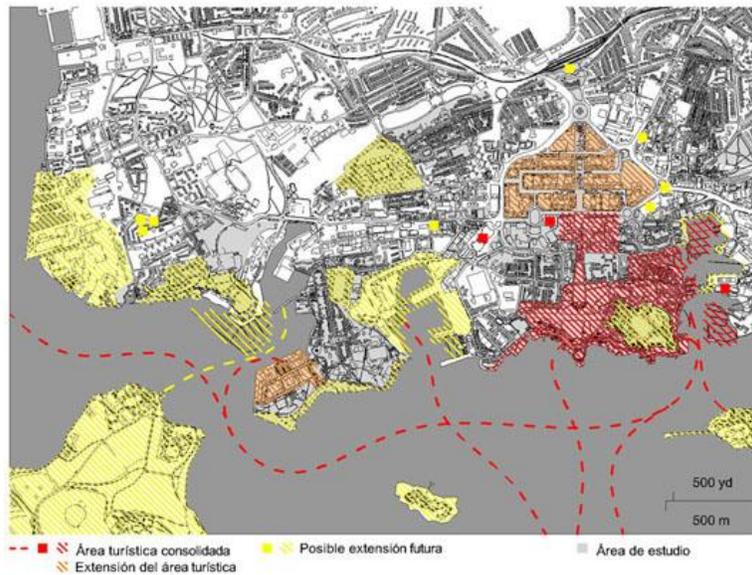


Fuente: los autores.

Escena urbana. Relacionados con los anteriores, otros servicios que ayudan a mejorar la percepción de los visitantes son la seguridad y la gestión de residuos, en el caso de Plymouth estos servicios se adaptan a cada vecindario y, en términos generales, funcionan de manera eficiente.

Teniendo todo en cuenta, el área turística consolidada cubre The Barbican, The Hoe con su línea de costa y el área monumental al sur del centro de la ciudad. Otros atractivos importantes son los puertos deportivos, los ferries, el Acuario Marino Nacional y el Teatro Real. Las áreas donde la actividad turística está creciendo gracias a los proyectos de regeneración urbana son el centro de la ciudad y Royal William Yard. Las áreas potenciales en un futuro son los monumentos de South Yard, Mount Wise y Ker Street en Devonport, la bahía incluyendo Mount Edgcumbe, Cremyll Ferry, isla de Drake, Mount Batten, el paseo marítimo de Stonehouse, las principales áreas militares de Royal Marine Barracks, Royal Naval Hospital y Royal Citadel y la zona este y norte de Sutton Harbour.

Imagen 8. Área turística consolidada y en expansión en Plymouth.

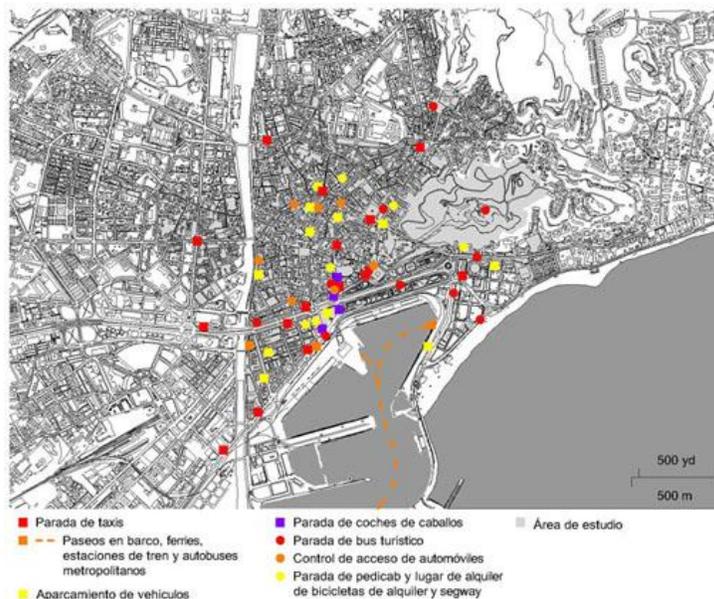


Fuente: los autores.

5. CASO DE ESTUDIO: MÁLAGA

Accesibilidad interna. En el caso de Málaga, se han considerado los siguientes medios de accesibilidad interna: barcos que organizan paseos por la bahía, autobuses, coches de caballos, bicicletas, pedicab, segway, taxi y aparcamientos de coches. La plaza de la Marina y el eje Molina Lario - entrada al puerto constituyen el área de confluencia de varios medios de transporte turístico. En este caso, destaca la peatonalización de amplias áreas del centro histórico, un factor diferencial con el caso anteriormente enunciado.

Imagen 9. Accesibilidad interna en Málaga.



Fuente: los autores.

Patrimonio construido. Se puede concluir que el conjunto patrimonial más atractivo para el turismo lo forman la Catedral, Palacio de los Condes de Buenavista (Museo Picasso), Alcazaba, Casa Natal de Picasso, Castillo de Gibralfaro y Teatro Romano. En un segundo nivel quedan el Mercado de Atarazanas, Ayuntamiento, Palacio Episcopal y antiguo Mercado de Mayoristas (Centro de Arte Contemporáneo).

Paseo y vistas. Teniendo en cuenta todas las referencias se pueden distinguir cuatro tipos de espacios. Las vistas abiertas hacia la ciudad y el mar se pueden disfrutar desde el monte Gibralfaro, el puerto y el paseo marítimo. En segundo lugar, los parques y jardines como el Parque, Puerta Oscura y Pedro Luis Alonso. Un tercer tipo de espacios lo conforman las calles céntricas que ofrecen ambiente histórico y una intensa actividad comercial y de restauración como las calles Larios y Granada, las plazas de la Constitución y de la Merced y el pasaje de Chinitas. Finalmente, el puerto se caracteriza a su vez por su función de centro comercial al aire libre.

Ocio. Entre las actividades y espacios relacionados con el ocio, destacan los cines, playas, bares de copas y discotecas. El único cine que queda en la ciudad histórica es el cine Albéniz, gestionado por el Ayuntamiento. La playa citada con mayor intensidad es la de La Malagueta, que es la más accesible desde el centro de la ciudad.

Actividades relacionadas con el mar. La ciudad de Málaga no ha organizado recientemente eventos deportivos o de otro tipo relacionados con el mar que atraigan un número relevante de visitantes. En las inmediaciones de la ciudad histórica tan solo existe un club náutico, el Club Mediterráneo, que cuenta con un pequeño puerto para yates. En el muelle 1 también se permite el atraque de embarcaciones particulares. La práctica de deportes acuáticos no

tiene una especial relevancia turística en comparación con otros atractivos.

Otros deportes. El principal deporte de interior atractivo para los turistas es el golf, que puede practicarse en Guadalmar, en el Club Guadalhorce y en El Candado. Los deportes que más visitantes atraen a la ciudad son el baloncesto, fundamentalmente residentes en el área metropolitana, y el fútbol.

Eventos. El principal acontecimiento anual es la Semana Santa, seguido de la Feria, Festival de Cine Español, Fiesta Mayor de Verdiales, Festival Internacional de Jazz y conciertos de la Orquesta Filarmónica de Málaga.

Arte y cultura. Los principales recursos relacionados con el arte y la cultura que tienen interés para el turismo son los museos, y dentro de ellos destacan el Museo Catedralicio, Museo Picasso, Museo Arqueológico, Centro de Arte Contemporáneo y Museo Carmen Thyssen. Este tipo de recursos presenta cierta concentración en torno al triángulo formado por la Aduana, plaza de la Merced y plaza de la Constitución. En los últimos años se han inaugurado algunos con el objetivo de activar turísticamente zonas algo más periféricas como el Centro de Arte Contemporáneo en el ensanche de Heredia o los museos del Vidrio y el Vino al norte de las calles Álamos y Carretería.

Referencias históricas. Las referencias callejeras a personajes históricos o artistas están distribuidas en su mayoría por la ciudad intramuros y el Parque, tan solo las referencias a Picasso presentan una clara concentración en torno a los dos principales recursos relacionados con el pintor: el Museo Picasso y la casa natal.

Alojamientos. Se han tenido en cuenta un total de 42 establecimientos en el ámbito de estudio. Se produce una especialización zonal en cinco sectores, que detallamos a continuación:

Río Guadalmedina: se trata de hoteles en su mayoría de reciente apertura. Pertenecen al grupo de los que ofertan mayor número de plazas en la ciudad. Son de las categorías media y alta. De los doce establecimientos de esta zona, cuatro se encuentran en edificios con algún tipo de protección patrimonial.

Calle Martínez - Alameda - muelle Heredia. Es una de las zonas tradicionales de concentración de alojamientos. Se trata de establecimientos de pequeño tamaño que ofertan un menor número de plazas que los anteriores. Generalmente son hoteles de categoría inferior, hostales y pensiones. De los catorce establecimientos, ocho ocupan total o parcialmente un edificio con algún tipo de protección patrimonial.

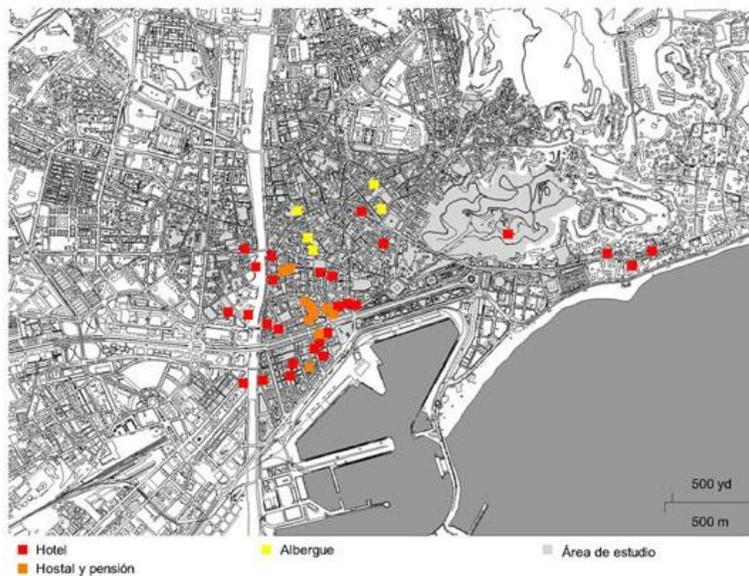
Calle Larios - calle Granada - Catedral. Se trata de hoteles en su mayoría de reciente apertura. Son de capacidad media y categoría superior. De los seis establecimientos pertenecientes a esta zona, tres se encuentran en edificios con algún tipo de protección patrimonial.

Calle Carretería. Son establecimientos más dispersos que los anteriores, tienden a

localizarse en torno al Teatro Cervantes y plaza de la Merced, en una zona turística en expansión. Son de reciente apertura. En su mayoría se trata de albergues para mochileros que no forman parte de las categorías de establecimientos hoteleros definidos anteriormente y poseen pequeña capacidad. De los cinco establecimientos, dos ocupan un edificio con protección patrimonial.

La Caleta. Es la otra zona tradicional hotelera de la ciudad histórica, ligada al ensanche burgués oriental. Son hoteles de capacidad media y categorías superiores. De los cinco establecimientos, dos se encuentran en un edificio con algún tipo de protección patrimonial.

Imagen 10. Alojamiento en Málaga.



Fuente: los autores.

Comida y bebida. En total se han tenido en cuenta 81 locales de este tipo en el ámbito de estudio. Se distinguen las siguientes zonas:

Puerta del Mar - calle Larios. Las calles que unen Puerta del Mar con calle Larios están ocupadas casi exclusivamente por restaurantes turísticos. De los trece locales, once forman parte de edificios con protección patrimonial.

Calle Larios - Catedral. La situación es similar al caso anterior. En su mayoría son restaurantes. De los quince locales, catorce se encuentran en edificios con protección patrimonial.

Plaza de las Flores. Zona recientemente remodelada y ocupada por restaurantes frecuentados por visitantes. De los cinco locales, dos forman parte de edificios con protección patrimonial.

Pasaje de Chinitas. Zona tradicional de concentración de restaurantes. De los 22 locales, 16

forman parte de un inmueble con protección patrimonial.

Plaza Uncibay. Debido a la estructura urbana, se trata de una zona alternativa de paso a la calle Granada entre la plaza de la Constitución y la plaza de la Merced. De los siete locales recogidos, seis se encuentran en inmuebles con algún tipo de protección patrimonial.

Plaza de la Merced. Zona turística ligada a la figura de Picasso. Se trata fundamentalmente de restaurantes. De los seis locales, cinco se encuentran en inmuebles con algún tipo de protección patrimonial.

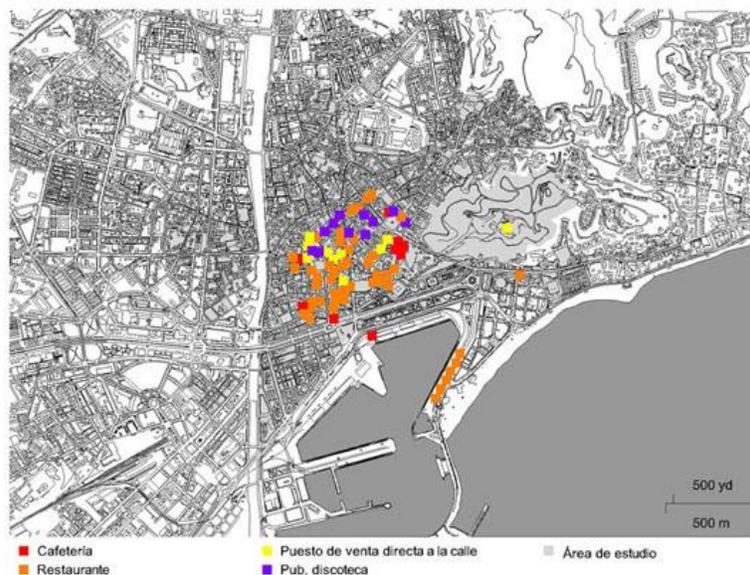
Calle Madre de Dios. Zona en expansión ligada al Teatro Cervantes, los nuevos museos y los proyectos de remodelación efectuados. Actualmente hay presencia de restaurantes de reciente apertura. De los cuatro locales, dos forman parte de edificios con protección patrimonial.

Calle Alcazabilla. Zona de paso entre la plaza de la Merced y el Teatro Romano - Alcazaba recientemente remodelada. Se trata de seis restaurantes y cafeterías, tres de ellos se encuentran en inmuebles con algún tipo de protección patrimonial.

La Caleta. Se encuentran algunos locales dispersos en torno a la Plaza de Toros y hoteles de la zona. De los cuatro locales, solo uno se encuentra en un inmueble con algún tipo de protección patrimonial.

Puerto. La oferta gastronómica gira en torno a la comida internacional.

Imagen 11. Lugares de comida y bebida en Málaga.



Fuente: los autores.

Compras. En este apartado se han considerado 42 locales, organizados en tres grupos:

galerías de arte, tiendas especializadas y de artesanía y tiendas de recuerdos. Se distinguen las siguientes zonas:

Alameda. Es un sector de expansión turística por constituir la zona de paso hacia el Centro de Arte Contemporáneo y las estaciones de autobuses y trenes. Los antiguos kioscos de prensa y estancos se han adaptado al comercio turístico ofreciendo postales y objetos de recuerdo. Los cuatro locales se encuentran en inmuebles con algún tipo de protección patrimonial.

Plaza de los Mártires. Zona en expansión por la apertura del Museo Carmen Thyssen. En los últimos años se han abierto o están en ejecución nuevos comercios, entre los que destacarán por su capacidad atractiva unos nuevos baños árabes. Los seis locales incluidos se encuentran en edificios con algún tipo de protección patrimonial.

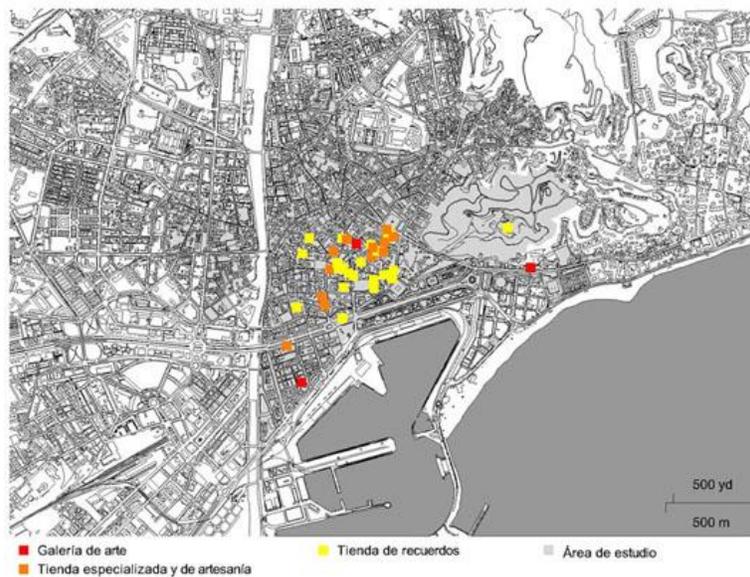
Calle Tomás de Cózar - calle Granada. Es el eje que une la Casa Natal de Picasso, el Museo Picasso y la Catedral. La zona ha potenciado su uso turístico en los últimos años debido a la apertura del museo y a los proyectos de remodelación finalizados y en curso. Como muestra de su rápida transformación, aún perviven comercios tradicionales que hacen compatible su actividad previa con la venta de recuerdos. Los catorce locales incluidos forman parte de edificios con protección patrimonial.

Calle Císter. Lugar de tránsito entre el Teatro Romano, la Alcazaba y la Catedral. De los once locales, diez forman parte de edificios con protección patrimonial.

Calle Larios. Es el principal eje comercial de la ciudad, en esta calle se encuentran representadas las cadenas de ropa y calzado más conocidas junto con algunos comercios y cafeterías más tradicionales.

Puerto. El área comercial se ha especializado en venta al pormenor de ropa y complementos.

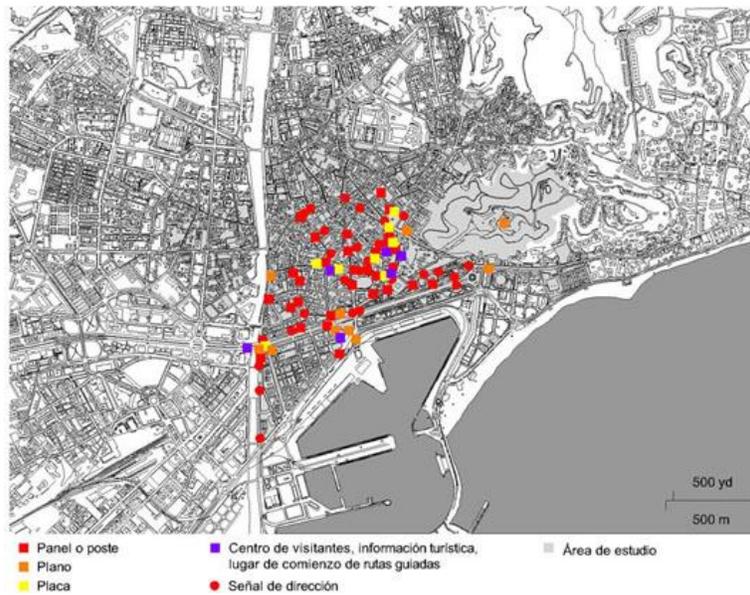
Imagen 12. Establecimientos comerciales en Málaga.



Fuente: los autores.

Información turística y servicios. Los paneles, señales y postes se encuentran distribuidos por toda la ciudad intramuros, río Guadalmedina, Alameda y Parque. Los planos se localizan en las entradas a la ciudad intramuros y hay una especial concentración en la plaza de la Marina y alrededores. Las placas son escasas en Málaga. Las dos oficinas principales de información turística se ubican en la plaza de la Marina y pasaje de Chinitas. El Teatro Romano y el Torreón Mudéjar son dos centros de visitantes que también ofrecen información turística sobre la ciudad. Además, hay dos puestos de información turística, uno en el puente de Tetuán y el otro frente a la Alcazaba.

Imagen 13. Elementos principales de información turística y servicios en Málaga.



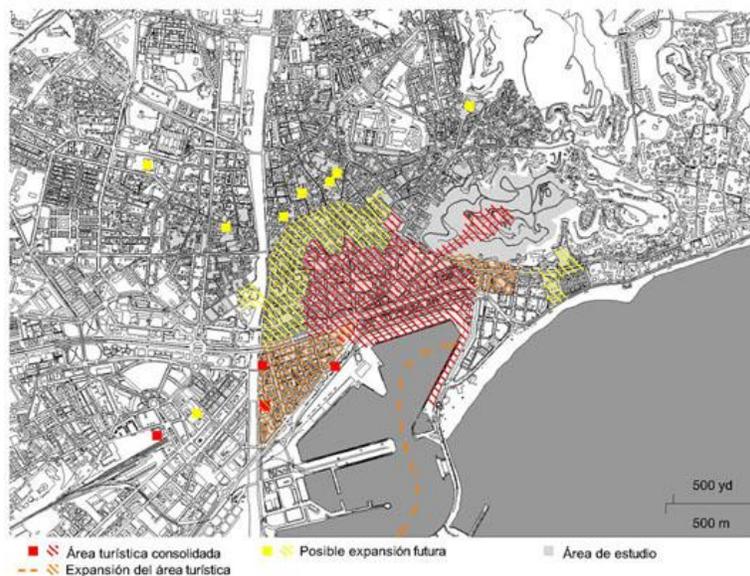
Fuente: los autores.

Escena urbana. En este grupo se han considerado las áreas peatonalizadas o semipeatonalizadas y con urbanización renovada, tanto finalizadas como en proceso de ejecución o con proyecto avanzado. Además, se han tenido en cuenta iniciativas de recuperación y puesta en valor del patrimonio que a su vez contribuyen al enriquecimiento plástico de los recorridos peatonales, como son las fachadas pintadas y la exposición de tramos de la muralla. A estos elementos hemos sumado los versos en las fachadas, las esculturas contemporáneas, el mobiliario singular y la iluminación artística. Las áreas peatonales renovadas reflejan cuál es la zona principal que se puede recorrer a pie por los visitantes. Dentro de la ciudad intramuros se han renovado la zona turística principal y en expansión.

Tomando todos los aspectos en cuenta se concluye que la zona turística consolidada engloba los principales monumentos, museos, áreas comerciales, espacios públicos y estaciones: Alcazaba, Castillo de Gibralfaro, Teatro Romano, Catedral, Casa Natal de Picasso, Museo Picasso, Museo Carmen Thyssen, Centro de Arte Contemporáneo, calle Larios, pasaje de Chinitas, calle Granada, plaza de la Merced, centro comercial del puerto, Parque y estaciones de tren y autobús. Zonas donde la actividad turística puede consolidarse en un futuro gracias a las operaciones de renovación urbana y marketing son el primer tramo del paseo de Reding con la Plaza de Toros y el Museo del Patrimonio Municipal, la Alameda y el ensanche de Heredia. Además, las rutas en barco por la bahía pueden llegar a ser una actividad popular entre los visitantes. Áreas potenciales para albergar un mayor número de actividades turísticas son el segundo tramo del paseo de Reding con el Palacio Miramar y el Cementerio Inglés, la zona norte y oeste de la ciudad intramuros con sus iglesias, el Mercado de Atarazanas y calles comerciales, el entorno del Teatro Cervantes, el puente de los Alemanes y el convento de Santo Domingo. Algunos

recursos fueron atractivos principales en otro tiempo y aún hoy cuentan con cierto peso en los medios de difusión turística, sin embargo, no son suficientemente explotados. Entre los nuevos recursos algunos presentan cierta potencialidad, pero están ubicados en un entorno ajeno a los flujos turísticos. Entre ellos se encuentran la iglesia de la Victoria, Museo del Vidrio e iglesia de San Felipe Neri, Conservatorio María Cristina, Museo del Vino, convento de la Trinidad e iglesia de San Pablo en La Trinidad y las iglesias del Carmen y de San Pedro en El Perchel.

Imagen 14. Área turística consolidada y en expansión en Málaga.



Fuente: los autores.

6. CONCLUSIONES

La ciudad histórico-turística produce una concentración de actividades y servicios orientados a satisfacer las demandas de los visitantes que tiene importantes consecuencias en la vida urbana. En primer lugar, destacan las consecuencias sobre la movilidad, al saturarse algunos servicios y dar prioridad a otros cuyos usuarios principales son los turistas. En los dos casos analizados hay diferencias en este sentido, ya que en el caso de Plymouth los turistas se han sumado a medios que ya eran muy populares entre los residentes, como los ferries que recorren la bahía. En el caso de Málaga sí se han creado nuevos servicios directamente enfocados a los turistas como el segway, pedicab y paseos en barco por el puerto.

La ciudad histórico-turística refuerza la selección espacial que previamente comenzó con la delimitación de la ciudad histórica, el área patrimonial con protección jurídica y restricciones de usos, produciéndose por tanto una competencia por los edificios y espacios

más rentables desde el punto de vista del negocio turístico. La contrapartida es el abandono y la degradación de las zonas de borde que, aún teniendo valores patrimoniales, quedan excluidas al menos temporalmente del recorrido turístico. En los dos casos analizados se observa la vigencia del modelo de ciudad histórico-turística de borde marítimo con sus características propias, tanto en Málaga como en Plymouth se ha producido una obsolescencia parcial de los puertos industriales y un interés por incorporar los tramos centrales al área principal de uso turístico y comercial. En ambos casos las operaciones de regeneración urbana son recientes y hará falta algo más de tiempo para evaluar si las operaciones supusieron una reintegración del puerto en la vida urbana a largo plazo o solo sirvieron para satisfacer demandas turísticas en el corto plazo.

Finalmente, debemos mencionar que el estudio del sistema turístico es útil para las ciudades con fuerte presencia de actividades turísticas porque permite evidenciar qué zonas están consolidadas y en qué zonas hay margen de crecimiento y desconcentración de dichos servicios. El siguiente paso en este sentido deben darlo las políticas públicas encargadas de gestionar usos, movilidad e imagen urbana. La principal aportación de este trabajo ha sido aunar investigaciones previas sobre el sistema turístico y ampliarlo a más categorías no contempladas anteriormente, por lo que proponemos que en trabajos futuros se consideren accesibilidad interna, patrimonio construido, paseo y vistas, ocio, actividades relacionadas con el mar, otros deportes, eventos, arte y cultura, referencias históricas, alojamientos, comida y bebida, compras, información turística y servicios y escena urbana. Todos estos elementos son relevantes para tener una visión más completa del panorama del turismo urbano.

BIBLIOGRAFÍA

Ashworth, G.J. y Tunbridge, J.E. (2000). *The tourist-historic city. Retrospect and the prospect of managing the heritage city*. Oxford: Pergamon.

Barrera-Fernández, D. (2019a). *Caracterización turística de la ciudad histórica de Málaga* [Internet]. Meipi.org. Recuperado el 12 de noviembre de 2019, de <http://www.meipi.org/malagaturismo.meipi.php>

Barrera-Fernández, D. (2019b). *Identification of tourist features in the historic city of Plymouth* [Internet]. Meipi.org. Recuperado el 12 de noviembre de 2019, de <http://www.meipi.org/plymouthtourism.meipi.php>

De la Calle Vaquero, M. (2006). *La ciudad histórica como destino turístico*. Barcelona: Ariel.

Jansen-Verbeke, M. (2009). The territoriality paradigm in cultural tourism. *Tourism*, 19(1-2), 25-31.

Jansen-Verbeke, M. (1998). Tourismification of historical cities. *Annals of Tourism Research*, 25(4), 739-742.

Jansen-Verbeke, M. y Lievois, E. (2001). Analysing heritage resources for urban tourism in European cities. En D.G. Pearce y R.W. Butler (eds.), *Contemporary issues in tourism development* (pp. 81-107). Londres y Nueva York: Routledge.

Law, C.M. (1996). *Urban tourism. Attracting visitors to large cities*. Londres, Nueva York: Mansell Publishing Limited.

Lievois, E. (2007). *The tourism interaction system: a new approach on the geography of inner city tourism*. Comunicación presentada en el 44th Congress of the European Regional Science Association. Paris, 29 de agosto - 2 de septiembre de 2007.

López Palomeque, F.; Marchena Gómez, M.; Antón Clavé, S. y Vera Rebollo, J.F. (coord.) (2011). *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Tirant lo Blanch.

Olukole, T.O. y Balogun, E. (2011). *Geographical information systems database of cultural heritage resources of Osogbo and their tourism potential*. Comunicación presentada en el IX International Forum Le Vie dei Mercanti. S.A.V.E. Heritage. Aversa, Capri, 9-11 de junio de 2011.

Salerno, R.; Casonato, C. y Villa, D. (2011). *Sharing heritage: the urban ecomuseum in Milan experiences of participation and new information technologies*. Comunicación presentada en el IX International Forum Le Vie dei Mercanti. S.A.V.E. Heritage. Aversa, Capri, 9-11 de junio de 2011.

Troitiño Vinuesa, M.A. y Troitiño Torralba, L. (2009). Toledo: características y

problemáticas de un destino patrimonial. En M.A. Troitino Vinuesa (ed.), *Ciudades patrimonio de la humanidad: patrimonio, turismo y recuperación urbana* (pp. 215-221). Sevilla: Universidad Internacional de Andalucía.

Van den Berg, L.; Van der Borg, J. y Van der Meer, J. (1995). *Urban tourism. Performance and strategies in eight European cities*. Aldershot: Ashgate.

Van der Borg, J. (1992). Tourism and the city: some guidelines for a sustainable tourism development strategy. En H. Briassoulis y J. van der Straaten (eds.), *Tourism and the Environment* (pp. 121-131). Dordrecht: Springer.