



PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio
Cultural
ISSN: 1695-7121
info@pasosonline.org
Universidad de La Laguna
España

Royo Naranjo, Lourdes; García Moreno, Alberto E.
Turismo en la Costa del Sol. Un patrimonio en revisión
PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, vol. 12, núm. 4, septiembre-diciembre, 2014, pp.
847-857
Universidad de La Laguna
El Sauzal (Tenerife), España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88132457014>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en redalyc.org

Turismo en la Costa del Sol. Un patrimonio en revisión

Lourdes Royo Naranjo*

Universidad de Sevilla (España)

Alberto E. García Moreno**

Universidad de Málaga (España)

Resumen: La trigésimo cuarta edición de la Feria Internacional de Turismo, FITUR (2014), ha sido considerada por muchos inversores, como el mejor reflejo de la recuperación que está experimentando el sector turístico a escala internacional. Tal es el caso de la Costa del Sol, un destino maduro de una enorme riqueza, para el que creemos necesaria, sin embargo, una reconsideración de su modelo turístico, que ponga el foco no tanto en los aspectos mercantilistas como en la puesta en valor de una producción cultural moderna ligada al ocio de masas. Producción que ha construido una realidad identitaria alternativa, aún poco explorada, y que pretendemos atender para una valoración patrimonial contemporánea. Arquitectura, cine o literatura del turismo en la Costa del Sol se convertirían en nuevos ítems para una visión más amplia, integradora y productiva, con la que acometer nuevos desafíos en el planeamiento y la promoción turística de este destino.

Palabras Clave: Turismo, patrimonio, gestión, Costa del Sol, desarrollo, sector.

Tourism on the Costa del Sol. A heritage on review

Abstract: The thirty-fourth edition of the International Tourism Trade Fair, FITUR (2014), has been considered by many investors as the best reflection of the recovery being experienced by the tourism sector internationally.

Such is the case of Costa del Sol, a mature destination of enormous wealth, for which we believe necessary, however, a review of its tourism model, which puts the focus not so much on the mercantilist aspects but in the enhancement of a modern cultural production linked to mass entertainment. Production that has built an alternative identity, yet unexplored, and which we intend to attend for a contemporary heritage valuation. Tourism architecture, cinema or literature in Costa del Sol would become new items for a broader, inclusive and productive vision with which to undertake new challenges in the touristic planning and promotion of this destination.

Key Words: Tourism, heritage, management, Costa del Sol, development, sector.

1. Introducción. Por una concepción patrimonial de la actividad turística

"Hace tiempo que nos hemos dado cuenta: el almacén de los materiales acumulados por la humanidad –mecanismos, maquinarias, mercancías, mercados, instituciones, documentos, poemas,

emblemas, fotogramas, opera picta, artes y oficios, encyclopedias, cosmologías, gramáticas, lugares y figuras del discurso, relaciones de parentela, de tribu y de empresa, mitos y ritos, modelos operacionales ya no hay manera de mantenerlo en orden. [...]

* Dpto. Historia, Teoría y Composición Arquitectónicas - Escuela Técnica Superior de Arquitectura; E-mail: lroyo@us.es

** Área Composición Arquitectónica - Escuela Técnica Superior de Arquitectura; E-mail: albertogarciamoreno@uma.es

Todos los parámetros, las categorías, las antítesis, que habían servido para imaginar, clasificar proyectar el mundo, están en discusión.

Calvino, Italo. "La mirada del arqueólogo" en *Punto y aparte*. Barcelona: Tusquets, 1995 p. 338

La descripción de Calvino de nuestro entorno evoca la poética visión que del pasado como ruina hace Walter

Benjamin en su Angelus Novus¹, una ruina que, como "destrucción", constituye el "objeto del siglo XX"². Esas dos visiones desafían la axiología sobre la que se gestó la patrimonialización moderna, como acción conservadora de los mejores objetos proveniente de la cultura pasada: ellos debían de actuar como "iconos" representativos de una identidad -¿cambiante?- a través del tiempo. En este sentido, el debate sobre el Patrimonio Cultural, cada vez más presente tanto en la escena política como en la social y convenientemente apoyado por los medios de comunicación masiva, en los últimos años se ve "infectado" por la contradicción planteada por Calvino, haciendo cada vez nueva esta situación con los modos establecidos hasta ahora para su definición: las acciones que ahora le corresponden no pueden ser atendidas con los conceptos que antes usábamos: *"Para un tiempo que inventó la destrucción sin ruina, hay que pensar de otra manera, otra cosa, concebir otro objeto"*³.

Desde hace algunos años atendemos a un importante esfuerzo por reactivar el modelo de gestión turística heredado en la Costa del Sol en un intento por responder al proceso de reconversión de sus destinos ya maduros, con una voluntad de reactivación de la imagen de sus costas y de la variedad de sus paisajes. No en vano, el papel como actividad comercial lúdica que el Turismo ha jugado hasta ahora y desde prácticamente la segunda mitad del siglo XX en la Costa del Sol, ha supuesto que se observe habitualmente como un fenómeno perteneciente más a lo económico o empresarial, y no tanto a aquellos aspectos relacionados con la creación de ambientes habitables, el intercambio de "modos de vida" o la comunicación simbólica.

Un renovado enfoque patrimonial sobre la actividad turística que nos conduce a trabajar sobre aspectos secundarios, según la visión mercantilista del Turismo y fundamentales en una consideración más amplia, integrada y productiva del mismo. Este nuevo planteamiento no debe centrarse en buscar nuevos elementos, sino más bien, en establecer nuevas formas de caracterización de aquellos grupos de bienes culturales producidos por la actividad del Turismo. Bienes que planteamos que deben ser gestionados, también desde los principios y objetivos de una política patrimonial⁴ que debe

pasar por la puesta en valor -antropológicamente necesaria y socialmente exigible- de un conjunto de prácticas culturales, objetos y ámbitos patrimoniales, resultado directo de este fenómeno. Con este objetivo, pasariamos de centrarnos en los bienes materiales generados por el Turismo a lo largo de la historia, a una atención difusa depositada en la propia actividad turística como creación, acción y desarrollo humano (Castillo Ruiz, 2007). Como esta acción humana se desarrolla en el tiempo y se constituye socialmente, su continuidad no sólo se produce con aquellos bienes materiales generados, como puedan ser la arquitectura, las actuaciones urbanísticas, los equipamientos para el turista, las infraestructuras de ocio, la literatura o la cinematografía, sino que además la encontramos en el propio hecho turístico.

El viaje –sobre el que se funda la movilidad del turismo- como proceso de intercambio de ideas e imaginarios, es una forma de registro del territorio, en el cual, el turista se apropiá del mismo al usarlo y relacionarse con la población del lugar que se visita. De esta forma, ese registro, esa apropiación, es algo diferente cada vez, singular y novedoso frente al carácter de permanencia e invariabilidad del patrimonio local; de aquí deducimos, que es la acción y la actividad y no los objetos, lo que induce una experiencia transformadora que constituye el valor patrimonial del turismo (Ávila Bercial, 2002:17-24).

Esta experiencia cultural espacializada (Bauman, 2000), lúdica y a veces banal, siempre divertida, confortable o arriesgada, que atraviesa y congrega modos de vida y localizaciones en un tiempo corto e intenso, podría constituir, en palabras de Foucault, una heterotopía de la contemporaneidad (Sloterdijk, 2007), que se manifiesta en procedimientos intercambiables, complementarios o excluyentes, que el turista ejerce, usa o atraviesa, consciente o inconscientemente. Entendemos estos procedimientos como un conjunto de procesos socioculturales en los que estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada, se combinan para generar nuevas estructuras, objetos y prácticas (García Canclini, 2001:14), en nuestro caso, como resultado de un proceso de doble concurrencia: homogeneizador por global, y aculturador por el enfrentamiento de creencias y hábitos diferentes (Jafari, 2007).

La presente investigación se centra en la identificación y puesta en valor de una producción cultural moderna ligada a la práctica turística en la Costa del Sol, un destino maduro que sin embargo ha de reconsiderar nuevos yacimientos de atracción basados en una concepción patrimonial alternativa. Nuestra propuesta se basa en rescatar aquellas producciones humanas que, de alguna manera, son

memoria de un paisaje y de una actividad turística banalizada, y que se convierten en nuevos hitos para una lectura más amplia e integrada de la oferta turística del litoral malagueño.

2. Destino: Costa del Sol

El caso de la Costa del Sol es un claro ejemplo que obliga a estudiar de manera detenida, la necesidad “impuesta” por renovar su imagen y su patrimonio, reconvirtiendo, casi por obligado cumplimiento, su valor patrimonial en recurso turístico mercantilizado. A partir de casos concretos de estudio, recientemente se está trabajando en una línea de investigación patrimonial que sobre el litoral malagueño tiene la visión de su gestión turística con el fin de reconocer que la capacidad productiva y transformadora que la actividad turística ha provocado, hace que los objetos, comportamientos, hábitos y espacios que ha generado, y genera, puedan ser considerados como auténticos recursos desde los que innovar la actividad económica y productiva del contexto en el que se producen. De esta manera la actividad turística, entendida como creación, acción y desarrollo humano y, por extensión, de la sociedad entendida en sus múltiples dimensiones, permite que el lugar, el territorio o el paisaje se conviertan ahora en el soporte artificial y natural, sobre el que validar procesos culturales, sociales, antropológicos, ecológicos y artísticos. (García Moreno, 2013:80).

Una actividad turística ésta, originada fundamentalmente con el carácter de “sol y playa”, que tiene efectivamente a la Costa del Sol de Málaga como uno de sus referentes más reconocidos. Dicha acción humana comenzó de una manera masiva y vertiginosa en un período cronológico que se extiende desde los años cincuenta, y que continúa en las décadas siguientes con un desarrollo que lo convierten en un auténtico fenómeno de masas (Arenas Gómez, 1998 y 2003; Bayón Maríné, 1999; Vogeler y Hernández, 2000; Esteve, y Fuentes, 2000; Uriel, y Monfort, 2001; Moreno Garrido, 2007; Pack, 2009; Pellejero Martínez, 2005; Bonilla, 2007; Royo Naranjo, 2013). A lo largo de todo el litoral malagueño se produjo uno de los hechos turísticos de mayor relevancia en el sur de Europa, pasando de ser una comarca dedicada fundamentalmente a la pesca y, en menor medida, a la agricultura, a sede mundial del turismo internacional y de las prácticas y modos de vida más novedosas de la época (Mellado, 1973:12-16).

La Costa del Sol se ha convertido en un auténtico laboratorio en el que ensayar desde el punto de vista turístico procesos de antropización y aculturación ante un rápido desarrollo que representa para una

región originariamente agrícola, y el desafío que todo ello supone para una noción contemporánea del Patrimonio. (Latour, 1983)

3. La cuestión patrimonial en las herramientas de planificación y control

La Costa del Sol es un paisaje de gran belleza, con una cadena montañosa que actúa de fondo de escena para la actividad turística, que se aloja en una banda ancha de playa y campo y que es ocupada puntualmente por las estribaciones de los montes. Los inicios de dicha actividad no sólo supusieron el contacto del hombre con el medio natural antropizado que le rodeaba, sino que revolucionó todos los ámbitos: la sociedad, con nuevas costumbres y modernas formas de ver la vida; la economía, como motor de desarrollo (Royo Naranjo, 2013; García Moreno, 2013) local, nacional e internacional; la cultura, como intercambio y enriquecimiento entre lo autóctono y lo foráneo; el arte, en todas sus manifestaciones, como cine, literatura, diseño gráfico, etc.; la antropología, con nuevos e ilustres personajes que “consumen” este turismo, locales en los que se reúnen, recorridos de ocio, etc.; la repercusión en el territorio, con la creación de nuevos paisajes urbanos, tipologías arquitectónicas novedosas, etc.

Sin embargo, a la hora de acercarnos de manera reciente a las nuevas herramientas de planificación que estudian y trabajan con los destinos turísticos de la costa malagueña, encontramos cómo muchos de ellos se han perdido en su historia olvidando realmente los mecanismos por los que todo un sector internacional sucumbió a sus valores, relegando en ocasiones su patrimonio a la tipización de clichés que deben ser revisados para trabajar con aquellos elementos que de manera identitaria configuran realmente la esencia de la Costa del Sol. Es por ello que el fundamento del análisis de cuantos programas y planes de índole turística están actualmente en vigor o en funcionamiento para la Costa del Sol responde al interés por dilucidar cuáles son las herramientas de trabajo con las que cuenta la empresa turística para la reactivación de un sector motor de desarrollo y mecanismo de modernización para la Costa del Sol.

Hoy día atendemos a un proceso de revisión y estudio de casos en los que de forma paralela al desarrollo del fenómeno turístico de la Costa del Sol y a la propia construcción iconográfica y cultural de la costa malagueña, estaban teniendo lugar como planteamientos y discursos urbanísticos y arquitectónicos de una modernidad entonces pionera y aún vigente. Un estudio que responde a las necesidades de reactivación de un destino, la Costa del Sol,

aparentemente agotado. A la hora de abordar el estudio detallado de la planificación y dinamización turística de la Costa del Sol, apreciamos cómo a lo largo de las últimas décadas se han llevado a cabo desde esa misma premisa de permisividad y nuevos acercamientos, algunas de las líneas de actuación más importantes realizadas en torno al sector turístico andaluz, prestando especial atención a los destinos de costa de la provincia de Málaga, en especial a la Costa del Sol. De esta manera podemos observar cómo a un nivel mayor, desde la Dirección General de Planificación y Ordenación Turística de la Junta de Andalucía, se han emprendido diversas iniciativas encaminadas a incrementar el nivel de desarrollo turístico de la Costa del Sol en la mejora de la oferta turística como destino competitivo a nivel nacional e internacional. De esta forma, desde los principios que rigen el funcionamiento de la Dirección, para alcanzar este objetivo se han establecido varias líneas de trabajo⁵:

“... la modernización de la legislación turística, la introducción de un enfoque territorial en la planificación turística, la implantación de políticas que se basen en la colaboración de los sectores público y privado y todo ello bajo la premisa fundamental de la sostenibilidad económica, medioambiental y cultural”.

Un objetivo que dirige sus esfuerzos a partir de la relación directa de los siguientes puntos de actuación y trabajo: Plan General de Turismo Sostenible, Instrumentos de Intervención Turística en Andalucía y Planes en ejecución. Respecto a los *Instrumentos de Intervención Turística*, deben diferenciarse según iniciativa autonómica como la Estrategia de Turismo Sostenible; Plan Turístico de Ciudades Medias del Centro de Andalucía; Plan Turístico de Grandes Ciudades; Municipio Turístico y Programa de Recualificación de Destinos Maduros, y aquellos planteados en colaboración con la Administración del Estado como son el Plan de Excelencia Turística; Plan de Dinamización Turística / Plan de Dinamización del Producto Turístico y Plan de Competitividad. En cuanto a las Estrategias de Turismo Sostenible, se entiende al conjunto integrado de actuaciones dirigidas a implantar un sistema de planificación estratégica en el territorio basado en la creación de nuevos productos o mejora del existente, fortalecimiento de la competitividad del sector local, aumento del atractivo del espacio turístico e implantación de sistemas y herramientas de gestión medioambiental.

En el caso de *Plan Turístico*, encontramos una serie de acciones de ámbito territorial supramunicipal y municipal que procuran el desarrollo de

destinos turísticos bajo las premisas de la calidad y un crecimiento sostenible. De esta forma, se contribuiría a la mejora de la competitividad del sector turístico mediante actuaciones basadas en criterios de sostenibilidad, así como de preservación del medio ambiente y recursos naturales y culturales de los distintos destinos, diversificando el producto con vistas a una desestacionalización de la oferta y la demanda y mejorando la calidad de los servicios públicos y privados que recibe el turista⁶. Málaga cuenta con el reconocimiento del “Plan Turístico de Ciudades Medias del Centro de Andalucía”.

El *Plan Turístico de Grandes Ciudades* atiende a la consideración por la cual el turismo urbano representa un segmento en auge que responde al mismo tiempo a una creciente demanda centrada en la visita a núcleos urbanos para consumir algún tipo de recurso cultural (museos, monumentos, gastronomía, espectáculos musicales, teatro, etc) y realizar otras actividades como compras, vida nocturna, etc. Para potenciar la competitividad turística de dichos centros de ocio turístico, surgirían los Planes Turísticos de Grandes Ciudades, dirigidos a municipios de más de 100.000 habitantes, cuyo principal objetivo se correspondería con la diversificación de la oferta de las ciudades, ampliando su espacio turístico y creando y desarrollando nuevos intereses entre los que potenciar su patrimonio urbano. En el caso concreto de Málaga señalamos la existencia del Plan Turístico de Grandes Ciudades de la Ciudad de Málaga y Plan Turístico de Grandes Ciudades de la Ciudad de Marbella.

Uno de los puntos fundamentales le correspondería al *Municipio Turístico*, instrumentos de intervención turística de la Junta de Andalucía en respuesta al incremento en el número de usuarios que demandan la prestación de servicios municipales. Surge⁷ “dado que la Ley Reguladora del Régimen Local no prevé ningún mecanismo para compensar el desequilibrio financiero ocasionado por la sobrerepresentación de servicios municipales motivada por la afluencia de turistas, la Consejería de Turismo, Comercio y Deporte ha creado la figura de Municipio Turístico cuya principal finalidad es la de corregir o al menos compensar los efectos negativos que la actividad turística les pueda acarrear a estos municipios” Para Málaga, se definirían los municipios turísticos de “Benalmádena”, “Fuengirola”, “Nerja”, “Ronda” y “Torremolinos”.

De forma paralela a estos esfuerzos por reactivar y modernizar al sector turístico, desde hace algunos años determinados destinos tradicionales de litoral y otros urbanos todos ellos en la Costa del Sol venían reflejando síntomas de pérdida de atractivo y merma de su patrimonio, haciendo cada vez más patente la necesidad de una intervención

en su gestión y programación de los mismos. Como consecuencia directa, se redactaron una serie de *Planes de Excelencia Turística* base de promoción para dichos destinos globalmente considerados, impulsando proyectos de carácter demostrativo. Dichos planes no se entendieron como una marca sino una manera de actuar, capaz de incitar un efecto dinamizador directo sobre el ámbito de trabajo en cuestión.

Estos planes guardarían mucha relación con los *Planes de Dinamización Turística / Plan de Dinamización del Producto Turístico*, dirigido a destinos que se encontraran aún en fase de desarrollo turístico y cuyo objetivo es acelerar su crecimiento bajo la premisa una vez más, de la sostenibilidad. Así, el concepto de capacidad de carga adquiría una relevancia fundamental tanto para la creación de infraestructuras turísticas como para el desarrollo de la oferta alojativa y de ocio. En este sentido, la figura del Plan de Dinamización del Producto Turístico se centraba en la creación de productos turísticos atractivos y de calidad en espacios turísticos ordenados y equilibrados susceptibles de ser comercializados en el futuro y capaces de abrir un recorrido de éxito para el destino. En el caso de Málaga encontramos el Plan de Dinamización del Producto Turístico Axarquía⁸ y el Plan de Dinamización de la Serranía de Ronda⁹.

Otro de los puntos determinantes de la gestión y planificación turística lo constituye el *Plan de Competitividad*. En la Mesa de Directores Generales celebrada el 20 de mayo de 2008 se aprobaron las bases para el Programa de Desestacionalización y Reequilibrio Socioterritorial, que constituyen las bases para el desarrollo de los Planes de Competitividad que vienen a sustituir los Planes de Dinamización del Producto Turístico. De esta forma, el *Plan de Competitividad para zonas o comarcas de alto potencial turístico*, responde al propósito de reequilibrio socio-territorial cuyas actuaciones se dirigen a la puesta en valor de recursos turísticos de elevado potencial favoreciendo el desarrollo turístico de las zonas o comarcas turísticas que se seleccionen debiendo limitarse el contenido de los programas a la configuración de los productos turísticos que se hayan definido. En el caso que nos compete, podemos señalar la formalización del Plan de Competitividad de la Sierra Norte de Málaga¹⁰.

Otra de las iniciativas emprendidas en materia de turismo, refiere a la denominación de *La Calidad Turística*. Hablamos de las organizaciones directamente prestatarias de los servicios específicos (alojamiento, restauración, etc.); su percepción y entorno o contexto, así como de sus características organizativas o funcionales. En este caso, Málaga cuenta con el Sistema Integral de Calidad Turística en Destino (SICTED). Una evolución y definición

moderna de los enfoques actuales de calidad que aplicados al turismo tienen en cuenta la necesidad de actuar sobre el contexto, lo que se plasma en los Planes dirigidos a los 'destinos', sean éstos definidos geográfica, cultural, deportivamente o por un vínculo o hilo conductor como por ejemplo, las 'Rutas'.

Dentro de la programación y gestión de los destinos de costa encontramos el *Programa de Recualificación de Destinos Maduros*. Con el ejercicio de puesta en marcha de dicho instrumento, además de aumentar la calidad de vida de los turistas visitantes y residentes, se incrementarían los niveles de rentabilidad generados por el sector turístico desde el punto de vista de beneficio empresarial, así como del empleo, conservando la propia identidad del destino y sus recursos autóctonos. En la provincia de Málaga encontramos el Plan de Recualificación Turística de la Costa del Sol Occidental. Dicho Plan, conocido como Plan Qualifica¹¹ está dirigido por la Consejería de Turismo, Comercio y Deportes, Consejería de Economía y Hacienda, Consejería de Vivienda y Ordenación del Territorio, Consejería de Medioambiente, Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, Diputación Provincial de Málaga, Ayuntamientos de Torremolinos, Benalmádena, Fuengirola, Mijas, Marbella, Estepona, Casares y Manilva. Dicho Plan engloba además a los municipios de Benalmádena, Casares, Estepona, Fuengirola, Manilva, Marbella, Mijas, Torremolinos.

Podemos decir que tan sólo los últimos programas mencionados se corresponden con la implantación de estrategias de actuación capaces de contribuir al reposicionamiento de destinos ya consolidados en el litoral, como sucede con toda la franja de la Costa del Sol, con el objetivo de aumentar la calidad y la competitividad de los mismos, mediante estrategias basadas en la rehabilitación del patrimonio y del espacio turístico, en una atención a la identidad de los propios municipios que sucumbieron al fenómeno turístico y se olvidaron en cierta manera del valor patrimonial que a lo largo del tiempo han llegado a configurar.

4. Patrimonialización de un fenómeno

El fenómeno turístico producido en la Costa del Sol supone un testimonio que habla al mismo tiempo de un origen y un desarrollo de la acción humana reflejo directo de una interrelación de culturas muy diferentes en un espacio limitado, de modos de relación del hombre consigo mismo y con el paisaje, de formas de asentamiento y apropiación del territorio, de influencia en el ámbito económico y político como estrategias de desarrollo y de la

conformación de una nueva percepción vital. Todas estas facetas, de manera integrada, definirían una nueva categoría patrimonial asociada al turismo.

En nuestra investigación, detectamos nuevos ítems que construyen un renovado imaginario, una producción cultural moderna ligada al ocio de masas y que pretendemos poner de relieve y rescatar de un pasado escasamente reconocido, para una valoración patrimonial contemporánea. El estudio y valoración de la producción arquitectónica, cinematográfica o literaria ligada al turismo en la Costa del Sol, constituirían una visión más amplia, integradora y productiva, con la que acometer nuevos desafíos en la promoción turística de este destino.

Arquitectura del Turismo.

Uno de los ámbitos principales de esta “revolución turística” ha sido, sin duda, el de la producción arquitectónica y urbanística ligada a dicha actividad. Tanto obras singulares de arquitectura como actuaciones territoriales de diversa índole son testigos de la respuesta comprometida de arquitectos y promotores ante la enorme demanda de alojamiento turístico que se produjo en un corto periodo de tiempo; ya que, si bien la arquitectura se muestra como la materialización de cómo piensa, siente y se manifiesta una sociedad en una época y en un lugar determinados, la producción arquitectónica ligada al “turismo de sol y playa” representaría a una sociedad de consumo postindustrial que ha modificado sustancialmente las ciudades costeras, cuando no las ha creado ex novo, y que tiene una fuerte presencia urbana porque la industria turística, a su vez, ocupa una importante porción de sus respectivas economías (AA.VV., 2002:8-10).

Una producción arquitectónica que parecía buscar “los más ricos ecosistemas naturales, los lugares más bellos y más peculiares, los de más encanto por su situación geográfica y climática, por su tradición histórica, por la identidad y peculiaridad de sus habitantes, por la singularidad de sus costumbres y su folclore”. (Portela Fernández-Jardón, 2002:13)

Existen en este sentido, numerosos ejemplos en la Costa del Sol malagueña que de manera significativa demuestran el interés y la preocupación de los agentes intervenientes en su construcción por lograr un producto diferente y de calidad. Ejemplos que reflejan una mayor dedicación por parte de los arquitectos, un menor interés de enriquecimiento de los promotores, preocupación por parte de la administración y, sobre todo, una atención más respetuosa hacia el usuario al que iba dirigida esa arquitectura, reflejo todo ello de la popularización del Turismo, de la mano del crecimiento económico del país (Portela Fernández-Jardón, 2002:14).

Otro aspecto a valorar en esta producción arquitectónica sería el intento de asimilación de las corrientes arquitectónicas modernas que procedían de Europa, sobre todo a partir de la mitad del siglo XX y que a España llegarían con cierto retraso; pero aún así, supusieron un factor fundamental en la modernización del país desde el punto de vista arquitectónico. Es interesante comprobar cómo la influencia de la arquitectura moderna en estas obras fue capaz de dar respuesta a problemas de tipo residencial que se planteaban en esta re-territorialización, teniendo en cuenta el carácter “menor” que se les atribuía a estos objetos arquitectónicos, como de segunda residencia o de periferia¹².

Esta producción arquitectónica destinada al turismo en la Costa del Sol, como aproximación al hecho de la ciudad y la arquitectura turísticas, integraba diversas tipologías, entre otras, edificios y complejos destinados al alojamiento temporal, urbanizaciones e inmuebles residenciales de propiedad privada, infraestructuras y equipamientos específicos o intervenciones sobre el territorio.

Algunos de los ejemplos más significativos son los siguientes: en Málaga, el Hotel Málaga Palacio (1957), de Juan Jáuregui Briales, o el Edificio Luz (1967), de César Olano Gurriarán y Carlos Verdú Belmonte. En Marbella, la Ciudad Sindical de Vacaciones Residencia Tiempo Libre (1956-1963), de Manuel Aymerich Amadiós y Ángel Cadarso del Pueyo; los Apartamentos Skol (1963), de Manuel Jaén Albaitero; el Hotel Meliá Don Pepe (1964), de Eleuterio Población Knnappe; la Plaza de Toros de Andalucía la Nueva (1965), de Luís María de Gana y Hoyos; el Hotel Don Carlos (1967), de José María Santos Rein y Alberto López Polanco; o Torre Real (1972-73), de Eugenio Vargas Izquierdo. En Torremolinos, el Hotel Pez Espada (1959-60), de Juan Jáuregui Briales y Andrés Muñoz Monasterio; el Conjunto de apartamentos La Nogalera (1963), de Antonio Lamela Martínez; el Conjunto Playamar (1963), de Antonio Lamela Martínez; el Palacio de Exposiciones y Congresos (1968), de Rafael de la Hoz Arderius y Gerardo Olivares James. En Benalmádena, el Hotel Alay (1962-66), de Manuel Jaén Albaitero y Manuel Jaén de Zulueta. En Fuengirola, los Apartamentos Ópera (1964), de Andrés Escassi Corbacho. En Torre del Mar, el Club Náutico (1967), de Francisco Estrada Romero. En Casares, el Conjunto Bahía Casares (1973), de José María Santos Rein.

La presencia física y en uso en la actualidad de estos ejemplos seleccionados pone de manifiesto no sólo su interés y su capacidad de respuesta al fenómeno turístico, sino que demuestra su vigencia y actualidad, algo nada fácil en un tipo de arquitectura vinculada al turismo, un fenómeno

en constante movimiento y cambio y que permanentemente está buscando situaciones novedosas, porque así lo reclama el propio ejercicio turístico.

Cine y Literatura del Turismo.

Por otro lado, uno de los ámbitos en los que el Turismo ha tenido una repercusión decisiva en la construcción de la Costa del Sol se refiere al mundo del Arte. Desde las producciones cinematográficas hasta las creaciones literarias, pasando por el diseño de cartelerías, tipografías y de la imagen en general. El papel del cine y la literatura se constituyen en el desarrollo de la Costa del Sol como factores determinantes para su compleja definición y comprensión, puesto que su formulación y distribución contribuirían a situar a esta pequeña comarca a una escala internacional y a mostrarla como escaparate de los más sugerentes ambientes y relaciones personales¹³. Apenas se comenzó a inspirar la producción cinematográfica y literaria en la Costa del Sol, el despegue económico y urbanístico de aquella zona “typical-spanish” era ya irreversible (Gómez Alonso, 2006:2-11).

Fueron numerosas las películas que retrataron la Costa del Sol reflejo de un fenómeno turístico y los nuevos visitantes de sus costas. En estas obras, aunque recurriendo en muchos casos al tópico español, se analizaban, con mayor o menor ingenio, los ambientes y las relaciones entre los personajes a la hora de abordar los usos sociales, lúdicos y seductivos que ofrecían nuevos espacios como el litoral malagueño y nuevos fenómenos como la llegada masiva de visitantes a nuestras. El contexto en el que se desarrollan las tramas no son simplemente un escenario en el que se sucede una historia más o menos compleja, sino que posee un profundo simbolismo: las playas de la Costa del Sol representan las libertades y los anhelos que los personajes, representantes del español medio, deseán conseguir en una sociedad limitada por la situación política, en una especie de actitud de rebeldía frente a los años de represión y encorsetamiento y de una educación tradicionalista. Los personajes dan rienda suelta a sus instintos porque ven la oportunidad de ver sus sueños realizados, aunque esto suponga ir en contra de las normas establecidas y de sus propios convencionalismos ideológicos.

Existe una serie de archivos cinematográficos que hemos seleccionado y que, sin ser los ejemplos cinematográficos más importantes de los autores que marcaron época y tendencia por su estructura o técnicas artísticas en la producción española, sí que explicitan cómo el turismo condicionó las tradicionales formas de vida y costumbres de los españoles: percepciones de los anfitriones hacia

los visitantes y viceversa; procesos identitarios; contextos en los que se producen los procesos de impacto y recepción de diferentes culturas; la hibridación de lo novedoso con la cultura popular autóctona, etc. Podemos destacar las siguientes, la mayoría de ellas filmadas en las primeras décadas del fenómeno turístico de masas en la Costa del Sol: “Amor a la española”, de Fernando Merino (1966); “Días de viejo color”, de Pedro Olea (1967); “El coleccionista de cadáveres”, de Santos Alcocer (1967), “El turismo es un gran invento”, de Pedro Lazaga (1968); “Objetivo Bikini”, de Mariano Ozores (1968); “Una vez al año ser hippie no hace daño”, de Javier Aguirre (1968); “El abominable hombre de la Costa del Sol”, de Pedro Lazaga (1968); “Manolo la nuit”, de Mariano Ozores (1973); “Una chica y un señor”, de Pedro Masó (1973); “Fin de semana al desnudo”, de Mariano Ozores (1974); “El puente”, de Juan Antonio Bardem (1976) y “Torremolinos 73”, de Pablo Berger (2003).

De la misma manera, la producción literaria inspirada en la Costa del Sol fue otro ámbito de la expresión artística que el fenómeno del turismo de “sol y playa” provocó en la sociedad. Fueron muchas las novelas que ubicaron su trama y se inspiraron en el litoral malagueño de la época, por ser un espacio y un momento en el que todo era novedoso y que evocaba las más sugerentes de las historias debido a los personajes que los frecuentaban, sus parajes, sus locales de fiesta, el ambiente de libertad, etc. Fundamentalmente escritas en las décadas desde los años sesenta hasta los noventa, estas novelas analizan de manera más o menos directa todo el ambiente y las relaciones sociales, económicas, culturales y políticas que el turismo provocó en el litoral malagueño. Bien como hilo conductor de la trama, bien como simple fondo de escena, el turismo es el auténtico protagonista en todas las historias haciéndose en todas ellas referencia constante a lugares, personajes y acontecimientos de la Costa del Sol.

Hemos seleccionado algunas de ellas: “Seven lies South”, de William Peter McGivern, titulado en español “Costa del Sol” (1960); “La isla”, de Juan Goytisolo (1961); “Shatter the Sky”, de Denise Robins (1962); “Jeopardy is my job”, de Stephen Marlowe (1962); “Cristo en Torremolinos”, de José María Souvirón Huelin (1963); “A Choice of Assassins”, de William Peter McGivern, titulado en español: “Un asesino contratado” (1963); “Desnudo pudor”, de Manuel Halcon (1964); “Solo de moto”, de Daniel Sueiro (1967); “Tormenta en la Costa del Sol”, de José Marzo (1970); “Torremolinos Gran Hotel”, de Ángel Palomino (1971); “Hijos de Torremolinos (The Drifters)”, de James A. Michener (1971); “Au revoir Torremolinos”, de Fernando González-Doria (1971); “La costa de los fuegos

tardíos”, de Antonio Pereira (1973); “The man with no shadow”, Stephen Marlowe (1974); “El Dorado”, de Fernando Sánchez Dragó (1984); “Apartamentos Nogalera”, de Alfredo Taján (1986); “El ángel de Torremolinos”, de David Serafín (1988); y “Noches de cocaína”, de James Graham Ballard (1996).

Salas de fiestas, discotecas y bares del turismo

Completan el escenario que congregaba, en los años 60 y 70, a los turistas de las más dispares nacionalidades, y que retrata el espíritu de cosmopolitismo, tolerancia, diversión, intercambio de culturas, relaciones personales y ganas de vivir que resumían el verdadero significado de la Costa del Sol. Lugares que eran el destino, además, de no pocos personajes ilustres y famosos que fueron desde temprano una de las señas de identidad de la Costa del Sol. Reyes, aristócratas, intelectuales o artistas de todo tipo compartían espacio con los turistas, extranjeros y nacionales, que acudían en masa al litoral malagueño.

Si bien hoy la Costa del Sol siguen siendo un destino turístico internacional, la actividad turística se ha democratizado y no es ya el privilegio de aristócratas y aventureros excéntricos, y muchos de esos pubs, salas de fiesta y locales nocturnos (y diurnos) han desaparecido. Sin embargo, existen algunos de ellos aún hoy que representaban el lugar de encuentro de una multitud de extranjeros deseosos de novedosas prácticas y nuevas relaciones. Hemos destacado varios de ellos, la mayoría en la localidad de Torremolinos, siguiendo unos criterios comunes a la hora de su selección, como son mantener el mismo nombre, tipografía original y elementos de cartelería, así como no haber variado su ubicación original. Los locales seleccionados son: “Tina’s” (1960), “The galloping major” (1964), “El toro” (1965), “Old Dutch” (1966), “Open Arms” (1967), “Pour quoi pas?” (1968), o “The Red Lion” (1971).

5. Conclusiones

A la hora de abordar el estudio detallado de la planificación turística de la Costa del Sol, hemos podido apreciar cómo a lo largo de las últimas décadas se han llevado a cabo desde esa misma premisa de permisividad y nuevos acercamientos, algunas de las líneas de actuación más importantes realizadas en torno al sector turístico andaluz, prestando especial atención a los destinos de costa de la provincia de Málaga. De esta manera podemos observar cómo a un nivel mayor, desde la Dirección General de Planificación y Ordenación Turística de la Junta de Andalucía, se han emprendido diversas

iniciativas encaminadas a incrementar el nivel de desarrollo turístico de la Costa del Sol en la mejora de la oferta turística como destino competitivo a nivel nacional e internacional.

La investigación en materia turística que tiene a la Costa del Sol como protagonista, exige una mayor definición, formalización y gestión de dicha empresa como esfuerzo por mantener una calidad en su reconocimiento público más allá de la denostada impresión de marca unificadora de sol y playa.

Creemos imprescindible una identificación patrimonial que complemente y articule esta nueva política de imagen y reconocimiento de estos destinos turísticos maduros. No concebimos este debate patrimonial contemporáneo sin la compleja interacción de distintos agentes y prácticas con caracterizaciones diferentes a las tenidas en cuenta hasta ahora. Nuestra propuesta de renovación de imagen turística se basa, en gran medida, además de las cuestiones normativas y de planificación, en una lectura del litoral malagueño a través de sus “nuevos monumentos”, inmersos en una cultura contemporánea y desafiando los parámetros, categorías y criterios que han servido para clasificar, proyectar e imaginar la función del Patrimonio hasta ahora.

La razón por la cual adquiriría sentido traer al presente las producciones culturales generadas por el turismo, -su cine, su literatura, su arquitectura turística o su diseño-, pertenecería a una especie de “retorno de lo incomprendido”¹⁴, un desvelamiento de lo que en su día quedó oculto, excavando, revolucionándolo y trastocándolo, de tal manera que lo que ahora parece capa superficial de Patrimonio, se convierta en capa profunda y reveladora.

La multiplicidad y heterogeneidad de estos elementos seleccionados, huellas olvidadas de una parcela del mundo, y su puesta en relación con la historia de una cultura de la globalización, descubren un género de clasificación patrimonial especial de esta actividad turística. La novedad que proponemos a la hora de valorar

patrimonialmente la actividad turística viene en la fundamentación de la identificación y caracterización de

nuevos bienes y valores desde planteamientos disciplinares muy variados y complejos, que introducirían vectores transversales que enriquecen y complejizan el imaginario y la oferta turística de la Costa del Sol.

Vectores que tendrían que ver con la construcción de nuevos modos de vida y convivencia social, con procesos de impacto/recepción en la población local, con la configuración de una nueva identidad colectiva, con las creaciones y aportaciones culturales y artísticas en todos los ámbitos, con innovaciones arquitectónicas que

responderían a una determinada demanda, con personajes que visitan y “consumen” la actividad turística, etc.

Miradas, edificios, localizaciones de películas, lugares que ambientan novelas, personajes famosos, carteles publicitarios con novedosas tipografías, etc. Las creaciones del hombre en la Costa del Sol, sus “nuevos monumentos”, cobran vida en cuanto hacemos de ellas una posibilidad de descubrirlas a través de nuestra propuesta, haciendo entrever la hipótesis de un pasado escasamente reconocido y la posibilidad de un porvenir.

Los “nuevos monumentos” de la Costa del Sol que señalamos (re)evalúan un sentido no tanto estético como histórico y cultural. Lo que advertimos como monumentos no son especies que uno ve a menudo como bellezas u obras de arte, sino que son objetos, lugares, construcciones u espacios que son totalmente ordinarios para el común de la gente, pero que para nosotros adquieren un significado especial: son, de alguna manera, memoria de un paisaje y una actividad turística banalizada.

Es posible recomponer, por tanto, la identidad del litoral malagueño a través de los productos culturales de la actividad humana a la cual sirvió de soporte, en un momento de su historia en el que quedaban diluidos los conceptos de pasado y presente, de ‘cultura de élite’ y ‘cultura de masas’, definiéndose una cultura alternativa, inmersa en constantes procesos de hibridación y que traemos al presente como vectores renovadores en el entendimiento de una nueva oferta turística, nuevos ítems de atracción y nuevas formas de entender los destinos turísticos.

Bibliografía

AA.VV.

- 2002 La Arquitectura del Sol. Barcelona: Colegio Oficial de Arquitectos de Cataluña.
 Arenas Gómez, A.
 1998 Historia de la Costa del Sol. Málaga: Diario Sur.
 Arenas Gómez, A. y Majada Neila, J.
 2003 Viajeros y turistas en la Costa del Sol (de Rilke a Brenan). Málaga: Miramar.
 Ávila Bercial, R.
 2002 “La interpretación del Patrimonio”. Turismo sostenible. Madrid.
 Bayón Mariné, F.
 1999 50 años de turismo español: un análisis histórico y estructural. Madrid: Editorial Universitaria Ramón Areces.
 Bauman, Z.
 2000 La cultura como praxis. Barcelona: Paidós.

- Benjamin, W.
 1989. Tesis de filosofía de la historia. Barcelona: Edhasa.
 Bonilla, J.
 2007 La Costa del Sol en la hora pop. Sevilla: Fundación José Manuel Lara.
 Calle Vaquero, M.
 2006 La ciudad histórica como destino turístico. Barcelona: Ariel.
 Calvino, I.
 1995 “La mirada del arqueólogo”. *Punto y aparte*. Barcelona: Tusquets.
 Castillo Ruiz, J.
 2007 “El futuro del patrimonio histórico: la patrimonialización del hombre”. *e-rph* n.º 1. Granada: Dpto. de Historia del Arte Granada.
 Cuesta López, A. y Cano Mauvesín Fabaré, J.
 2005 Turismo cultural: manual del gestor de patrimonio. Córdoba: Almuzara.
 Esteve, R. y Fuentes, F.
 2000 Economía, historia e instituciones del turismo en España. Madrid: Pirámide.
 Figuerola, M.
 1974 “Hacia un estudio estructural del turismo”. *Estudios Turísticos*, n.º 41.
 Font Sentias, J.
 2006 Casos de turismo cultural. Ariel: Barcelona.
 Freud, S.
 1976 Lo siniestro. Buenos Aires: Amorrortu.
 García Canclini, N.
 2001 *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Buenos Aires: Paidós.
 García Moreno, A.
 2013 La cultura del ocio en la Costa del Sol como objeto patrimonial (1959-1979), Universidad de Málaga. Tesis Doctoral Inédita.
 Gómez Alonso, R.
 2006 “El turismo no es un gran invento: apertura y recepción del ocio y consumo a través del cine español de los 60”. *Área abierta* n.º 15. Madrid: Universidad Complutense.
 Jafari, J.
 2007 “Modelos del turismo: los aspectos socioculturales” en Lagunas, David (coord.) *Antropología y turismo. Claves culturales y disciplinares*. México: Plaza y Valdés.
 Latour, B.
 1983 “Give me a laboratory and I will raise the world”, en Knorr-Cetina, Karin; Mulkay, Michael (eds.) *Science Observed: Perspectives on the Social Study of Science*. Londres: Sage.
 Maccannell, D.
 2003 El turista: una nueva teoría de la clase ociosa. Barcelona: Melusina.
 Mellado, J.
 1973 “Torremolinos: capital internacional del turismo. Entrevista con Luis Merino Bayona”. *Jábega* n.º 1. Málaga: Centro de Ediciones de la Diputación de Málaga.

- Moreno Garrido, A.
2007 Historia del turismo en España en el siglo XX. Madrid: Síntesis.
- Pack, S. D.
2009 La invasión pacífica. Los turistas y la España de Franco. Madrid: Turner.
- Palomino Jiménez, Á.
1972 *El milagro turístico*. Barcelona: Plaza y Janés.
- Pardo Torío, J.
2007 Esto no es música. Introducción al malestar de la cultura de masas. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Pellejero Martínez, C.
2004 "La política turística en España. Una perspectiva histórica". *Mediterráneo Económico: Las nuevas formas del turismo*, n.º 5, Málaga: Instituto Cajamar.
- Pellejero Martínez, C.
2005 Evolución histórica del turismo en la provincia de Málaga durante el siglo XX. Málaga: Universidad de Málaga.
- Portela Fernández-Jardón, C.
2002 "La Arquitectura del Sol". *La Arquitectura del Sol*. Barcelona: Colegio Oficial de Arquitectos de Cataluña.
- Royo Naranjo, L.
2013 *Turismo, desarrollo, arquitectura. La aventura de la modernidad*. Sevilla: Universidad de Sevilla-Junta de Andalucía.
- Sloterdijk, P.
2007 En El Mundo Interior del Capital. Para una Teoría Filosófica de la Globalización. Madrid: Siruela.
- Uriel, E. y Monfort, V.M.
2001 El sector turístico en España. Valencia: Caja de Ahorros del Mediterráneo.
- Vera, F.; Marchena, M.
1990 "Turismo y desarrollo: un planteamiento actual". *Papers de Turisme*, n.º 3.
- Vogeler, C. y Hernández, E.
2000 El mercado turístico. Estructura, operaciones y procesos de producción. Madrid: Centro de estudios Ramón Areces.
- Wajcman, G.
2001 El objeto del siglo. Buenos Aires: Amorrortu.

Páginas web consultadas

- http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercio-ydeporte/ctcd-docs/custom_doc/121_968_plan_qualifica_20_marzo_cg.pdf
- <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercio-ydeporte/opencms/organigrama/consejero/viceconsejeria/direccion-general-planificacion-ordenacion-turistica/planificacion-turistica/index.html>

www.torretemolinoschic.com,
www.elguateque.net
www.aquelatorremolinos.com

Notes

¹ Benjamin, W. (1989) "Hay un cuadro de Klee que se llama Angelus Novus. En él se representa a un ángel que parece como si estuviese a punto de alejarse de algo que le tiene pasmado. Sus ojos están desmesuradamente abiertos, la boca abierta y extendidas las alas. Y este deberá ser el aspecto del ángel de la historia. Ha vuelto el rostro hacia el pasado. Donde a nosotros se nos manifiesta una cadena de datos, él ve una catástrofe única que amontona incansablemente ruina sobre ruina, arrojándolas a sus pies. Bien quisiera él detenerse, despertar a los muertos y recomponer lo despedazado. Pero desde el paraíso sopla un huracán que se ha enredado en sus alas y que es tan fuerte que el ángel ya no puede cerrarlas. Este huracán le empuja irrefrenablemente hacia el futuro, al cual da la espalda, mientras que los montones de ruinas crecen ante él hasta el cielo. Ese huracán es lo que nosotros llamamos progreso."

² Wajcman, G. (2001) Se plantea en su obra designar el 'objeto del siglo XX' en una propuesta aparentemente caprichosa, arbitraria e incluso banal. ¿Cuál es la respuesta? ¿Cuál es el Objeto del siglo XX? Basado en una reflexión del filósofo Jean-Christophe Bailly, lanza una respuesta: *las ruinas*. El siglo XX, el siglo de la demolición de todo tipo. Pero no las ruinas físicas, restos de guerras y demoliciones que como imagen aparecen a lo largo de toda la historia (y por tanto nada propio del siglo XX), sino las ruinas ausentes: "*el siglo XX es el siglo que inventó la destrucción sin ruina*", convirtiéndose así *lo inmaterial y el recuerdo* en los nexos de unión entre pasado y presente.

³ *Ibidem*, p. 21.

⁴ Entendiendo por política patrimonial la acción estatal o social encargada –en cuanto a objetivos, medios y procedimientos- de establecer qué bienes culturales del pasado son capaces de producir una serie de efectos culturales que sirvan a unos fines colectivos o privados.

⁵ Presentación de la Dirección General de Planificación y Ordenación Turística. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Junta de Andalucía. <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/opencms/organigrama/consejero/viceconsejeria/direccion-general-planificacion-ordenacion-turistica/planificacion-turistica/index.html>.

⁶ En conjunto, estos planes se formalizan a través de un convenio de colaboración entre la Consejería de Turismo Comercio y Deporte y la entidad correspondiente en cada caso y ofrecen enormes posibilidades para la diversificación y diferenciación de la oferta turística andaluza mediante la configuración de destinos turísticos competitivos basados en la puesta en valor de recursos singulares de gran atractivo.

⁷ Documentación consultada: <http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercio/opencms/organigrama/consejero/viceconsejeria/turismo/planificacion-turistica/instrumentos-intervencion-turistica/municipio-turistico.html?select=2>

⁸ Plan de Dinamización del Producto Turístico de la Axarquía (PDPT-Axarquía), cuya solicitud formal se cursó el 20 de abril de 2005. fue aprobado por la Mesa de Directores Generales celebrada el 14 de julio de 2005 y ratificado

- por la Conferencia Sectorial de Turismo (Consejeros/as de Comunidades Autónomas) el 12 de diciembre de 2005.
- ⁹ La Serranía de Ronda (Málaga) está declarada como “destino piloto turístico” tal y como queda establecido en el Convenio de Colaboración en el que se enmarca este Plan de Turismo. Sus actuaciones están cofinanciadas por la Secretaría de Estado de Turismo, la Junta de Andalucía y la Diputación de Málaga (que es la gestiona a través de su departamento de Turismo), participando activamente en él, como parte del citado Convenio, el Centro de Iniciativas Turísticas de Serranía de Ronda y el Consorcio “Serranía de Ronda”. Documentación extraída del Centro de Iniciativas Turísticas Serranía de Ronda (C.I.T.).
- ¹⁰ El Plan de Competitividad Turística Sierra Norte de Málaga se firmaría en 2009 por un período o validez de cuatro años. La Secretaría de Estado de Turismo-TURESPAÑA, la Consejería de Turismo, Comercio y Deportes de la Junta de Andalucía y Diputación Provincial de Málaga junto con la Asociación de Turismo de la Comarca Nororiental de Málaga “Entre Olivos” firmaron el Convenio de Colaboración, y conforman su Comisión de Seguimiento.
- ¹¹ Plan de Recualificación turística de la Costa del Sol Plan Qualifica: <http://www.qualifica.org>
- ¹² El trabajo de investigación “Concurso Internacional de Ideas para la zona residencial de Elviria, 1960: paisaje de proyectos” que el profesor Roberto Barrios realiza para su Tesis Doctoral, recoge las estrategias y propuestas con las que los arquitectos de la época se enfrentan y resuelven un planteamiento residencial ligado al fenómeno turístico en una época de pleno desarrollo de esta actividad.
- ¹³ Existen algunos sitios web dedicados a las primeras décadas del fenómeno turístico en la Costa del Sol donde se recogen muchos de los elementos que recogemos como ítems patrimoniales y que son, sin duda, una valiosa fuente documental: www.torremolinoschic.com, www.elguateque.net ó www.aqueltorremolinos.com, entre otras.
- ¹⁴ La metáfora freudiana alude al regreso de un fantasma: “*lo que ha permanecido incomprendido retorna; como alma en pena, no descansa hasta encontrar solución y liberación*” Freud, S. (1976)

Recibido: 23/04/2013
Reenviado: 21/04/2014
Aceptado: 06/05/2014
Sometido a evaluación por pares anónimos