

Destino Costa del Sol: La invención de un modelo turístico cuestionado

Mito, historia y realidad de un proyecto para el S. XXI

Carlos Rosa Jiménez, Escuela Técnica Superior de Arquitectura. Universidad de Málaga-Andalucía Tech

Lourdes Royo Naranjo, Escuela Técnica Superior de Arquitectura Sevilla, Dpto. Historia, Teoría y Composición Arquitectónicas

Abstract

The promotion of a tourist destination can become the most effective means to reflect those social, political and cultural aspects of that particular country. The tourist image was never immutable. Time has either used and even abused the same, sometimes even without being a reflection of a reality and represents an exercise in invention of a model that has little or nothing to do with the media in question. In the study case presented, it is clear state after the analysis of a huge planning, architectural, but also political, cultural and iconographic production poured from the late 50s to early 80s both nationally and internationally on the Malaga coast, there was a state concern to build from a purely political and cultural tourism model specific and reductionist discourse Malaga coast. A model that today seems to come to exhaustion, but which nevertheless looks back with nostalgia from certain cultural backgrounds, it is undeniable that over time the projected image has come to build a certain reality.

Keywords: tourism, Costa del Sol, planning, promotion, architecture

Resumen

La promoción turística de un destino puede llegar a convertirse en el medio más efectivo para reflejar aquellos cambios sociales, políticos y culturales de ese país en concreto. La imagen turística no ha sido nunca inmutable. El tiempo ha utilizado, usado e incluso abusado de la misma, a veces incluso sin ser reflejo de una realidad y representando un ejercicio de invención de un modelo que poco o nada tiene que ver con el medio en cuestión. En el caso que presentamos como estudio, resulta evidente afirmar tras el análisis de una ingente producción urbanística, arquitectónica, pero también política, cultural e iconográfica vertida desde finales de los años 50 hasta principios de los años 80 tanto a nivel nacional como internacional sobre la costa de Málaga, existió una preocupación estatal por construir desde un ámbito puramente político y cultural un modelo turístico concreto y un discurso reduccionista de la costa malagueña. Un modelo que hoy día parece llegar a su agotamiento, pero al que sin embargo se vuelve a mirar con cierta nostalgia desde determinados ámbitos culturales, pues es innegable que a lo largo del tiempo la imagen proyectada ha llegado a construir una determinada realidad.

Palabras clave: turismo, Costa del Sol, planificación, promoción, arquitectura

1 LA COSTA DEL SOL COMO DESTINO. LA CONSTRUCCIÓN DE UN MODELO

1.1 Definición de un proceso y herramientas de análisis

Desde hace algunos años, hemos venido atendiendo a un importante esfuerzo por reactivar el modelo de gestión turística heredado en la Costa del Sol, en un intento de 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 esta actividad turística, plantea aspectos que en la visión mercantilista del Turismo ocupan un lugar secundario, como fundamentales en una consideración más amplia, integrada y productiva del mismo. Este nuevo planteamiento no debe centrarse en la búsqueda de nuevos elementos, sino, más bien, en el establecimiento de nuevas formas de caracterización de aquellos grupos de bienes culturales producidos por la actividad del Turismo; bienes que deben ser gestionados, también desde los principios y objetivos de una política patrimonial[1], que debería 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. Es decir, pasaríamos 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.

Al mismo tiempo, 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[2].

1.2 La Costa del Sol como caso de estudio

Desde principios del siglo XIX el principal atractivo turístico de Málaga habría de ser su clima. Por medio de informes y publicaciones se unieron esfuerzos por dar a conocer al mundo las excelencias del clima malagueño. Una ciudad donde su fuente de ingresos más importante había sido hasta el momento su actividad comercial, conocida en buena parte de Europa gracias a la imagen de algunos viajeros del S. XIX que habían plasmado relatos, memorias y fuentes escritas que describían a una ciudad de pescadores y comercio, véase Théophile Gautier, Richard Ford o Charles Davillier entre otros[3]. Algunos de estos viajeros románticos recalaban en nuestra ciudad atraídos por el clima

International Seminar Touristic Territories:

Touristic Imagery and the construction of contemporary landscape

Carlos Rosa Jiménez, Lourdes Royo Naranjo: Destino Costa del Sol: La invención de un modelo turístico cuestionado

ISBN: 978-84-92931-37-8

de la costa, como recoge Richard Ford en su Manual para viajeros por España:

“El clima de Málaga era el mejor del sur de Europa para los enfermos del pulmón, añadiendo que en la agradable aldea de Torremolinos don Nicolás Parody, que hablaba inglés, había adaptado una hermosa hacienda, con toda clase de comodidades, para los que acudían a estas tierras buscando una mejoría en su quebrantada salud”

Algunos autores como Manuel Figuerola[4] sostienen la hipótesis de que la aparición y propagación del fenómeno turístico fundamentalmente se debió a razones de carácter institucional y social, además de a las condiciones naturales que existían en España. No obstante, otros motivos no tanto de carácter turístico favorecieron el desarrollo del mismo en nuestro país, entre ellos algunos de carácter no meramente económico como el deseo de viajar, el desarrollo y avances en cuestiones de transporte o la devaluación de la peseta que en 1959 se unió a la política de estabilización que mantuvo objetivos turísticos a niveles competitivos en relación con otros destinos turísticos.

En la década de los años 60 la Costa del Sol aparecía como un espacio litoral fuertemente transformado, pasando de una herencia agrícola-pesquera a una función eminentemente turística. Un imagen y un testimonio que habla al mismo tiempo de un origen y un desarrollo de la acción humana reflejo directo de una interrelación de culturas en un espacio limitado, de modos de relación 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.

Uno de los ámbitos principales de esta “revolución turística” se reflejó en 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[5]. La Costa del Sol se prestó a un modelo territorial turístico desde bien temprano en la década de los años 60, sin embargo en él detectamos la existencia de ejercicios programados con el fin de diseñar una costa mucho más cercana a los postulados modernos imperantes internacionalmente en materia de índole turística, donde el respeto hacia el paisaje, los elementos patrimoniales o las condiciones de lugar debían primar por encima de todo ejercicio desarrollista en este caso litoral[6].

Numerosos ejemplos demuestran el interés y la preocupación de los agentes intervinientes en la construcción de la Costa del Sol como destino turístico de calidad desde el propio origen del concepto destino. Ejemplos que reflejan una mayor dedicación por parte de los arquitectos, preocupación por parte de la administración y, sobre todo, una atención 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. 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. Sin embargo representaron un factor fundamental en la modernización desde el punto de vista arquitectónico. La influencia de la arquitectura moderna en estas obras fue capaz de dar respuesta a problemas de tipo residencial planteados en esta re-territorialización, teniendo en cuenta el carácter “menor” que se les atribuía a estos objetos arquitectónicos, como de segunda residencia o de periferia[7].

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 personales. 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[8]. Fueron numerosas las películas y novelas 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 analizaba, con mayor o menor ingenio, el trasfondo amargo de una generación vacilante ante un mundo nuevo de libertades. Salas de fiestas, discotecas, bares o lugares de ocio completan el escenario que congregaba en los años 60 y 70, a los turistas de las más dispares nacionalidades, y que retratan 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.

2 PLANIFICACIÓN TURÍSTICA DE LA COSTA DEL SOL

2.1 Ejercicios de planificación y promoción turística. Recualificación de un destino maduro

En un estudio detallado de la planificación turística de la Costa del Sol más reciente observamos 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 los principales puntos de actuación se centran hoy día en las siguientes líneas de trabajo:

- Plan General de Turismo Sostenible
- Instrumentos de Intervención Turística en Andalucía
- Planes en ejecución y Estrategias de Turismo Sostenible

El *Plan General de Turismo Sostenible de Andalucía*, aprobado el 7 de julio de 2006, presenta entre sus objetivos prioritarios la formulación del Plan General de Turismo Sostenible 2007-2010 donde los objetivos son: Estructurar una política turística en sus diversas dimensiones de oferta y demanda, de dimensión territorial y ambiental, de incorporación patrimonial y de respuestas a los patrones de demanda del mercado.

Los *Instrumentos de Intervención Turística de Andalucía*, se diferencian en aquellos de iniciativa autonómica: Estrategia de Turismo Sostenible; Plan Turístico; Plan Turístico de Grandes Ciudades; Municipio Turístico y Programa de Recualificación de Destinos Maduros, y aquellos planteados en colaboración con la Administración del Estado: Plan de Excelencia Turística; Plan de Dinamización Turística / Plan de Dinamización del Producto Turístico y Plan de Competitividad.

Las *Estrategias de Turismo Sostenible*, constituyen un conjunto 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. A su vez, éstas Estrategias de Turismo Sostenible comprendería dos iniciativas: la de Turismo Sostenible y la de Ciudades Turísticas. En general apreciamos cómo mediante el funcionamiento de esta estrategia, se pretende una articulación de las medidas que componen la selección de los promotores de turismo sostenible que actuarían, a la vez, como entidades colaboradoras y agentes dinamizadores e impulsores de los programas de turismo que definirán los objetivos, acciones y proyectos.

Concretamente en Málaga encontramos las estrategias de turismo sostenible siguientes: Costa del Sol - Axarquía; Málaga; las Villas Termales de Andalucía; Almería, Cádiz, Granada, Jaén, Málaga; Sierra de las Nieves. Como detalle extraemos algunas referencias descriptivas de los propósitos todavía en trámites para su implantación como iniciativa de turismo sostenible y propuesta de modelo de desarrollo interior-litoral[9], "que puede ser un referente en Andalucía, y en consecuencia, ser repetido en otras zonas. Así con la puesta en marcha de la estrategia se pretende articular el territorio mediante la adecuación de la Red de infraestructuras y servicios públicos, mejorar la comercialización del destino, aprovechar el valor del patrimonio natural, así como su

patrimonio agroindustrial, cultural e histórico y transformarlo en recursos con alto poder de atracción turística, apostar por la formación y la calidad como elementos de competitividad y factores de diferenciación, desarrollar nuevos productos turísticos adaptados a la exigencia de la demanda turística actual y favorecer la distribución territorial de la demanda. Todo ello impulsado con la colaboración público-privada.”

El *Plan Turístico* responde a una serie de acciones de ámbito territorial supramunicipal y municipal que pretenden el desarrollo de destinos turísticos bajo las premisas de la calidad y un crecimiento sostenible, coherente y solvente. Un modelo de actuación que en la actualidad ha sido sustituido por la Estrategia de Turismo Sostenible. El Plan Turístico contribuye a la mejora de la competitividad del sector turístico andaluz mediante actuaciones basadas en criterios de sostenibilidad y de máximo respeto, 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 turista.

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. En la provincia de Málaga encontramos el “Plan Turístico de Ciudades Medias del Centro de Andalucía” y Plan Turístico Córdoba, Granada, Jaén, Málaga, Sevilla.

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. De esta manera y para potenciar la competitividad turística de Andalucía en este importante segmento surgirían los Planes Turísticos de Grandes Ciudades, dirigidos a municipios de más de 100.000 habitantes, cuyo principal objetivo se corresponde con la diversificación de la oferta de las ciudades andaluzas ampliando su espacio turístico y creando y desarrollando nuevos intereses. En el caso concreto de la provincia de Málaga podemos señalar la existencia del Plan Turístico de Grandes Ciudades de la Ciudad de Málaga y Plan Turístico de Grandes Ciudades de la Ciudad de Marbella.

El siguiente aspecto a determinar en la programación y gestión de los destinos de costa, atiende al *Programa de Recualificación de Destinos Maduros*. El fundamento de este programa se corresponde con la implantación de estrategias de recualificación que contribuyan al reposicionamiento de destinos ya consolidados en el litoral, con el objetivo de aumentar la calidad y la competitividad de los mismos, mediante el diseño

de estrategias basadas en la rehabilitación cualitativa del patrimonio y del espacio turístico, siempre teniendo en cuenta que los mismos se llevan a cabo bajo las premisas de sostenibilidad y rentabilidad socioeconómica, en una apuesta por la diferenciación frente a estandarización, en una atención a la identidad de los municipios y destinos de costa en detrimento de la marca unificadora de los mismos.

Desde hace algunos años, determinados destinos tradicionales de litoral y otros urbanos venían registrando síntomas de pérdida de atractivo, de manera que se hacía necesaria una intervención directa en la gestión y programación de los mismos en tanto que se redactaron una serie de *Planes de Excelencia Turística* como base de promoción para la excelencia de los destinos turísticos globalmente considerados, impulsando proyectos de carácter demostrativo. Por lo tanto, estos planes no eran tanto una marca como una manera de actuar capaz de provocar un efecto dinamizador directo e indirecto sobre su ámbito de aplicación.

Respecto a los *Planes de Dinamización Turística / Plan de Dinamización del Producto Turístico*, podemos señalar cómo el programa de Planes de Dinamización Turística estaría 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 adquiriría una relevancia fundamental tanto para la creación de infraestructuras turísticas como para el desarrollo de la oferta alojativa y de ocio. Así, 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 la provincia de Málaga encontramos el Plan de Dinamización del Producto Turístico Axarquía[10] y el Plan de Dinamización de la Serranía de Ronda[11].

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 Málaga[12].

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. 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.

Por último, podríamos enunciar el esfuerzo que de manera teórica refleja el reciente Programa de Recualificación de destinos de la Costa del Sol Occidental de Andalucía "*Plan Qualifica*, cuyo fundamento según se recoge en el informe público[13], radica en el diseño de líneas estratégicas de recualificación del sector turístico, con el objetivo de aumentar la competitividad del Destino "Costa del Sol" con respecto a otros destinos competidores, a fin de mantener, o incluso, mejorar la calidad turística de la zona en un contexto de aumento de competitividad y de mejora de la rentabilidad económica y social de la actividad turística.

3 CONCLUSIONES

El estudio de la Costa del Sol, desde el enfoque turístico, se ha convertido en un auténtico laboratorio en el que ensayar los procesos de antropización y aculturación que supone el Turismo en rápido desarrollo para una región originariamente agrícola, y el desafío que todo ello supone para una noción contemporánea del Patrimonio. 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[14] Un objetivo prioritario que dirige sus esfuerzos a partir de la relación directa de los siguientes puntos de actuación y trabajo recogidos en los principales instrumentos específicos de turismo como el Plan General de Turismo Sostenible, Instrumentos de Intervención Turística en Andalucía o los diferentes Planes en ejecución

El turismo entendido como experiencia cultural especializada, atraviesa y congrega modos de vida y localizaciones en un tiempo corto e intenso, que se manifiestan en procedimientos intercambiables, complementarios o excluyentes de manera consciente o no, produciendo lo que denominamos un proceso de *re-territorialización*, producido mediante una ocupación interrumpida y extraña de unos lugares que le son ajenos, por unas motivaciones muy diversas, entre las que predominan el descanso, la diversión, el relax, la evasión o las inquietudes culturales, y que es inseparable -como citamos

anteriormente- de la noción de viaje. Por otro lado, un proceso de *hibridación*, a través del cual, la actividad turística adquiere un papel aculturador innovador por el enfrentamiento de creencias y hábitos diferentes, generando el intercambio geopolítico de naciones, potencias o países emergentes, en un espacio social y antropológico[15].

Por todo ello, entendemos que se vuelve necesario establecer una revisión en detalle sobre aquellas otras actitudes e impulsos urbanísticos y arquitectónicos que de forma paralela marcaron un antes y un después en materia turística para Málaga a nivel internacional, pues resulta evidente que la recualificación de dicho destino debe asentarse sobre un conocimiento real de los valores patrimoniales que la costa malagueña posee (Rosa et al. 2010), no sólo a partir de la imagen reduccionista de una parte de su historia.

Notas:

[1] 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.

[2] ROYO NARANJO, Lourdes y GARCÍA MORENO, Alberto (2011), *Málaga, capital de la Costa del Sol. Un patrimonio turístico en revisión*, Primer Congreso Iberoamericano del Patrimonio Turístico, Universidad Central, Santiago de Chile.

[3] PELLEJERO MARTÍNEZ, Carmelo (2004), "La política turística en España. Una perspectiva histórica", *Mediterráneo Económico: Las nuevas formas del turismo*, nº 5, Instituto Cajamar, 2004, p.6.

[4] FIGUEROLA, Manuel (1974), "Hacia un estudio estructural del turismo", *Estudios Turísticos*, nº 41, pp. 63-94.

[5] AA.VV. "Prólogo". En *La Arquitectura del Sol*. Barcelona: Colegio Oficial de Arquitectos de Cataluña, 2002, pp. 8-10.

[6] ROYO NARANJO, L. (2011) "Planificación, análisis y estudio de la Costa del Sol: Revisión de los ejercicios de control y proyección turística redactados entre 1950 y 1980". Valencia: *IV Jornadas Internacionales sobre investigación en Arquitectura y Urbanismo*.

[7] En la memoria del Concurso Internacional de Ideas para la zona residencial de Elviria de 1960 se recogen alguna de 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.

[8] GÓMEZ ALONSO, Rafael (2006), "El turismo no es un gran invento: aperturismo y recepción del ocio y consumo a través del cine español de los 60". En *Área abierta* nº 15. Madrid: Universidad Complutense, pp 2-11.

[9] Descripción extraída del Plan de Ejecución Iniciativa de Turismo Sostenible; Actores del Plan: Consejería de Turismo, Comercio y Deportes, Mancomunidad de Municipios Costa del Sol-Axarquía. 2011.

[10] 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.

[11] 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.)

[12] 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.

[13] Informe publicado por la Junta de Andalucía y consultable en Internet: Programa de Recualificación de destinos de la Costa del Sol Occidental de Andalucía. Con fecha de 17 de abril de 2007 (BOJA nº 75) el Decreto 78/2007, de 20 de marzo, por el que se aprueba el Programa de Recualificación de Destinos de la Costa del Sol Occidental de Andalucía "Plan Qualifica".

http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/ctcd-docs/custom_doc/121_968_plan_qualifica_20_marzo_cg.pdf

[14] Presentación de la Dirección General de Planificación y Ordenación Turística. Consejería de Turismo, Comercio y Deporte. Junta de Andalucía. Para más información consultar

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/opencms/organigrama/consejero/viceconsejeria/direccion-general-planificacion-ordenacion-turistica/planifica->

ion-turistica/index.html.

[15] Para un entendimiento de este proceso y lo que ello ha supuesto para una geoculturalidad difusa, véase BAUMAN, Z., *Archipiélago de excepciones*, Katz, Buenos Aires, 2009.

Bibliografía

AA.VV. (2002) *La arquitectura del Sol*. Barcelona: COA Catalunya, COA Comunidad Valenciana, COA Illes Balears, COA Murcia, COA Almería, COA Granada, COA Málaga, COA Canarias.

FIGUEROLA, Manuel (1974), "Hacia un estudio estructural del turismo", *Estudios Turísticos*, nº 41, pp. 63-94.

GÓMEZ ALONSO, Rafael (2006), "El turismo no es un gran invento: aperturismo y recepción del ocio y consumo a través del cine español de los 60". En *Área abierta* nº 15. Madrid: Universidad Complutense, pp 2-11.

PELLEJERO MARTÍNEZ, C. (2005) *Evolución histórica del turismo en la provincia de Málaga en el S. XX*. Málaga: Estudio de la Diputación Provincial de Málaga.

ROSA JIMENEZ, Carlos, NOGUEIRA BERNARDEZ, Belén, NEBOT GÓMEZ DE SALAZAR, Nuria (2010) *Bases estratégicas de ordenación de tres territorios culturales en transición: territorio, paisaje y turismo en clave patrimonial*. X Congreso Internacional Rehabilitación del Patrimonio Arquitectónico y Edificación, CICOP Chile, Universidad Católica de Chile, Santiago de Chile.

ROYO NARANJO, L. (2011) "Planificación, análisis y estudio de la Costa del Sol: Revisión de los ejercicios de control y proyección turística redactados entre 1950 y 1980". Valencia: *IV Jornadas Internacionales sobre investigación en Arquitectura y Urbanismo*.

ROYO NARANJO, Lourdes y GARCÍA MORENO, Alberto (2011), *Málaga, capital de la Costa del Sol. Un patrimonio turístico en evisión*, Primer Congreso Iberoamericano del Patrimonio Turístico, Universidad Central, Santiago de Chile.

VERA, F.; MARCHENA, M. (1990) "Turismo y desarrollo: un planteamiento actual". *Papers de Turisme*, nº 3, pp. 59-84.

Páginas web consultadas

http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/ctcd-docs/custom_doc/121_96

8_plan_qualifica_20_marzo_cg.pdf

<http://www.juntadeandalucia.es/turismocomercioydeporte/opencms/organigrama/consejero/viceconsejeria/direccion-general-planificacion-ordenacion-turistica/planificacion-turistica/index.html>.

International Seminar Touristic Territories:

Touristic Imagery and the construction of contemporary landscape

Carlos Rosa Jiménez, Lourdes Royo Naranjo: Destino Costa del Sol: La invención de un modelo turístico cuestionado

ISBN: 978-84-92931-37-8