

Intervención en la mesa redonda “Cabanyal. Iniciativas ciudadanas”.

Intervención preparada por Marga Alcalá-Santaella, Pep Martorell, Maryland Morant y Carmen Sevilla.

Nuestras respectivas experiencias profesionales y la opinión y dictámenes de numerosas instituciones, personalidades y expertos internacionales, nos permiten sostener, defender y reforzar el mensaje de que el Marítimo es un barrio de alto valor tanto por sus recursos culturales como por su patrimonio, que ofrece a la ciudad de Valencia, una gran oportunidad de desarrollo...

Siempre y cuando la ciudad no le obligue a olvidar su origen: el mar.

Fue precisamente comentando cosas sobre el Marítimo, cuando convinimos que es necesario buscar soluciones para su futuro. Nosotros apostamos claramente por el campo del turismo, siendo necesario, a nuestro juicio, crear un producto diferenciado. Pensamos en soluciones que, sin olvidar la tradición, más bien de su mano, deben de asentarse en la modernidad para lograr la necesaria rentabilidad.

Pero, ¿atraer turismo?...

Tenemos que reconocer que no es fácil. Porque ¿A cuántos de nosotros, paseando por nuestras calles, no nos han asaltado dudas? ¿A quien de cuantos hablamos o invitamos a ver el Marítimo no le han preguntado si es seguro, o han mostrado reticencias? ¿Quién de nosotros que haya acompañado alguna visita por el Marítimo no habrá captado una mirada de duda?

No, desde luego no es fácil... Aunque pensamos que es posible.

Para encontrar soluciones, necesitábamos analizar sus características actuales. Nos encontramos ante un barrio con:

- Inseguridad ciudadana
- Deterioro de inmuebles
- Población envejecida,
- Despoblamiento,
- Marginalidad
- Falta de unidad social,
- Malas condiciones de salubridad,
- Deterioro de los inmuebles,
- Escaso atractivo para actividades económicas y servicios.

Deficiencias que, a pesar de su innegable importancia, no logran ocultar las grandes potencialidades del Marítimo

- Como un patrimonio histórico que ha hecho que en 1993 se catalogara el Marítimo como un Bien de interés cultural. O que este año, el World Monuments Fund, lo singularizara como un Patrimonio cultural en peligro.
- Son estas potencialidades que la gran mayoría de quienes lo visitan descubren y resaltan, las que alumbran una demanda turística real y potencial, y las que nos han animado a trazar nuestros proyectos.

Con esperanza porque hemos visto que otras ciudades han logrado superar con éxito dificultades como las que actualmente se asientan en el Marítimo. Les voy a mencionar unas cuantas, todas ellas con fachada marítima o fluvial y, si se fijan, comprobarán como todos sus problemas se ven reunidos en los del Marítimo, ¿y por qué no sus soluciones?

En Ottensen, barrio de la ciudad alemana de Hamburgo, se consiguió la rehabilitación y modernización de los edificios, **por la presión de la protesta vecinal.**

En Glasgow (Escocia) se trabajó en **regenerar la percepción de la ciudad y la recuperación de la confianza de los ciudadanos** y la satisfacción de encontrar en la ciudad un lugar donde trabajar y vivir.

En Plymouth (Gran Bretaña) **se crearon nuevos productos** como el antiguo mercado de pescado y el Acuario Marítimo Nacional.

Y por último, el caso de los Docklands de Londres que son un ejemplo de **cambio en la sensibilidad de las autoridades que dio lugar a la creación de un grupo de trabajo** para la atracción de nuevas inversiones, y de población residente.

Analizando estos ejemplos nos dimos cuenta que la recuperación del Marítimo no es una entelequia. Es posible. Se necesita: voluntad... Pero no solo. También requiere proyectos y eso es lo que nos animó a diseñarlos.

Nuestro **OBJETIVO** es pues, ofrecer un proyecto que ponga en valor el Marítimo, basándonos en sus potencialidades turísticas.

No fue difícil llegar a esta conclusión, pues el Marítimo es el barrio sobre el que más se ha escrito. El diseño de su futuro se ha contemplado por trabajos de muchos años y de gran nivel. Encuestas, evaluación de recursos culturales,

inventarios de equipamientos e infraestructuras; datos estadísticos, fotografías y testimonios. El material es extenso y de gran calidad.

Pero entendemos que ha llegado el momento de diseñar actuaciones. Acabamos de escuchar dos de ellas, a las cuales nos queremos sumar, con unos productos que quieren poner de relieve el valor del Marítimo como producto turístico diferenciado, donde el clásico concepto de sol y playa, con toda su importancia, se convierte en un complemento. Desde luego muy interesante. Porque, en el caso del Marítimo, el mar, fiel e inseparable compañero de viaje en todos los tiempos, ha inspirado y continúa inspirando e impregnando el conjunto de este entorno singular, donde la playa, el puerto y la trama urbana forman un espacio único e inseparable.

Queremos recalcar el concepto de espacio único e inseparable, en el que no caben soluciones parciales, pues una decisión afecta a todo el conjunto.

Pero, para llevar a cabo con éxito estas actuaciones, es necesario, en primer lugar, recuperar la

IMAGEN DE SEGURIDAD Y NORMALIDAD

Es interesante aclarar, por lo que se refiere a la inseguridad ciudadana que, según las estadísticas que en reiteradas ocasiones, han sido facilitadas por la Delegación del Gobierno, el Marítimo es tan seguro o inseguro como cualquier barrio del resto de la ciudad.

No obstante, el entorno tiene una determinada imagen, que requerirá tiempo cambiar. Pero es imprescindible. Por eso hemos de trabajar en esa dirección, porque esa imagen de degradación e inseguridad provoca

- a) entre los vecinos frustraciones en sus expectativas de futuro, desesperanzas, y posturas irreconciliables
- b) entre el resto de la ciudadanía, temores y reticencias a la hora de acercarse o de recomendar hacerlo.

La revitalización del barrio pasa, a nuestro juicio, por dejar muy clara su identidad. Su propia identidad. La que le otorga su pasado mariner. Actualizándola y haciéndola atractiva, para lograr, como indicaba un hermoso artículo de Manuel Peris, recientemente publicado en el diario El País, “un hermoso espacio que simboliza el Cabanyal a salvar. Un Cabanyal moderno y humano, culto y popular, que podría ser y no le dejan ser”.

En este punto hay que agradecer la labor que vienen desarrollando entidades sociales y culturales que han alumbrado iniciativas como Teatre Intim, Portes Obertes o Tastem el Marítim, las cuales se van a ver ampliadas con otras nuevas como Arxiu Viu, Viu al Cabanyal, o como las que vamos a exponer, que tienen como objetivo la puesta en valor turístico del Marítimo y que quieren mostrar y proclamar que el Marítimo es un espacio vivo.

A través de todas estas iniciativas se pretender construir un futuro en el que

- a) los vecinos del Marítimo recuperen su orgullo por vivir en un lugar tan especial
- b) se logre la atención y estima del resto de la población.

Por eso, a nuestro juicio, la revitalización del barrio pasa necesariamente por:

- a) una comunión de ideas entre todos los agentes políticos y sociales.
- b) una política que fomente la creación de actividades y puestos de trabajo, con medidas de apoyo, facilidad de concesión de licencias, eliminar trámites.

Somos conscientes de su dificultad, al menos a corto plazo, pero también de que jugamos con la gran ventaja de tener un barrio que estaría mimado en cualquier otra ciudad.

Y también aquí debería ser posible si nos atenemos a la opinión de los expertos en temas urbanísticos y territoriales, como la del arquitecto Jean Nouvel que, en 2007, quedó prendado del Marítimo. Tanto, que lo incluyó como uno de los puntos fuertes de su proyecto de fachada marítima de Valencia. El Cabanyal como un museo al aire libre. Una galería de arte repleta de casas maquilladas según la estética del modernismo popular de principios del siglo XX. Planteó que la rehabilitación del Cabanyal era necesaria. Ojo y también sencilla. Bastaba con actuar en puntos estratégicos para sanar la zona aquejada.

Como, por ejemplo, el entorno marinero, con especial atención a la preservación de Casa dels Bous, Tenyidors, Frigorífics, además de la Lonja de Pescadores, conjunto de principios del siglo XX cuya historia rezuma mar, el mismo mar que inspiró a Sorolla para plasmar en sus lienzos la vida en la playa del Cabanyal.

La misma playa del Cabañal que internacionalizaron Sorolla y Blasco Ibañez, y a cuyo conocimiento siguen contribuyendo a diario, establecimientos como La Pepica, La Marcelina, o el Hotel Las Arenas.

Y qué decir de las Atarazanas, templo de la construcción de embarcaciones y sempiternas candidatas a albergar el Museo Marítimo, donde poder contar la historia marinera de la ciudad.

Todos ellos son indudables puntos de interés que liderados por el edificio de Veles e Vents tienen una fuerza potente para actuar como elemento dinamizador para recuperar la Dársena Interior.

O las muestras del modernismo popular que se encuentran en el Marítimo.

¡Claro que deben de promocionarse las muestras modernistas del Mercado Central, del Mercado de Colón o de la Estación del Norte!, pero ¿por qué silenciar las muestras modernistas en el Marítimo?

Las podemos contemplar en las fachadas de casas de la calle Mediterráneo o de la calle José Benlliure que recuerdan la pesca, o contemplando los tinglados

del puerto que recuerdan los intercambios comerciales de Valencia con todos los países ribereños del Mediterráneo. ¡Qué pena que ahora languidezcan esperando que los liberen de los mordiscos de las sedes de los desafíos.

Como vemos el Marítimo cuenta con un patrimonio singular. Con personalidades y esto es muy importante, que son referentes mundiales. Con una historia enraizada con la ciudad de Valencia a la que hay que descubrirle que el Marítimo forma parte de su historia. ¿Por ejemplo, indicando en algún lugar del centro, detrás del edificio de Correos, que allí estuvo el antiguo Barrio de Pescadores?

Repito, son argumentos con una enorme fuerza turística, que unidos a los eventos que anualmente tienen lugar en el Marítimo, deben de promocionarse

- entre los propios valencianos
- entre los visitantes, cada vez más numerosos.
- entre los cruceristas (más de 400.000).
- entre colectivos específicos como los Erasmus (posiblemente la ciudad española con mayor número).

Y como el camino se demuestra andando y tenemos voluntad de andar, les adelanto dos primicias.

La primera, una ruta turística

El día 7 de enero, a las 11 horas, desde la puerta de las Reales Atarazanas, se iniciará la primera ruta guiada al Marítimo, con un título tan sugerente como “Paseando por los poblados de la mar. Interpretación del patrimonio”, donde se explicará todo cuanto aquí hemos comentado.

Desde esa fecha, todos los primeros sábados de mes, se ofrecerá esta ruta.

La segunda, una ruta autoguiada

El Grupo de Investigación de Cartografía, Geodesia y Tecnologías de la Universidad Politécnica es experto en este tipo de rutas con el fin de promocionar las visitas turísticas a espacios con patrimonio cultural relevante. Así lo ha hecho con el Parc Fluvial del Turia o con Petra.

La buena noticia es que actualmente está en contacto con la Asociación de Comerciantes y Profesionales – ACIPMAR - para llevar a cabo una ruta autoguiada del Marítimo. Esta prevista la realización de una tirada de 25.000 ejemplares para incitar a los turistas a visitar nuestro barrio.

De esta manera estamos colaborando con lo que ayer mismo solicitaban los presentantes de las entidades empresariales con motivo del análisis de los resultados del ave Madrid-Valencia. Todos alababan el buen servicio pero reclamaban mayor promoción turística.

Aquí las tienen. Hagan uso de ellas. Inclúyanlas en sus promociones

CONCLUSIONES

Es hora de terminar esta intervención y conviene hacer una breve síntesis con los puntos que merecen destacarse.

En primer lugar, hemos querido presentar un producto diferenciado que ponga en valor turístico el Marítimo, resaltando que es una gran oportunidad para la ciudad.

Para ello es imprescindible lograr, los siguientes objetivos

- Revitalización del barrio,
- Fomentar en el ciudadano el orgullo por su barrio marinero.
- Dinamización económica del barrio
- Promoción del Marítimo como espacio económico único, con el fin de atraer nuevas actividades económicas y artísticas que creen puestos de trabajo.

Para ello es necesario:

- Erradicar la imagen de inseguridad
- Imprescindible el Consenso político
- La recuperación y rehabilitación del patrimonio histórico y urbanístico
- Salvaguardar la idiosincrasia del entorno
- Intervenciones que faciliten un espacio plurifuncional donde coexista la vivienda, el comercio, el turismo, la cultura.
- Diferenciación del Marítimo como oferta turística.

Alcanzar este objetivo tendrá, sin duda, consecuencias económicas, sociales y turísticas.

Si sumamos estos proyectos a los eventos que tienen lugar en el Marítimo, nos damos cuenta de que es posible lograrlo. Porque, no hay ningún otro barrio de la ciudad donde se den cita tantas actividades.

Todas ellas por si mismas son importantes pero, debidamente coordinadas, reforzándose unas con otras, constituirían un impacto importante y una muy efectiva promoción para convencer a emprendedores e inversores, propios y extraños.

En esta actividad, la colaboración de la Asociación de Vecinos y de la Asociación de Comerciantes y Profesionales del Marítimo – ACIPMAR – es imprescindible.

Cuanto más se profundiza en el conocimiento del Marítimo, más son evidentes las posibilidades de dar la bienvenida a la modernidad, de la mano de la tradición, con el fin de construir un barrio que atraiga visitantes, al tiempo que promocióne actividades y cree puestos de trabajo.

No se trata del sueño de una noche de verano. Puede hacerse realidad. Es necesario promocionar el Marítimo para convencer a todo el mundo porque, justo es reconocer que parte de la población no comparte esta visión de futuro. Volver a contagiarles nuestra ilusión es una asignatura pendiente. Afortunadamente, a diario, el testimonio de las personas que sin ser nacidas aquí, han decidido vivir aquí y lo defienden, nos ratifican en que es posible. Ellas y muchas más que vendrían si se les diera facilidades, son el germen de la deseada regeneración y recuperación del Marítimo. Ese ha sido el objetivo de esta intervención que esperamos haya despertado su atención.