

La mercantilización del paisaje litoral del mediterráneo andaluz: El caso paradigmático de la Costa del Sol y los campos de golf¹

Marketization of Mediterranean Coastal Landscape in Andalusia: The paradigmatic case of Costa del Sol and golf courses

Arsenio Villar Lama
Universidad de Sevilla

Recibido, Diciembre de 2012; Versión final aceptada, Marzo de 2013.

PALABRAS CLAVE: Proceso de urbanización, Mercantilización del paisaje, Turismo, Golf, SIG.

KEY-WORDS: Process of urbanization, Landscape marketization, Tourism, Golf, GIS.

Clasificación JEL: R14, L83, Q50

RESUMEN

El proceso de urbanización posee en el paisaje un importante factor explicativo, sobre todo en los espacios turísticos. Determinados elementos escénicos son incorporados a los productos inmobiliarios y condicionan en cierta medida las morfologías y la distribución de las áreas urbanas. El objetivo de este trabajo es interpretar el papel que han jugado los recursos visuales en la configuración actual de la trama urbanizada en los tres escalones mediterráneos: las planas litorales, la sierra litoral y el traspais costero. La parte occidental de la provincia de Málaga ha resultado paradigmática para concretar dicho objetivo y conforma el ámbito de estudio. De manera concreta se investigan los campos de golf como perfectos ejemplos en la mercantilización del paisaje y como las piezas clave en la ascensión del proceso urbanizador desde la costa hacia el interior. Finalmente se valora la pérdida de los paisajes agrarios que dominaban estos territorios hasta la segunda mitad del siglo XX.

1 Este trabajo se sitúa en el seno de los Proyectos de I+D+i "Las unidades básicas del paisaje agrario de España (La España meridional andaluza)" (Ref. CSO2009-12225-C05-05) y "Paisajes patrimoniales de la España meridional andaluza" (Ref. CSO2012-39564-C07-07), financiados por el Ministerio de Ciencia e Innovación de España en las convocatorias de 2009 y 2012 respectivamente.

ABSTRACT

The role of landscape in scientific literature relating to urban expansion has focused on the concept of landscape impact, related to the effects caused by the latter on the former. This article attempts to view the process from a different perspective. This involves looking at the landscape as a direct cause for the size and shape of the urbanisation process and not as the mere object of its impact.

The aim of this work is to detect and study certain phenomena relating to commercialisation of the coastal landscape, associated with the expansion of residential tourism. The west of the province of Málaga forms a paradigmatic space to analyse the phenomenon. Geological “quirks” have placed the Bética mountains close to the Mediterranean, endowing this stretch of coastline in Andalucía with a number of benefits for contemporary models of hedonic urbanisation. It involves interpreting the role of landscape in the current configuration of the urbanised plot on the three Mediterranean “steps”, from the flood planes near the sea to the viewing balcony of the coastal mountains and, finally, the basins and valleys set back from the coast.

Different sources were used to achieve the proposed aim. In order to empirically compare the observed phenomenon on the process of urbanisation along Andalucía’s coastline, a geographic database (*geodatabase*) was used (depicts the expansion of urban land from 1956 to 2007). The use of GIS, however, is conditioned by observations made by the authors and the study of different literature.

Running the database on the development of urbanisation has shed light on the interpretation of the phenomenon. It has shown that, in tourist towns and cities, the logic of centrality loses importance and highlights other elements such as sea views or the landscape. If this industry is also based on anthropogenic activities on the land and the multiplication of housing, having access to certain views and visual resources becomes crucial in directing the process of tourism urbanisation.

This study finds that landscape is commercialised in different ways along the three steps of the Mediterranean coast:

The dense coastal conurbation highlights access to the sea as the main driving force for coastal leisure, but competition between properties for ocean views also plays a significant role.

In Málaga, the degree of urban saturation on its seafront, as well as the balcony effect of the mountains behind it have boosted real estate development at higher altitudes. The role of the sea as a landscape resource changes dramatically: from a recreational amenity it becomes a purely perceptual resource, which also becomes marketable by means of an integral visual product (the sea, coastal conurbation, the mountain and, generally, a golf course).

Meanwhile, the increasing accessibility of the whole of Andalucía, sometimes caused by the growth of infrastructure, has caused a significant reduction in the distance between certain inland rural areas and the coastal corridor. This has opened up the map of possibilities for property developers and promoters of tourism who, in addition to accessibility, sell exclusive products based on the contemplation and tranquillity of those rural landscapes. The basins or valleys which are set back from Málaga’s coastline are gradually beginning to import residential and tourist projects and products reminiscent of the Costa del Sol.

The article studies the role of golf courses: Along the coastline, these spaces form another visual epicentre which developers have generated intense processes of urbanisation around. Additionally, golf has been the main vehicle transporting the residential tourism model from the coastline further inland.

The landscape of Andalucía’s coastline has lost value in recent years at the expense of increasing its market price. The loss in value is the result of a widespread banal urban planning model, irrelevant to the local culture and characterised by the consumption, not of a place, but of the image of that place (recreated in recent decades from its prominence on the international tourist map). The loss of certain natural and agricultural landscapes and their territorial logics depicts a certain nostalgia for the past, the number of empty houses and “ghost estates” which have mushroomed irreversibly

in those empty spaces, are a challenge on Geography. Against this background, knowledge and good government of the territory offer the only hope against the relentless logic of the market.

1. PLANTEAMIENTO TEÓRICO Y OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

1.1. Paisaje y proceso de urbanización, una relación recíproca.

El proceso de urbanización reciente en España retrata perfectamente las nuevas lógicas de funcionamiento del sistema económico global y su impacto en los territorios (Fernández Durán, 2006; Vera y Rodríguez, 2010; Naredo y Montiel, 2011). El litoral español es un ámbito paradigmático para explicar cómo la intensidad y la velocidad en los cambios de uso han respondido a las lógicas del mercado, basadas en la rentabilidad a corto y a largo plazo del terreno. A lo largo de la costa española nuevos espacios de producción turística y residencial han sido generados y redefinidos. Junto a la crisis de la agricultura tradicional, los paisajes rurales previos, con sus respectivas fisionomías y lógicas territoriales, han sido eliminados o profundamente alterados.

El papel del paisaje en la literatura científica en relación con la expansión urbana se centra básicamente en torno al concepto de impacto paisajístico, relacionado con la colonización de áreas de valor ecológico, la fragmentación del ecosistema, la pérdida de suelos agrarios por la extensión de la ciudad, el efecto visual de las edificaciones, la irreversibilidad de los cambios, la banalización de los espacios y la degradación, en definitiva, de paisajes patrimoniales reseñables. En esta línea Mata (2012) afirma que “la vigorosa oferta edificatoria del último periodo de auge inmobiliario, entre 1997 y 2007, con un fuerte componente financiero y especulativo, ha modelado y remodelado el paisaje de amplias áreas del litoral mediterráneo español, con graves consecuencias ambientales, económicas y sociales, y la reiteración de patrones edificatorios por lo general banales y de escasa calidad”.

Este trabajo pone de relieve otras aproximaciones que sitúan al paisaje como uno de los motores del proceso urbanizador, y no como el mero receptor de sus impactos². La teoría de los precios hedónicos, de corriente aplicación en el campo de la economía, se posiciona en esta línea. Estos estudios, que relacionan el precio de la vivienda y del suelo con la proximidad de una serie de recursos paisajísticos (amenidades o *amenities* en la literatura anglosajona), entenderían que la distribución del proceso de urbanización obedece, entre otros factores, a la presencia de

2 En una línea similar se sitúa el conjunto de aportaciones que tratan al paisaje como un recurso socioeconómico, que cuenta con una base bibliográfica reseñable (Gómez, 1994; Hildenbrand, 1999; Móniz, 2000; Cortina, 2009; entre otros).

unos determinados recursos visuales que otorgan un valor añadido en el mercado inmobiliario.

Los modelos de precios hedónicos tienen su origen en los economistas Ridker y Henning, cuando en 1967 relacionaron el valor de unas propiedades en función de los valores de contaminación. A partir de ahí, un buen número de contribuciones fueron incorporando variables diversas para comprobar la importancia de determinados recursos visuales en los valores del suelo y la vivienda. A continuación se destacan algunos campos de estudio:

- El agua centra buena parte de los trabajos, poniendo de relieve la importancia de las vistas hacia espacios acuáticos como el mar o los lagos (Legget y Bockstael, 1999; Schultz y Waltert, 2009; Gupta *et al.*, 2009).
- Otros trabajos se centran en determinar el valor de los espacios agrarios, tales como tierras calmas o pastizales (Irwin, 2002).
- Resultan reveladores los estudios que vinculan el proceso de urbanización con la presencia de espacios abiertos. Algunos actúan como un atractivo para la construcción de residencias en sus alrededores. A priori limitan el crecimiento urbano, pero a costa de revalorizar el suelo circundante e impulsar fuertes expectativas de urbanización en su entorno (Irwin, 2002; Wu y Plantinga, 2002). También son reseñables los trabajos que se centran en el paisaje de los sonidos, que relacionan las áreas más o menos ruidosas con el mapa de precios de las ciudades (Montero, Avilés y Mínguez, 2011).
- Finalmente, relacionado con los anteriores, el control público del proceso urbanizador conforma un interesante campo de estudio. Este control se materializa a 3 escalas (Dantas *et. al.*, 2010): primero, en zonificaciones amplias, normalmente vinculadas a la protección de grandes áreas de valor ecológico, social y paisajístico (espacios naturales protegidos, dominio público de cauces y costas, etc.); en segundo lugar, en zonificaciones a escala municipal que se materializan en el planeamiento y en la dotación de una serie de suelos no urbanizables con uso diverso; y, finalmente, en el control de las tipologías constructivas para una mayor o menor dotación de espacio libre (tamaño de lotes, densidades, alturas, cargas y coeficientes de ocupación, etc.) La política de zonificación territorial o urbana, concretamente la conducente a proteger ciertos espacios de la edificación, traen consecuencias evidentes en la revalorización de suelos colindantes o cercanos en el mercado inmobiliario.

La propia mercadotecnia turístico-inmobiliaria relaciona determinados elementos estéticos del paisaje con la calidad de vida (Figura 1). Tal y como afirma Cosgrove (2002), desde finales de los años sesenta las amenidades ambientales son un arma

afilada dentro de la política de preservación de los paisajes, que sustituyen el orden visual por el orden social: “Los valores paisajísticos denotan la preocupación estética que una población mayoritariamente urbanizada sentía por espacios rurales conocidos, fundamentalmente a través de vistas de recreo, que a veces coincidían con intereses inmobiliarios”. En la misma línea, Mérida (1994) ya señalaba que los cambios de hábitats residenciales que vienen experimentando las clases medias-altas urbanas se traducen en una búsqueda de espacios seminaturales, de baja densidad edificatoria y, sobre todo, vistas agradables.

FIGURA 1
EL VÍNCULO ENTRE LAS VISTAS, LA CALIDAD DE VIDA Y LA REALIZACIÓN PERSONAL EN EL NEGOCIO INMOBILIARIO: LOS RECURSOS PAISAJÍSTICOS DEL MAR Y EL GOLF (CARTELES PROPAGANDÍSTICOS EN AYAMONTE Y GUILLENA)



Fuente: Autor.

En la dicotomía tradicional y sesgada entre lo rural y lo urbano, la teoría de precios hedónicos enfatiza el segundo y desprecia el verdadero valor del primero, ya que los paisajes agrarios o naturales son traducidos en recursos visuales más o menos rentables para el negocio inmobiliario. La paradoja es que la puesta en valor económico de determinadas escenas del medio rural se traducirá en muchos casos en la degradación irreversible de esos paisajes.

Las recientes perspectivas de complementariedad y sinergia entre el paisaje rural y el paisaje urbano -como la Estrategia Territorial Europea o la Estrategia “Europa 2020”- modifican la concepción a favor de un entendimiento mutuo y en igualdad de condiciones entre las pautas motrices de los espacios agrarios y los urbanos (Comisión Europea, 1999, 2010). En esta línea se sitúa la idea renovadora del Convenio Europeo del Paisaje (Consejo de Europa, 2000); desde el punto de

vista jurídico y político sostiene que todo territorio es paisaje, que cada territorio se manifiesta en la especificidad de su paisaje, independientemente de su calidad y del aprecio que merezca. La protección, gestión y ordenación de los paisajes abarca las áreas naturales, rurales, urbanas y periurbanas, y por ende, los espacios turísticos más degradados del litoral español, objeto del presente trabajo.

1.2. Objetivo, ámbito de estudio y fuentes de información

La perspectiva economicista del paisaje que plantean los modelos hedónicos adquiere un especial sentido en el caso de la urbanización turística ya que, como afirma Antón (1998), en los destinos turísticos pierde interés la lógica de la centralidad y ganan interés otros elementos como las perspectivas sobre el mar o el paisaje. Los patrones de ocupación urbana del litoral por parte del sector inmobiliario y hotelero reflejan esa lucha por los mejores paisajes costeros y su traducción en una mayor o menor rentabilidad económica.

El objetivo general de este trabajo es interpretar el papel que han jugado los recursos visuales en el proceso urbanizador reciente en el litoral de Andalucía, concretamente en la vertiente mediterránea, desde - como describe Mata (2012) - las planas litorales y la montaña perimetral que “se asoma” al mar hasta el conjunto de hoyas, altiplanos y corredores emplazados más allá de las divisorias de aguas.

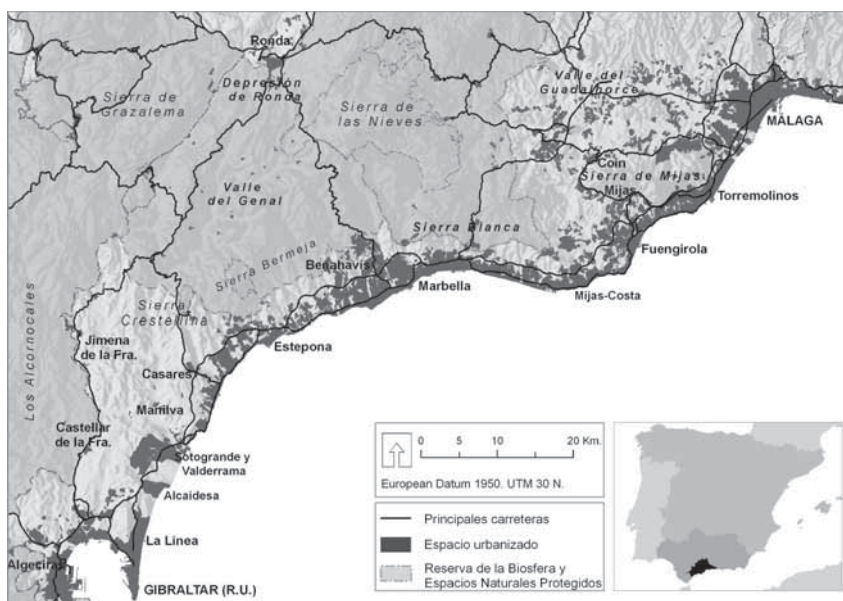
La parte occidental de la provincia de Málaga se considera ejemplar para concretar el objetivo general, y conforma el ámbito específico de estudio³ (Figura 2). Los “caprichos” de la geología ponen a las Béticas al borde del Mediterráneo y otorgan a este segmento de la costa andaluza una serie de bondades para el turismo y la urbanización hedónica (aquella donde la venta de unos determinados recursos visuales resulta esencial). La mercantilización turística e inmobiliaria del paisaje es una de las claves para entender la evolución del proceso urbanizador en los tres “escalones” mediterráneos: desde las planas aluviales próximas al mar hasta el balcón visual de la sierra litoral (Sierra Bermeja, Sierra Blanca, Sierra de Mijas) y, finalmente, otras áreas en el traspaís costero (Sierra de las Nieves, Depresión del Guadalhorce...)

A partir de aquí se desglosan dos objetivos más concretos, que son los siguientes:

- 3 Los trabajos empíricos que verifican la teoría de precios hedónicos incorporan modelos matemáticos que miden y ponderan el peso del paisaje en el valor de los suelos o en el precio de las transacciones inmobiliarias. Este estudio se aproxima a algunos fenómenos representativos en la costa de Andalucía, verifica cartográfica y estadísticamente algunos de ellos, los interpreta, pero no incorpora modelizaciones matemáticas a escala de detalle, sin que ello sea descartable para futuros trabajos de mayor detalle.

- Comprobar el rol de los campos de golf como paradigmas de mercantilización inmobiliaria del paisaje. Para ello se analiza hasta qué punto el proceso urbanizador de este ámbito de estudio se ha basado en estos elementos recreativo-visuales y, en segundo lugar, se comprobará si estos espacios son diseñados para extraer el máximo rendimiento inmobiliario, al margen del éxito turístico o deportivo de la instalación.
- Realizar una retrospectiva a los paisajes que ocupaban el espacio preturístico de la Costa del Sol, para comprobar hasta qué punto los paisajes agrarios y sus diversas lógicas territoriales (hitos y caminos) han sido alterados o eliminados.

FIGURA 2
ÁMBITO ESPECÍFICO DE ESTUDIO



Fuente: Elaboración propia.

La bibliografía fundamenta esta investigación desde el punto de vista teórico. Sin embargo, para ilustrar los procesos observados y en definitiva alcanzar los objetivos propuestos, se ha recurrido a las fuentes de información que se explican a continuación.

En primer lugar, las series de ortofotografía de Andalucía han permitido la elaboración propia de una base de datos geográfica y diacrónica sobre el proceso de urbanización en el litoral andaluz en una franja de 5 kilómetros hacia el interior (1956-2007)⁴. Esta información se ha utilizado para extraer indicadores sobre los patrones que ha seguido este fenómeno en relación con determinadas amenidades paisajísticas de la costa. En lo que al golf se refiere, esta *geodatabase* se ha usado para comprobar con cifras el papel de los campos de golf en el proceso urbanizador y, en definitiva, verificar que son elementos ejemplares para explicar la mercantilización inmobiliaria del paisaje.

Las series de mapas digitales de usos y coberturas vegetales del suelo desarrollados por la Consejería de Medio Ambiente de la Junta de Andalucía cubren la totalidad del territorio regional y completan la información anterior, ya que hacen posible observar los recientes procesos urbanizadores hacia el traspais (fuera del ámbito recogido por la base de datos anterior). Básicamente se trata de los ámbitos prelitorales que han acogido los crecimientos urbanos desde la costa hacia el interior y de aquéllos que, desde hace pocos años, son objetivo de los promotores inmobiliarios y turísticos por su valor natural, topográfico y paisajístico (Sierra de las Nieves, Serranía de Ronda, Valle del Genal, etc.)

En línea con lo anterior resultó esencial para esta investigación el Seminario itinerante del Proyecto de Excelencia “Los paisajes agrarios de Andalucía” desarrollado en el entorno de la Sierra de las Nieves y el Alto Genal. Gracias a este evento el autor interiorizó algunas claves territoriales y paisajísticas de estas comarcas, las más representativas del prelitoral andaluz en relación con las transgresiones del modelo de desarrollo turístico costero. Asimismo fue fundamental el debate junto a otros expertos y la entrevista a los agentes locales. La fotografía y el dibujo interpretativo completaron el conjunto de fuentes.

4 Esta base de datos contiene información sobre los suelos urbanos y alterados del litoral andaluz para cinco fechas de referencia: 1956, 1998, 2001, 2004 y 2007. Su actualización está realizándose con la publicación de nuevas series de ortofotografía aérea y a partir de la orto-rectificación de fotogramas históricos (1956, 1978, 1985). En esta investigación se han plasmado tres fechas fundamentalmente: 1956, 1998 y 2007. La primera, porque retrata el estado pre-turístico del litoral andaluz; la segunda, porque ilustra un momento inicial de la última gran oleada urbanizadora; y la tercera, porque muestra el momento final y de apogeo inmobiliario, y a su vez porque es bastante representativa del momento actual, dada la paralización casi total de los procesos de construcción en el litoral de Andalucía (Ver Ojeda y Villar, 2012).

2. LA MERCANTILIZACIÓN DEL PAISAJE EN LOS TRES “ESCALONES” MEDITERRÁNEOS

La dimensión que ha adquirido el proceso de urbanización en el litoral andaluz durante las últimas décadas responde a una serie de factores que operan desde la escala global hasta la municipal. No es objeto del presente trabajo analizar pormenorizadamente todos y cada uno de los factores causales del fenómeno que, por otra parte, han sido ya estudiados por diversos especialistas en la materia (Rullán, y Artigues, 2007; Naredo y Montiel, 2010; Fernández Tabales y Cruz, 2011). En cambio, sí interesa observar la variabilidad espacial del mismo, es decir, la menor o mayor intensidad que el proceso experimenta en razón de una serie de condiciones históricas y geográficas a escala local.

Desarrollando la idea de Antón (1998) se puede afirmar que uno de los factores clave para comprender la variabilidad del fenómeno es la búsqueda de unos paisajes sobresalientes por parte de los agentes inmobiliarios y turísticos, paradójicamente pioneros en valorar económicamente el paisaje costero de Andalucía. La venta de determinados paisajes litorales andaluces, existentes o recreados, ha sido un vector fundamental del proceso urbanizador, desde la irrupción del turismo a mediados de los años sesenta hasta la consolidación de un modelo turístico residencial y expansivo en las últimas décadas. En los siguientes párrafos se explica este hecho a través de los tres escalones mediterráneos del litoral andaluz, especialmente en el sector occidental de la provincia de Málaga: la primera línea de costa, la sierra litoral y el traspaís.

2.1. El valor del mar y la conurbación litoral

En Andalucía, los beneficios directos e indirectos que emanan de la proximidad física o la perspectiva visual del mar se han traducido en unas notables expectativas de negocio inmobiliario. De hecho la superficie urbanizada aumenta claramente desde el interior a la primera línea de costa, a medida que lo hace la proximidad con el océano (Cuadro 1). Estos datos indican la plusvalía derivada del contacto con el mar para las actividades sociales y económicas contemporáneas, especialmente el turismo y la actividad inmobiliaria.

Los conocidos ratios de ocupación -que han trascendido en los últimos años a los medios de comunicación- miden el porcentaje de superficie urbanizada en relación con el área total de una determinada franja litoral. Estos índices muestran claramente el patrón aludido en el conjunto del litoral mediterráneo español (OSE, 2006). Según la explotación de los datos propios, la ocupación media de la franja de los primeros 500 metros desde la línea de costa para Andalucía alcanza el

30%. En el conjunto del litoral de Málaga y en la Costa del Sol Occidental se alcanzan grados de alteración del 66 y el 78 por ciento respectivamente⁵.

CUADRO 1
REPRESENTATIVIDAD DEL SUELO URBANO POR FRANJAS COSTERAS
EN EL LITORAL ANDALUZ (1956-2007)

ANDALUCÍA Franjas de distancia a la línea de costa:	1956		1998		2007	
	(Ha)	%	(Ha)	%	(Ha)	%
0>1000 m	4820,9	55,5	27039,1	44,53	31853,2	42,37
1000>3000 m	2902,8	33,42	21878,9	36,03	28861,5	38,39
3000>5000 m	962	11,08	11806,3	19,44	14464,3	19,24
TOTAL (0 > 5000 m)	8685,7	100	60724,3	100	75178,9	100

Fuente: Elaboración propia.

Este patrón territorial se inicia en Andalucía entre finales del siglo XIX y las primeras décadas del siglo XX. Paradójicamente es el colectivo foráneo el primero en ubicarse sistemáticamente en primera línea de playa por motivos no laborales. Como ejemplos pueden citarse el conjunto residencial de la empresa minera de *Río Tinto Company* en Punta Umbría, a finales del siglo XIX, que daba descanso a los cuerpos directivos de la mina; o las residencias de la burguesía bodeguera de Jerez en otros núcleos costeros colindantes.

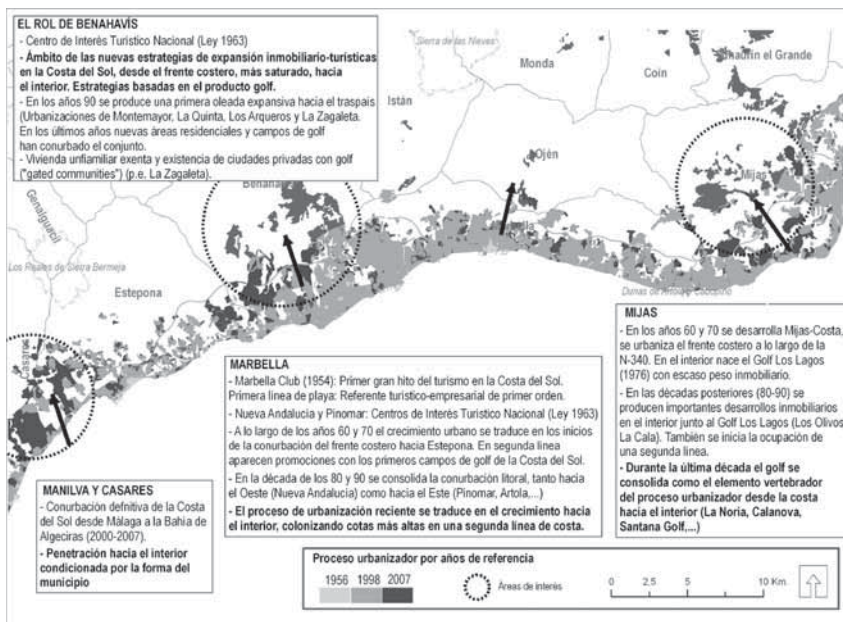
La evolución de la costa malagueña, cuyos primeros pasos turísticos se remontan a finales del siglo XIX como destino del turismo invernal de la élite europea, se fundamentará en el aprovechamiento recreativo del frente costero. Como hitos concretos cabe subrayar el Hotel Miramar en Málaga (1926), importante porque rompe con el patrón de alojamiento anterior y se asienta en primera línea de playa. Algo parecido ocurre con el Real Club de Golf de Málaga, originado el mismo año pero al sur de la capital. El Rodeo (1946) y el Marbella Club (1953) también son ejemplos del origen del modelo y auspician la construcción de áreas residenciales a lo largo del litoral marbellí. En este punto es necesario recordar a Ramiro Campos Turmo, un militar oscense que recalca en la Costa del Sol y que plantea un primer modelo turístico basado en la ocupación de la franja litoral desde Málaga a Algeciras, como ciudad del ocio enfocada al turismo extranjero de invierno (Torres,

5 De los 10 municipios con mayores grados de alteración de su frente litoral, 9 se ubican en la Costa de Málaga y 8 en la Costa del Sol Occidental (Villar, 2012): Mijas (89%), Benalmádena (86%), Rincón de la Victoria (82%), Marbella (81%), Fuengirola (80%), Casares (78%), Torremolinos (75%), Málaga (74%), Estepona (71%) y Garrucha (71%).

1983). Aunque aquel proyecto nunca se ejecutó, resulta paradójico que la realidad actual tenga similitud con aquel planteamiento, aunque con un uso mucho más intenso del territorio: un gran corredor turístico y residencial que se materializa en una conurbación sin parangón en Andalucía.

Este patrón se consolida con la llegada del turismo de masas a partir de los años sesenta. De hecho, la Ley del Franquismo tecnocrático sobre Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional (Ley 197/1963) consolida la pauta de urbanización costera: Auspicia la creación de núcleos turísticos de nueva planta en primera línea de costa y, por ende, los puntos de partida de futuras conurbaciones litorales. La búsqueda del mar y de la luz se materializa en la progresiva ocupación de parcelas anejas a la línea de costa así como en la construcción en altura: Un paisaje urbano donde los edificios buscan las mejores vistas a costa de otros, de igual modo que las distintas especies vegetales compiten por la luz en el bosque tropical.

FIGURA 3
LA EVOLUCIÓN DEL PROCESO URBANIZADOR EN LA COSTA DEL SOL OCCIDENTAL (1956-1998-2007)



Fuente: Elaboración propia.

El recurso “mar” resulta muy ilustrativo para explicar la estrecha relación entre el proceso de urbanización y las amenidades paisajísticas. More *et al.* (1988) diferencian entre los beneficios directos e indirectos que derivan de ellas. Mientras los primeros aluden al uso inmediato, como el ocio en la playa o en la ribera del mar, los segundos hacen referencia a un disfrute perceptual, en este caso a la interpretación del océano y de la maresía por mecanismos sensitivos, desde la vista al resto de los sentidos: *La mar, el mar es un sonido lejano, una presencia rítmica, un respirar y un latido apagado que, sin embargo, envuelve y acompaña. Una luz entre los verdes brillos de la hierba. Un espejo entre la arena, donde el sosiego habita* (Extraído de los cuadernos de campo de Buenaventura Delgado Bujalance).

Las externalidades anteriores han situado a la primera línea de costa como el principal atractivo para el mercado turístico e inmobiliario desde el origen del culto a la playa como espacio turístico. Lo que diferencia a la provincia de Málaga (concretamente en su parte occidental) de otras provincias andaluzas o españolas es que el grado de saturación urbana de su frente costero y las singularidades de la geología han propiciado la ascensión de promociones inmobiliarias hasta topografías más altas (Figura 3). Siguiendo a More *et al.* (1988), el mar se convierte ahora en una amenidad indirecta meramente perceptual, pero cuya mercantilización continúa siendo muy rentable a través de un producto visual integral: vistas al océano, a la conurbación costera, a la montaña y, generalmente, a un campo de golf.

2.2. Los belvederes de la sierra litoral

La pauta urbanizadora filo-marítima se contrapone a otros patrones históricos donde los asentamientos se localizaban a una distancia prudencial del mar. Si la topografía lo permitía se ubicaban sobre la sierra litoral, por motivos estratégicos respecto a la menor seguridad de la primera línea de costa. La disposición de la trama urbana actual es, a veces, una combinación de estas lógicas contrapuestas: un núcleo interior frente a una conurbación costera. Manilva, Casares, Mijas, Vélez-Málaga, Algarrobo o Mojácar responden a este modelo.

En los segmentos más saturados del litoral se asiste a una vuelta a la lógica de ocupación hacia el interior y es especialmente intensa en los ámbitos con sierras litorales. En Andalucía la Costa de Málaga es el arquetipo, aunque también se observa en casos más concretos vinculados a amenidades visuales más específicas (por ejemplo Costa Esuri en Ayamonte frente al río Guadiana). En esta ocasión, la función de vigilancia se sustituye por un producto turístico-inmobiliario contemporáneo, basado en la paz visual y sensorial, lejos de la congestión que ya se alcanza en las primeras líneas de costa. Esto posibilita la generación de un artículo ofertado como “de lujo” basado en el privilegio y la exclusividad. Los campos de golf, que se incrustan en los valles en dirección al mar, terminan de moldear esta mercancía.

Estos paisajes del juego se adaptan mejor a las geomorfologías previas -aunque las alteran profundamente desde el punto de vista visual- y conviven con unas áreas residenciales que sí necesitan de una profunda alteración de las geoformas, modulando y abancalando la montaña en muchas ocasiones.

Si se tiene en cuenta una dimensión temporal en la ocupación urbana de la costa es posible, gracias a la explotación de la base de datos geográfica, verificar la creciente importancia de las áreas más alejadas como epicentros del fenómeno urbanizador (Cuadro 1). De hecho, mientras que el prelitoral apenas explica el 11% del suelo urbano en la costa andaluza de 1956, actualmente significa casi una quinta parte del total (19%). La primera línea de costa por su parte explicaba el 55% de lo urbano en 1956 y hoy su representatividad cae hasta el 42%. Las franjas intermedias ganan también un moderado peso relativo a lo largo del tiempo, pasando de un 34 a un 38 por ciento aproximadamente. Estas cifras retratan el gran cambio de modelo urbano que afecta al espacio litoral desde los años 80, donde una vez consolidada la primera línea de costa se multiplican los proyectos urbanísticos y el urbanismo difuso en el interior (Yus y Torres, 2010; Moreira, 2012).

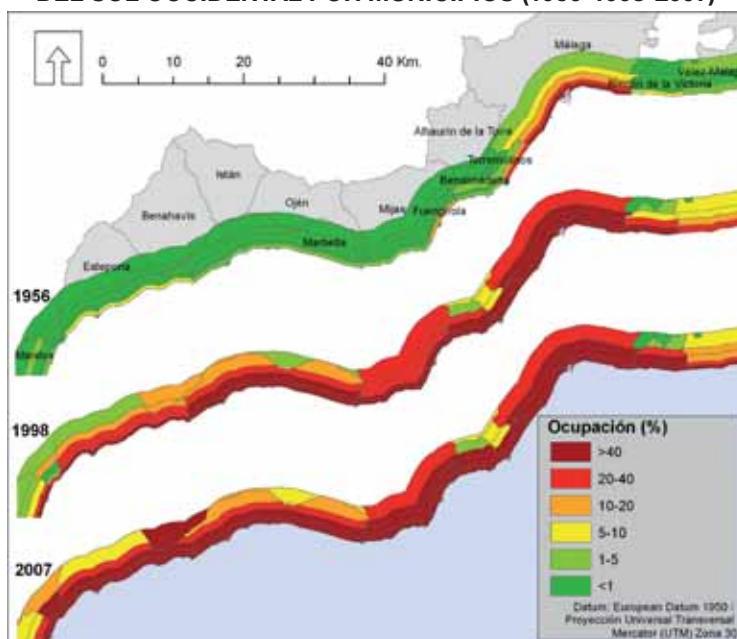
CUADRO 2
REPRESENTATIVIDAD DEL SUELO URBANO POR FRANJAS COSTERAS
EN LA COSTA DEL SOL OCCIDENTAL: LA IMPORTANCIA CRECIENTE
DEL PRELITORAL (1956-2007)

COSTA DEL SOL Franjas:	1956		1998		2007	
	(Ha)	%	(Ha)	%	(Ha)	%
0>1000	181,1	83,1	4599,1	43,0	5582,4	37,4
1000>3000	34,3	15,7	4426,7	41,4	6698,7	44,8
3000>5000	2,5	1,1	1661,9	15,5	2655,7	17,8
TOTAL	217,9	100	10687,7	100	14936,8	100

Fuente: Elaboración propia.

La lectura del mismo indicador para la Costa del Sol Occidental es más clarificadora y verifica lo paradigmático de este segmento del litoral andaluz para explicar los procesos tratados (Cuadro 2). Así, el frente costero pasa de suponer el 83% de la trama urbana total en 1956 al 37,4% en 2007. Las franjas intermedias y lejanas han ido ganando un peso relativo creciente, hasta el punto de alcanzarse grados de ocupación equivalentes a los experimentados por la primera línea (Figura 4). Aunque la base de datos geográfica sólo incluye los suelos urbanizados en los primeros 5 kilómetros, los resultados resultan reveladores. Otros mapas de usos del suelo muestran que la colonización turística de la sierra litoral va más allá, y empiezan ya a plantearse proyectos tradicionalmente litorales en el traspáis costero.

FIGURA 4
GRADO DE OCUPACIÓN DE LAS FRANJAS COSTERAS EN LA COSTA DEL SOL OCCIDENTAL POR MUNICIPIOS (1956-1998-2007)



Fuente: Elaboración propia.

2.3. La "litoralización" del traspáis

Las áreas rurales andaluzas llevan forjando desde finales de los años 80 una estructura productiva marcada cada vez más por el turismo y la conservación de los espacios naturales, junto a una creciente multifuncionalidad agraria (Silva, 2010). Se trata del paradigma clorofílico, según el cual muchos de estos territorios serranos se convierten en "reservas de naturaleza, paisaje, agua y oxígeno para los urbanitas, que irrumpen en ellos cada fin de semana, convirtiéndolos en patrimonio de todos en virtud de sus declaraciones como Espacios Protegidos" (Ojeda Rivera, 2004).

El origen y la evolución de este paradigma están materializados en las políticas comunitarias de desarrollo rural y en su traslación a las estrategias nacionales. También en las políticas de salvaguarda del patrimonio natural, a medio camino entre la protección ambiental y el desarrollo socioeconómico local, una idea refrendada

en el marco del Programa Internacional de la Unesco “Hombre y Biosfera”⁶. Las figuras de los Parques Naturales (Ley 2/1989) y las propias Reservas de la Biosfera son buenos ejemplos de ello.

Por otra parte, la creciente accesibilidad del conjunto del territorio andaluz, a veces propiciada por el sobredimensionamiento de las infraestructuras, ha provocado que determinadas áreas rurales interiores hayan visto reducidas considerablemente sus tiempos de acceso respecto al corredor costero. Este hecho ha abierto el mapa de posibilidades de los promotores inmobiliarios y turísticos que, además de la notable accesibilidad, venden productos exclusivos basados en la contemplación y el sosiego de los paisajes rurales.

El hecho anterior descansa sobre un determinado fundamento teórico: Los destinos turísticos consolidados expanden y exportan su modelo a otros espacios, incorporándoles similares patrones de producción y consumo (Figura 5). Para el caso que nos ocupa y con el objeto de ser más realistas, debe hablarse de un modelo turístico-inmobiliario, dado que el carácter real de los proyectos que se plantean o se llevan a cabo tiene un mayor vínculo con el turismo residencial. Este fenómeno se materializa de dos formas (Navarro, 2004):

- la expansión del modelo, que se traduce en la ampliación de las fronteras geográficas del espacio turístico. En los destinos de sol y playa se observa mediante su extensión a lo largo de costa y, en su caso, a través de la colonización de los piedemontes o laderas de la sierra litoral.
- la exportación del modelo, que alude a la adopción de un determinado patrón territorial-turístico en áreas más remotas. Como el anterior, este hecho suele estar relacionado con la congestión urbanística de las primeras líneas de costa y la mejora de la accesibilidad transversal desde el eje litoral hacia el interior.

6 En Andalucía existen 9 Reservas de la Biosfera: Sierra de Grazalema (1977), Doñana (1980), Marismas del Odiel y Sierra de Cazorla (1983), Sierra Nevada (1983), Sierra de las Nieves (1995), Cabo de Gata (1997), Dehesas de Sierra Morena (2002) y la Reserva Intercontinental del Mediterráneo (2006), que aglutina a otros espacios protegidos y ocupa de manera continua todo el sector oriental de la provincia de Cádiz (Los Alcornocales y la Sierra de Grazalema) y el traspais malagueño, desde los Parques anteriores hasta la Sierra de las Nieves y otros espacios protegidos a nivel autonómico (Sierra Crestellina, Sierra Bermeja, Sierra Blanca, Valle del Genal, Desfiladero de los Gaitanes, Sierra de Alcaparaín, entre otros). Incluye a 61 municipios (22 en Cádiz y 39 en Málaga).

FIGURA 5
**PROCESO DE EXPANSIÓN Y EXPORTACIÓN DEL MODELO TURÍSTICO-
 INMOBILIARIO DESDE LA PRIMERA FRANJA COSTERA HACIA EL
 INTERIOR**



Fuente: Elaboración propia y Lola Villar.

En la última década se asiste a la generalización de propósitos urbanísticos en el traspas de las provincias costeras andaluzas, sobre todo Málaga y Cádiz, en los ámbitos turísticamente más maduros y urbanísticamente más saturados. Estos proyectos suelen buscar suelo barato que les permita acometer la construcción de un campo de golf como centroide visual de sus viviendas. Además, procuran instalarse en un marco paisajístico privilegiado que otorgue a su producto inmobiliario un valor extraordinario basado en las externalidades que le ofrece, gratuitamente, el paisaje serrano.

La riqueza, el grado de naturalidad y la diversidad paisajística han convertido al traspas bético gaditano y malagueño -desde el Estrecho de Gibraltar hasta la Sierra de Abdalajís- en Reserva Intercontinental de la Biosfera desde el año 2006. Este ámbito se encuentra por tanto entre dos tendencias hasta cierto punto contrapuestas, pero que comparten la lógica colonial de las áreas rurales (Ojeda Rivera, 2004): ámbitos al servicio de la población urbanita y al amparo de los técnicos, los políticos o los empresarios foráneos.

El escenario adquiere cierta complejidad si tenemos en cuenta que un segmento de la población local -sobre todo los más jóvenes- se han desplazado durante años a la costa de Málaga para trabajar (sector servicios y de la construcción fundamentalmente). En el contexto actual de crisis económica y de desempleo, podría entenderse desde determinadas posiciones ideológicas que el traspais malagueño se ha alimentado durante años de la riqueza generada en la litoral y que sería viable extender ahora el modelo costero en el interior. Pero no debe olvidarse que la Costa del Sol es en parte el fruto de su traspais: su desarrollo en términos económicos no hubiera sido posible sin el agua de la Sierra de las Nieves, sin el aire limpio de las laderas de Sierra Bermeja o sin su alto grado de insolación, fruto del farallón bético frente al tiempo gris y nublado del Oeste.

4. EL CASO PARADIGMÁTICO DEL GOLF EN LA MERCANTILIZACIÓN DEL PAISAJE

4.1. *El golf como recurso visual para el negocio inmobiliario*

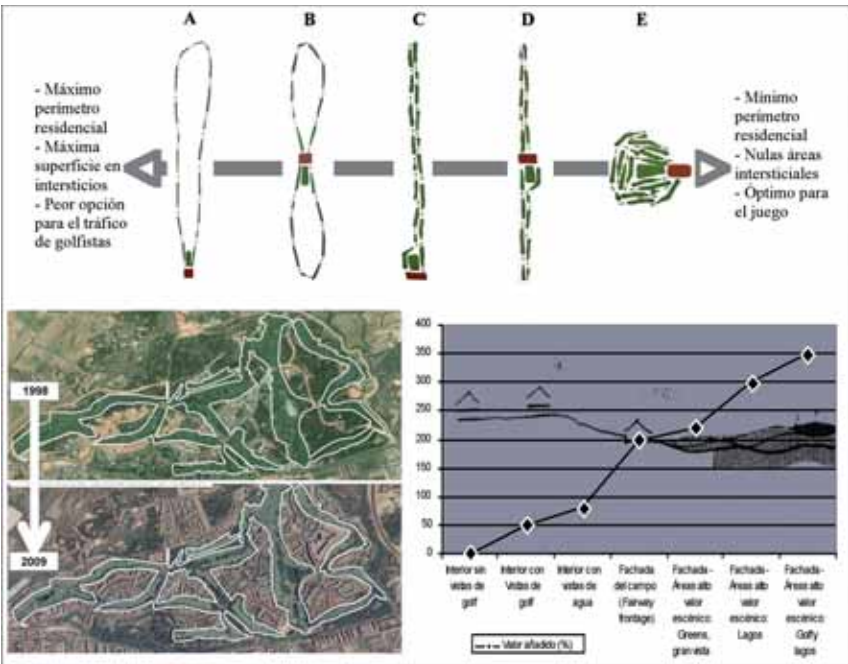
Por lo general, en España y Andalucía los campos de golf trascienden sobradamente su consideración como equipamientos deportivos, siendo elementos centrales de piezas territoriales más amplias, generalmente grandes urbanizaciones o *resorts* turísticos (Villar, 2008; Babinger, 2012). En los párrafos anteriores se ha comprobado el papel de estos espacios en el proceso urbanizador. Ahora, gracias a una bibliografía específica y al uso de los SIGs, es posible verificar la orientación inmobiliaria de estos complejos y el papel que juegan como recursos visuales.

Cuando los intereses inmobiliarios priman sobre los deportivos la arquitectura del golf, de amplia tradición en los países anglosajones, se supedita en muchos casos al diseño urbanístico de grandes complejos residenciales y turísticos. En Estados Unidos existe una literatura específica que aborda cómo diseñar urbanizaciones con amenidades deportivas y campos de golf, con el objeto de extraer los máximos rendimientos económicos a partir de la proximidad o la visualización de estos equipamientos desde las viviendas.

Según estas aportaciones (Jones y Rando, 1974; Muirhead y Rando, 1994; Mulvihill *et al.*, 2001) existen 5 grandes modelos en el trazado del campo, desde las opciones que tienden a primar el desarrollo del juego hasta las variantes que son más beneficiosas desde el punto de vista residencial (Figura 6). Un análisis de los espacios de golf en Andalucía -concretamente en el litoral- muestra que los modelos más comunes son aquellos que buscan el máximo perímetro y la creación

de intersticios para la futura ubicación de viviendas en primera línea de golf⁷ (Villar, 2012). Además, la localización de estos complejos en ámbitos de topografía variable facilita el diseño de varios bancales de casas con vistas directas al campo. En síntesis, se observa la clara priorización de las “vistas hacia el campo” sobre las “vistas desde el campo” y, en definitiva, lo representativo que resultan estos recursos para explicar los modelos hedónicos en la urbanización turística.

FIGURA 6
LOS MODELOS DE DISEÑO DE LOS ESPACIOS DE GOLF Y EL VALOR AÑADIDO DE LAS VISTAS. EL EJEMPLO DE ISLANTILLA Y SU EVOLUCIÓN (1998-2009)



Fuente: Elaboración propia a partir de Muirhead y Rando (1994) y Mulvihill *et al.* (2001).

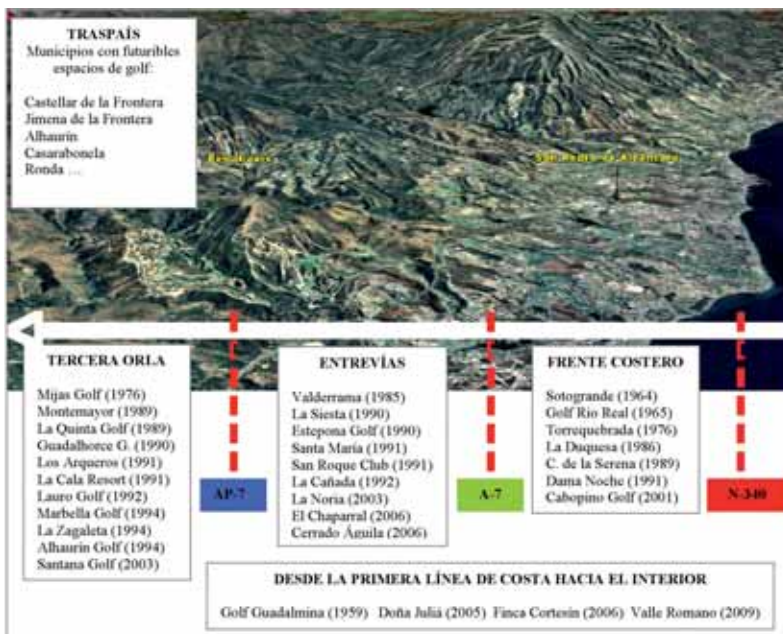
7 Un seguimiento diacrónico de algunos complejos muestra la evolución de algunas áreas intersticiales, que pasan de ser áreas arboladas o vacantes a conjuntos residenciales. En este sentido, las revisiones del planeamiento municipal permiten la modificación del proyecto inicial y resultan clave para explotar al máximo el rendimiento inmobiliario del campo de golf (Villar, 2012).

4.2. Los campos de golf, vehículo en la ascensión de los productos inmobiliarios y turísticos

Junto a la línea de costa, el golf conforma otro de los epicentros en torno a los cuales se han generado intensos procesos urbanizadores. El vínculo entre el golf y el sector inmobiliario se verifica si se considera el peso que han tenido estos productos en el proceso urbanizador de la costa: La explotación de la base de datos permite afirmar que los campos de golf y sus áreas residenciales anejas explican aproximadamente el 21% del entramado urbano actual de la costa andaluza. En el litoral malagueño y la Costa del Sol Occidental en particular este dato alcanza el 31 y el 48 por ciento respectivamente. Si se considera exclusivamente el proceso de urbanización que antecede al colapso del sector de la construcción (1998-2007), el resultado es que un tercio (32%) de las nuevas áreas urbanas están vinculadas a estos equipamientos.

FIGURA 7

LA RELACIÓN ENTRE EL GOLF Y EL PROCESO DE URBANIZACIÓN EN LOS DIVERSOS “ESCALONES LITORALES” DE LA COSTA DEL SOL

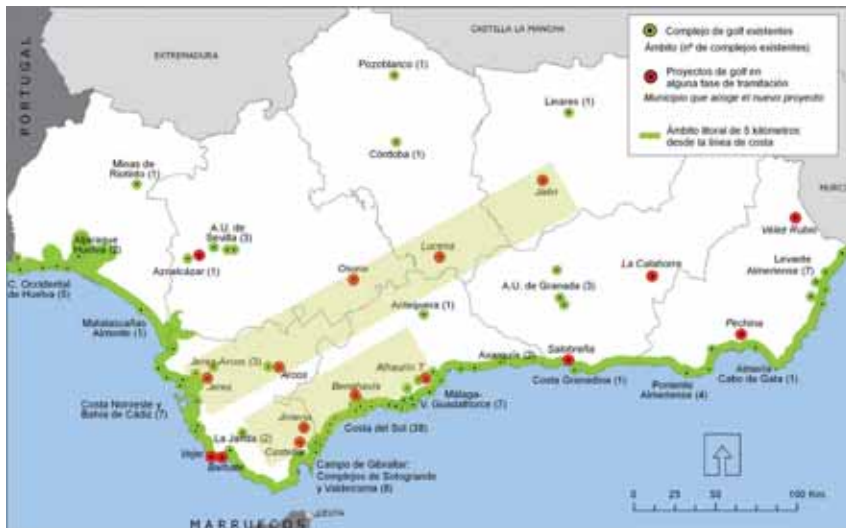


Fuente: Elaboración propia.

Desde poco después de los albores del turismo de masas en la costa mediterránea, algunos promotores deciden implantar grandes complejos residenciales o turísticos a cierta distancia del mar, ante la mayor disponibilidad de suelo a un precio más barato (Figura 7). Los campos de golf -elementos centrales de estos proyectos- junto con las omnipresentes áreas residenciales anejas, necesitan fincas de gran tamaño, determinadas pendientes y, al parecer, cierto carácter de aislamiento respecto a la conurbación costera.

La sierra litoral ofrece desde hace décadas esa opción de posicionarse al margen y, gracias a la topografía, la posibilidad de vender productos inmobiliarios mediante la mercantilización de un paisaje envolvente: Mientras que el mar y las cumbres actúan como telones de fondo, el campo de golf ofrece una luz intensa en un primer plano a lo largo de todo el año. En un plano intermedio, el espacio no urbanizado que rodea el complejo y que lo separa de la conurbación del frente costero, confiere una sensación de aislamiento y de exclusividad que también es parte del producto.

FIGURA 8
**EL MAPA ACTUAL Y FUTURIBLE DEL GOLF EN ANDALUCÍA:
 COMPLEJOS DE GOLF EXISTENTES Y EN PROYECTO**



Fuente: Elaboración propia.

Si el golf se erige como la pieza clave en la colonización inmobiliaria de la sierra litoral de la Costa del Sol a lo largo de las últimas décadas, también es el golf

el elemento central de las nuevas expectativas de los promotores inmobiliarios y turísticos en el traspás. De hecho, si se plasman cartográficamente los proyectos en estudio o recientemente aprobados conforme al Decreto 43/2008 (y modificaciones posteriores) se observa el mayor peso proporcional del interior respecto a la costa y, en definitiva, ese rol como vehículo en la exportación de un modelo turístico-inmobiliario propiamente litoral hacía el interior (Figura 8):

- Una primera franja correspondiente con el prelitoral gaditano y malagueño (Castellar, Jimena, Benahavís, Alhaurín);
- Un segundo eje que se corresponde con la diagonal de las subbéticas, desde Jerez y Arcos hasta Jaén;
- Otros casos aislados localizados en el interior (La Calahorra, Vélez Rubio, Bollullos de la Mitación).

Resulta paradójico que el traspás esté ahora aplicando la misma fórmula desarrollista que ha destruido los recursos y los valores naturales de la costa y con ello la potencialidad de su estructura territorial (Navarro, 2004; Torres y Navarro, 2007).

La ya referida mejora de la accesibilidad del territorio ha aproximado a muchas áreas rurales a los grandes corredores regionales y, en definitiva, ha abierto el abanico de posibilidades para los promotores del golf. Pero además, las posibilidades paisajísticas (esenciales en este tipo de productos) que ofrecen las hoyas béticas y la zona de contacto entre la subbética y el valle del Guadalquivir parecen resultar claves en la proyección del futuro mapa del golf en Andalucía.

5. LA PÉRDIDA DE PAISAJES AGRARIOS DE VALÍA: UN EJERCICIO DE RETORNO AL PAISAJE

Hasta el momento se ha interpretado el papel del paisaje como uno de los motores que orienta el proceso de urbanización, concretamente en la parte occidental de la provincia de Málaga y mediante el caso concreto del golf por su carácter paradigmático. Mediante lo que Mata (2012) denomina *retorno al paisaje mediterráneo* se pretende, en este punto de la investigación, a modo de conclusión y también como hilo conductor hacia futuros estudios:

- Conocer a grandes rasgos cuáles son los paisajes agrarios perdidos (*melancolía*) bajo las nuevas morfologías y lógicas residenciales y turísticas;
- Comprobar la celeridad y la extensión de los cambios, y el desapego de lo heredado (*indignación*);

- Plantear el margen de maniobra para la gobernanza del territorio (*conocimiento + política*). Como ya propone Fernández Alba (1992) y reafirma el propio Mata, ante los daños de la invasión descontrolada de artefactos industriales y urbanos, la mirada que reclama el medio debe superar el sentimiento de nostalgia. Se trata de proponer, mediante el conocimiento, una gobernanza que cure a los “paisajes heridos” de las agresiones sobre su morfología, su estética y su identidad como medio natural y cultural heredado.

En la Costa de de Málaga las áreas residenciales y turísticas se han multiplicado ocupando casi todo el territorio costero, barriendo los antiguos espacios agrarios (Figura 9). Frente al mar se sucede una muralla de cemento, con la sola excepción de los pequeños rincones donde la montaña, siempre presente, alcanza la orilla del mar y forma acantilados con lo que obliga a las urbanizaciones a ocupar las pequeña rasas que existen, a distintos niveles, sobre los espolones que desde las sierras litorales, Mijas, Alpujate y Blanca, avanzan hacia el mar (Manrique, 2000).

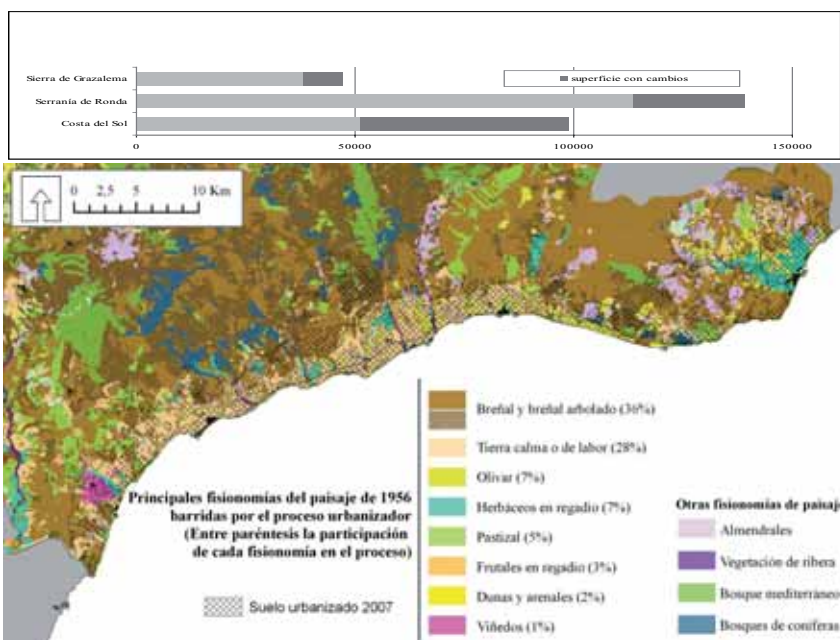
La incorporación de los recursos visuales en la mercadotecnia inmobiliaria se ha hecho a costa de ocupar determinados espacios y alterar en definitiva todo el paisaje pre-turístico. Los paisajes agrarios y sus diversas lógicas territoriales (hitos y caminos) han sido radicalmente sustituidos por un espacio generalmente *urbanizado* (Muñoz, 2008), alejado progresivamente de lo local para convertirse en paisajes turísticos y residenciales estandarizados:

Un ejercicio de retrospectiva a aquellos espacios previos es posible en parte gracias a las fotografías del vuelo americano de 1956: Las tierras calmas, el breñal y, en menor medida, los herbáceos y los frutales en regadío, el olivar y el pastizal han sido las principales fisionomías paisajísticas barridas por el proceso urbanizador (Figura 9).

A partir de una observación más detenida se descubre la importancia de un patrón transversal -del mar a la montaña- para explicar la secuencia de los paisajes costasoleños a mediados del siglo XX. Los ríos y arroyos de la comarca son las piezas territoriales que mejor representan la lógica de aquel paisaje. En la sierra, hoy balcón residencial, el bosque y el matorral mediterráneo convivían con las fisionomías riparias y áreas de castañar (Río Verde, Río de las Posadas, Río de Ojén, Arroyo Pilonos...). El escalón de los piedemontes y la plana litoral estaban ocupados fundamentalmente por el olivar y la tierra calma, junto con algunas fincas de cítricos (Río Cala), viñedos (Manilva) y amplias extensiones de herbáceos en regadío en torno a algunos ríos (Río Fuengirola, Río Manilva)⁸.

8 Los viñedos de los ruedos de Manilva y los herbáceos en regadío que dibujaban el contorno de su río son hoy un paisaje rururbano, salpicado de viviendas dispersas y áreas industriales, entre el

FIGURA 9
A. COMPARATIVA DE CAMBIOS EN EL PAISAJE CON OTRAS COMARCAS DEL TRASPÁIS (1956-2007);
B. LOS PAISAJES DE 1956 EN LA COSTA DE SOL



Fuente: Elaboración propia a partir del Mapa de Paisajes de Andalucía (Moreira *et al.*)

*Para vivir una experiencia turística completa no es necesario arraigar en un lugar, pero sí al menos adquirir el sentido del lugar. Sin duda, el paisaje es una vía muy importante para que el turista llegue a adquirirlo. Para ello es absolutamente imprescindible que el paisaje conserve su autenticidad, que sea auténtico y sano (Cals *et al.*, 1991).*

Gracias a las ortofotografías más recientes y su incorporación a la base de datos es posible comprobar las fisionomías más comunes del paisaje urbano y periurbano

antiguo núcleo y la creciente conurbación en primera línea de costa. Por su parte, los ríos Fuengirola y Pajares acotaban el mayor área de regadío de la Costa del Sol a mediados del siglo XX, de la que no quedan apenas vestigios en el paisaje actual.

actual. Se trata fundamentalmente de áreas residenciales de baja densidad⁹, espacios en construcción¹⁰ y campos de golf. Con ellas irrumpen los grandes corredores de transporte, generalmente paralelos a la costa. Alteran en cierta medida aquella lógica transversal para consolidar una megaciudad turística paralela a la costa.

Si vuelves, ya no encontrarás lo que guardas vivo en tu memoria. Esos paisajes ya no existen: todo es ahora andamios y escombros. Los paisajes no te han esperado, no han aguardado tu retorno. Ya no hay donde volver (Rafael Mata parafraseando a Mario Benedetti, 2012).

6. CONCLUSIONES

El paisaje juega un papel importante en las lógicas de urbanización turística mediante su incorporación como producto visual en el mercado inmobiliario. La lógica de la centralidad urbana se diluye en relación con la búsqueda de unas perspectivas visuales determinadas. El seguimiento del proceso urbanizador en los tres escalones mediterráneos de la Costa de Málaga así lo verifica: la consolidación de un corredor turístico-residencial en las planas litorales, la progresiva colonización de los belvederes residenciales de la sierra litoral y la exportación puntual de estos modelos urbanísticos al traspais costero.

Los dos principales recursos visuales que han guiado la lógica del proceso urbanizador son el mar y el golf. Estas dos amenidades paisajísticas son corresponsables de unos determinados patrones de ocupación urbana: La conurbación litoral materializa la búsqueda del mar como principal motor del ocio costero, pero también ha jugado un papel importante el contacto visual con el océano; la generalización de proyectos urbanísticos puntuales en la sierra litoral y el traspais tienen, entre su amplio abanico de posibilidades visuales, al golf como principal reclamo paisajístico. Además, una visión cenital de estos complejos muestran un diseño claramente orientado hacia la venta de este recurso visual, a veces mediante

- 9 Además de los impactos sobre el patrimonio natural y el paisaje la creciente dispersión de lo urbano aumenta los riesgos naturales, tales como la erosión, la inundación y el incendio. A ello se le suma la dificultad desde la administración local para hacer frente a la demanda de servicios por parte de unos nuevos núcleos urbanos cada vez más dispersos. Además, la baja densidad edificatoria se traduce en unos mayores consumos de agua, especialmente gravosos si el uso de la vivienda es estacional (Rico, 2007).
- 10 Mediante la actualización de la base de datos a partir de la nueva ortofotografía de 2011, se ha podido comprobar que el 83% de las áreas en construcción en el litoral de Andalucía han quedado totalmente paralizadas en el periodo 2007-2011, indicando de manera clara la crisis, el colapso del sector de la construcción y la escasa correspondencia entre las lógicas del mercado y las necesidades del territorio.

un macizamiento excesivo de los límites del campo (primeras vistas de golf), algo que, por otra parte, perjudica gravemente el desarrollo del juego y, en definitiva la explotación comercial-turística de la instalación.

El paisaje litoral andaluz ha perdido valor en los últimos años a costa de subir su precio en el mercado. La pérdida de valor es el resultado de la generalización de un modelo urbanístico banal, indiferente a la cultura local, caracterizado por el consumo, no de un lugar, sino de la imagen de ese lugar (Muñoz, 2008), recreada en las últimas décadas a partir de su rol en el mapa turístico internacional. Sin embargo el paisaje, como elemento consustancial del turismo, debería ser para el turista una ventana abierta hacia una cultura y facilitar la adquisición del sentido del lugar.

Siguiendo a Mata (2012) en su ejercicio de retornar al paisaje: la pérdida de determinados paisajes naturales y agrarios (breñales, olivares, castañares, naranjales, viñedos) y de sus lógicas territoriales (ríos, hitos y caminos) retratan la nostalgia del pasado; la cantidad de viviendas vacías y de “urbanizaciones fantasma” que hoy se multiplican irreversiblemente sobre esos espacios materializan la indignación. Como argumenta Cals (1991) el paisaje, entendido como algo vivo, dinámico y en continua transformación, es capaz de integrar y asimilar elementos que respondan, incluso, a modificaciones territoriales importantes, pero siempre y cuándo éstas no sean bruscas, violentas o excesivamente rápidas. Aunque el urbanismo y la ordenación del territorio han perdido credibilidad (Zoido, 2004) sus teóricos pilares, esto es, el conocimiento y el buen gobierno del territorio, representan las únicas esperanzas frente a las lógicas implacables del mercado.

BIBLIOGRAFÍA

- Andalucía. Decreto 43/2008, de 12 de febrero, regulador de las condiciones de implantación y funcionamiento de campos de golf en Andalucía. Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, 27 de febrero de 2008, número 41, p. 9.
- Andalucía. Ley 1/2008, de 27 de noviembre, de medidas tributarias y financieras de impulso a la actividad económica de Andalucía, y de agilización de procedimientos administrativos. Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, 11 de diciembre de 2008, número 245, p. 7.
- Andalucía. Decreto 309/2010, de 15 de junio, por el que se modifica el Decreto 43/2008, de 12 de febrero, regulador de las condiciones de implantación y funcionamiento de campos de golf en Andalucía. Boletín Oficial de la Junta de Andalucía, 18 de junio de 2010, número 119, p. 9.
- ANTÓN CLAVÉ, S. (1998) "La urbanización turística. De la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística", *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, núm. 32, 17-43.
- BABINGER, M. (2012) "El Golf en España: la concentración social y territorial de un fenómeno que trasciende ampliamente lo deportivo", *Eria-Revista Cuatrimestral de Geografía*, núm. 88, 185-197.
- CALS, J. et. al. (1991) "El Paisaje y las interrelaciones con el turismo", en *El paisaje en la oferta turística y recreativa. Estrategia y propuestas de actuación para la protección y revalorización de los paisajes españoles*, Madrid, Secretaría General de Turismo, 2-22.
- COMISIÓN EUROPEA (1999) *Estrategia Territorial Europea*, Texto aprobado en la reunión informal del Consejo de Ministros responsables de Planificación Territorial celebrada en Postdam.
- COMISIÓN EUROPEA (2010) *Europa 2020, Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador*, Comunicación de la Comisión Europea, Bruselas.
- CONSEJO DE EUROPA (2000) *Convenio Europeo del Paisaje*, Florencia.
- CORTINA A. (2009) "La dimensión económica del paisaje", en Busquets, J. Y Cortina, A. (coords.), *Gestión del paisaje: manual de protección, gestión y ordenación del paisaje*, Barcelona, Ariel Patrimonio, 253-273.
- COSGROVE, D. (2002) "Observando la naturaleza: El paisaje y el sentido europeo de la vista", *Boletín de Geógrafos Españoles*, núm. 34, 63-89.
- DANTAS, M. GASCHET, F. y POUYANNE, G. (2010): "Effets spatiaux du zonage sur les prix des logements sur le littoral : une approche hédoniste bayésienne", *Cahier du Gretha*, 2010-12.
- España. Ley 197/1963 de Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional. Boletín Oficial del Estado, 31 de diciembre de 1963, número 313, p. 18226.
- FERNÁNDEZ ALBA, A. (1992) "La naturaleza como arquitectura recreada", *Ciudad y Territorio*, núm. 94, 15-17.
- FERNÁNDEZ DURÁN, R. (2006) *El tsunami urbanizador español y mundial*, Editorial Virus.
- FERNÁNDEZ TABALES, A. y CRUZ MAZO, E. (2011) "Territorio y actividad constructora: del "tsunami" a la crisis. Factores explicativos y propuesta de indicadores a escala municipal en Andalucía", *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, núm. 56, 79-110.
- GÓMEZ OREA, D. (1994) "El paisaje como recurso socioeconómico", en Vila Subiros, J. (dir.) *Paisaje y Medio Ambiente*, Barcelona, Universidad de Barcelona, 33-43 (Recoge los contenidos presentados en el II Congreso de Ciencia del Paisaje).
- GUPTA, V. MYTHILI, G. y HEDGE D.S. (2009) "Deriving Implicit Prices for Urban Environment Amenities from Mumbai Housing Prices: A Revealed Preference Approach", en European Consorsrtium for Landscape Economics and Universidad de Viena BOKU (org.) *Conferencia Internacional en Economías del Paisaje*. Viena. 248-255.
- HILDENBRAND SHEID, A. (1999) "El paisaje, un recurso para el desarrollo de Andalucía". *Foro Andalucía en el nuevo siglo-Comisión Andalucía Cohesionada*. 1-29.
- IRWIN E.G. (2002) "The effects of open space on residential property values", *Land Economics*, núm. 78, 465-480.
- JONES, R. y RANDO, G. (1974) *Golf course developments*, Washington, Urban Land Institute. 105 pp.

- LEGGET, C. y BOCKSTAEI, N.E. (1999) "Evidence of the Effects of Water Quality of Residential Land Prices", *Journal of Environmental Economics and Management*, núm. 39, 21-144.
- MATA OLMO, R. (2012) "Retorno al paisaje mediterráneo. Cultura territorial, conflictos y políticas", en V.V.A.A., *Geografía, retos ambientales y territoriales*, Alicante, Universidad de Alicante, 17-68 (Recoge las ponencias y relatorías del XXII Congreso de la Asociación de Geógrafos Españoles).
- MÉRIDA RODRÍGUEZ, M. (1994) "El paisaje como fenosistema: Los conceptos de cantidad y calidad visual y su aplicación al análisis del relieve urbano", en Vila Subiros, J. (dir.) *Paisaje y Medio Ambiente*. Barcelona, Universidad de Barcelona, 133-139 (Recoge los contenidos presentados en el II Congreso de Ciencia del Paisaje).
- MÓNIZ SÁNCHEZ, C. (2007) "El paisaje como recurso turístico-recreativo: Propuesta Metodológica para el análisis de la potencialidad paisajística de los embalses", *Andalucía Geográfica*, núm. 7, 34-38.
- MONTERO, J.M. FERNÁNDEZ-AVILÉS, G. y MÍNGUEZ, R. (2011) "Spatial Hedonic Pricing Models for Testing the Adequacy of Acoustic Areas in Madrid, Spain", *Investigaciones Regionales*, núm. 21, 157-181.
- MORE, T.A., STEVENS, T. y ALLEN P.G. (1988): "Valuation of urban parks", *Landscape and Urban Planning*, núm. 15, 139-152.
- MOREIRA MADUENO, J.M. (2012) "Urbanismo expansivo: de la utopía a la realidad. Reflexiones desde la información ambiental", en V.V.A.A., *Geografía, retos ambientales y territoriales*, Alicante, Universidad de Alicante, 125-163 (Recoge las ponencias y relatorías del XXII Congreso de la Asociación de Geógrafos Españoles).
- MOREIRA, J.M., RODRÍGUEZ M., MONIZ C., OJEDA J., RODRÍGUEZ J. VENEGAS C. y ZOIDO, F. (2005) *Mapa de los paisajes de Andalucía*. En Junta de Andalucía *Atlas de Andalucía*, Sevilla, p. 228.
- MUIRHEAD, D. y RANDO G. (1994) *Golf course development and real estate*. Washington, Urban Land Institute, 192 pp.
- MULVIHILL, D. et al. (2001) *Golf course development in residential communities*, Washington, Urban Land Institute, 303 pp.
- NAREDO, J.M. y MONTIEL MÁRQUEZ, A. (2011) *El modelo inmobiliario español y su culminación en el caso valenciano*, Barcelona, Icaria. 176 pp.
- NAVARRO JURADO, E. (2006) "Proceso de crecimiento e intensificación de usos en los destinos turísticos consolidados", en Lacosta Aragüés, A.J. (dir.) *Turismo y cambio territorial: ¿cercosión, aceleración, desbordamiento?*, Zaragoza, Prensas Universitarias de Zaragoza, 319-350 (Recoge los contenidos presentados al IX Coloquio de Geografía del Turismo, Ocio y Recreación).
- OBSERVATORIO DE LA SOSTENIBILIDAD EN ESPAÑA (2006) *Cambios de ocupación del suelo en España: Implicaciones para la sostenibilidad*, Madrid, Ministerio de Medio Ambiente, Universidad de Alcalá y Fundación Biodiversidad, 463 pp.
- OJEDA RIVERA, J. (2004) "La montaña -como patrimonio- factor de desarrollo de áreas de montaña", *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, núm. 38, 273-278.
- RICO AMORÓS A.M. (2007) "Tipologías de consumo de agua en abastecimientos urbano-turísticos de la Comunidad Valenciana", *Investigaciones Geográficas*, núm. 42, 5-34.
- RULLÁN SALAMANCA O. y ARTIGUES BONET, A. (2007) "Nuevo modelo de producción residencial y territorio urbano disperso (Mallorca, 1998-2006)", *Revista Scripta Nova*, núm. 245.
- SCHULTZ, T. y WALTERT, F. (2009) "How local landscape resources affect property prices: Evidence from an hedonic pricing model", en European Consortium for Landscape Economics y Universidad de Viena BOKU (org.) *Conferencia Internacional en Economías del Paisaje*. Viena. 314-327.
- SILVA PÉREZ, R. (2010) "Multifuncionalidad Agraria y Territorio. Algunas Reflexiones y Propuestas de Análisis", *Eure Revista Latinoamericana de Estudios Urbano-Regionales*, Vol. 36, núm. 136, 5-33.
- TORRES BERNIER, E. (1983) "Los orígenes del turismo andaluz", *Revista de Estudios Regionales*, núm. 12, 331-365.
- TORRES BERNIER, E. y NAVARRRO JURADO, E. (2007) "La congestión urbanística como factor reductor de la calidad turística y de vida en los destinos maduros", *Estudios Turísticos*, núm. 172-173, 193-199.

- VERA REBOLLO, J.F. y RODRÍGUEZ I. (2010) "Tourism strategies for the renovation of mature coastal destinations in Spain", *Sustainable Tourism IV*, Southampton, WITT Press.
- VILLAR LAMA, A. (2008) "Los espacios del golf en el litoral de Andalucía: Patrones espaciales y evolución en el Periodo 1998-2004", *Ería: Revista Cuatrimestral de Geografía*, núm. 76, 247-266.
- VILLAR LAMA, A. (2011) *Territorio, turismo y paisaje: El proceso de urbanización en el litoral de Andalucía y el papel de los campos de golf*, Sevilla, Junta de Andalucía. 583 pp.
- VILLAR LAMA A. y OJEDA ZÚJAR (2012) "El desarrollo de una base de datos espacial sobre el proceso de urbanización en el litoral de Andalucía: Indicadores del colapso inmobiliario (2004-2007-2009)", en Martínez Vega J. y Martín Isabel, P. (eds.) *Tecnologías de la Información Geográfica en el contexto de Cambio Global*, Madrid, 427-492 (Recoge los trabajos presentados al XV Congreso Nacional de Tecnologías de la Información Geográfica)
- WU, J. y PLANTINGA (2002) "The Influence of Open Public Space on Urban Spatial Structure", *Journal of Environmental Economics and Management*, núm. 46 (2), 288-309.
- YUS RAMOS, R. y TORRES DELGADO, M.A. (2010) *Urbanismo difuso en suelo rústico. Deterioro ambiental y corrupción en la provincia de Málaga (El caso de la Axarquía)*, Gabinete de Estudios de la Naturaleza de la Axarquía. Vélez-Málaga (GENA-Ecologistas en Acción), 609 pp.
- ZOIDO NARANJO, F. (2004) "El paisaje. Patrimonio público y recurso para la mejora de la democracia", *PH-Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, núm. 50, 66-73.