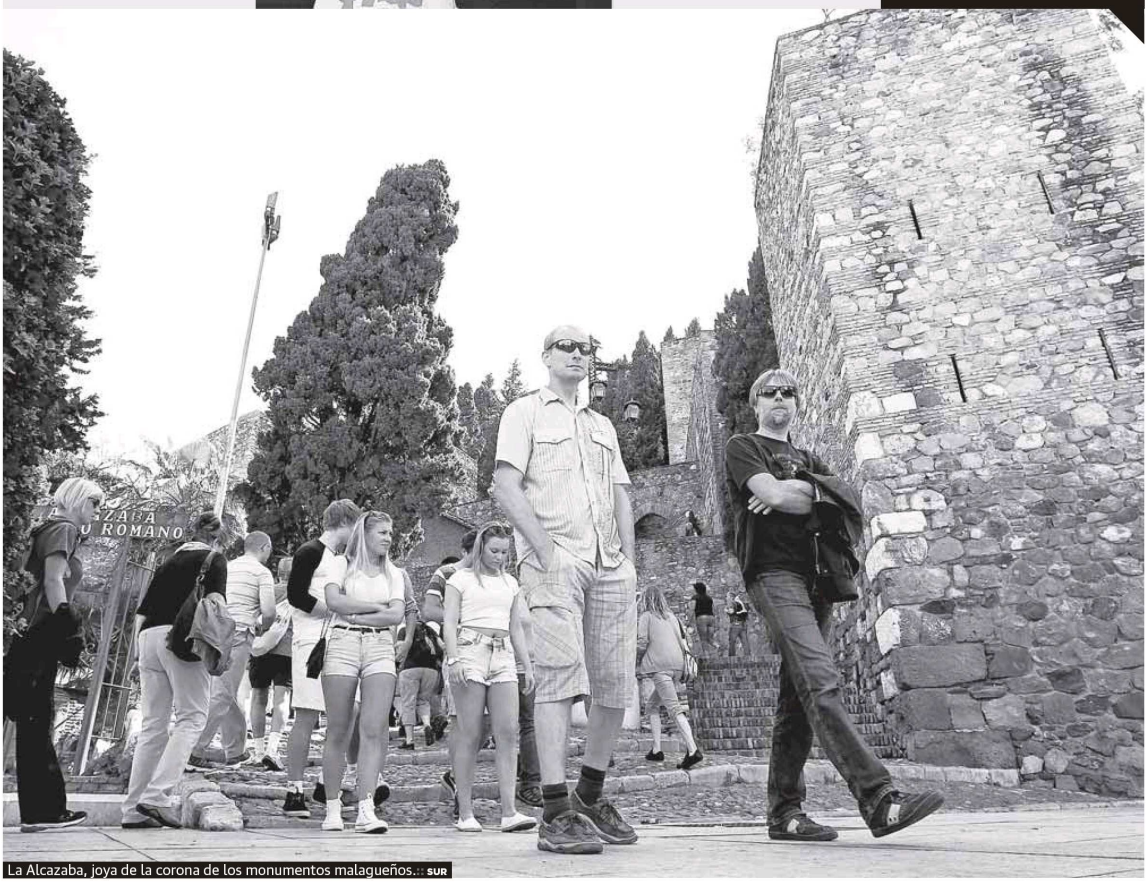
Kiosko y Más - Diario Sur - 14 sep. 2014 - Page #49 http://lector.kioskoymas.com/epaper/services/OnlinePrintHandler.ashx?...

MÚSICA
MELENDI HACE VIBRAR MÁLAGA Y CELEBRA SUS DIEZ AÑOS DE CARRERA P54

MODA
LAS MARCAS LOCALES CIERRAN LA PASARELA LARIOS P56



La Alcazaba, joya de la corona de los monumentos malagueños.:: SUR

MONUMENTOS: EL GRAN PRESENTE DEL PASADO

Los recintos históricos multiplican sus visitas en Málaga y dan abolengo a la oferta cultural de la provincia

:: ANTONIO JAVIER LÓPEZ

La clave suele estar en convencer, o al menos seducir, a las mujeres. Lo sabe Mar Rubio, historiadora malagueña y promotora de Cultopía. «Las que suelen tomar la iniciativa para llamar y reservar la entrada son las mujeres. De los fans de la página, un gran porcentaje son mujeres de entre 20 y 50 años. Luego, la asistencia está muy equilibrada, pero se ve que en la mayoría de los casos, los planes los hacen ellas», argumenta la responsable de la joven y dinámica empresa cultural dedicada a organizar visitas guiadas por la capital.

Desde su nacimiento hace menos de tres años, en sólo uno de sus circuitos, el dedicado al Cementerio Inglés, Cultopía ha guiado a más de cinco mil personas. Ahora, Cultopía orienta su oferta hacia otras rutas por la ciudad y en buena parte de las ocasiones, las plazas se agotan en poco tiempo. El esforzado predicamento de Cultopía es causa y consecuencia de un fenómeno mayor: el tirón creciente de los monumentos malagueños entre el público, tanto local, como foráneo.

La reiterada estampa de grupos de turistas visitando algunos de los principales enclaves históricos de la capital, las largas colas ante los monumentos de la ciudad que trufan las ediciones de la Noche en Blanco o el desarrollo de iniciati-

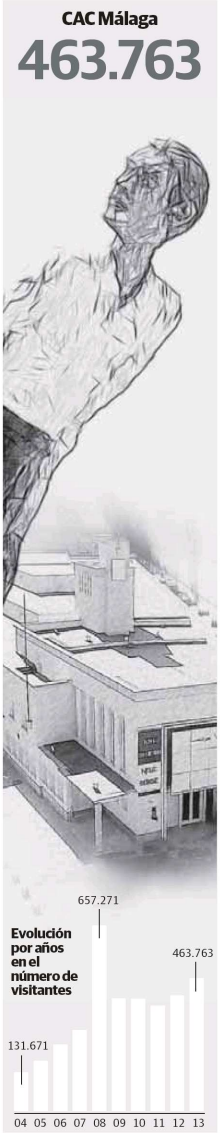
press reader Printed and distributed by PressReader PressReader.com + +1 604 278 4604 COPYRIGHT AND PROTECTED BY APPLICABLE LAW

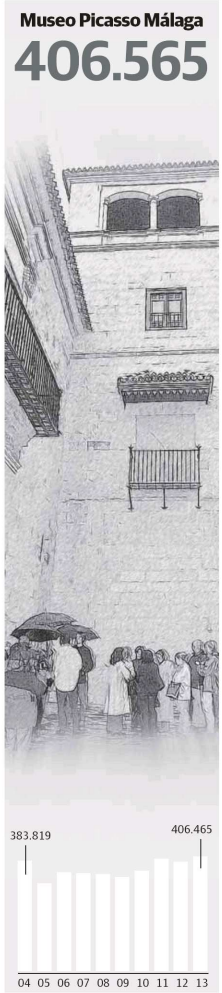
Kiosko y Más - Diario Sur - 14 sep. 2014 - Page #50 http://lector.kioskoymas.com/epaper/services/OnlinePrintHandler.ashx?...

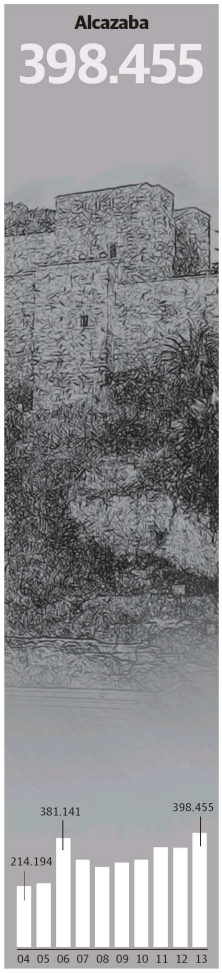
La afluencia al Teatro Romano se ha multiplicado por seis en la última década y las visitas a la Alcazaba han crecido un 86%

Ranking de los 10 monumentos y museos más visitados de la provincia

(Datos en número visitantes. Debajo, evolución desde el año 2004. En verde, los monumentos; en azul los museos)







vas como Cultopía encuentra un refrendo estadístico en los informes de la Fundación CIEDES. Esas cuentas evidencian que las visitas al Castillo de Gibralfaro han crecido un 26,5% en la última década, mientras que la Alcazaba casi duplica la afluencia de público desde 2003, con un incremento del 86%.

«La Alcazaba es la estrella», remacha Salvador Jiménez, presidente de la Asociación Cultural Zegrí, que ha hecho de las visitas nocturnas al monumento de la calle Alcazabilla una de sus propuestas más celebradas. Zegrí acaba de promover la novena edición consecutiva de una cita por la que han pasado más de 55.000 personas. Visitas nocturnas, teatralizadas y después convencionales. Es el esquema aplicado en este y otros recintos por un colectivo pionero en la promoción y divulgación del patrimonio histórico malagueño. «El mes que viene cumpliremos doce años. Todavía recuerdo cuando fuimos al registro de asociaciones y dijimos que nos íbamos a dedicar a la cultura... ¡Con qué caras nos miraban!», rememora el presidente de la asociación.

Zegrí reúne a 609 personas entre voluntarios y socios. Estos últimos representan casi la mitad de los participantes y sus cuotas (60 euros al mes) constituye el principal sustento económico de la entidad, tal y como detalla su presidente. «Málaga tiene mucho que ofrecer, tanto para el que viene como para los vecinos», sostiene Jiménez, antes de reivindicar: «Nos falta promocionarnos mejor. El interés por la historia y los monumentos ha evolucionado mucho en los últimos años en Málaga, pero hay que seguir trabajando tanto nosotros, las asociaciones, como las administraciones para que valoren los suficiente los edificios de la ciudad».

Una caja de caudales

«Entrar a la Alcazaba –sigue Jiménez– cuesta 2,20 euros y ofrece más de 15.000 metros cuadrados de una extraordinaria riqueza histórica. Cuando viajamos no nos duele tanto pagar por actividades a menudo más costosas y que ofrecen mucho menos. Pero es que, además, la entrada a la Alcazaba es gratuita para los malagueños todos los domingos a partir de las dos de la tarde durante todo el año, así que no hay motivos para no acudir a conocer ese gran protagonista del pasado de la ciudad».

Del pasado, y del presente. Porque la Alcazaba se ha convertido en una auténtica caja de caudales para las arcas municipales. La recaudación en taquilla casi se ha duplicado en los últimos cinco años y sólo el año pasado reportó al Ayuntamiento de Málaga más de medio millón de euros. En el gobierno local tomaron buena nota de ese atractivo y el anterior concejal de Cultura, Damián Caneda, llegó a

pressreader Printed and distributed by PressReader PressReader.com + +1 604 278 4604 COPYRIGHT AND PROTECTED BY APPLICABLE LAW

Kiosko y Más - Diario Sur - 14 sep. 2014 - Page #51 http://lector.kioskoymas.com/epaper/services/OnlinePrintHandler.ashx?...

El Ayuntamiento de Málaga estudia una Noche en Blanco de los Monumentos

Casi la mitad de los visitantes a los Dólmenes de Antequera participan en alguna actividad

Los recintos históricos buscan adaptarse a las nuevas audiencias a través de la tecnología

anunciar una suerte de Noche en Blanco de los Museos.

Sus planes pasaban por incorporar a los monumentos de titularidad municipal otros recintos como el Santuario de La Victoria, la iglesia de Los Mártires o la Catedral. El proyecto sigue en estudio, según los actuales responsables del Área Municipal de Cultura, desde donde detallan que las cuentas públicas locales han ingresado, sólo entre 2009 y 2013, más de dos millones de euros desde la taquilla de la Alcazaba.

Representaciones en el Teatro Romano. :: C. MORET

Más recursos, más visitas

Y bajo la atenta mirada de la antigua fortaleza árabe, uno de los casos más espectaculares -y esperados- de recuperación para uso ciudadano de un recinto histórico: el Teatro Romano, que estos días regresa a la vida escénica con la primera programación estable de representaciones de las últimas tres décadas. Una celebración para el 25 aniversario de los comienzos de su recuperación. Trabajos en los que ha participado desde sus orígenes Manuel Corrales, arqueólogo director del Teatro Romano malagueño. «Hemos notado un salto cualitativo evidente en el Teatro Romano, que supuso el primer gran proyecto de recuperación patrimonial en Málaga», recuerda Corrales.

INGRESOS DE LA ALCAZABA

Año	Importe
2009	337.573
2010	350.729
2011	399.268
2012	415.599
2013	510.338

Ese salto también llega en la afluencia de público al sitio arqueológico, que casi se ha multiplicado por seis en la última década, pasando de los 59.729 visitantes de 2004 a las 323.630 personas censadas en 2013. «El quid ha estado en el aumento del horario. Desde hace dos años podemos contar con un equipo de nueve vigilantes, procedentes del Palacio Episcopal, que ya no gestiona la Junta de Andalucía. Eso ha permitido que podamos abrir muchas más horas al público», esboza Corrales, quien destaca la gratuidad de la visita al escenario ahora recuperado para la vida teatral con doce representaciones de cuatro títulos clásicos a lo largo de este mes.

Corrales incide en la labor didáctica y pedagógica emprendida desde el Teatro Romano como base para la formación de futuros visitantes. Algo similar sucede desde otro enclave histórico: el Conjunto Arqueológico Dólmenes de Antequera, cuyo número de visitantes ha crecido en un 23,8% en la última década. Casi la mitad de esos visitantes participa en algunas de las actividades promovidas allí, que van desde las visitas guiadas hasta las jornadas de puertas abiertas, pasando por las Celebraciones del Sol (en los equinoccios de primavera y otoño y en los solsticios de verano e invierno) o la Semana de la Prehistoria organizadas dos veces al año con la mirada puesta en el público escolar, como detallan desde el conjunto dirigido por Bartolomé Ruiz.

Colas en el Museo Carmen Thyssen durante la 'Noche en blanco'. :: C. MORET

Una oferta creciente

También más allá de las fronteras capitalinas, la Cueva de Nerja parece cambiar el rumbo negativo de sus estadísticas de visitantes. Después de cuatro años consecutivos de caídas, el recinto ganaba afluencia en 2013 con una tímida subida de casi el 1%. «Se mantiene una tendencia descendente desde comienzos de siglo –aporta el gerente de la Fundación Cueva de Nerja, Ángel Ruiz–. La interpretación de la gerencia, más allá de la crisis económica que comenzó posteriormente al inicio del descenso, es que la causa estaba en el cambio de perfil de visitante, además del notable incremento de la oferta cultural y lúdica de la Costa del Sol en la última década, que hace que el turista sea más exigente y busque una experiencia más completa».

Un nuevo escenario para el que se está preparando la entidad nerjeña: «Es por ello que se están acometiendo cambios en la gestión de la Cueva, que comenzaron con la implantación de la venta 'on line', la participación en las redes sociales, la mejora de la información tanto previa a la visita como en el mismo recorrido (folleto con mapa de la ruta, audioguías, radioguías y pronto una aplicación para tabletas y teléfonos inteligentes), así como la diversificación de la oferta con nuevas propuestas como las visitas exclusivas y otras que comenzarán en breve. Pero quizá lo más importante es la que se está acometiendo de ordenación de las visitas en grupos, en un proceso que finalizará en los primeros meses del 2015 y que permitirá ver la Cueva de una forma más cómoda, sin esperas previas ni aglomeraciones en el interior».

Relevo en el trono

También tranquila suele presentarse la visita a la Catedral de Málaga, pese a que, hasta 2012, se erigió como el monumento más visitado de la capital, trono que ahora ocupa la Alcazaba después de que la afluencia al templo cayera un 9,27% entre 2012 y 2013. Desde la Catedral no detallan su recaudación en taquilla, al tiempo que aclaran que las visitas realizadas en horario de cultos y de acceso libre no computan en sus estadísticas de afluencia.

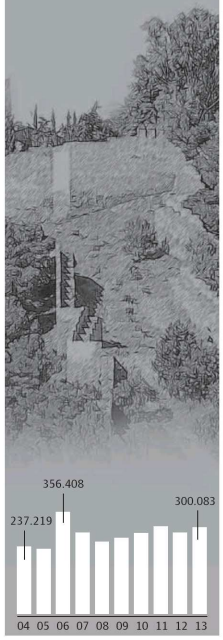
Como estimación, desde el templo indican la llegada de unos 275.000 visitantes entre julio del año pasado y el mismo mes de este curso. «Los meses de mayor afluencia son los que corresponden a las temporadas de cruceros: marzo, abril y mayo, en primavera, y septiembre y octubre, para el otoño. Los meses de menor afluencia de turismo son los de diciembre, enero y febrero», apostillan desde la Catedral malagueña.

Porque, incluso los monumentos malagueños de mayor enjundia que ofrecen una evolución de afluencia menos rutilante en términos estadísticos brindan unos registros de visitantes que para sí quisieran muchas instituciones culturales con presupuestos y capacidades promocionales mucho mayores.

Quizá la clave, como el ascendente femenino en la logística de las visitas culturales, la ofrezca de nuevo Mar Rubio: «Cuando sales, suelo organizarte los viajes y a menudo tienes la sensación de que conoces mejor lo que visitas que donde vives». Habrá que disfrazarse, pues, de extranjero en tierra propia.

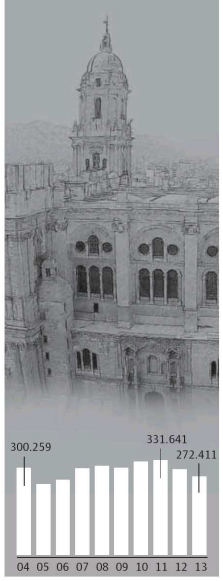
Castillo de Gibralfaro

300.083



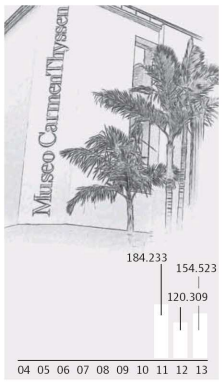
Catedral

272.411



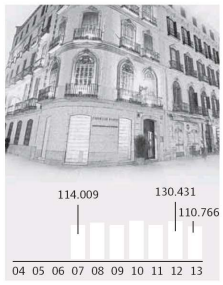
Museo Carmen Thyssen

154.523



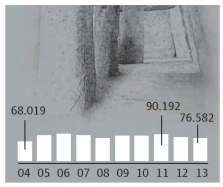
Casa Natal de Picasso

110.766



Dólmenes de Antequera

76.582



press reader Printed and distributed by PressReader PressReader.com + 1 604 278 4604 COPYRIGHT AND PROTECTED BY APPLICABLE LAW