

# Paisaje, patrimonio y arquitectura en los destinos turísticos litorales. Notas sobre la Costa del Sol\*

Lourdes ROYO NARANJO  
Universidad de Sevilla  
Dpto. Historia, Teoría y Composición Arquitectónicas  
lroyo@us.es

## RESUMEN

El territorio turístico se presenta como un verdadero laboratorio, consecuencia de la complejidad en las formas y modos de habitar. Los espacios turísticos son capaces de generar maneras distintas de estar en el territorio y diferentes modelos y propuestas de ciudad. Cabría ahora trabajar sobre una de las piezas clave de estos espacios turísticos de costa: el paisaje. Junto a ello, la arquitectura turística debe ser entendida, reconocida, valorada e identificada, desde este compromiso de permeabilidad y diversidad, como pieza clave del patrimonio arquitectónico del siglo XX. En este artículo presentamos un acercamiento a todos estos aspectos en un ejercicio de revisión, hasta ahora no elaborado, como enfoque multidisciplinar donde la arquitectura turística se convierte en la verdadera protagonista de la Costa del Sol.

**Palabras clave:** Patrimonio; paisaje; arquitectura; turismo; Costa del Sol.

## Landscape, Heritage and Architecture in Coastal Tourist Destinations: Notes on the *Costa del Sol*

## ABSTRACT

The tourist territory is presented as a real laboratory, due to the complexity in the forms and modes of living. The tourist spaces are able to generate different ways of being in the territory and different models and proposals for cities. We could now work on one of the key parts of these coastal tourist areas: the landscape. Along with this, the tourist architecture must be understood, recognized, valued and identified from this commitment of permeability and diversity, as a major piece of twentieth century architectural heritage. In this paper we present an approach to all these aspects in a review exercise -so far not developed as a multidisciplinary approach- where the tourist architecture becomes the true protagonist of the Costa del Sol.

**Key words:** Heritage; landscape; architecture; tourism; Costa del Sol.

---

\* El trabajo aquí presentado recoge una síntesis del material elaborado en la Tesis Doctoral defendida en la Universidad de Sevilla (E.T.S.A.) el 13 de diciembre de 2010: *Málaga 1930-1980: turismo, desarrollo, arquitectura. La aventura de la modernidad*, y que obtuvo la calificación de sobresaliente *cum laude* por unanimidad. El tribunal constituido para su defensa estuvo presidido por la catedrática Rosario Camacho Martínez junto con los profesores Antonio Pizza, Víctor Pérez Escolano, Teresa Pérez Cano y José Ramón Moreno Pérez. La dirección de la misma ha tenido como tutor al catedrático Eduardo Mosquera Adell, durante los cinco años de trabajo que han llevado a su presentación final, gracias a una Beca de Formación del Profesorado Universitario del Ministerio de Educación, dedicados a la investigación y al estudio del patrimonio turístico en la provincia de Málaga así como en diversas ciudades litorales.

## A modo de introducción: unas notas de historia, paisaje y turismo

Desde las primeras formulaciones teóricas que definieron la Costa del Sol como destino turístico de primer orden, el paisaje se ha convertido en el verdadero protagonista de una historia tanto de turistas como de inversores. La dimensión paisajística y más concretamente su valoración como elemento clave en el engranaje proyectual litoral, comienza a incorporarse en los últimos años al planeamiento territorial y en especial al diseño de los espacios turísticos. Una línea de trabajo que genera en la actualidad investigaciones mayoritariamente centradas en el turismo de costa y que necesariamente obliga a revisar el concepto patrimonial de dichos planteamientos. Así pues, creemos conveniente establecer un análisis del paisaje como elemento configurador de un espacio concreto, como es la Costa del Sol, cuyas aportaciones han jugado desde sus primeros ejercicios programados y de control urbano y turístico, un desconocido papel.

Estableciendo una revisión centrada en los diagnósticos urbanísticos e informes elaborados desde principio de los años 60 hasta la década de los años 80 del turismo en la costa malagueña, constatamos la existencia de numerosos programas y planes de ordenación que cuidaron minuciosamente el estudio de las visuales, perspectivas y embellecimiento de la línea de costa, controlaban crecimientos y atendían a la calidad paisajística de los pueblos costeros<sup>1</sup>. Hoteles y ciudades en primera línea de playa, vistas preferentes y visuales controladas. Junto a ello y de forma paralela a dicho reconocimiento moderno del paisaje, se fue trabajando en una identificación del mismo como recurso con el que transformar completamente el litoral en un nuevo territorio, actualmente con síntomas de agotamiento.

El rescate y conocimiento de tales planteamientos hasta ahora no estudiados, permitirían establecer nuevas líneas de investigación en torno a los elementos definidores de la Costa del Sol como destino turístico en revisión, puesto que, en su momento, favorecieron el entendimiento moderno de su configuración como destino de costa bajo la atenta mirada institucional, que por el contrario, nunca le permitió llevarlas a la práctica.

Partiendo del hecho por el que el paisaje se constituye como recurso de primer orden para el turismo de costa, podríamos decir que tras cincuenta años de actividad turística, nos movemos en un presente con profundas marcas en el territorio, pues a lo largo de todo este tiempo y en la mayoría de las ocasiones, el paisaje litoral se ha llegado a convertir en un elemento más de la vida urbana y no tanto de creación natural, provocando tanto el deterioro creciente de los recursos ambientales como de los espacios naturales y derivando en una continuada pérdida de la calidad de vida

---

<sup>1</sup> Pudiera pensarse a la vista de la realidad física y territorial presente, que el desarrollo de la Costa del Sol desatado a principios de los años sesenta fue el resultado de la ausencia o ignorancia de una planificación urbana y turística seria. Pero la realidad fue otra bien diferente. Desde el mismo despegue que dicho fenómeno turístico comenzaba a vislumbrar, existió un cúmulo de documentos de ordenación turística y territorial en lo que constituye un caso sin precedentes de “esquizofrenia planificadora”. Para más información consultar ROYO NARANJO, Lourdes, “Valoración patrimonial en el diseño de territorios turísticos litorales. La Costa del Sol como modelo de estudio”, en *Revista ph*, nº 83, 2012, pp. 62-73.

en los espacios urbanos ligados al litoral. Como consecuencia del aprovechamiento intensivo de los recursos naturales para satisfacción de las demandas turísticas:<sup>2</sup>

“La puesta en explotación de canteras en lugares de gran valor paisajístico y acusada visibilidad que luego se han convertido en vertederos incontrolados de escombros, la deforestación de espacios verdes para proveer de espacios a la construcción, por no citar ejemplos de conglomerados de edificios de más que dudosa calidad y estética, han cambiado este paisaje”.

Al mismo tiempo, dichas categorías entendidas como signo de identidad territorial se han convertido en el fundamento en el que se sustentan principalmente las actividades vinculadas al turismo y a la construcción de los denominados paisajes culturales<sup>3</sup>. Un concepto complejo, resultado de la combinación de aspectos diversos como son los naturales, los históricos y los funcionales, reflejo de la herencia cultural de un pueblo, de su identidad y resultado de unas prácticas históricas ejercidas por un grupo humano sobre el territorio<sup>4</sup>.

Dicho ejercicio de valoración, constituye el resultado de un proceso de intensidades paulatinas principalmente vinculadas a los cambios sociales, políticos y económicos que de forma paralela al desenlace de otros cambios físicos como los terrenos ganados al mar o las obras de defensa de costas gracias a técnicas constructivas avanzadas, han permitido que en las últimas dos décadas se asista a un “descubrimiento” y “revalorización” del paisaje litoral. El paisaje ya no se asocia únicamente a valores ecológicos y estéticos, sino que destacan aspectos relativos a la calidad de vida de los ciudadanos, la memoria colectiva, la identidad local y lo que es más importante, su valor patrimonial vinculado al territorio<sup>5</sup>.

Siguiendo este planteamiento, nos acercamos al reconocimiento turístico de la Costa del Sol. Podemos decir que el sol y la playa, junto a nuevos conceptos esta vez asociados al tiempo, cambiarían por completo la imagen de costa de la provincia desde finales de los años 50 del siglo XX. Así, el proceso de desarrollo en esta zona costera, empezó a plantearse como conjunto desde la misma aparición de los hoteles hasta la configuración de nuevos complejos urbanísticos o segundas residencias. Un proceso de ocupación del territorio litoral donde el paisaje llegó a ocupar, en gran medida, una posición relevante ante cualquier planteamiento. Se trataba de respetar los valores de un paisaje costero que un día ofreció una visión amable y natural de arenales, playas, acantilados e incluso marismas litorales que junto a tradicionales

<sup>2</sup> FIGUEROLA PALOMO, Manuel, “Hacia un estudio estructural del turismo”, en *Estudios Turísticos*, nº 41, 1974, p. 45.

<sup>3</sup> HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, María, “El paisaje como seña de identidad territorial: valorización social y factor de desarrollo, ¿utopía o realidad?”, en *Boletín de la A.G.E.*, nº 49, 2009, p. 172.

<sup>4</sup> *Ibid.*, p.170.

<sup>5</sup> De esta manera los principios del Convenio Europeo del Paisaje han sido recogidos en diversas normativas como señala ZOIDO NARANJO, Florencio, “El paisaje y su utilidad para la ordenación del territorio”, en *Paisajes y ordenación del territorio*, Sevilla, Junta de Andalucía y Fundación Duques de Soria, 2002, pp. 20-32.

pueblos de pescadores, desaparecidos hoy casi en su totalidad, conformaban un paisaje de costa singular y propio<sup>6</sup>.

Dichas cuestiones evidencian el papel que jugó la ordenación del paisaje en la construcción moderna de la Costa del Sol desde sus inicios como destino turístico. Una consideración centrada no tanto en su forma como en su formación, pues entendemos que no se trató tanto de preservar el paisaje, como de defender los valores paisajísticos<sup>7</sup>. Una nueva dimensión del paisaje de costa que obliga a comprenderlo como resultado de múltiples elementos no necesariamente naturales, que organizados entre sí e íntimamente ligados al territorio que los acoge, constituye una identidad propia del espacio en cuestión.

En este sentido somos capaces de reconocer toda una serie de condicionantes presentes en el conjunto de las transformaciones producidas en el territorio turístico que de forma paulatina han determinado la configuración y estructura del litoral tanto de la Costa del Sol como a nivel nacional desde los años 50 hasta nuestros días. Nos referimos a cuestiones de carácter socioeconómico, aquellas de carácter espacial, las referidas a la funcionalidad de dichos espacios creados, esto es, un uso turístico que indiscutiblemente ha llegado a transformar el carácter de toda una costa y a la construcción de una imagen proyectada de los mismos a lo largo de toda nuestra historia.

En general podemos comprobar cómo la transformación territorial y en particular paisajística de nuestro litoral, ha estado fuertemente ligada a una intervención estatal y en ocasiones de renta privada. Es interesante también no dejar de lado la permeabilidad del terreno que dio paso a cualquier ejercicio construido, a pesar de conocer las nefastas consecuencias que ello provocaría.

Fruto de esta situación surgiría una mezcla de estilos arquitectónicos regionalistas, organicistas, neo-mediterráneos, escasas apuestas serias por la modernidad, hoteles en altura en busca de vistas privilegiadas en primera línea de playa, urbanizaciones aisladas de tipo tradicional, complejos urbanísticos dispersos, campings en la costa... y bloques de apartamentos, que con sus vistas al mar luchaban en primera línea por la rentabilidad de un suelo que se agotaba.

## **La construcción de la imagen turística como modelo. La Costa del Sol como destino internacional**

La playa, entendida como espacio de atracción turística, encontraba, por tanto, sus orígenes en las costas británicas<sup>8</sup> en el siglo XVIII cuando se reparó en los efectos curativos de las aguas marinas, comenzando así una primera etapa histórica del litoral que se alargaría hasta el final de la Primera Guerra Mundial y que tuvo como prin-

<sup>6</sup> GÓMEZ ZÓTANO, José, *Naturaleza y paisaje en la Costa del Sol Occidental*, Málaga, Diputación Provincial Málaga, 2006.

<sup>7</sup> NELLO, Oriol, "El paisaje y la gestión del territorio", en *Coloquio organizado por el Colegio de Geógrafos de España. Residencia de Estudiantes*, Madrid, 13 de enero de 2004.

<sup>8</sup> CORBIN, Alain, *El territorio del vacío. Occidente y la invención de la playa (1750 - 1840)*, Barcelona, Mondadori, 1993.

cipales escenarios las playas del norte (fachada atlántica europea y estadounidense, Canal de la Mancha, Mar del Norte y Mar Báltico). De las estaciones balnearias a los actuales “*seaside resorts*” encontramos que pocos elementos han cambiado en cuanto al propio concepto se refiere. En todo el S. XIX se ampliarán las ciudades marítimas con posibilidad de baño y complementos lúdicos, desde la propia costa británica (Brighton, Folkestone, Bournemouth, Margate...) o en Holanda con Scheveningen o Zandvoort. La costa francesa y belga (Dunkerque, Biarritz, Boulogne, Ostende...), la costa danesa (Abenra) o la germano polaco (Sopot, Kolobrezeg...), la zona franco italiana (Niza, San Remo, Cannes...) o la del Adriático (Trieste, Splitz...). Todas estas ciudades ofrecían una importante clasificación de atractivos: junto al mar estaría el paseo marítimo, entendido como urbanización de la franja costera, y junto al mismo, el casino, las salas de baile, los cafés y restaurantes, centros urbanos que cada vez se harán más populares y asequibles a una clase menos adinerada.

Una de las primeras razones que impulsaron el hecho de viajar a principios de siglo XX la encontramos en la importancia que cada vez más se iba concediendo a la terapéutica y al termalismo. En este sentido debemos mencionar cómo las teorías higiénicas relacionadas con la purificación de las aguas se convirtieron en la primera de las manifestaciones turísticas de la Europa moderna. Miles de enfermos empezaron a frecuentar estos centros con el fin de curar o aliviar diversas enfermedades, de manera que los tratamientos hidrológicos se alzaron junto con los baños termales y las propiedades benéficas de dichas aguas, como los motivos fundamentales por los que establecer circuitos de afluencia turística creadas para tal fin.

Con el paso del tiempo, este avance de baños termales de interior fue desarrollándose en paralelo al convencimiento impulsado por los primeros y novedosos estudios que ponían de relieve las importantes propiedades terapéuticas del baño de agua de mar. De manera que este hecho unido al desarrollo urbanístico y de ocio que los litorales empezaron a experimentar, provocaría un lento pero imparable declinar del balneario termal interior en detrimento de los centros de ocio o balnearios propiamente dichos que colonizaban los litorales. Así, el litoral como escenario turístico y espacio de recreo comenzaba con una función terapéutica a pesar de que paulatinamente fue abandonándola para convertirse y consolidarse en una cuestión más de carácter ociosa y de sociabilidad, burguesa en sus inicios y como veremos más adelante, de masas.

Este nuevo fenómeno turístico, entendido como concepto moderno de veraneo o turismo de sol y playa, llegó a España con cierto retraso pero con las mismas características y complejidades que presentaba en el resto de las naciones occidentales. En esta primera etapa histórica<sup>9</sup>, el turismo internacional se caracterizó por ser una joven industria dependiente únicamente del impulso y las actuaciones de carácter privado así como del alcance internacional de sus proyectos y espacios. Podemos señalar cómo el primer turismo español se caracterizó por su notable dependencia con respecto a otras naciones más desarrolladas o prósperas como pudiera ser por ejemplo

---

<sup>9</sup> Para conocer más sobre las fases del proceso turístico español que repercutieron de manera directa en la configuración moderna de la Costa del Sol consultar OCAÑA GARCIA, Manrique, “Los espacios turísticos del litoral andaluz”, en *Cuadernos geográficos de la Universidad de Granada*, nº 30, 2000, pp. 43-76; *Idem*, “El espacio rural malagueño”, en *Isla de Arriarán: revista cultural y científica*, nº 6, 1995, pp. 229-240.

el desarrollo turístico de la Francia que basaba su turismo inicial en los sindicatos de iniciativa turística, sociedades deportivas de velocipedistas y automovilistas Clubs de montañas y excursionistas<sup>10</sup>.

Un proceso de cambio, desarrollo y nueva imagen que traería consigo la construcción de hoteles, complejos urbanísticos y segundas residencias. Pero la verdadera transformación del espacio receptor turístico se iniciaría en la década de los años 50. Una transformación que afectaría a todos los municipios de Málaga y a su costa, no constituyendo un proceso ni mucho menos homogéneo.

El turista aparecía como un nuevo tipo social que llegaba a España en el último cuarto de siglo XIX consolidando su presencia poco a poco, ya fuera como bañista o excursionista. El turista empezó a consumir espacios y a requerir servicios, balnearios, nuevos hoteles, trenes con coches-cama, espacios dedicados a la difusión de la cultura. De esta manera, el turismo ya desde sus orígenes presentaba también una serie de exigencias, demandas y necesidades materiales que fueron aprovechadas por la industria del turismo y del ocio, al mismo tiempo que las guías de la época se convertían en el espacio idóneo para recrear el mundo de la publicidad y el consumo turístico.

El turismo, motivado por factores turísticos y económicos, se convirtió a partir de los años cincuenta en el máximo protagonista de la historia de la Costa del Sol. Provocó un abandono de las localidades del interior hacia la zona costera y pronto aparecieron nuevas residencias, nuevos usos del territorio y nuevos conceptos de habitar y de disfrutar del tiempo libre. El sol, la playa y distintas categorías asociadas al tiempo de disfrute y al turismo cambiarían por completo la imagen de nuestra costa. Málaga se convirtió en una ciudad media necesitada de la conexión entre sus elementos y distribución funcional de sus núcleos.

Pronto destacaron los balnearios de la costa malagueña, teniendo constancia de la inauguración en 1918 del *Balneario Nuestra Señora del Carmen*, que vino a unirse a los antiguos balnearios de la Estrella y Apolo así como la apertura en 1928 del Campo de Golf de Torremolinos, este último no considerado balneario pero sí traído a colación por la importancia y repercusión en el citado circuito turístico del momento. Poco a poco comenzaron a ocuparse las primeras líneas de playa en el litoral mediterráneo y los primeros establecimientos se dejaban ver como balnearios para pasar más tarde a transformarse en baños flotantes. En estos primeros pasos hacia el turismo moderno, destacarían dos focos de atracción por excelencia, Barcelona y Málaga. En Málaga<sup>11</sup>, desde finales del XIX encontramos ya las primeras instalaciones al borde del mar como los *Baños de Periana*, *Carratraca* o *Tolox* más alejados de la

<sup>10</sup> Las fases por las que se sucede el desarrollo del turismo Español desde sus inicios aparece detalladamente estudiadas en VELASCO GONZÁLEZ, María, *La política turística. Gobierno y Administración Turística en España (1952-2004)*, Valencia, Cañada Blanch, 2004, p.130.

<sup>11</sup> Se recoge la existencia de un *Suplemento del Noticiero Turístico*, dedicado a Balnearios y Aguas Minerales en España, publicado en 1964 por la Secretaría de Turismo, Dirección General de Promoción del Turismo, Ministerio de Información y Turismo. En ella se recoge una relación de balnearios termales en la provincia de Málaga, entre ellos, *Fuente Amargosa* en el término municipal de Tolox, *Fuente Alegre* en el mismo término y los *Baños de Carratraca*. Datos recogidos en Archivo Histórico Provincial de Málaga, Sección Información y Turismo, Sig. 235.

Malagueta donde destacaban los *Baños de la Estrella*, los *Baños Apolo* y más tarde los *Baños del Carmen*.

Durante el primer tercio del siglo XX y de manera especial durante los años 20, Málaga fue poco a poco convirtiéndose en un lugar cada vez más atractivo, turísticamente hablando, así como el lugar ideal para buen número de municipios costeros que empezaron a ser conocidos. Pero la gran transformación del litoral malagueño se produjo, como es sabido, a lo largo de la década de los 60. Un fenómeno, la invención de la Costa del Sol, con profundas implicaciones demográficas, económicas y medioambientales.

En todo este proceso Andalucía se había convertido en el principal foco de atracción del turismo extranjero. En los años 50, y sobre todo 60 y 70, la Costa del Sol vivió un boom turístico sin precedentes. El fenómeno turístico excedió lo meramente económico para englobar otros aspectos de carácter social, territorial, cultural, artístico e ideológico.

Hoy la Costa del Sol sigue siendo un destino turístico internacional. Sin embargo, qué duda cabe que hay asociaciones mucho menos positivas como la corrupción o los desastres urbanísticos litorales, por no hablar de la caduca imagen que muchas localidades costeras malagueñas se empeñan en revivir, rememorando una edad de oro de nuestro patrimonio turístico.

El turismo se convertía en el personaje principal de la escena, el mejor aliado del país de centros de acogida de tan esperado desarrollo, y estos a su vez, en centros donde la expectación era la máxima esperada. Centros que en su mayoría respondían a zonas litorales, bien con un pasado balneario o bien de reciente creación para satisfacción del objetivo mayor. En algunos casos, encontrábamos pueblos costeros de tradición eminentemente pesquera que ante los nuevos desarrollos urbanísticos sucumbieron en el empuje constructivo de nuevas áreas de expansión.

Por otro lado, la imagen de ciudad turística y su proyección internacional permitía formular un reconocimiento serio y profundo de su condición patrimonial más allá de la catalogación individual de aspectos dispersos de la misma. La promoción de nuestro país se hacía eco en las portadas de revistas y periódicos del extranjero. Estos anuncios a los que hacemos referencia, adoptaron el formato de cartel como soporte publicitario. Principalmente se trataban de dibujos o reproducciones de litografías fruto de una serie de concursos de carteles que el propio Patronato Nacional de Turismo organizaba para difundir la imagen de aquellos ganadores<sup>12</sup>. Sin embargo durante el período comprendido entre 1928 y 1930, la producción fue escasa reduciéndose tan solo a diez carteles los referidos a Andalucía.

La publicidad turística se pretendía como recurso de comunicación imprescindible para la construcción de una España donde abundaban los paraísos exóticos y placeres demandados por los turistas.

---

<sup>12</sup> GARCIA RUESCAS, Francisco, *Historia de la publicidad y del arte comercial en España*, Madrid, Arus, 2000. Como referencias podemos citar algunos nombres importantes de pintores que participaron en estos concursos y destacaron en aquellos carteles sobre Andalucía: Casenave, Hohemleiter, Verdugo Randi, Tejada, Sánchez o Díaz Jara.

A partir de los años cuarenta, los carteles dejaron atrás las imágenes de conjuntos monumentales confiriendo una mayor importancia o protagonismo, si se quiere, a las figuras individuales que aparecían bailando, con trajes típicos, montando a caballo o vestidos de traje de flamenca<sup>13</sup>. Andalucía y la Costa del Sol se convertían entonces en el reclamo de una exótica parada, una imagen bucólica del sol y unas playas por descubrir.

A partir de los años 50, se produce el cambio en la imagen de los carteles que irían de la mano de las nuevas corrientes artísticas y de gustos en un intento por cambiar la imagen del turismo. Una novedad especialmente interesante supuso el cambio en el tema publicitario. A partir de ahora se empezaba a marcar el protagonismo de los destinos turísticos, siendo los propios espacios turísticos los verdaderos focos de interés capaces de atraer la curiosidad y el flujo de turistas.

En los años 60 y 70, la dinámica empezó a centrarse en esta posibilidad de escapismo. El turismo ofrecía un espacio distinto, de paraíso, de relax, de ocio y de mar. En estos años, fueron indiscutiblemente los escenarios del turismo de masas los protagonistas de la historia: playas llenas de sombrillas, piscinas y urbanizaciones a la orilla de mar, puertos deportivos, paseos marítimos, terrazas, restaurantes, chiringuitos y a veces los propios turistas en primer plano, tomando el sol, practicando algún deporte o simplemente en escenarios costeros. España convertía su imagen, en estos años 60, como paraíso del sol y el mar.

Poco cabe decir más sobre las décadas siguientes, en las que el turismo se convirtió en el modelo perfecto para mejorar la economía y la imagen de una España ahora moderna y en desarrollo. La propaganda y la publicidad fueron el reflejo de un énfasis por alzar una industria turística de bajo coste centrada más en los gustos modernos de los extranjeros que en la propia esencia del país. De esta manera, era fácil encontrar carteles donde aparecían de manera aislada o en conjunto el sol, playas y fiestas populares invadidas de mujeres folclóricas.

En estos primeros años de propaganda y difusión de un turismo moderno, el publicista de la Dirección General de Turismo, Rafael Calleja, quien había trabajado con el mismo cargo en los tiempos de Alfonso XIII, consideró que la imagen que se debía desprender de España era bien distinta. Y ese fue precisamente el eslogan a emplear, *Spain is different*. Aunque no se sabe si fue él quien inventó el eslogan, pronto se convirtió en una imagen de marca tal y como recoge en su libro *Apología turística de España*<sup>14</sup>.

La imagen que novelas, películas y revistas proyectaron enfatizando el disfrute ilimitado, la permisividad y las posibilidades infinitas de ocio, hicieron un flaco favor a

<sup>13</sup> HERNÁNDEZ RAMÍREZ, Javier, *La imagen del turismo de Andalucía*, Sevilla, Consejería de la Presidencia, Centro de Estudios Andaluces, 2008, p.72: "La representación difundida por la publicidad turística no es necesariamente un fiel reflejo de la realidad sociocultural y ambiental de los lugares, sino la proyección de una determinada mirada que se ajusta a los condicionantes de mercado y a las expectativas de los turistas potenciales en un contexto de dura competencia con otros destinos. En este sentido, la imagen proyectada construye una determinada realidad".

<sup>14</sup> CALLEJA GUTIÉRREZ, Rafael, *Apología turística de España*, Madrid, Dirección General de Turismo, 1957.

la Costa del Sol. En esta misma línea, serán sin lugar a dudas las películas españolas<sup>15</sup> dedicadas a la Costa del Sol las que nos ayuden a reconstruir el “paisaje común” de un territorio cimentado en muchas ocasiones a base de tópicos (las suecas, el vino, el gigoló, los toros, el flamenco y la paella).

### **Valoración patrimonial de la arquitectura del turismo en la Costa del Sol**

El turismo difundió una imagen sesgada y distorsionada de España, que contribuyó a consolidar y prolongar en el tiempo la ignorancia extranjera sobre la realidad española. El turismo difundió, a la vez, una serie de estereotipos atractivos y sobre todo, muy marcados, que expresaron con fuerza la imagen de España fuera de sus fronteras y permitieron su identificación inmediata en el mapa. En resumidas cuentas, se trataba de crear una imagen tan simplista e irreal como fácil de reconocer y difícil de confundir. Tópicos sin duda muy reales, pero que no retratan el verdadero espíritu de la costa y ni mucho menos representan el valor de una arquitectura moderna que se hacía un hueco en aquellos años tan convulsos.

Una arquitectura que se formuló bajo la comprensión de aquella que fundamentalmente respondía no tanto a las necesidades propias del momento como a las corrientes más internacionales de la época. Sus formas dejaban patente una situación, un capítulo distinto de la historia, una aventura quizás donde la arquitectura se convirtió en una de las manifestaciones más interesantes de la cultura de estos años y el turismo en manos del urbanismo y de la arquitectura en una gran capacidad de generar riqueza. En relación a ello, hoy podemos decir sin temor a equivocarnos, que ha dejado de considerarse un mal menor para convertirse en un tema de proyectación muy seductor puesto que como veremos más adelante, nació con vocación de “colonialismo” o lo que es lo mismo, explotación del “lugar”.

Una arquitectura a modo de respuesta, tanto de las necesidades propias del momento como de las corrientes internacionales. Sus formas dejaban patente una situación, un capítulo distinto, una aventura quizás donde lo construido se convirtió en una de las manifestaciones más interesantes de la cultura de esta época y donde el turismo en manos del urbanismo y de la arquitectura representó una gran capacidad de generar riqueza. Una arquitectura, fuente de experimentación, que será en manos del turismo el ejercicio capaz de representar una nueva manera de entender el tiempo de disfrute y la expresión material reflejo de una nueva filosofía de vida<sup>16</sup>.

<sup>15</sup> En películas (por orden cronológico) como: “Amor a la española” (Fernando Merino, 1966), “El turismo es un gran invento” (Pedro Lazaga, 1968), “Objetivo Bikini” (Mariano Ozores, 1968), “Una vez al año ser hippie no hace daño” (Javier Aguirre, 1968), “El abominable hombre de la Costa del Sol” (Pedro Lazaga, 1968) o “Manolo la nuit” (Mariano Ozores, 1973). Más información en [www.torremolinoschic.com](http://www.torremolinoschic.com). Sobre este tema también debemos citar el trabajo fin de master de Alberto García Moreno bajo el título *El turismo un gran invento. Valoración patrimonial de la actividad turística de sol y playa en la Costa del Sol en la época del desarrollismo (años 60-70). El caso de Torremolinos*. Máster Oficial en Arquitectura y Patrimonio Histórico. Universidad de Sevilla-Consejería de Cultura Junta de Andalucía. 2010.

<sup>16</sup> LASANSKY, D. Medina y MCLAREN, Brian, *Arquitectura y turismo, percepción, representación y lugar*, Barcelona, Gustavo Gili, 2006.

Se permitió construir mucho y de cualquier modo. En su mayor parte, los modelos arquitectónicos no fueron pensados como ejercicios modernos afines a una arquitectura comprometida con el espacio y su fin. Apenas unos ejemplos diseminados reafirman nuestra postura.

La Costa del Sol recicla hoy su memoria y distintos ejercicios de proyectación miran con distancia y cierto desdén el origen de tan abrumador desarrollo de ocupación (basta con nombrar los recientes proyectos hoteleros en Torremolinos). Estos son al fin y al cabo ejemplos donde la arquitectura del turismo lejos ya de aquella arquitectura proyectada y creada en los años 60, cuyo reflejo ha guardado en la memoria colectiva una imagen de la Costa del Sol muy particular.

El reconocimiento de la arquitectura turística del siglo XX en la Costa del Sol permite hoy día apreciar cómo ésta se caracterizó no por una apuesta direccional, sino dispersa, distinta, con dos velocidades y con muchas opciones. Se permitió construir mucho y de cualquier modo. El conocimiento y valoración patrimonial de la arquitectura turística de la Costa del Sol deberá responder, por tanto, a la complejidad y riqueza patrimonial de aquellas variantes, y condicionantes, impulsos constructivos y deseos de renovación.

Por todo ello, entendemos que el territorio turístico, en este caso tomando como modelo la Costa del Sol, se presenta como un verdadero laboratorio, consecuencia de la complejidad personal en las formas y modos de habitar. Los espacios turísticos, capaces de generar maneras distintas de estar en el territorio y diferentes modelos y propuestas de ciudad, se prestan en su configuración como espacios donde poder trabajar con elementos clave para su posterior desarrollo.

### **A modo de conclusiones o inicio de una reflexión**

A día de hoy, el paisaje litoral de la Costa del Sol ha sido completamente transformado consecuencia de una dinámica inmobiliaria cada vez más agresiva y con menos espacio para la actuación. La expansión del tejido urbano en los núcleos costeros ha desembocado en la configuración de una verdadera ciudad construida a lo largo de la costa. El paisaje, bien patrimonial y recurso intangible se posiciona como pieza fundamental con el que trabajar para futuras intervenciones en el litoral.

Al mismo tiempo, somos conscientes de que la arquitectura turística ha dejado de considerarse un mal menor para convertirse en un tema de estudio y análisis muy seductor. Los ejercicios, a veces resueltos como necesidad o en ocasiones como gancho atractivo, reflejaron una nueva manera de abordar la disciplina. Soluciones construidas cuya validez el tiempo reconoció o desechó. Fórmulas que plantearon como ejercicio la elaboración de propuestas y ejemplos de desarrollo. Aislados o en conjuntos, la arquitectura turística representó un campo de trabajo innegable para la historia de la arquitectura. El espacio, la posición de lo construido frente al mar, la ordenación de complejos turísticos proyectados a velocidades desconocidas hasta entonces, lo estético como referencia de una arquitectura turística propia frente a una modernidad que se presentaba como respuesta a lo racional y la solución de los citados problemas.

La existencia de diferentes modelos, formulas y respuestas arquitectónicas que se ofrecieron a la Costa del Sol desde su propia configuración como destino internacional evidencian una riqueza indiscutible del patrimonio turístico arquitectónico de la costa. Distinguir con el paso del tiempo, la validez de sus formulas obedece no tanto a una cuestión de eficacia formal de aquellos, sino al reconocimiento de una historia imprescindible para la comprensión de la Costa del Sol, para Málaga y para el estado de la misma en su complejidad. Pues como resultado de un estudio detallado de cuantas investigaciones centran su atención en la arquitectura turística del siglo XX de la Costa del Sol, descubrimos cómo son pocos los trabajos que van más allá de la consideración de catálogos, registros o monográficos, que de forma individualizada como casos de estudio aislados, han abordado este ejercicio patrimonial. Entendemos así que la historia de la arquitectura turística debe releerse en clave patrimonial desde el mismo punto de arranque que supone el reconocimiento de esta arquitectura en la configuración histórica y territorial de la Costa del Sol.

Para la propia Costa del Sol entendemos que se hace necesario alzar la vista y reconocer qué estaba sucediendo en el resto del litoral español, sus ausencias, carencias, necesidades y respuestas, ejercicios construidos y planteamientos turísticos a escala urbana. Del laboratorio tipológico formulado en este período de la historia nos asombra comprobar cómo para un mismo proceso se emplearon bases comunes y soluciones muy parecidas. No afirmamos que todo fuera igual pero sin duda las mismas preocupaciones bañaban todas sus costas. De su rescate patrimonial, queda mucho por hacer.