



LA TRIBUNA

Málaga: los límites del éxito

SALVADOR MORENO PERALTA

Arquitecto

El alcalde Pedro Aparicio solía decir que la excelencia de una ciudad se construye con las aportaciones positivas de todos los agentes que en ella intervienen, empezando por la de los propios alcaldes, cuya labor siempre valoró por una honrosa solidaridad de grupo más allá de sus afinidades políticas y personales. Y así defendió el trabajo de sus predecesores en el cargo durante el franquismo pudiendo haberse arrogado, sin que nadie se lo discutiera, el adanismo de haber propiciado la nueva Málaga del PGOU/1983. Pero lejos de reclamar protagonismos de vuelo corto él se afanó en imprimirle a la ciudad una dinámica ascendente en la que la construcción de las infraestructuras básicas de la urbe fuera paralela al sólido armazón de una nueva 'civitas'. Y ese testigo lo recogió Celia Villalobos en su corto pero intensísimo paso por la alcaldía, de forma que cuando Francisco de la Torre asumió el cargo se encontró con una ciudad cuyo crédito urbano ya se había estado labrando tenazmente durante dos décadas.

Pero De la Torre entendió entonces, y mejor que nadie, que en el actual mercado global de producciones y consumos las ciudades compiten entre sí como si fueran empresas y, por mucho bueno que se haga, el éxito sólo se consigue a partir de la definición nítida y atractiva de su 'nicho de mercado'. Málaga necesitaba la visibilidad de su 'branding' y el alcalde apostó resueltamente por basarlo en los tres elementos del trípode que sostiene la actividad económica global en nuestros días, es decir, el Turismo, las Nuevas Tecnologías y la Cultura, lo que hubiera sido sólo una declaración de intenciones de no encontrar en el 'descubrimiento' del Centro Histórico el catalizador que la concretara. Saber ver las posibilidades de un Centro His-

tórico inexplorado a partir de las señales emitidas por la peatonalización de la calle Larios fue su jugada maestra. En pocas ocasiones una ciudad tiene la oportunidad de transformarse tanto y en tan poco tiempo, lo que, en su espectacularidad, lleva inherente la publicidad de los descubrimientos. 'Descubrir' una ciudad es algo que entusiasma tanto a los descubridores como a los descubiertos. A los primeros los reafirma en el poder de su arbitraje y a los segundos les sube la autoestima. Hoy Málaga aparece 'descubierta' en todos los rankings por los medios nacionales y extranjeros como una joya desvelada y es ahora cuando, en cadena, se valoran todos los atributos que esta ciudad ya atesoraba ocultos en su marginación periférica. Antes no.

Pero hoy la fagocitación funcional, simbólica y mediática de la ciudad por la desmedida atracción de su Centro Histórico está provocando los mismos problemas de tantas ciudades que han consagrado sus espacios centrales al turismo de masas. Como escribía Baudrillard a cuenta del Beaubourg parisino, la cultura de masas lo que genera es... masa, es decir, aglomeración, como condición del consumo. El Centro se ha concebido para ordeñar hasta la última gota de su autenticidad, sustituida por un simulacro empaquetado para el consumo masivo (una página de la red anuncia elocuentemente: «48 horas en Málaga. Guía básica para expresar la capital de la Costa del Sol»). De esta forma expresar el Centro se ha convertido en un fin en sí mismo, haciéndonos olvidar los objetivos que guiaron su recuperación urbanística, pues ni rinde tributo a la Cultura, convertida en un simple reclamo publicitario, ni sirve al interés general de contribuir a la excelencia de la ciudad en su conjunto. Y es que el modelo será de éxito, pero frágil. Por un lado, la capitaliza-

ción local del valor añadido por las actividades hoteleras e inmobiliarias desatadas al socaire del Centro es escasa, al estar la mayoría de ellas en manos de empresas foráneas y fondos de inversión. Por otro, la atracción de nuevos usos residenciales y terciarios ligados a las tecnológicas encuentra su freno en la falta de suelo finalista y en una burocracia saboteadora. Pero es el propio Centro, motor y heraldo icónico de la recuperación de la ciudad, el que ya es muy frágil bajo su aparente fortaleza, por haber embadurnado con la pringue de un consumo masivo la inerme riqueza de sus valores patrimoniales, capital fijo que determina la solidez de lo permanente frente a la futilidad de lo eventual. Si este capital es endeble nuestra existencia será, en cierto modo, vicaria, por depender de las veleidosas fluctuaciones de la demanda exterior, y mañana pueden bajarnos del pedestal los mismos que hoy nos han puesto de moda. Hay que evitar que la Cultura produzca en Málaga lo que el turismo provocó en Torremolinos: una degradación del continente por saturación, adulteración y sobredosis del contenido.

Esta Málaga de hoy, felizmente notoria y paradigmática, es la personal aportación positiva del alcalde Francisco de la Torre a la 'dinámica ascendente' de su excelencia, según la expresión de Pedro Aparicio; pero esta puede estar próxima a su punto de inflexión si seguimos viendo la simple acumulación de masa como un éxito, sin reparar en la limitada capacidad de carga de una estructura urbana cuyos primeros síntomas de colapso se están empezando a notar.

Ciertamente es más fácil abordar los problemas urbanos desde las cimas del éxito que desde las simas de la depresión, pero es difícilísimo salir de la depresión cuando se ha conocido el éxito y no se ha sabido administrar.