

# PAISAJE URBANO Y FACHADISMO EN LA TURISTIFICACIÓN DEL CENTRO: EL CASO MALAGUEÑO DE CALLE GRANADA

HÉCTOR VÁZQUEZ DE LA ROSA\*

**Resumen:** *La calle Granada del Centro Histórico de Málaga destaca por ser una de las vías con más recorrido histórico del callejero malacitano. El origen de su trazado remonta a la urbe medieval andalusí y su nombre aún recuerda sus funciones como principal salida hacia la Granada nazarí. En las últimas décadas la calle ha experimentado un fuerte proceso de hiperespecialización del espacio debido a una zonificación excluyente que ejerce un rol clave en los flujos comerciales y los circuitos turísticos del Centro.*

*Esta investigación se propone examinar dicha turistificación a través del análisis del paisaje urbano de calle Granada como reclamo turístico, estableciendo analogías con el efecto Las Vegas y las lógicas del Strip. Para ello, se analizarán las prácticas de fachadismo en inmuebles patrimoniales como herramientas de producción de espacios ambientados, tomando como ejemplo el vaciado perpetrado en el Palacio de la Sonora para su conversión en hotel boutique.*

**Palabras clave:** *Calle Granada; Málaga; Turistificación; Paisaje urbano; Fachadismo.*

**Abstract:** *Granada Street in Malaga's Historic Centre stands out for being one of the roads with the longest historical trajectory on the city's street map. Its origin dates back to the medieval Andalusian city and its name recalls its old functions as the exit to the city of Granada. Nowadays, the street has undergone a process of hyperspecialization of public space due to an exclusive zoning that plays a key role in the commercial flows and tourist circuits of the Centre.*

*The research examines this touristification through the analysis of the urban landscape of Granada Street as a tourist attraction, establishing analogies with the Las Vegas effect and the logic of The Strip. For this, the façadism practices in heritage buildings will be analyzed as tools for the production of themed spaces, taking as example the emptying perpetrated in the Palacio de la Sonora for its conversion into a boutique hotel.*

**Keywords:** *Granada Street; Malaga; Touristification; Urban landscape; Façadism.*

## INTRODUCCIÓN

La ciudad de Málaga atestigua en su fisonomía físico-social una serie de transformaciones, producto de la turistificación que experimenta el territorio. Este proceso es propio de las dinámicas competitivas en las que se ven inmersas las ciudades turísticas a nivel global. Dicho fenómeno se puede apreciar de manera más acentuada en el barrio histórico del Centro, lugar en el que se sitúa la calle Granada, donde las demandas turísticas y los nuevos modelos de hospedaje han dado origen a una saturación

---

\* Doctorando de la Universidad de Málaga. E-mail: hectorvdelarosa@gmail.com.

turística del núcleo urbano. De esta manera, el Centro Histórico, con un paisaje urbano marcado por su centralidad histórica y su patrimonio arquitectónico, deviene destino, posicionándose como un atractivo de consumo, es decir, como un espacio de oportunidad lucrativa para el capital en detrimento de sus valores sociales y simbólicos y de la calidad de la vida cotidiana de sus residentes.

Por tanto, el presente estudio tiene por objetivo analizar las imbricaciones entre la turistificación —así como la zonificación terciaria y la hiperespecialización que esta ejerce en el territorio—, y el uso del fachadismo y la instrumentalización del paisaje urbano histórico del Centro de Málaga. El área de estudio, la calle Granada, nos permitirá, además, determinar puntos en común con las lógicas del Strip y el efecto Las Vegas, de manera que se diluciden los patrones por los cuales se intervienen las ciudades desde la óptica de la iconosfera turística, en perjuicio de una ciudad para ser habitada.

## **1. UNA APROXIMACIÓN AL PAISAJE URBANO DEL CENTRO HISTÓRICO DE MÁLAGA**

El término centro histórico viene a definir aquellas áreas de las ciudades actuales que resaltan por encarnar a través de su fisionomía y su estructura urbana la antigua ciudad preindustrial. En otras palabras, son aquellos núcleos históricos que se caracterizan por ser áreas urbanas compactas de una marcada centralidad social, física, simbólica y, en ocasiones, también económica, cuyo paisaje es producto de la superposición de construcciones y reformas ejecutadas durante el devenir del tiempo y que nos puede retrotraer hasta los mismos orígenes de la ciudad.

En cuanto al paisaje urbano, este refleja la evolución de las múltiples sociedades que habitan un territorio, quedando su configuración estética impregnada tanto de las relaciones sociales y culturales como de las dinámicas políticas y económicas. Constituido principalmente por la trama viaria, la fábrica edilicia y sus fachadas, el mobiliario y el arbolado público, el clima y la pavimentación, el paisaje urbano conforma una de las mayores riquezas del imaginario colectivo e identitario de los residentes de un lugar, y su estructura ayuda a la construcción de la imagen de ciudad y a los procesos de identidad urbana y pertenencia por parte de los residentes. El paisaje urbano alberga, por tanto, múltiples niveles semánticos<sup>1</sup>, de ahí que suponga un contenedor cultural de información y experiencias sobre la historia local, la idiosincrasia popular y sus modelos relacionales socioeconómicos.

El plano de fachadas del centro se caracteriza por sus edificaciones barrocas y por aquellas producidas durante su etapa decimonónica. Del barroco encontramos inmuebles de escasa altura, algunos palacios de importancia (como el Palacio de

---

<sup>1</sup> POPA, ENACHE, 2019.

la Sonora o el Episcopal) y numerosas iglesias (Santo Cristo de la Salud, San Felip Neri, etc.), cuyas fachadas destacan por el uso de una ornamentación que afligra muros y paramentos, en un primer momento con elementos decorativos geométricos —herencia andalusí—, para dar lugar posteriormente a composiciones pictóricas que simulan diseños arquitectónicos y murales devocionales y mitológicos<sup>2</sup>. En cuanto a las edificaciones eclécticas, estas crecen en altura y son de uso plurifamiliar, adquiriendo protagonismo en las fachadas los ventanales y los miradores acristalados y perdiéndose las pinturas murales.

Sin embargo, la gestión local del patrimonio ha venido a cambiar considerablemente este escenario paisajístico, en gran parte para dar respuesta a las demandas turísticas del Centro; desde 1957 el 44,5% de los inmuebles del centro ha sido demolido<sup>3</sup>. Esta destrucción ha venido a empeorarse durante las últimas décadas, pues desde el 2000 uno de cada cuatro edificios históricos ha desaparecido; de los 800 inmuebles bien de interés cultural, 205 eran previos a 1900<sup>4</sup>. Si bien en todo el ámbito europeo se aprecian, desde la década de los 80 y de los 90, dinámicas de rehabilitación y remodelación de los centros históricos —muy vinculadas a la terciarización y la turistificación de estos—, en el ámbito español además se le ha de sumar una fuerte presión debido a procesos de gentrificación tras la degradación física que habían experimentado los centros durante el desarrollismo franquista.

## **2. FACHADISMO, INSTRUMENTALIZACIÓN DEL PAISAJE URBANO Y TURISTIFICACIÓN DEL CENTRO.**

Una de las herramientas más prolíficas en la instrumentalización del paisaje urbano y la turistificación del Centro de Málaga es el fachadismo. Con este término se describen aquellas intervenciones en edificaciones históricas que por medio de la destrucción parcial del inmueble vacían la totalidad del espacio interior, manteniendo exclusivamente las fachadas. Con ello se consigue una nueva edificación interna, pero que a pie de calle simula ser histórica debido a la conservación de la imagen externa. En el caso malagueño se ha llegado a hacer un uso sistemático, con un total de 117 inmuebles vaciados por fachadismo en el área de la almendra histórica<sup>5</sup>.

Esta estrategia de simulación histórica es trascendental para poder mantener un destino turístico auténtico y atractivo, ya que las ciudades se promocionan principalmente a través de imágenes culturales<sup>6</sup>, es decir, de fragmentos visuales de su paisaje urbano y su vida social, haciendo que estos mismos se transformen

---

<sup>2</sup> CAMACHO, 1996.

<sup>3</sup> OZOMEK, 2016.

<sup>4</sup> FERRARY, 2016.

<sup>5</sup> VÁZQUEZ DE LA ROSA, 2019.

<sup>6</sup> DALY, DIAS, PATULEIA, 2021.

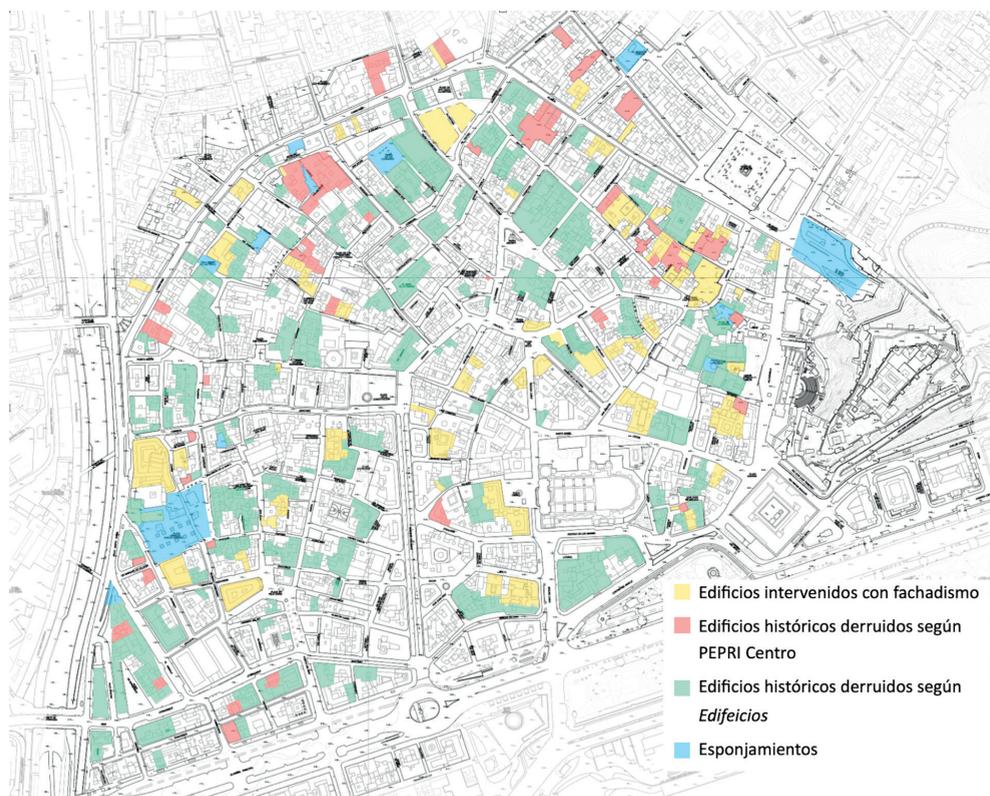


Fig. 1. Inmuebles afectados en el Centro Histórico de Málaga

Fuente: Gráfico del autor a partir de los datos del GIS del PEPRI Centro Málaga; OZOMEK, 2016; y trabajo de campo del autor

en objetos de consumo, de deseo y de experiencia. El fachadismo participa del embellecimiento y la estetización capitalista de los centros históricos al facilitar esa enmascarada imagen de autenticidad e historicismo. Con ello, favorece la producción mercantilista de una experiencia urbana basada en la espectacularidad de emociones consumibles, principalmente a través del turismo de la experiencia o cultural. Así, el paisaje urbano deviene reclamo turístico, en lo que se reconoce como «Efecto Las Vegas», un espacio urbano turistificado que pierde:

*detalles hasta hacer irreconocible su contenido original, que se reduce tan solo a su valor icónico. Los monumentos, los edificios emblemáticos o las calles más frecuentadas son reducidos a un signo, a un icono que reemplaza eficazmente a su referente<sup>7</sup>.*

<sup>7</sup> BENACH ROVIRA, 2016: 95.

Con esta aproximación cosmética, que rompe las coherencias entre continente y contenido arquitectónico y que niega la condición histórica de los inmuebles patrimoniales como bienes íntegros, se estimula la fomentación de una ciudad decorado, de entornos afectados por la tematización para estimular el rendimiento turístico, en los que la identidad urbana queda reducida a «un vulgar simulacro de consumo rápido»<sup>8</sup>. A ello se le suma que las edificaciones intervenidas, tras la construcción de la nueva fábrica, alteran los usos previos, principalmente mediante la conversión de las edificaciones históricas a usos terciarios y hoteleros, y generan procesos de gentrificación, expulsando y desplazando a los residentes tradicionales debido a la subida del precio de la vivienda, como ponen de manifiesto los inmuebles del Plaza del Teatro o los Almacenes Félix Sáenz. En otras palabras, el fachadismo favorece las dinámicas de turistificación al fomentar la «desposesión simbólica de los edificios y espacios de sociabilidad de los residentes tradicionales»<sup>9</sup>.

De esta manera, se aprecia una turistificación que se caracteriza por ser multidimensional, entrecruzándose diversos procesos como la gentrificación y la rehabilitación urbana, la tematización del paisaje urbano, la trendificación de los comercios tradicionales, la financiarización y la airbnbización del parque residencial a uso turístico y la mercantilización del espacio público, entre otros<sup>10</sup>. Todo ello ocasiona que los centros históricos se conviertan en barrios saturados ante un incremento exponencial de flujos turísticos, entornos zonificados, terciarizados e hiperespecializados en detrimento de la calidad de vida de los residentes, en lo que De la Calle Vaquero define como «una transformación funcional del espacio, con proliferación de las actividades vinculadas [...] al consumo de los visitantes»<sup>11</sup>.

## **2. EL CASO DE LA CALLE GRANADA Y EL FACHADISMO DEL PALACIO DEL MARQUÉS DE LA SONORA**

Calle Granada destaca por su recorrido sinuoso, propio de las tramas urbanas de las ciudades andaluzas, cuya morfología es resultado del antiguo caudal del arroyo del Calvario sobre la que fue erigida. El paso de los siglos ha ido modificando los usos de los inmuebles que la flanquean; desde agrupaciones de gremios en el siglo XVI, pasando por la instalación de conventos y palacios durante los siglos XVII y XVIII —como los conventos de Santa Clara y Capuchinas y de San Bernardo—, para dar paso tras las desamortizaciones del siglo XIX a negocios y establecimientos burgueses propios del quehacer decimonónico<sup>12</sup>. Con unos 460 metros de longitud, su trazado

---

<sup>8</sup> BRANDAO, 2011: 36.

<sup>9</sup> CRESPI-VALLBONA, DOMÍNGUEZ-PÉREZ, 2021: 72.

<sup>10</sup> CRESPI-VALLBONA, DOMÍNGUEZ-PÉREZ, 2021; DALY, DIAS, PATULEIA, 2021; GIL GARCÍA, 2021.

<sup>11</sup> DE LA CALLE VAQUERO, 2019: 3.

<sup>12</sup> CAMPO TEJEDOR, 2009: 32-34.



Fig. 2. Recorrido de calle Granada en la trama urbana  
Fuente: Gráfico del autor a partir de imágenes de satélite de Google Earth

quebrado se articula en torno a tres plazas de pequeñas dimensiones: la Plaza del Carbón, la Plaza del Siglo y la Plazuela Jesús Castellanos.

En la actualidad, esta calle —uno de los principales ejes del centro— ejerce un rol importante dentro de los flujos turísticos, destacando una ausencia considerable de mixtificación de usos en el tejido comercial. El análisis de los usos comerciales nos permite dilucidar cómo prácticamente la totalidad de sus establecimientos están destinados a captar el capital turístico, destacando el uso comercial, la hostelería y el uso hotelero. En el tramo comprendido entre la Plaza de la Merced y la intersección con calle Niño de Guevara destaca la concentración de diferentes establecimientos comerciales destinados a la venta de recuerdos y otros productos asociados con la ciudad de Málaga, lo andaluz, los souvenirs y la pseudo-artesanía, hallándose tan solo una farmacia y una pequeña tienda de ultramarinos de productos *gourmet* como establecimientos no orientados exclusivamente al sector turístico. Por otra parte, desde la calle Niño de Guevara a la Plaza de la Constitución se aprecia una mayor aglutinación de restaurantes, en parte debido a que el aumento del ancho de la calle permite la ocupación y privatización del espacio público por parte de terrazas de establecimientos. Además, se encuentran numerosas viviendas turísticas, como demuestra la plataforma *Airbnb*, y en ella también encontramos el caso de un fachadismo, el inmueble histórico n.º 34, perpetrado con el objetivo de, como bien detallan los promotores en el dossier comercial, invertir en un valor de mercado estratégico a través de su conversión en apartamentos turísticos.

De esta forma, calle Granada sobresale como una área altamente zonificada para el sector terciario, funcionando a su vez como una vía que interconecta distintos

equipamientos y espacios de gran afluencia turística, muchos de los cuales se encuentran en la propia calzada o en sus inmediaciones: entre ellos, el centro cultural sefardí, el centro de recepción de visitantes Ben Gabirol, el Museo Picasso, la Iglesia de Santiago, las bodegas El Pimpi, la Alcazaba, el Teatro Romano, el Teatro Echegaray o el Cine Albéniz. De hecho, la vía se encuentra inmersa dentro del entorno de interés turístico del Museo Picasso y del entorno del Bien de Interés Cultural de la Iglesia de Santiago, áreas en las que se ha producido una pérdida considerable del patrimonio local. En el caso del entorno del BIC de Santiago, en el que se encuentra el Palacio de la Sonora, la fábrica histórica ha sufrido una drástica transformación: solo 9 de las 29 edificaciones históricas se preservan hoy día, con 8 inmuebles intervenidos por fachadismo y 12 totalmente demolidos, dando lugar a unas alteraciones que afectan directamente al valor y a la apreciación del BIC<sup>13</sup>.



Fig. 3. Solar de inmuebles derruidos en el BIC Santiago  
Fuente: Fotografía del autor



Fig. 4. El Palacio de la Sonora actualmente  
Fuente: Fotografía del autor

Sin embargo, la mayor pérdida recae en el fachadismo del Palacio de la Sonora, perpetrado en 2003 (Fig. 4). El inmueble, situado en el n.º 61 de calle Granada, suponía una de las obras más importantes de la arquitectura civil de finales del Setecientos, de una importancia tal que estaba tutelado por el PEPRI Centro bajo un ámbito de Protección Integral —misma protección que la de la Catedral de Málaga—, siendo este el grado más alto de preservación, el cual exige una conservación íntegra. Tras un primer proyecto de hotel fallido en 2006 y la falta de nuevos promotores debido al estallido de la burbuja inmobiliaria, en 2016 una sentencia judicial confirmaría

<sup>13</sup> VÁZQUEZ DE LA ROSA, 2019: 91-92.

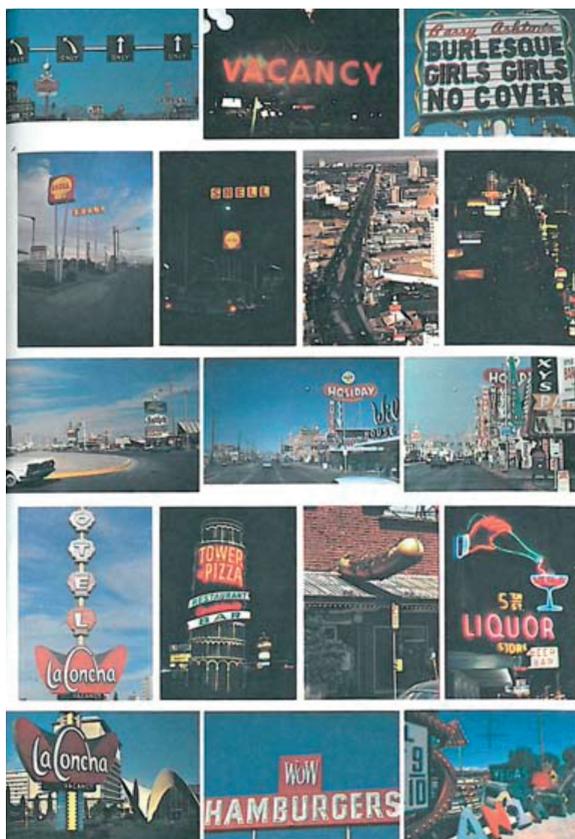


Fig. 5  
Elementos del paisaje urbano  
del Strip de Las Vegas  
Fuente: VENTURI, IZENOUR,  
SCOTT BROWN, 2013

que la destrucción del inmueble fue negligente, demostrándose el evidente ejercicio especulativo. En este mismo año el solar sería adquirido por el fondo de inversiones alemán *Activium SG* para edificar en él un hotel boutique de cuatro estrellas, un concepto hotelero que cobra fuerza en el turismo experiencial y que se basa en la ubicación de los hospedajes en residencias pequeñas ubicadas en emplazamientos históricos, únicos, con una carga histórica y simbólica autóctona. Si entendemos el consumo turístico como un «acto social y semiótico»<sup>14</sup>, la manutención de la fachada histórica por medio del fachadismo pretende transmitir la pervivencia de un pasado histórico a través de la conformación de una imagen mercadotécnica, convirtiendo el inmueble en un signo despojado de su significado original y transformándolo en anuncio publicitario.

Es por medio de estas prácticas publicitarias arquitectónicas, significativamente antiespaciales, por las que podemos establecer analogías entre la calle Granada y el

<sup>14</sup> ILLOUZ, 2009: 26.

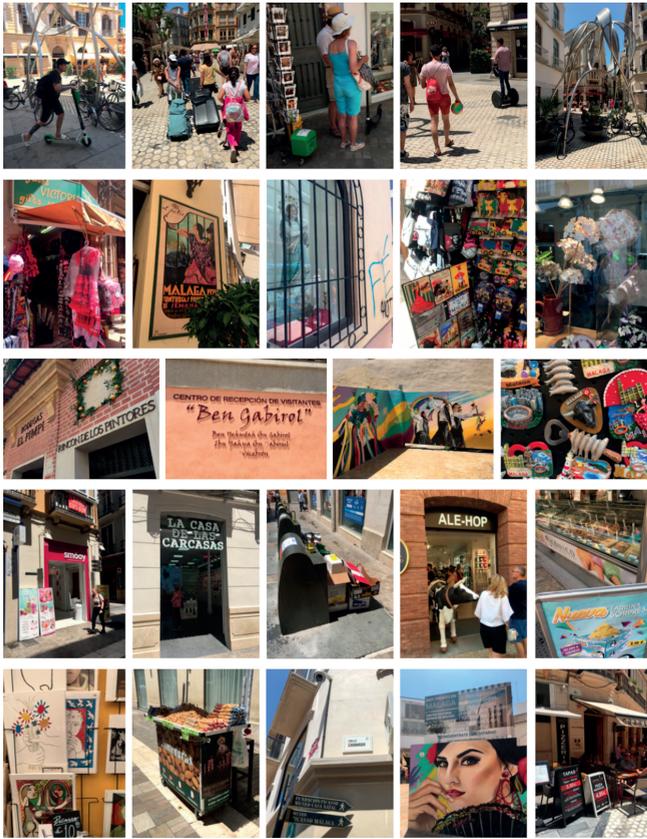


Fig. 6  
Elementos del paisaje urbano  
turistificado de calle Granada  
Fuente: Fotografía del autor

Strip de Las Vegas, un paisaje urbano caracterizado por el uso de la arquitectura como medio icónico de comunicación para el reclamo publicitario. De esta manera, al igual que las arquitecturas del Strip se orientaban hacia la vía, haciéndose énfasis en las fachadas-anuncios, «pues todo está volcado en la parte delantera y nadie ve lo de atrás»<sup>15</sup>, el fachadismo, dentro de su papel en la instrumentalización del paisaje urbano, mantiene esta lógica de la superficie en la que el edificio, en su función de contenido, pero sin continente, destaca como un elemento principal en el devenir de la calle en escenografía del discurrir turístico. Con ello, la calle y la experiencia urbana mediatizadas se desarrollan y contribuyen al desarrollo de una iconosfera turística, a la par que originan un paisaje urbano publicitario de elementos que buscan atraer la mirada turística y la acumulación del capital de dicha industria.

<sup>15</sup> VENTURI, IZENOUR, SCOTT BROWN, 2013: 73.

## CONCLUSIONES

Las dinámicas de turistificación de la ciudad de Málaga se caracterizan como un proceso de acumulación por desposesión que afecta considerablemente al entorno sociofísico de los barrios, tanto a nivel habitacional y económico, como vivencial, patrimonial y ciudadano. Entre mayo y junio de 2018 hasta el 25% del cupo habitacional de la almendra del Centro registrado en el censo había sido transformado en alojamiento turístico, anunciado en *Airbnb*<sup>16</sup>. La sobreexplotación turística a la que se ve sometida el Centro Histórico destaca por una lógica de mercantilización del espacio público y de los barrios, propiciada por parte de las administraciones locales a través del desarrollo de una economía enfocada en explotar la oferta turística de la ciudad. Para ello, el mantenimiento, la reestructuración y la (re)construcción de un centro cuyo paisaje urbano sobresalga por su ambiente histórico y su aspecto de autenticidad torna crucial para resaltar la singularidad del destino y fomentar con ello la atracción de turistas, como hemos visto con el caso de calle Granada. Finalmente, con el objeto de frenar este proceso de dualización ocasionado por la turistificación y los modelos de hacer ciudad que priorizan las esferas productivas, frente a otros más sostenibles que ponen la vida de los residentes en el centro y priorizan los cuidados, se propone como alternativa la articulación de nuevas estrategias socioeconómicas que partan del decrecimiento turístico, de manera que se mejore la calidad de vida de los residentes afectados por la saturación turística.

## REFERENCIAS

- BENACH ROVIRA, Núria (2016). *¿Ciudades en el mapa o en la guía turística? Venta de la ciudad y sentido del lugar*. «Revista CIDOB d'Afers Internacionals». 113, 89-105. DOI: <https://doi.org/10.24241/rcai.2016.113.2.89>.
- BRANDAO, Pedro (2011). *La imagen de la ciudad. Estrategias de identidad y comunicación*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la U. de Barcelona.
- DE LA CALLE VAQUERO, Manuel (2019). *Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate*. «Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles». 83, 1-40. DOI: <https://doi.org/10.21138/bage.2829>.
- CAMACHO, Rosario (1996). *Málaga pintada. La arquitectura barroca como soporte de una nueva imagen*. Atrio. «Revista de Historia del Arte». 8:9, 19-36.
- CAMPO TEJEDOR, Alberto (2009). *Proceso de peatonalización y nueva sociabilidad. Los casos de Sevilla y Málaga*. Sevilla: Fundación Centro de Estudios Andaluces.
- CRESPI-VALLBONA, Montserrat; DOMÍNGUEZ-PÉREZ, Marta (2021). *Las consecuencias de la turistificación en el centro de las grandes ciudades: el caso de Madrid y Barcelona*. «Ciudad y territorio: Estudios territoriales». 53: M, 61-82. DOI: <https://doi.org/10.37230/CyTET.2021.M21.04>.
- DALY, Pauline; DIAS, Álvaro; PATULEIA, Mafalda (2021). *The impacts of tourism on cultural identity on Lisbon historic neighbourhoods*. «Journal of Ethnic and Cultural Studies». 8:1, 1-25. DOI: <https://doi.org/10.29333/ejecs/516>.

---

<sup>16</sup> SÁNCHEZ, ORDAZ, 2018.

- FERRARY, Miguel (2016). *El Centro ha perdido uno de cada cuatro edificios históricos en quince años*. «La Opinión de Málaga». (24 ene. 2016). [Consult. 3 Oct. 2021]. Disponible en <<https://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2016/01/24/centro-perdido-cuatro-edificios-historicos-28462357.html>>.
- GIL GARCÍA, Javier (2021). *Turistificación, rentas inmobiliarias y acumulación de capital a través de Airbnb. El caso de Valencia*. «Cuadernos Geográficos». 60:1, 95-117. DOI: <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v60i1.13916>.
- ILLOUZ, Eva (comp.) (2009). *Capitalismo, consumo y autenticidad. Las emociones como mercancía*. Buenos Aires: Katz Editores.
- OZOMEK, Antón (2016). *Cronomapa del Expolio en el BIC Centro Histórico de Málaga 1957-2016*. «Edificios: Paisaje Urbano Patrimonio BIC Centro Histórico de Málaga». (10 jun. 2016). [Consult. 3 Oct. 2021]. Disponible en <<https://bodrios-arquitectonicos-centro-malaga.blogspot.com>>.
- POPA, Andreea; ENACHE, Cristina (2019). *Decoding the Urban Landscape*. «Postmodern Openings». 10: 1, 272-2179. DOI: <https://doi.org/10.18662/po/66>.
- SÁNCHEZ, Raúl; ORDAZ, Ana (2018). *¿Cuántas viviendas de tu barrio están en Airbnb?* «elDiario.es». (2 sept. 2018). [Consult. 3 Oct. 2021]. Disponible en <[https://www.eldiario.es/economia/concentracion-airbnb-manzana-viviendas-vacacional\\_1\\_1961096.html](https://www.eldiario.es/economia/concentracion-airbnb-manzana-viviendas-vacacional_1_1961096.html)>.
- VÁZQUEZ DE LA ROSA, Héctor (2019). *Fachadismo expandido. Instrumentalización del patrimonio local del Centro Histórico de Málaga*. Barcelona: Universitat de Barcelona. Trabajo de Fin de Máster. [Consult. 3 Oct. 2021]. Disponible en <<http://hdl.handle.net/2445/139276>>.
- VENTURI, Robert; IZENOUR, Steven; SCOTT BROWN, Denise (2013). *Aprendiendo de Las Vegas. El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili.

