



Unión Progreso y Democracia

**VALORACIÓN Y SUGERENCIAS DESDE EL
GRUPO MUNICIPAL UPYD AL PLAN TURÍSTICO
“SABEMOS EMOCIÓN ARTE” DE LA
CONCEJALÍA DE TURISMO DEL AYTO. DE
MOLINA DE SEGURA**

En Molina de Segura, a 30 de enero de 2012

Introducción

El pasado 12 de enero, el Ayuntamiento de Molina de Segura presentó a los medios un plan de acción para promocionar el turismo en nuestra ciudad que, bajo el lema de “Sabemos Emoción Arte”, contemplaba tres rutas turísticas: medieval, entre chimeneas y de compras.

Sin embargo, entre la oposición política del Consistorio poco más sabemos que lo leído en los medios de comunicación sobre este plan turístico. Desde este Grupo Municipal solicitamos información a la Concejalía de Turismo, para que, al menos, se nos facilitaran los trípticos de las rutas que se mostraron a la prensa en la presentación.

Desconocemos, a pesar de haber preguntado, si existe un documento estratégico que incluya distintos aspectos para desarrollar el plan, especialmente para su comunicación y difusión. Tampoco tenemos noticia de dotación presupuestaria para llevarlo a cabo, o de inversiones previstas para mejorar el aspecto de muchas zonas que se contemplan en las citadas rutas.

Es por ello, en base a la información de la que disponemos (solamente los trípticos en formato digital y lo leído en la prensa) y de una revisión sobre el terreno de las rutas propuestas, que deseamos hacer una valoración de este plan, así como lanzar algunas sugerencias que podrían servir para mejorar la propuesta realizada desde la Concejalía de Turismo.

Algunas consideraciones sobre de las tres rutas presentadas

La ruta “**Molina medieval**”, por las inversiones realizadas, es sin duda una de las más prometedoras de este plan turístico: con el Enclave de la Muralla, la escultura de Valdés, la apertura de la calle Ebro y las muchas mejoras que han tenido lugar en el histórico barrio del Castillo. En este punto, reconocemos que tiene potencial para ser una gran atracción turística, así como de disfrute para todos los molinenses.

Pese a ello, no podemos dejar de considerar que ha habido cierta improvisación en la presentación de la ruta y la puesta en marcha de las visitas guiadas, ya que la zona aún está en obras, aunque muy avanzadas, como tampoco hay en marcha todavía una oficina de turismo en Molina de Segura.

Por otro lado, creemos que habría sido necesario y positivo para mejorar la imagen del complejo de La Muralla que se hubiera previsto en el proyecto el soterramiento de los contenedores que están muy cerca de la entrada, en la Calle Pensionista.

Además, pensamos que se deberían impulsar iniciativas dirigidas a dar más vida cultural y comercial a la ruta medieval. Por ejemplo, una idea podría ser traer un mercado medieval a las calles del barrio del Castillo. Los pocos mercados de este tipo que hay en la Región (Cartagena o Totana, y especialmente Caravaca) tienen mucho éxito de afluencia. No hay más que darse un paseo por el mercado caravaqueño, podemos encontrar allí a muchos vecinos molinenses! Con iniciativas como ésta atraeríamos visitantes de muchos municipios cercanos, ya que no se hace algo parecido por la zona.

En cuanto a la **ruta de “entre chimeneas”**, consideramos muy acertada la elección de estos elementos para integrar una de las rutas turísticas del municipio. Incluso entendemos que tales chimeneas son la representación más certera para Molina de Segura y pudiendo constituirse en el epicentro de su imagen hacia el exterior. Son reflejo de su pasado industrial, y el entorno más cercano que las rodea se debe mejorar y potenciar para destacar la transformación y evolución del municipio.

El entorno que rodea a alguna de estas chimeneas, pondremos el ejemplo concreto de la chimenea de Prieto, en San Roque, no es el más adecuado para poder presentarse a los turistas. Se trata de una zona muy degradada, que creemos no se habría tenido que incluir en la ruta. En este entorno cercano a la chimenea hay suciedad, polvo, paredes semiderruidas, y mini vertederos improvisados y abandonados. Por otro lado, la propia chimenea se encuentra muy deteriorada y con pintadas, tal y como se puede observar en las siguientes fotografías. Algo parecido podemos decir de la segunda chimenea de Prieto, también incluida en la ruta.

Resulta imprescindible rehabilitar y cuidar estas chimeneas para que luzcan lo mejor posible ante los visitantes, tanto estas como el entorno más inmediato que las rodea. En este sentido, deben también ofrecer algo más de información histórica, aunque sea de forma somera: colocando placas informativas con su nombre, lo que se hacía en esa fábrica, etc.

Y yendo un paso más allá de esta imprescindible restauración, creemos que se podrían convertir en el centro de otro tipo de actividades culturales: performance, actuaciones del festival del teatro, o incluso darles valor artístico añadido más allá del “frío” ladrillo pintándolas o decorándolas. De entre las muchas opciones para mejorar su aspecto, se podría invitar todos los años a un artista de cierto renombre para pintarlas. Incluso existen movimientos de arte urbano en alza menos invasivos que la pintura o el graffiti como el conocido “yarn bombing”, un arte sostenible que decora el mobiliario público y esculturas con punto y crochet, resultando muy vistoso.

En cualquier caso, estaría la opción de organizar un concurso de ideas entre artistas del municipio y de fuera de él de cara a aportar opciones para decorar o mejorar el aspecto de las chimeneas.

Fotografías. Chimenea de San Roque y entorno









Chimenea de Prieto en Avenida de la Industria



Nos centramos ahora en la tercera de las rutas “**Molina Shopping**”, indispensable para impulsar un sector, el del comercio tradicional en Molina de Segura, que está amenazado por muchos frentes y sobre el que la administración pública municipal debe seguir manteniendo un firme compromiso por su dinamización, promoción y reactivación.

No cabe duda que esta ruta contribuye a poner en valor una actividad que es seña de identidad de nuestro municipio, esencial para la economía local y para crear puestos de trabajo. Pero consideramos que son necesarias otras actuaciones paralelas.

Desde UPyD apostamos por un plan integral para reactivar la zona comercial de Molina de Segura, tal y como recogimos en la moción sobre comercio histórico que elevamos al Pleno ordinario del mes de noviembre, que recogía igualmente la creación de una ruta comercial muy similar a la que la concejalía de turismo plantea ahora.

Los centros vitales de la actividad comercial de Molina de Segura están, tal y como recoge en la ruta, en el barrio centro y su entorno. Este barrio ha perdido mucha de su actividad y vida con el cierre de muchos locales, así como de servicios ya emblemáticos como la oficina de correos situada en el Paseo Rosales, que llevaba a muchos ciudadanos a transitar a diario por la zona, y, por tanto, también entre los comercios situados allí. En este sentido, el Ayuntamiento debería hacer un esfuerzo para que el local de esta oficina, que pertenece al Estado, y que está cerrado desde hace varios años, sea destinado a algún servicio público.

Por otro lado, la limpieza sigue siendo una asignatura pendiente en el municipio, y fundamental, cómo no, para que la ciudad ofrezca una imagen saludable, como hemos reclamado a través de distintas iniciativas (moción sobre limpieza viaria del mes de septiembre).

Así mismo, demandamos un mejor aspecto del pasaje Doyca (situado en el centro de la actividad comercial), a través de escrito pasado por registro el 30 de noviembre de 2011 (entrada 22072), donde había mucha suciedad aculada en el pavimento, y que cuenta con unas escaleras en mal estado. Aprovechamos para recordar que el pasaje tampoco es accesible, ya que no cuenta con rampa para poder cruzarlo.

En cualquier caso, resultaría imprescindible encontrar las inversiones necesarias para convertir las zonas de especial concentración de comercio en auténticos espacios de ocio, cultura, recreo y paseo, poniendo en valor estas áreas, reactivar los comercios ya existentes y estimular la creación de otros nuevos, para aumentar también así el atractivo de los visitantes. En este sentido se deberían estudiar proyectos de peatonalización de algunas calles del barrio centro por fases y tramos.

En este punto ayudaría mucho que se elaborara de una vez por todas un proyecto de movilidad urbana, intensificando el uso del transporte público dentro del casco urbano. Aunque se hará en parte con la gratuidad de este servicio, hacen falta recorridos más acordes a las necesidades de movilidad que se detecten.

Otra asignatura pendiente, y estrechamente relacionada con la anterior, es el estudio de un parking disuasorio en alguna de las entradas del municipio.

Entendemos, en definitiva, que debe haber sinergias entre las distintas ofertas culturales, de ocio, de comercio, de paseo y de movilidad dentro de la ciudad.

La campaña turística en Internet

Desde UPyD hemos puesto siempre hincapié en la importancia de la imagen que debe transmitir un Consistorio a través de Internet. Con una web interactiva y usando los canales que nos permiten las redes sociales (Facebook, Twitter, You Tube, Flickr, etc.) se puede ganar en visibilidad, credibilidad y transparencia, usando esas plataformas sociales para transmitir todo tipo de información en varios soportes.

Sabemos también que hay que emprender estos esfuerzos desde la responsabilidad y la planificación. Hablamos de la imagen de una institución como el Ayuntamiento de Molina de Segura, con todo lo que ello conlleva, pero también insistimos en que hay que perder el miedo, ni hay por qué tenerlo si se hacen las cosas bien. Entendemos que la improvisación no es recomendable.

Sin embargo, nos parece inviable en los tiempos que corren que se haya presentado una imagen turística para Molina de Segura sin haber planificado previamente su difusión 2.0. Aquí, entendemos que sí ha habido improvisación. Consideramos muy complicado que la campaña alcance los objetivos deseados (si es que se han determinado, lo desconocemos), sin haber previsto las herramientas y canales que vamos a usar para darla a conocer.

No tenemos aún una web turística interactiva y que integre los medios sociales, ni sabemos qué herramientas y canales utilizaremos para alcanzar cierta viralidad: no sólo la web, sino también redes sociales, blogs, correo electrónico, etc. Tampoco se dispone de un vídeo de la campaña para difundir por estas redes. Tan solo disponemos de un archivo en pdf de los folletos de las tres rutas.

No contamos con vídeo para difundir la campaña, ni tampoco con un medio multimedia para difundirla. Nuestro consistorio no tiene cuenta en You Tube, ni se ha creado un canal de televisión online institucional (que tendría un bajo coste) para poder realizar esta difusión, y volcarlo a plataformas de redes sociales.

Nosotros, desde UPyD, insistimos en el bajo coste de estos recursos. Hablamos de canales gratuitos que ya existen y que podemos aprovechar para llegar a los usuarios. Lo que nos llama la atención es que todo esto no se haya previsto con anterioridad a la presentación de la campaña.



Dotación presupuestaria

No hemos encontrado en los presupuestos del Consistorio para 2012 una dotación presupuestaria dentro de las partidas destinadas al turismo que hagan referencia a este plan. Es por ello que entendemos que se ha tratado de una iniciativa improvisada y que no se han contemplado los recursos necesarios para poder desarrollarla con éxito: un plan de difusión, inversiones para actuaciones relativas a mejorar los entornos de cada una de las rutas, etc. También desconocemos qué esfuerzos se están haciendo para atraer la inversión privada en estos tiempos difíciles que corren.

En definitiva

Deseábamos transmitirle, como responsable de turismo, nuestras dudas y sugerencias sobre la campaña presentada, especialmente relacionadas con cierta opacidad en todo lo que ha rodeado su presentación. No sabemos cómo y con qué antelación se ha planificado; desconocemos la estrategia de difusión; e ignoramos cuánto va a costar. Créanos si le decimos que el hecho de que los concejales de la oposición nos enteremos por la prensa de tal iniciativa es un fiel reflejo de las dudas que le acabamos de expresar.

Desde UPyD tenemos plena confianza en la capacidad de los profesionales que en materia de cultura y turismo tiene nuestro Ayuntamiento. Por ello, le rogamos que entienda nuestros comentarios desde la crítica expresada hacia el terreno de un necesario impulso político que no hemos visto en esta campaña en lo relativo a su planificación.

Esperamos tenga a bien considerar alguna de las sugerencia que le hacemos llegar, siempre con la mejor de las intenciones.

Reciba un cordial saludo,

Grupo Municipal UPyD
Ayuntamiento de Molina de Segura
En Molina de Segura, a 30 de enero de 2012