

ACE 25

Electronic offprint

Separata electrónica

LA CUESTIÓN DEL PAISAJE EN LA REINVENCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS MADUROS. MÁLAGA Y LA COSTA DEL SOL

RICARD PIÉ NINOT Y CARLOS J. ROSA JIMÉNEZ

Cómo citar este artículo: PIÉ, R. y ROSA, C.J. *La cuestión del paisaje en la reinención de los destinos turísticos maduros. Málaga y la Costa del Sol* [en línea] Fecha de consulta: dd-mm-aa. En: *ACE: Architecture, City and Environment = Arquitectura, Ciudad y Entorno*, 9 (25): 303-326, 2013. DOI: 10.5821/ace.9.25.3629. ISSN: 1886-4805.

ACE

Architecture, City, and Environment
Arquitectura, Ciudad y Entorno

C

ACE 25

Electronic offprint

Separata electrónica

THE ISSUE OF LANDSCAPE IN REINVENTING MATURE TOURIST DESTINATIONS. MÁLAGA AND COSTA DEL SOL

Key words: Tourism; landscape; beautification; requalification..

Abstract

Many studies about touristic landscape and the recovery of tourist destinations exist nowadays. However, only a few approach the matter considering the architectural project. In this article a revision of the beautification concept is proposed linked to the reinvention of tourist destinations and its substitution for the landscape idea as an instrument for reinventing tourism. Tourism is one of the most important urban and territorial events in the second half of the 20th Century and a nearly unconsidered subject in architectural discussions. The aim of this research is to analyze the roll of Architecture (Building, Urbanism, Town-planning and Landscaping) in the touristic scope configuration. For this reason, the historically methodology has been followed for the research on both the beautification evolution and the landscape from the last half of the 19th Century until present. Main conclusions are that the beautification concept is linked to tourist destinations, and also that two moments can be distinguished in the landscape project comprehension concerning tourist destinations: the aesthetical and the environmental points of view. This article intends to resituate the present discussion on regeneration of the mature tourist destinations –from second coast and green infrastructures- within the historical sequence from beautification till landscape reinvention as a strategy to conceive new uses for old territories.

ACE

Architecture, City, and Environment
Arquitectura, Ciudad y Entorno

C

LA CUESTIÓN DEL PAISAJE EN LA REINVENCIÓN DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS MADUROS. MÁLAGA Y LA COSTA DEL SOL

PIÉ I NINOT, Ricard¹

ROSA JIMÉNEZ, Carlos J.²

Remisión inicial: 20-04-2014

Remisión final: 15-05-2014

Palabras clave: Turismo, paisaje, embellecimiento, recualificación.

Resumen

En la actualidad hay numerosos estudios sobre el paisaje turístico y la recuperación de los destinos turísticos, pero existen escasos referentes que lo hagan desde el proyecto arquitectónico. En este artículo se propone hacer una revisión del concepto de embellecimiento asociado a la reinvencción de los destinos turísticos y su substitución por la idea de paisaje como instrumento para reinventar el turismo. El turismo es uno de los fenómenos urbanísticos y territoriales más importantes de la segunda mitad del siglo XX y una materia que prácticamente no ha sido considerada en el debate arquitectónico.

El objetivo principal de esta investigación es analizar el papel de la Arquitectura (Edificación, Urbanismo, Ordenación del Territorio y Paisajismo) en la configuración del espacio turístico. Para ello, se sigue el método histórico basado en el estudio de la evolución de la cuestión del embellecimiento y el paisaje desde finales del siglo XIX hasta nuestros días. Las principales conclusiones son que el concepto de embellecimiento está asociado al de destino turístico; y que se pueden distinguir dos momentos en el entendimiento del proyecto de paisaje en relación al destino turístico: el del enfoque estético y el ecológico.

En este artículo se pretende resituar el discurso actual de regeneración de los destinos maduros desde el paisaje *de la segunda costa y las infraestructuras verdes* dentro de la secuencia histórica que se inicia con la idea de embellecimiento para pasar a la de reinvencción del paisaje como estrategia para dar nuevos usos para antiguos territorios.

¹ **Ricard Pié i Ninot:** Catedrático de Urbanística y Ordenación del Territorio. Director del Instituto Interuniversitario "Hábitat Turismo Territorio", UPC-Barcelona TECH, Universidad de Málaga-Andalucía TECH.

² **Carlos J. Rosa Jiménez:** Profesor Contratado Doctor de Urbanística y Ordenación del Territorio, Subdirector del Instituto Interuniversitario "Hábitat Turismo Territorio", Universidad de Málaga-Andalucía TECH, UPC-Barcelona TECH.

1. Introducción: paisajismo y pintoresquismo en la actividad turística

El paisaje está en la base del fenómeno turístico que surge con la Revolución Industrial. La ciudad de vacaciones, nacida de las *villes d'eau* y de los resorts pintorescos de finales del siglo XVIII, supone una vuelta a la naturaleza que se contrapone a la ciudad burguesa, cuyo paisaje urbano ha sido contaminado estética e higiénicamente por la presencia de fábricas en su interior y por los problemas de alojamientos que sufre la clase obrera (Sica, 1981).

En este artículo se hace un análisis de los antecedentes y relaciones entre el paisaje y el embellecimiento de los destinos turísticos, partiendo de dos hipótesis: la primera sobre el embellecimiento como proyecto de mejora estética de un destino turístico y la segunda sobre el cambio de percepción del paisaje desde la Cumbre de Río (1992), de una actitud estética propia del enfoque pintoresco a otro más medioambiental.

Fernández (1985) identifica el turismo relacionado con el paisaje como un movimiento turístico que surge a finales del siglo XVIII y se desarrolla paulatinamente hasta mediados del siglo XIX, momento en que será eclipsado por el turismo de montaña y posteriormente por el de visita a los primeros parques naturales de ámbito nacional. El descubrimiento del paisaje como motor turístico se inicia en Suiza, cuando este país se pone de moda como lugar de reposo. En este primer estadio, el turista no va a buscar el espacio natural abierto sino el disfrute de los paisajes que se pueden observar desde los salones y habitaciones del hotel; el disfrute de una experiencia estética y emotiva desde un espacio seguro y confortable.

En el último cuarto del siglo XIX, la creación del primer parque nacional de Yellowstone (1872) en Estados Unidos supone el reconocimiento oficial de las cualidades estéticas del paisaje como recurso turístico. En la primera ley española de Parques Nacionales (Gaceta de Madrid, 8 de diciembre de 1916), en el artículo segundo se establece que “son Parques Nacionales aquellos sitios o parajes excepcionalmente pintorescos, (...) con el exclusivo objeto de favorecer su acceso por vías de comunicación adecuadas, y de respetar y hacer que se respete la belleza natural de sus paisajes, (...) evitando de este modo con la mayor eficacia todo acto de destrucción, deterioro o desfiguración por la mano del hombre”. Como se refleja en esta definición, la belleza natural del paisaje se relaciona con su cualidad pintoresca³. La Real Academia Española⁴ (RAE) define *pintoresco* como una cualidad aplicable tanto a objetos físicos como inmateriales: *Se dice de los paisajes, escenas, tipos, costumbres y de cuanto puede presentar una imagen peculiar y con cualidades plásticas.*

Los elementos pintorescos de un territorio forman parte de la guía turística, donde se potencian aquellos recursos que le dan una identidad diferenciada (imagen peculiar) o que cuentan con cualidades estéticas que atraigan a los turistas (cualidades plásticas). La explotación estética de un paisaje-pintoresco supone el deleite por parte del turista de un paisaje que se cree excepcionalmente bello, razón por la cual, cuando un territorio se delimita como parque, su proyecto de intervención se reduce a la selección de sus mejores visuales, el diseño de las

³ Ábalos en su publicación de *Atlas pintoresco* plantea un enfoque contemporáneo de este concepto como encuentro de la práctica arquitectónica y paisajística (2005, Vol.1), y su consecución a lo largo del tiempo (2008, Vol. 2).

⁴ Todas las definiciones de este artículo están referidos al Diccionario de la lengua española (DRAE), 22ª edición, 2001.

infraestructuras de comunicación (miradores, paseos y rutas), la construcción de instalaciones o edificaciones (restaurantes y alojamientos) y la prevención de cualquier impacto negativo.

2. El embellecimiento en clave estética

2.1 Paisajes convertidos. La Sociedad Propagandística del Clima y Embellecimiento de Málaga (1899)

Convertir. (Del lat. *convertĕre*).

1. Hacer que alguien o algo se transforme en algo distinto de lo que era.

Frente a la actitud pasiva del turista en la observación del paisaje se contraponen el carácter intervencionista del *embellecimiento*. El embellecimiento presupone un proyecto de mejora o transformación del paisaje existente porque no es del agrado del observador o porque no cumple con las expectativas de los actores que lo promueven. Según la RAE, embellecer es *hacer o poner bello a alguien o algo, hacer belleza*, crear una nueva escena, que maquilla o engalana un paisaje existente para adaptarlo a un nuevo patrón estético a través de un proyecto y su construcción posterior.

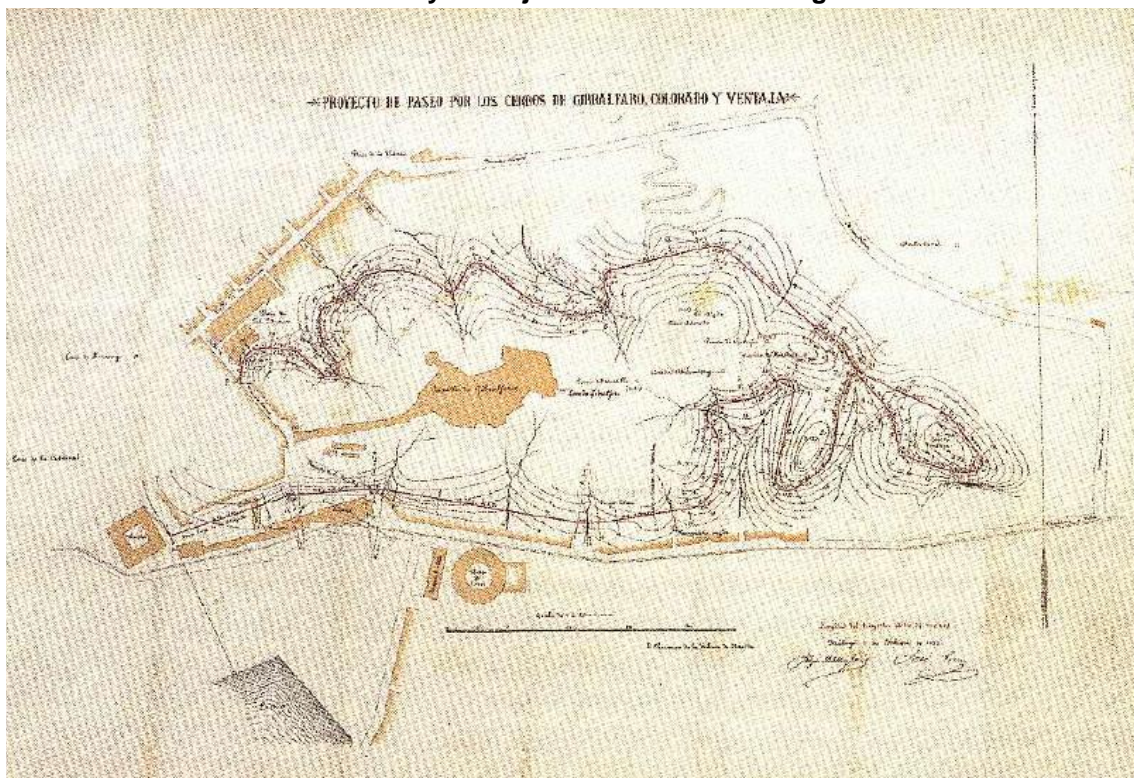
En la Málaga de finales del siglo XIX, a diferencia de lo que ocurre en otras estaciones turísticas del momento, la *Sociedad Propagandística del Clima y Embellecimiento de Málaga*, creada en 1.899, propondrá la conversión turística de la ciudad frente al fracaso de la incipiente industrialización y la crisis agrícola de la provincia. Torres (1997) resume el proyecto promovido por esta sociedad en tres ideas: la promoción de Málaga como ciudad para el turismo de invierno gracias a la bondad de su clima, el fomento de obras para superar las deficiencias existentes para la acogida de forasteros, y la promoción de una gestión público-privada para el desarrollo de este proyecto. El embellecimiento de Málaga (que da nombre a la propia sociedad) se asocia a la segunda idea y supone la construcción y mejora estética de la ciudad como nuevo destino balneario, a través de dos tipos de intervención: el ocultamiento de la realidad existente y el fomento de obras que promueven la belleza del lugar.

El ocultamiento de lo inadecuado es consecuencia de las características clasistas y elitistas de los destinos turísticos previos al turismo de masas. La necesidad de crear un imaginario acorde con la clase social pudiente, conduce al establecimiento de medidas coercitivas de control del espacio público que garanticen una escenografía idílica. Por ello se fomenta la *invisibilidad* y el ocultamiento de vistas de construcciones, actividades y personas discordantes con ese paisaje ideal. En Wiesbaden, Alemania, a principios del siglo XIX se planteó una actuación muy parecida. La conversión turística de un pequeño núcleo termal, en ciudad de descanso y de atracciones para la alta sociedad, implicó la expulsión de las actividades tradicionales que hasta entonces se realizaban en la misma. En palabras de Sica (1981, pág. 994): “Las ordenanzas urbanas reinterpretan pronto las exigencias de esta naciente función especializada de clase y aceleran la desaparición o el ocultamiento de la ciudad popular (por un decreto de 1805 se dispone que ninguna cabeza de ganado deberá dejarse vagar libremente por las calles; en 1811 se prohíbe lavar y tender la ropa al aire libre, etc.)” (Sica 1981; 994). En el caso de Málaga, la *Sociedad de Embellecimiento* fomentó la invisibilidad de las clases

desfavorecidas hasta el punto que en sus estatutos proponía la reclusión de los mendigos para evitar molestias a los transeúntes.

La invisibilidad social también estaba presente en el *fachadismo* burgués de la época, y en la manera como se mostraba la cara bella de la edificación y se oculta lo indeseable en el ensanche urbano del XIX. La doble moral burguesa se hacía claramente explícita en esta forma de crecimiento urbano, tal como pone de manifiesto Solà-Morales (1997; 115) con su formulación de las formas de crecimiento urbano; así, en su referencia a Samonà, el ensanche urbano guarda para la intimidad *el patio interior de la manzana*, lo doméstico, lo simple y lo sencillo (dormitorios, cocina, zonas de servicio, etc.), y ofrece las estancias representativas (salón y recibidor) para lo público, la calle y la fachada principal.

Figura 1. Proyecto de paseo en los Cerros de Gibralfaro, Colorado y Ventaja de la ciudad de Málaga



Fuente: Torres (1997, pág. 22).

En lo que se refiere al fomento de obras, el objetivo de aquella sociedad será mejorar la escena y las visuales de la ciudad y su entorno, para aumentar la atracción de los flujos turísticos de forasteros y extranjeros. La mejora de la escena se centrará en los espacios urbanos existentes, donde tan protagonista será el jardín y el espacio público como la fachada del equipamiento estelar (cultural o de ocio), el hotel o el proyecto residencial que lleve asociado. El proyecto turístico renunciará a los principios utilitarios de la ciudad industrial y, bajo la influencia de la obra de Camille Sitte (1889) *Construcción de ciudades según principios artísticos*, propondrá la concatenación de los espacios de paseo sin atenerse a ninguna regla

funcional, permitiéndose ordenaciones más libres, poéticas y especializadas donde los argumentos serán el paseo y las vistas. Un ejemplo de este tipo de intervenciones, diseñadas para el disfrute estético del paisaje y sus visuales, es la propuesta presentada por los ingenieros Felipe Esteller y José Grau para los cerros de Gibralfaro, Colorado y Ventaja (figura 1) para la ciudad de Málaga. Un paseo lleno de belvederes que convertía a la propia ciudad y al mar en escenarios visuales. La creación urbana relacionada con los desarrollos turísticos de aquellos momentos es el paseo marítimo (Pié, 2013), sobre todo, a partir de la construcción en Niza de la *Promenade des Anglais*, en 1822, un paseo junto al mar a mitad de camino entre el proyecto escenográfico y el mirador pintoresco hacia el agua. Como se observa en la figura 2, este proyecto permitirá incorporar arquitecturas para *ser miradas*, como la desaparecida *Jetée-promenade* (1882), que no duda en proponer divertimentos estilísticos influenciados por el Cristal Palace londinense, u otros enraizados en corrientes culturales importadas por los turistas desde sus orígenes más cosmopolitas.

Figura 2. La promenade des Anglais de Niza con la Jetée-promenade sobre el mar



Fuente: Sica (1981, pág. 992).

2.2 Paisajes conservados. Estudio para la ordenación turística de la Costa del Sol (1955)

Conservar. (Del lat. *conservāre*).

1. Mantener algo o cuidar de su permanencia.
2. Mantener vivo y sin daño a alguien.
3. Continuar la práctica de costumbres, virtudes y cosas semejantes.

El cambio de escala que supone la irrupción del turismo masivo de sol y playa obligará a que se afronte el fenómeno desde una dimensión territorial que no se había producido anteriormente. Tras la segunda Guerra Mundial, el turismo de masas se alejará de las ciudades-balnearias para colonizar las playas de pequeños pueblos y aldeas o de espacios vírgenes. Este cambio será cuantitativo y también cualitativo, porque la oferta turística no se dirigirá exclusivamente a una clase elitista, sino a un amplio abanico social conformado por una clase media ascendente y unas clases trabajadoras con más recursos.

El salto de la *ciudad balnearia* de Málaga al *territorio turístico* de la Costa del Sol generará una prolífica sucesión de planes y proyectos con efectos territoriales no muy relevantes (Esteve, 1982; Royo, 2013). De estos planteamientos destaca el primero, el *Estudio para la Ordenación Turística de la Costa del Sol* (1955) elaborado por la comisión mixta de la Dirección General del Turismo y de la Secretaría General para la Ordenación Económica y Social. Un trabajo previo a la Ley del Suelo (1956) y a la Ley de Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional (1963) que se formula como un documento de primeras intenciones, de cómo desarrollar turísticamente la costa meridional mediterránea (desde Tarifa a Cabo de Gata) sin atender a ningún tipo de regulación anterior.

Tabla 1. **Acciones del Estudio para la Ordenación Turística de la Costa del Sol (1955) con incidencia en el paisaje**

Acción	Determinaciones
Protección y ordenación de paisaje en general	<ul style="list-style-type: none"> a. Limitar la ejecución de obras en terrenos de arboleda y facilitar iniciativas de reforestación b. Declaración de <i>interés paisajístico</i> a lugares pintorescos y de gran belleza natural c. Prohibición de reparcelación urbana en el espacio rústico d. Prohibición de canteras, anuncios y rótulos en las carreteras turísticas e. Protección ambiental de los lugares de valor histórico evitando la alteración o desvirtuación
Protección de playas y lugares determinados de interés turístico	<ul style="list-style-type: none"> a. Demarcación marítimo-terrestre mínima de 25 metros, en la que se permite la construcción de paseos o jardines públicos
Ordenanzas estéticas de edificación	<ul style="list-style-type: none"> a. Altura máxima de dos plantas y excepcionalmente de tres. b. Adecuación a las características paisajísticas y constructivas del entorno
Embellecimiento general	<ul style="list-style-type: none"> a. Reforestación para ocultar vistas indeseables b. Jardinería con variedad de colores, árboles frutales decorativos y fuentes

Fuente: Elaboración propia y Presidencia del Gobierno (1955).

Este documento será, ante todo, un esquema de directrices de ordenación paisajística con un fuerte contenido de protección del paisaje y una actitud muy conservadora en lo que se refiere a los modelos residenciales a desarrollar. La ordenación general intentará abarcar la ordenación de todo el territorio yendo más allá del posible crecimiento de los núcleos existentes. Tal como dice en el documento, el plan “debe extender su acción al campo, a las playas, a las márgenes de los ríos, a las montañas, y en general, a toda la superficie urbana y rural en su más amplio sentido” (Presidencia del Gobierno, 1955; 29). Tal como se muestra en la tabla 1, este proyecto paisajístico-estético es la suma de políticas y criterios de ordenación: una política general de protección paisajística del territorio, un concepto de embellecimiento novedoso y, una manera de implantarse acorde con el modelo turístico pintoresco, respetuoso con las características estéticas del entorno y afín al ideario del período autárquico franquista.

Con la protección del paisaje se busca la conservación de las diferentes escenas, respetando sus cualidades estéticas. Para ello se proponen diferentes medidas en función del ámbito

- a) Natural: dotándola de la máxima protección.
- b) Bosque: limitando la actividad urbanizadora.
- c) Agrícola: prohibiendo la reparcelación y especulación urbanística.
- d) Playa: definiendo una zona de servidumbre de 25 metros.
- e) Urbana: protegiendo ambientalmente los cascos históricos.

El proyecto de embellecimiento general toma como protagonista las vías de comunicación y el uso de las masas forestales para ocultar las vistas no deseadas, así como la prohibición de explotar canteras e instalar carteles publicitarios en lugares expuestos visualmente. La novedad más significativa es su preocupación por la visión dinámica del automovilista, por el control de las visuales desde las principales vías de comunicación. Por ello, se propone “Lograr fondos agradables que oculten los terrenos áridos y las instalaciones utilitarias carentes de belleza, provocando una sensación de frescura y variedad por la combinación de masas y colores” (Presidencia del Gobierno, 1955; 34). En las zonas de descanso se sugiere un proyecto de jardinería más elaborado, vinculado al reposo, para el que se recomienda la instalación de fuentes y la plantación de árboles frutales decorativos (Esteve, 1982; 106). En otras palabras, se pasa del paseo-mirador, del paisaje del peatón, a la carretera paisajística, al paisaje del automovilista.

El modelo turístico-edificatorio general en aquel documento tiene un marcado carácter tradicionalista. Un proyecto conservador, en concordancia con la arquitectura popular del entorno, controlado mediante unas ordenanzas estéticas que fomenten “impedir que se realicen construcciones que, por su forma, estilo y materiales empleados, etc., estén en discordancia con la comarca y el paisaje” (Presidencia del Gobierno, 1955; 32). Este modelo estará inspirado en los centros turísticos elitistas de baja densidad promovidos por ciertas familias adineradas, como la de los Ensesa en *S’Agaró* (Costa Brava) o la del príncipe Alfonso de Hohenlohe en Marbella. Es curioso que el modelo tradicionalista se asocie finalmente al turismo de élite, tal como se pone de manifiesto en operaciones como la del hotel Marbella Club⁵, Puerto Banús (1970), la nueva generación de pueblos blancos diseñados en Torremolinos por Antonio Valero (1973), o el hotel Puente Romano (1978), este último, ejemplo de reinterpretación del lenguaje del poblado andaluz.

Con posterioridad a aquel estudio, se elaboran otros trabajos de interés como el formulado por Doxiadis, en el *Estudio para el Desarrollo Turístico de la Costa de Málaga a Cabo de Gata* (1963), en el que por primera vez se antepone la protección del paisaje al desarrollo del producto turístico de sol y playa y se formula la necesidad de buscar un nuevo entendimiento estético entre la arquitectura moderna y su entorno tradicional. Tras treinta años de crecimiento desarrollista, el primer documento territorial andaluz, las Directrices Regionales del Litoral de Andalucía (Consejería de Obras Públicas y Transporte, 1990), recuperará esta idea, obligando a que los asentamientos turísticos o residenciales de temporada justifiquen la adecuación a las características paisajísticas y constructivas del entorno de sus propuestas.

⁵ La familia Hohenlohe adquirió en 1947 la Finca Santa Margarita para residencia familiar, que se transforma en hotel exclusivo en 1954.

3. La estética del paisaje

3.1 Paisajes experimentales. El concurso internacional de Elviria (1960)

Experimentar.

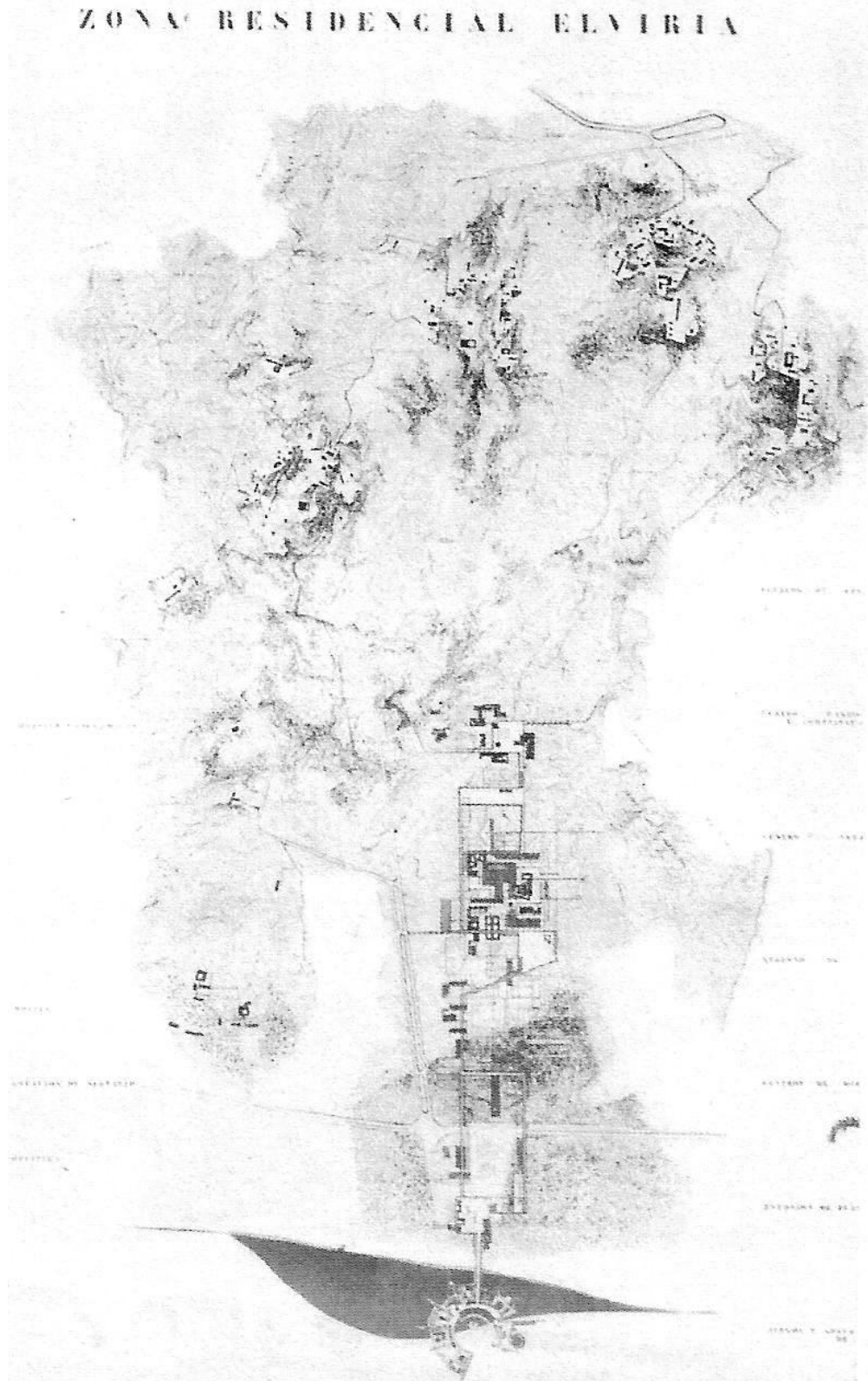
1. Probar y examinar prácticamente la virtud y propiedades de algo.
2. Dicho de una cosa: Recibir una modificación, cambio o mudanza.
3. En las ciencias fisicoquímicas y naturales, hacer operaciones destinadas a descubrir, comprobar o demostrar determinados fenómenos o principios científicos.

Con la incorporación de las ideas del Movimiento Moderno, se repudia el concepto de embellecimiento, asociado al proyecto estético decimonónico, y se retoma el debate sobre las relaciones que se han de establecer entre el paisaje y la arquitectura. El modelo turístico adopta un planteamiento *exnovo*. El proyecto paisajístico cambia de sistema de referencia, desde las características paisajísticas y culturales del lugar a los planteamientos de la arquitectura internacional. Con el rechazo del proyecto urbano, la autonomía de la arquitectura, como pieza-objeto inmersa en un paisaje existente, facilita un proceso de colonización territorial donde la trama articulada de espacios urbanos no es necesaria. Esta independencia, que también es funcional, conjuga perfectamente con la autonomía de las llamadas piezas mínimas del turismo (Barba y Pié, 1996) y explica el puzle con el que se ha desarrollado la expansión y colonización del litoral.

La abstracción en el lenguaje de la arquitectura internacional genera un nuevo discurso paisajístico con un cierto desequilibrio en la relación *mirar-ser mirado*. La obsesión por contemplar el paisaje desde la célula habitacional queda bien resuelto con el triunfo de la terraza-mirador en la tipología turística: "La terraza ocupa casi la tercera parte de cada vivienda y crea un glacis entre el aire libre y la intimidad del piso, una transición que diluye la distancia entre lo exterior y lo interior. Podría considerarse que la terraza es el símbolo de la vida nueva, y que concede al hombre una nueva dimensión, como una conquista social, al liberarle del muro opaco y encastillado de la vivienda medieval y urbana" (Fernández, 1985, pág. 255). La preocupación de mirar de dentro a fuera se manifiesta en todas las tipologías: desde la obra de la casa Ugalde de Coderch (1952) -ejemplo paradigmático de implantación respetuosa con el entorno, análisis de visuales y ambigüedad en la transición entre lo exterior y lo interior-, al proyecto *aterrazado* de Ciudad Blanca de Sáenz de Oiza (Alcudia, Palma de Mallorca, 1963), o las torres verticales de Lamela de la urbanización Playamar (Torremolinos, 1963).

Las dificultades técnicas, políticas y económicas para implementar un planeamiento territorial y urbano acorde con las dimensiones del problema, dará pie a un desarrollo por partes, a una suma de piezas, ajustado a los intereses de los propietarios del suelo, sin un proyecto territorial y arquitectónico que las articule entre sí.

Figura 3. Propuesta ganadora del equipo de Ives Vitard para el concurso de Elviria



Fuente: Catálogo Concurso (1960).

A pesar de ello, en los primeros sesenta se llevarán a cabo algunos experimentos arquitectónicos y urbanísticos de gran interés, que después no se volverán a repetir. La Urbanización de Torre Valentina (1959), -revisión del modelo turístico decimonónico protagonizado por el Gran Hotel como gran pieza arquitectónica- proyectada por Coderch o el concurso internacional de ideas de Elviria (Marbella, 1960) son dos magníficos ejemplos de ello. En este último concurso, el propietario de la Finca de El Coto de Los Dolores (1.000 ha), Salvador Guerrero, pide a los concursantes que adapten sus propuestas al paisaje geográfico y humano del lugar. En esta convocatoria se hace hincapié “en considerar que el descanso del hombre de hoy se lo proporciona la naturaleza y poder disfrutar de ella, y poder olvidar la angustiosa expresión de la ciudad moderna” (Barrios, 2013, pág. 288). El objetivo de algunos de los concursantes será investigar un patrón de transformación del paisaje que pueda exportarse a otros lugares de la Costa del Sol (figura 3), siguiendo una estrategia que Barrios (2013) define como dual, de respeto por la naturaleza y de dominio sobre ella.

Un año más tarde, el concurso internacional de Maspalomas (1961), en Las Palmas de Gran Canarias, promovido por otro gran propietario, el Conde de la Vega, se planteará la construcción de un centro turístico más denso que el de Elviria (40.000 camas en 2.000 ha) con un marcado carácter internacional. El proyecto del equipo francés ganador de SETAP “destaca por su lectura e interpretación implacable del territorio (...) la admiración por el paisaje existente (respeto de las dunas, el oasis y el delta), la construcción de un nuevo paisaje dinamizador” (Álvarez, 2013; 261). Esta última cualidad será la que caracterice la modernidad del espacio turístico frente a los planteamientos conservacionistas planteados sólo seis años antes con el Estudio para la ordenación turística de la Costa del Sol de 1955.

Ambos concursos internacionales serán ganados por dos equipos franceses, país donde la reflexión sobre la ordenación territorial del turismo y su arquitectura irá por delante, especialmente desde que el gobierno francés promueva la mayor operación turística de la época. El proyecto urbanístico y territorial del Languedoc-Rousillon (1963) es un proyecto faraónico de transformación de 180 km de costa mediterránea en espacio turístico, cuyo objetivo principal fue económico, desarrollar una región deprimida, pero que sirvió de banco de pruebas para definir cuales debían ser las condiciones arquitectónicas y urbanísticas del proyecto turístico masivo moderno, en oposición al proyecto decimonónico y de clase anterior. En el proyecto del Languedoc-Roussillon no existe una política de embellecimiento-ocultamiento como en los proyectos anteriores, sino la construcción de un nuevo paisaje-estético donde la arquitectura explora toda su capacidad experimental. La reflexión estructuralista del Team X, dirigida por George Candilis, se vuelca en este experimento, en una actuación cuyo éxito fue debido tanto a la unidad de proyecto arquitectónico como a la gestión y financiación estatal del mismo. No se puede obviar, por otro lado, los resultados medioambientales del proyecto. La transformación territorial afectó a un ecosistema pantanoso de gran valor ecológico, que tal como sucedió en otros muchos lugares del mundo, han tenido un alto coste ambiental.

3.2 Paisajes explotados. El desarrollo de los Centros Turístico de Interés Nacional (1963-91)

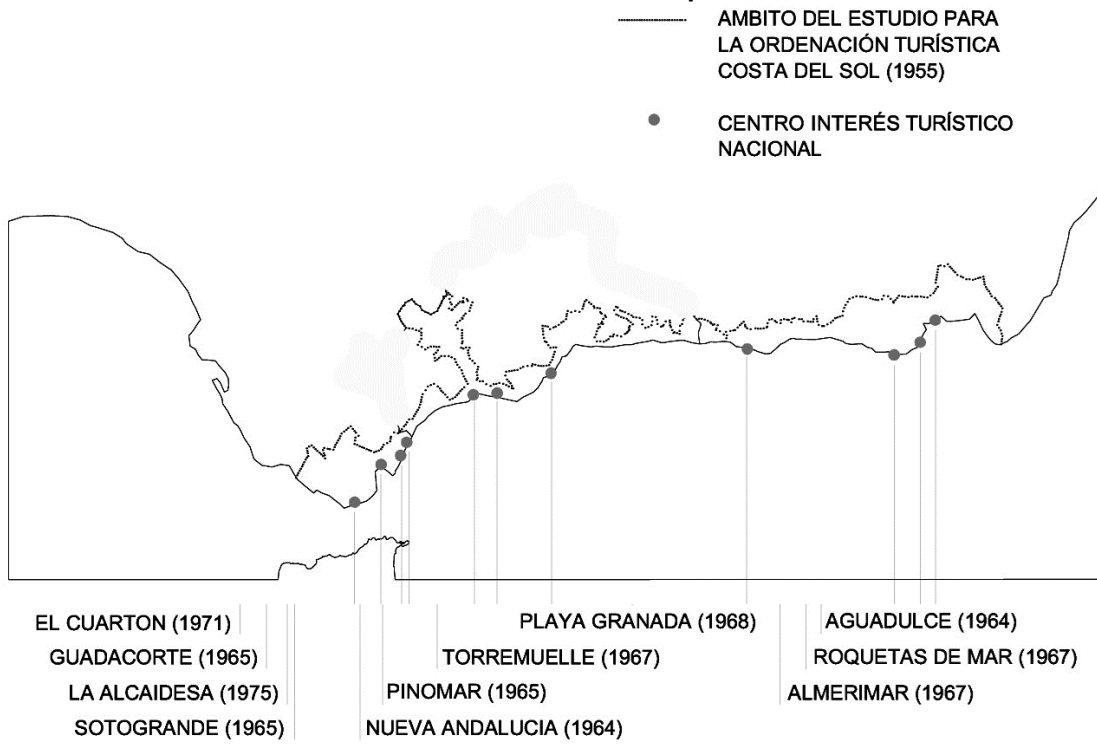
Explotar. (Del fr. exploiter, sacar provecho [de algo]).

1. *Extraer de las minas la riqueza que contienen.*
2. *Sacar utilidad de un negocio o industria en provecho propio.*
3. *Utilizar en provecho propio, por lo general de un modo abusivo, las cualidades o sentimientos de una persona, de un suceso o de una circunstancia cualquiera.*

El éxito de los nuevos paisajes proyectados por la modernidad dependerán, tal como demuestra el caso del Languedoc-Roussillon, tanto de la calidad arquitectónica, urbana y territorial del proyecto, como de la capacidad técnica y económica para su desarrollo. En el caso español, la incapacidad de gestión social y política de las propuestas arquitectónicas más interesantes de aquella época, dejó en manos de los propietarios del suelo y de las inversiones más depredadoras el desarrollo del litoral turístico. Las propuestas para el desarrollo de la Costa del Sol se ejecutaron parcialmente como Centros de Interés Turístico Nacional amparados por la Ley de Zonas y Centros de Interés Turístico Nacional de 1963 (figura 4). La falta de interés en una planificación territorial y una gestión integral del mismo, así como la búsqueda de resultados económicos inmediatos, alentó la transformación directa del suelo rústico y la ocupación indiscriminada del litoral. Este proceso dio pie a un paisaje de fragmentos inconexos y de difícil legibilidad que substituyó al paisaje natural preexistente y que en muchos casos había sido el primer atractivo del lugar. Así pues, el proyecto experimental de la modernidad quedó reducido a una producción estandarizada de soluciones arquitectónicas de alta rentabilidad y bajo coste, que redujeron el destino turístico litoral a un solo producto estrella: el sol y la playa.

La década de 1960 y 1970 se puede entender como un periodo de explotación del paisaje, no sólo física, sino iconográfica a través de la publicidad y el marketing. La venta del *paquete turístico* en origen, en la agencia de viajes, se acompaña de fotografías de paisajes que por repetitivos y tópicos terminan por banalizarlos. Después de tres décadas de actividad turística, los resultados obtenidos en el litoral turístico dejan el territorio en una situación similar a la ciudad industrial. El turista del siglo XIX, que huía de ciudad industrial por falta de higiene y salubridad, dio paso al turista del siglo XX, que huye del ruido y el estrés de las nuevas metrópolis, y, a finales del siglo XX, el turista actual parece huir de los destinos masivos concebidos para su descanso y disfrute del ocio. En 1990, en el *Libro blanco sobre el turismo español* se alertaba de la *madurez* de la oferta turística del Mediterráneo español, debida a la falta de competitividad de los destinos tradicionales surgidos en las décadas de los 60 y 70, señalando que en 1989 -por primera vez en la historia-, se estaba perdiendo un 3% de cuota de mercado frente a los nuevos mercados emergentes como los de Grecia y el norte de África. En este mismo informe se incidía en el elevado grado de urbanización del litoral y se hacía una alusión expresa a los problemas de *polución estética* que sufrían los destinos turísticos. La estética urbana formaba parte de los problemas básicos del sistema turístico español a finales del siglo XX, de ahí la necesidad de “mejorar sustancialmente el confort, la estética urbana y el medio ambiente de las zonas turísticas” (Secretaría General del Turismo, 1990; 45).

Figura 4. Centros de Interés Turístico Nacional desarrollados en el ámbito del Estudio de Ordenación de la Costa del Sol en el período 1963-1991



Fuente: Elaboración propia.

Figura 5. Ocupación masiva y fragmentaria en Marbella en urbanizaciones de baja densidad



Fuente: Ministerio de Medio Ambiente (2001).

Sin embargo, mientras, la ocupación del litoral era un problema relativamente general en la costa mediterránea. Los resultados paisajísticos variaban en función del modelo urbano de implantación. La polución estética se concentraba principalmente en los destinos más densos, con problemas de urbanización, ocupación indiscriminada de las playas y acantilados, y obsolescencia de los tejidos residenciales más compactos, tejidos normalmente destinados a segunda vivienda de la clase media o media-baja nacional. En ausencia de una gestión urbana pública-privada clara y suficiente para la ejecución de la urbanización y la infraestructura, se comprueba que los escenarios más elitistas de baja densidad son los que presentan un mejor resultado paisajístico (ver figura 5). En ellos es más fácil invertir en el espacio libre, mayoritariamente privado, por haber una delimitación más clara de las responsabilidades de ejecución y mantenimiento y una mejor percepción de los beneficios que esto comporta; mientras que en las urbanizaciones más densas se diluyen más fácilmente aquellas responsabilidades y la percepción de los efectos negativos del abandono del espacio público.

4. El paisaje en clave ambiental

4.1 Paisajes recuperados. Los planes de excelencia turística (1992-2006)

Recuperar. (Del lat. recuperāre).

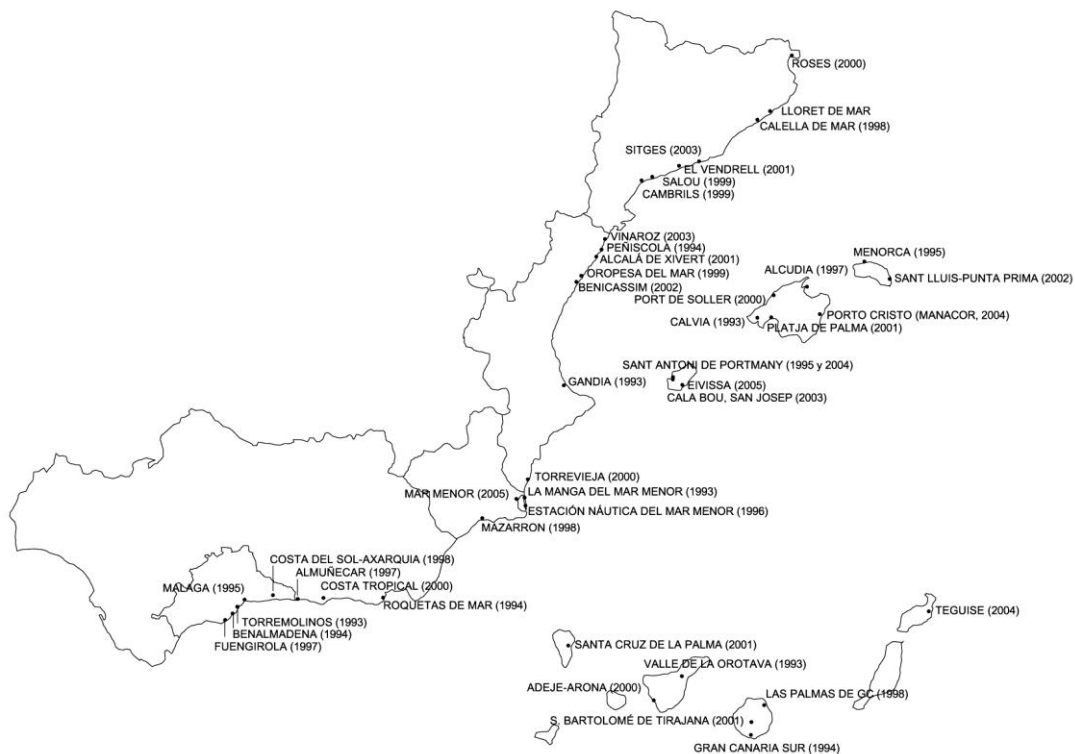
1. Volver a poner en servicio lo que ya estaba inservible.
2. Trabajar un determinado tiempo para compensar lo que no se había hecho por algún motivo.
3. Dicho de una persona o de una cosa: Volver a un estado de normalidad después de haber pasado por una situación difícil.

Los resultados del informe del Libro Blanco del Turismo (Secretaría General del Turismo, 1990) obligaron a fijar un nuevo rumbo a la política turística estatal. Tal y como apunta Foronda y García (2009): “la Dirección General de Turismo asumió que la competitividad de los destinos turísticos dependía de su imagen, organización, calidad y sostenibilidad, ya que por mucha promoción que se realizara sobre los productos, lo más interesante era la satisfacción del turista, y el tratamiento integral tanto espacial como para las personas” (Foronda y García, 2009; 94). El cambio de ciclo debía pasar por un reciclaje del destino turístico maduro, afrontando la revisión, recuperación, rehabilitación y reconversión del mismo. Autores como Antón (2012) prefieren utilizar el término *reinvención* para describir estas políticas, porque consideran que las herramientas que se han de utilizar para ello (política territorial y gestión urbana, rehabilitación del espacio turístico, control de las tipologías, diseño paisajístico, restauración de las áreas degradadas, etc.) ya están operativas. Para este autor, el reto que se ha de plantear es la planificación integral, la dimensión territorial de la reconversión. Entre las acciones a llevar a cabo vuelve a reaparecer el concepto de *embellecimiento*, asociado a una mejora estética de la escena, tanto de los elementos públicos -pavimento, jardinería y mobiliario urbano-, como de las fachadas de los edificios privados que construyen la escena.

El concepto de paisaje a partir de finales de los sesenta presenta una formulación más compleja, desde postulados más comprometidos con la Naturaleza. Ian McHarg, en su famosa publicación *Design with Nature* (1969), proponía, para la ordenación turística de un valle, una metodología que iba más allá de la lectura visual y cultural del territorio, un estudio riguroso

sobre las condiciones que impone la Naturaleza para determinar las zonas más aptas para su explotación turística. El paisaje, más allá de una escena, es el resultado de un proceso ecológico complejo, que hay que analizar, interpretar y transformar de una forma consensuada y participada, un enfoque que acabará imponiéndose años más tarde en la Cumbre de Río (1992) en el marco de lo que se entenderá como el *desarrollo sostenible*.

Figura 6. Planes de Excelencia Turística en el litoral Mediterráneo e Islas Canarias (1992-2006)



Fuente: Elaboración propia y Beas (2012).

La recuperación de los destinos maduros de sol y playa se articuló desde 1992 hasta 2006 en una serie de Planes de Excelencia Turística⁶ (PET), que intentarán implementar una estrategia integral, basada en un triple enfoque: social, económico y ambiental, con la que se financiarán sobre todo acciones de mejora ambiental, formuladas en las Agendas 21 municipales o en los certificados de calidad medioambiental (ver tabla 02). Tal como se grafía en la figura 6, en el ámbito tradicional del turismo de sol y playa, los planes se concentraron en las islas Canarias y Baleares, la Costa del Sol, el Mar Menor y desde Benicassim a Roses. Beas (2009), en un estudio sobre los resultados de estas operaciones, destaca el enfoque crítico de Brunet et al. (2005) sobre el tipo de proyectos que se realizan en la primera generación de PET, la mayoría

⁶ Los Planes de Excelencia Turística fueron desarrollados por el Plan Marco de Competitividad del Turismo Español o Plan Futuro en su primera fase (1992-95), segunda (1996-99) y su continuación con El Plan Integral de Calidad de Turismo Español (2000-6).

proyectos de mejora dirigidos fundamentalmente a la ejecución de infraestructuras y obras a corto plazo, en los que no hay una visión estratégica integral. Larrubia y Luque (2001) estimaron a principios de 2000, que el 47,89% del total de inversiones se destinaron al acondicionamiento de playas, diversificación y enriquecimiento de la oferta turística, y la dotación de equipamiento; mientras que un 26,6% a la dotación de zonas verdes, la recuperación urbanística y del patrimonio y ciertas actuaciones de embellecimiento.

El caso más paradigmático de recuperación de destino turístico de este período es Calvià (Mallorca), donde se realiza una experiencia piloto de implantación de un Plan de Excelencia Turística desarrollado en base a la Agenda 21 municipal. Para ello se elabora un análisis integral del territorio y un estudio de su capacidad de carga, para desarrollar un conjunto de operaciones que van más allá del embellecimiento estético del destino dentro de un proceso de toma de decisiones ampliamente participativo. En este proceso, se decide llevar a cabo una serie de acciones que afectan tanto al espacio público como al privado, así como al crecimiento de la mancha urbanizada. Bustamante (2002) resume aquel plan en cuatro líneas políticas:

- Esponjar el suelo urbano más denso, derribando, a veces con operaciones de voladura, edificaciones hoteleras obsoletas, situadas frente al mar, convirtiendo el suelo privado en zona verde. En 2002 se habían derruido 13.500 m².
- Continuar la reducción del suelo urbanizable, reclasificando suelo urbanizable a no urbanizable, tal como se venía haciendo en los últimos procesos de revisión del planeamiento urbanístico municipal. Este proceso había reducido el suelo urbanizable en 1.660 hectáreas (unas 40.000 plazas).
- Sustitución de las plazas hoteleras, independientemente de su categoría y fomentar su reconversión en suelo libre público.
- Finalmente, programar el ritmo de construcción en suelo urbano, limitando a un 1% anual el derecho de construcción.

Tabla 2. **Acciones de los Planes de Excelencia Turística con incidencia en el paisaje.**

Acción	Determinaciones
Recuperación de playas y paseos marítimos	1. Intervención en las playas mediante su acondicionamiento y mejora: limpieza y dotación de accesorios, vigilancia, servicios sanitarios e higiénicos, parques o zonas lúdicas, instalación de papeleras, etc. 2. Dotación de equipamientos
Embelllecimiento de lugares de interés turístico	3. Acciones de embellecimiento y señalización: ajardinamiento, mobiliario urbano, iluminación 4. Recuperación urbanística y del patrimonio: rehabilitación de fachadas, recuperación de cascos históricos
Protección y ordenación del paisaje en general	5. Dotación de zonas verdes: acciones de esponjamiento, creación de parques urbanos etc. 6. Ordenaciones y actuaciones en el medioambiente: a. Estudios sobre impacto en el medioambiente b. Aplicación de la Agenda Local 21 c. Diseño de planes especiales de protección, repoblación y recuperación de espacios naturales
Dinamización	7. Diversificación y enriquecimiento de la oferta turística: a. Creación de oficinas de información turística b. Centros de interpretación y museos c. Senderos y circuitos d. Miradores

Fuente: Elaboración propia y Dirección General del Turismo (1998).

En la recuperación de destinos maduros de la Costa del Sol se aprobaron tres PET: Torremolinos, Benalmádena y Fuengirola. En ninguno de ellos se llevan a cabo acciones de recuperación de suelo como las propuestas en Calvià, tan solo actuaciones enfocadas al embellecimiento o ejecución de infraestructuras, debido –entre otras razones- a una menor financiación y a un mayor peso del turismo residencial. En el caso de Torremolinos, el más internacional de los destinos de la Costa del Sol, Larrubia y Luque (2001) afirman que la inversión se centró fundamentalmente en el adecentamiento de espacios urbanos (fachadas, cambio de pavimento, tratamiento decorativo de locales cerrados, arreglos de solerías), la restauración de jardines y la plantación de árboles. En cualquier caso, señalan que hubo una cierta estrategia de localización en las actuaciones de embellecimiento, en algunas obras de rehabilitación (edificios, paisajes, infraestructuras, etc.) y de rehabilitación de la imagen, dirigidas principalmente a mejorar aquello que el turista percibía más directamente. Por ello, las intervenciones propuestas se plantaron en los lugares de llegada y tránsito de viajeros (máxima afluencia turística) y en los lugares de alojamiento y espacios de ocio. El embellecimiento de los Planes de Excelencia en la Costa del Sol se centró, por tanto, en la rehabilitación de la imagen percibida por el turista, concentrando las inversiones en los principales circuitos de desplazamiento de los flujos turísticos.

4.2 Paisajes innovadores. El POT de la Costa del Sol Occidental (2006)

Innovar. (Del lat. innovāre).

1. *Mudar o alterar algo introduciendo novedades*
2. *Volver algo a su anterior estado.*

Concienciados ya de la recuperación o reinención del destino, la segunda generación de planes de recualificación que surgen a partir de 2006 (e incluso anteriores) se caracteriza por una fuerte dimensión innovadora, consecuencia de la incorporación de los avances de las tecnologías de la información y comunicación. Para Rosa (2013) “el cambio de ciclo nos obliga a revisar las áreas maduras no sólo como espacios agotados, sino como paisajes de oportunidad” (Rosa, 2013; 48). Los destinos buscan ser más *smart*, creativos e inteligentes y exploran las posibilidades del territorio interior como apoyo de su oferta. El desarrollo de toda una generación de planes territoriales, entre los que se incluye el Plan Territorial de Ordenación de la Costa del Sol Occidental (2006), da soporte a una planificación más integral de los destinos cuyos beneficios afectan por igual al turista y al residente. Los nuevos programas de Recualificación de Destinos Maduros se centran en potenciar y consolidar la gestión, a través de la figura de los Consorcios de los que existen actualmente cuatro (figura 7):

- Consorcio para la mejora y el embellecimiento de la Playa de Palma (2005).
- Consorcio urbanístico para la rehabilitación de las zonas turísticas de San Agustín, Playa del Inglés y Maspalomas (2008).
- Consorcio Desarrollo y turismo de la Costa del Sol Occidental (2009).
- Consorcio para la rehabilitación de las infraestructuras turísticas del Puerto de la Cruz (2010).

Figura 7. Consorcios para la recualificación de los destinos maduros



Fuente: Elaboración propia.

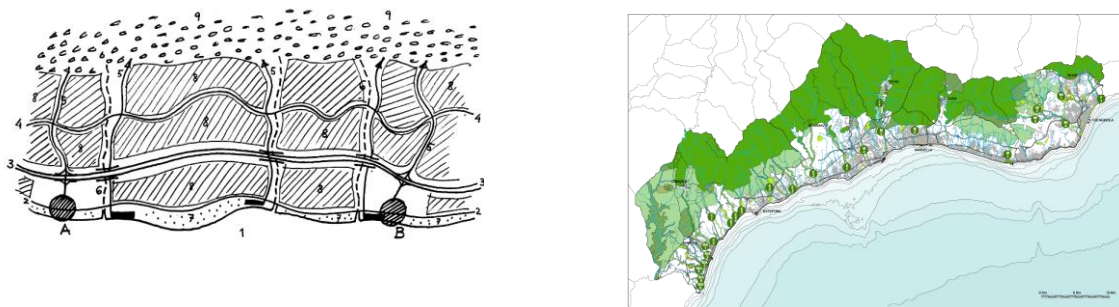
El embellecimiento sigue siendo una práctica contemporánea del turismo, de hecho el nombre del *Consortio para la mejora y el embellecimiento de la Playa de Palma* guarda cierta similitud con la *Sociedad Propagandística del Clima y Embellecimiento* de Málaga. Desde 2009, Turespaña pone a disposición en su web un manual de *Buenas prácticas para el embellecimiento de los destinos turísticos*, resultado del programa de *Calidad percibida. Embellecimiento de destinos* donde se recoge las mejores experiencias que ha realizado la política turística española. Pero a diferencia del embellecimiento decimonónico, se busca una escena que identifiquen por igual al turista y al residente, por tanto un lugar de encuentro que elimine la invisibilidad social. Por eso, el referente estético se enfoca hacia la identidad del lugar y el territorio, que es la gran oportunidad a rescatar y definir en el destino turístico: “La imagen es un valor social, representativo y económico, que se sitúa en el centro de las expectativas del viaje” (Turespaña, 2009; 35).

La imagen es identidad pero también marca. Actualmente los destinos buscan nuevos argumentos para diferenciarse a nivel internacional, crear nuevas identidades a través del embellecimiento, y multiplicar las experiencias. Así, la recuperación de Maspalomas se centra en la creación de tres tipos de bulevares del ocio (urbano, verde y marino). En Playa de Palma, la propuesta del equipo West 8, ganadora del concurso internacional para su rehabilitación (casi 50 años después de los concursos de Elviria y Maspalomas), apuesta por la diversificación de escenarios, articuladas por una nueva monumentalidad de arquitecturas estelares definidas como las *nuevas catedrales*. En cierto modo, la mera construcción de una

escenografía ya no es suficiente, se necesitan espacios *vibrantes* y llenos de *experiencias* que sean capaces de transmitir esa energía al turista.

En el proyecto de Playa de Palma se intentó, además, el debate sobre las *traseras*, sobre el espacio situado a la espalda de la urbanización como un espacio de oportunidad para la recuperación del destino turístico. Un espacio marginal, inacabado, que parece estar a la espera de una futura recualificación especulativa. En algunos casos, tal como se planteó en *Platja d'Aro*, la transformación que se propone -el *Parc dels Estanys*- se interpreta como una oportunidad para recuperar el destino turístico. En este caso, el diseño de un parque inundable resuelve, no solamente un problema ambiental, sino también ofrece un nuevo recurso turístico a un destino maduro desde la lógica paisajística de su territorio (Pié y Díaz, 2005). En el concurso de Playa de Palma, la propuesta de Ezquiaga, Ábalos y Herreros (2007) planteaba un doble juego entre la costa azul tradicional estructurada por el paseo marítimo y la nueva costa verde donde se localizaban los nuevos equipamientos. El equipo de West 8 ordena la trasera mediante la repoblación forestal y la delimitación de sectores de agroturismo, que introduce en el debate la cuestión de las zonas agrícolas y sus posibilidades como recurso (Rosa, Nebot y Nogueira, 2012). Sin ninguna duda, la formulación más integral de este problema lo plantean Goula et al. (2012) con la formulación de la segunda costa.

Figura 8. **Del espacio vacío a los parques fluviales del Plan Territorial de la Costa del Sol (2006)**



Fuente: Gómez y García de la Buelga (1966) y Consejería de Obras Públicas y Transportes (2006).

En este punto, cabe preguntarnos si, desde la definición de *paisaje* del Convenio del Paisaje de Florencia (2000), no deberíamos hablar de proyectos de ordenación paisajística, más que proyectos de embellecimiento, superando con ello el enfoque puramente estético de éstos, poniendo el énfasis en la transversalidad y amplitud del enfoque paisajístico. El caso de la Costa del Sol parece seguir este enfoque. Su plan de recualificación o Plan Qualifica (Decreto 78/2007, BOJA) sólo define las políticas turísticas y planifica las inversiones, pero se apoya directamente en el Plan de Ordenación Territorial de la Costa del Sol (2006). Esta escala territorial permite valorar las posibilidades del proyecto de paisaje en términos planteados por Forman (2004), y en su concepción del territorio como un mosaico de texturas y paisajes sometidas a una matriz ecológica de carácter universal. El modelo *mancha-corredor-trama* es apreciable en el plan territorial con el desarrollo de la red de parques que conectan los espacios protegidos de la sierra con el espacio ecológico del litoral. En la figura 8 se observa cómo estos corredores configurados como parques fluviales, se posicionan de forma opuesta al que jugaban en el esquema de ocupación turística propuesta en la década de los 60 para el

Plan Comarcal de la Costa del Sol de Gómez y García de la Buelga (1966), donde los arroyos y las carreteras delimitaban los polígonos de suelo a ocupar por la urbanización turística.

Los parques fluviales y las traseras de la mancha urbanizada, son los espacios de oportunidad. La *segunda costa* o, más bien, las *segundas costas* interiores, no solo son los espacios donde es posible equipar la primera sino también el espacio que de sentido al conjunto. La línea de costa marítima solo es un límite, el punto de encuentro de dos medios, un *ecotono* que se extiende y desarrolla hacia dentro y hacia fuera, dentro del mar. La costa es rocosa, húmeda, arenosa, etc. porqué es el borde de diversos tipos de litoral. La urbanización turística de la costa ha explotado las condiciones especiales del borde litoral ignorando aquello que lo ha hecho posible. La *segunda costa* reivindica lo que ha quedado a la espalda como oportunidad para entender el sistema y dar un nuevo contenido espacial y paisajístico a los destinos que han perdido sus referencias paisajísticas y territoriales.

Desde 2010, la política ambiental europea propone la creación de *infraestructuras verdes* para reconstruir o reformular los procesos ecológicos que la urbanización moderna ha alterado y con ello rehacer la conectividad ecológica en red de todos los espacios naturales y artificiales, apoyándose tanto en los sistemas naturales que se conservan así como con las infraestructuras verdes que los hayan de substituir. La infraestructura verde surge en oposición a la tradicional infraestructura gris, cuya función es estrictamente utilitaria, propia de la urbanización urbana; tiene un objetivo claramente ambiental, de regeneración de los procesos ecológicos en todos los ámbitos, entre ellos, el turismo. Por ello son definidas como “una red de zonas naturales y *seminaturales* y de otros elementos ambientales, planificada de forma estratégica, diseñada y gestionada para la prestación de una extensa gama de servicios ecosistémicos. Incorpora espacios verdes (o azules en el caso de los ecosistemas acuáticos) y otros elementos físicos de espacios terrestres (incluidas las zonas costeras) y marinos. En los espacios terrestres, la infraestructura verde está presente en los entornos rurales y urbanos”. (Comisión Europea, 2013;3). Las infraestructuras verdes abren un importante campo de investigación, tanto en la recuperación de paisajes en los destinos maduros como en la conexión de la playa con su territorio. En cierto modo, el parque inundable de *Platja d’Aro*, los proyectos de playa azul-playa verde en Palma o los corredores fluviales de la Costa del Sol están en esta línea.

Como última reflexión, volvamos a la consideración sobre el paisaje y el embellecimiento en la reinención de los destinos maduros. Desde finales del siglo XIX hasta nuestros días hemos pasado de la reivindicación de lo pintoresco y la necesidad del cuidado y embellecimiento de los destinos turísticos como instrumento para su mejora, al reconocimiento del paisaje, primero como una escenificación bella del lugar y posteriormente como lectura comprensiva y medioambiental del mismo, como medio para reinventar el destino turístico, sin valorar adecuadamente que la diferencia es lo que da valor al destino turístico. En un mundo globalizado, el valor está en lo diferente, en lo que potencia la identidad y la singularidad de cada lugar.

El paisaje es una lectura estética y cultural del territorio que nos permite disfrutar de las bondades de cada sitio. La belleza es una construcción intelectual que se produce por comparación con ciertos estereotipos considerados bellos, o gracias al descubrimiento de otros valores alternativos propios de cada lugar. Cuando repasamos la vigencia del embellecimiento

como una actuación legítima para mejorar un destino turístico, lo hacemos conscientes de los riesgos de banalización que supone la posibilidad de que esto se produzca desde el tópico, desde un clisé que no responda a la realidad. La reivindicación del paisaje, entendido desde sus múltiples dimensiones formales y medioambientales, responde a la necesidad de alejarnos de las formulas de embellecimiento superficial, para buscar en la comprensión general del lugar, los valores que lo hacen bello e idéntico a si mismo. La reivindicación del paisaje como terapia para recuperar los destinos turísticos maduros y el desarrollo turístico en general, pasa por reconocer en el mismo una capacidad omnicomprendiva del lugar que no está en la base del embellecimiento. El turismo vacacional tiene que volver al paisaje como razón de su existencia y de las formas como se ha implantado en cada lugar.

Bibliografía

- ÁLVAREZ LEÓN, R. *El proyecto del Atelier ATEA+SETAP en el concurso internacional de Maspalomas-Costa Canaria, España*. En: PIE I NINOT, R. y ROSA JIMÉNEZ, C., eds. Turismo Líquido. Barcelona, Universidad Politécnica de Cataluña, 2013. pp. 244-263.
- ANTÓN CLAVE, S. *et al. 10 lecciones sobre turismo: el reto de reinventar los destinos*. Madrid, Planeta, 2012. 479 p.
- ÁBALOS, I. *Atlas pintoresco. Vol. 1: El observatorio*. Barcelona, Gustavo Gili, 2005. 151 p.
- ÁBALOS, I. *Atlas pintoresco. Vol. 2. Los viajes*. Barcelona, Gustavo Gili, 2008. 237 p.
- BARBA CASANOVA, R. y PIE I NINOT, R. *Arquitectura y turismo: planes y proyectos*. Barcelona, Universidad Politécnica de Cataluña, 1996. 336 p.
- BARRIOS PÉREZ, R. *El concurso internacional de arquitectura en Elviria*. En: PIE I NINOT, R. y ROSA JIMÉNEZ, C., eds. Turismo Líquido. Barcelona, Universidad Politécnica de Cataluña, 2013. pp. 286-297.
- BEAS SECALL, L. *Los planes de excelencia turística como objeto de estudio. Una propuesta metodológica de evaluación*. En: Estudios Turísticos, 182: 31-52, 2009.
- BEAS SECALL, L. *Los planes de excelencia turística en España (1992-2006). Una apuesta por la revitalización de los destinos. Revisión de su implantación e impactos*. En: Scripta Nova [en línea]. 2012, vol. 26, no. 411 [fecha de consulta: 2 Febrero 2014]. Disponible en: <<http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-411.htm>>.
- BRUNET ESTARELLAS, P.J. *et al. Los planes de excelencia y dinamización turística (PEDT), un instrumento de cooperación a favor del desarrollo turístico por Boletín de la A.G.E.*, 39: 201-226, 2005.
- BUSTAMANTE MORENO, J. *El modelo Calvià de desarrollo sostenible*. En: I.T., 61: 86-91, 2002.

CATÁLOGO Concurso. *Zona residencial Elviria. Costa del Sol, Marbella, España: concurso internacional de ideas*. Málaga, Zona residencial Elviria, 1960. 72 p.

COMISIÓN EUROPEA. *Infraestructura verde: mejora del capital natural de Europa*. Comunicación de la Comisión al Parlamento Europeo, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones. COM (2013) 249 final. Bruselas, 6 de mayo de 2013. 12 p. [fecha de consulta: 2 Febrero 2014]. Disponible en: <http://eurlex.europa.eu/search.html?qid=1397496054647&text=Infraestructura%20verde%20mejora%20del%20capital%20natural%20de%20europa&scope=EURLEX&type=quick&lang=es&DD_YEAR=2013&DD_MONTH=05>

CONSEJERÍA de Obras Públicas y Transporte (Junta De Andalucía). *Directrices regionales del litoral de Andalucía*. Sevilla, Consejería de Obras Públicas y Transportes, 1990. 171 p.

CONSEJERÍA de Obras Públicas y Transportes (Junta de Andalucía). *Plan de Ordenación del Territorio de la Costa del Sol Occidental*, 2006. 235 p.

DECRETO 78/2007, de 20 de marzo, por el que se aprueba el Programa de Recualificación de Destinos de la Costa del Sol Occidental de Andalucía "Plan Qualifica". BOJA nº75, Sevilla, 17 de abril 2007. pp. 61-80.

DIRECCIÓN GENERAL DE TURISMO. *Planes de excelencia y dinamización turística*. Madrid, Centro de publicaciones y documentación del Ministerio de Economía y Hacienda, 1998. 30 p.

ESTEVE SECALL, R. *Ocio, turismo y hoteles en la Costa del Sol*. Málaga, Diputación Provincial de Málaga, 1982. 199 p.

EZQUIAGA, J.M., ÁBALOS, I y HERREROS, J. *Plan director de reconversión de la Playa de Palma. Propuesta de Concurso*. [en línea]. 2007. [fecha de consulta: 15 Mayo 2014]. Disponible en: <<http://ezquiagaarquitectura.com/2007/playa-de-palma/>>

FERNÁNDEZ FUSTER, L. *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Madrid, Alianza Editorial, 1985. 974 p.

FORONDA ROBLES, C. y GARCÍA LÓPEZ, A. M. *La apuesta por la calidad como elemento diferenciador en los destinos turísticos: planes renovados*. En: Cuadernos de Turismo, 23: 89-110, 2009.

FORMAN, R. T. T. *El mosaico territorial para la región metropolitana de Barcelona*. Barcelona, Gustavo Gili, 2004. 150 p.

GÓMEZ Y GARCÍA DE LA BUELGA, J. *Plan General de Ordenación Urbanística de la Costa del Sol Occidental*. En Arquitectura, 85: 45-52, 1966.

GOULA, M. *et al. Tour-scapes or how to convert mature tourism destinations to complex sustainable landscapes; the strategy of the "second coast" por Ara Revista de Investigación en Turismo*, 3 (2): 43-51, 2012.

LARRUBIA VARGAS, R. y LUQUE GIL, A. M. *Las estrategias para la excelencia y la calidad turística en los destinos maduros. El caso de la provincial de Málaga*. En Baetica. Estudios de Arte, Geografía e Historia, 23: 75-118, 2001.

PIÉ NINOT, R. y DÍAZ, P. *Paisaje del turismo. El Plan general de Torroella de Motngrí y el Parque dels Estanys de Pla d'Aro*. En VIDAL, J. M. y LANZAS, O., eds. Paisaje de los paisajes. Valencia, Arquitectes pel Paisatge, 2005. pp. 38-47.

PIÉ NINOT, R. *Las arquitecturas del turismo: las piezas mínimas*. En: PIE I NINOT, R. y ROSA JIMÉNEZ, C., eds. Turismo Líquido. Barcelona, Universidad Politécnica de Cataluña, 2013. pp. 14-37.

PRESIDENCIA DEL GOBIERNO. *Estudio para la ordenación turística de la Costa del Sol*. Madrid, 1955.

ROSA JIMÉNEZ, C., NEBOT, N. y NOGUERA, B. *El paisaje cultural agrícola en la recualificación y diseño del nuevo destino turístico: experiencias en la Costa del Sol*. En: Congreso Nacional de Medio Ambiente (11º, 2012, Madrid, España). Actas. Madrid, Conama, 2012. pp. 1-20. Disponible en: <<http://www.conama2012.conama.org/web/generico.php?idpaginas=&lang=es&menu=86&id=291&op=view&tipo=C>>

ROSA JIMÉNEZ, C. *El turismo como futuro: la ciudad del ocio*. En: PIE I NINOT, R. y ROSA JIMÉNEZ, C., eds. Turismo Líquido. Barcelona, Universidad Politécnica de Cataluña, 2013. pp. 38-49.

ROYO NARANJO, L. *Turismo, desarrollo, arquitectura: la aventura de la modernidad*. Sevilla, Consejería de Fomento y Vivienda, 2013. 333 p.

SECRETARÍA GENERAL DEL TURISMO. *Libro blanco del turismo español*. En: Estudios Turísticos, 108: 3-60, 1990.

SICA, P. *Historia del urbanismo: siglo XIX*. Madrid, Instituto de Estudios de Administración Local, 1981. 622 p.

SOLÀ-MORALES, M. *Las formas de crecimiento urbano*. Barcelona, Universidad Politécnica de Cataluña, 1997. 196 p.

TORRES BERNIER, E. *El clima: recurso clave y origen de la Costa del Sol*. En: ARENAS GÓMEZ et al. Historia de la Costa del Sol. Málaga, Diario Sur, 1997. pp. 17-24.

TURESPAÑA. *Buenas Prácticas para el embellecimiento de destinos turísticos* [pdf], 2009. [Fecha de consulta: 2 Febrero 2014]. Disponible en: <http://www.destino-detalle.es/?page_id=124>.

WEST 8. *Plan director de Platja de Palma. Documento preliminar* [pdf], 2010. [Fecha de consulta: 23 mayo 2014]. Disponible en:

http://pmi.palmademallorca.es/consorciplatjadepalma/documents/MASTER_PLAN/467_master_plan_2_agosto_2010.pdf.

