

Coloquio Hispano-Francés  
sobre Espacios Litorales



Colloque Franco-Espagnol  
sur les Espaces-Littoraux  
Madrid - Noviembre 1981

# ***Coloquio hispano-francés sobre espacios litorales***

(Madrid, noviembre 1981)

El texto de este coloquio se publica en el  
Número 10 de la revista "A. 1982"  
Dpto. de Estudios Clásicos  
Dpto. de Estudios Clásicos  
Congreso de la Universidad de Sevilla  
C/ A. 1982, 1982  
Dpto. de Estudios Clásicos, M. 1982, 1982  
Instituto de Estudios Clásicos de la Universidad de Sevilla  
A. 1982

© SERVICIO DE PUBLICACIONES AGRARIAS  
EDITA: SERVICIO DE PUBLICACIONES AGRARIAS  
DISEÑO: ALBERTO CORAZÓN  
DIBUJO PORTADA: JEAN-MARC GUILLOU  
Composición: COMPOSICIÓN GRÁFICA, S. A.  
I. S. B. N.: 84-7479-183-9  
Depósito Legal: M-33.423-1982  
Imprime: Imprenta del Servicio de Publicaciones  
Agrarias

# LA INCIDENCIA DE LOS GRANDES EQUIPAMIENTOS RECREATIVOS EN LA CONFIGURACION DEL ESPACIO TURISTICO LITORAL: LA COSTA DE MALAGA

M. Valenzuela Rubio \*

## 1. LOS NUEVOS MITOS DEPORTIVOS Y SU RELACION CON EL ATRACTIVO TURISTICO

El turismo en sus versiones multitudinarias constituye, como es sabido, una forma de ocupar el tiempo de ocio llamada a desempeñar un papel creciente en la vida del hombre moderno; existen, por lo demás, fuertes diferencias en la forma de llenarlo, desde las puramente pasivas o contemplativas a las actividades deportivas que requieren espacios debidamente acondicionados para su práctica. Así, la existencia de instalaciones deportivas adecuadas puede generar unas motivaciones que desencadenen o, cuando menos, intensifiquen las corrientes turísticas en una determinada dirección. De tal modo, es factible encontrar un interesante punto de contacto entre dos conceptos afines y en este caso complementarios de turismo y esparcimiento.

El turismo clásico tuvo, desde tiempos remotos, unas motivaciones predominantemente culturales; vino después el turismo de masas volcado con preferencia hacia las formas pasivas del ocio. Vivimos en la actualidad una fase del turismo en la que, sin llegar a predominar aún, tienen un peso creciente las actividades deportivas que, como el esquí, los deportes náuticos o el golf, han alcanzado por diversas y complejas razones, que no pretendemos plantear aquí en detalle, una elevada valoración entre grupos sociales cada vez más amplios. Son estos deportes los más beneficiados por el ascenso generalizado del nivel de vida, aunque con anterioridad estaban reservados a las minorías acomodadas; hoy, sin embargo, se han convertido en el horizonte recreativo de importantes sectores de las clases medias profesionales, ya que su práctica junto con una variada gama de objetos de consumo anejos es entendida por muchos en la actualidad como un elocuente indicador de ascenso social. Se está, empero, muy lejos aún de alcanzar una cierta democratización de tales actividades deportivas, en particular la navegación de placer, que sigue reservada a las capas sociales minoritarias de altos ingresos (Michaud, 1979, p. 130).

En todo caso, la posibilidad de practicar los deportes considerados de élite, constituye una cada vez más eficaz motivación de cara al turismo, sobre todo el

---

\* Departamento de Geografía. Universidad Autónoma de Madrid.

de calidad o selecto, que es por otra parte el menos sometido a la estacionalidad y el que asegura un mayor gasto medio por visitante. Ello explica que su estímulo haya formado parte de las políticas de promoción del turismo emprendidas por la Administración con carácter general (Planes de Desarrollo) o referidas a áreas concretas (Costa del Sol, Costa Brava, etc.).

Durante los últimos años se ha manifestado una notable aceleración en la práctica de los deportes minoritarios; así, de los 23 campos de golf existentes en España en 1964 se pasó a 48 en 1973 y en 1980 eran ya 55 y una veintena larga en construcción; no es casual, dado el interés oficial en su promoción, que las mayores concentraciones de campos de golf se localicen en torno a las grandes ciudades, sobre todo Madrid y Barcelona, y en las zonas turísticas litorales, siendo de destacar entre ellas la Costa del Sol. Más recientemente aún es la intensificación de los deportes náuticos; valga como indicador elemental las fechas de aprobación de los puertos deportivos, en su mayoría posteriores a la aprobación de la Ley de Puertos Deportivos de 26.4.1969. Según los datos de que disponemos (1977) aportadas por la Dirección General de Puertos, de los 47 puertos deportivos o marinas concedidos hasta esa fecha sólo cinco lo habían sido antes de 1969 y en cambio 17 poseían concesión posterior a 1975. Estas cifras aportan una fiable aproximación al ritmo ascendente del interés por estos deportes, que ha justificado la ejecución de unas instalaciones muy exigentes en espacio y medios financieros.

## **2. GRANDES EQUIPAMIENTOS RECREATIVOS Y TURISMO LITORAL: LA COSTA DE MÁLAGA**

### **2.1. Su posible papel amortiguador frente a la crisis turística**

En ningún otro sector de la costa española como en la provincia de Málaga se ha desencadenado esa «venta del mar y de la arena» de que habla H. Nonn (1972, p. 210). Esta venta, estudiada ya en diversos ámbitos costeros (Jurdao, F., Gaviria, 1974; Nasarre, 1972), ha pasado por varias etapas en intensidad y extensión desde que en los años 50 comenzaron a implantarse los primeros grandes hoteles (Pez Espada, 1959), verdadera avanzadilla del nuevo turismo de masas; a cada una de ellas le han correspondido formas diferenciadas de organización espacial y ocupación del suelo (Mignon, C., 1979, ppá. 56-57 y 61-64) desde el hotel aislado a la gran urbanización plurifuncional pasando por los «conjuntos de apartamentos» o las parcelaciones sobre suelo turístico, características de la explotación turística de los años 1965-1970.

Ya está sin duda consolidado el papel de la Costa del Sol como «fábrica de vacaciones» (Mignon, 1979, p. 57). Sin embargo, también a ella, como a las demás zonas turísticas, han llegado las secuelas de la recesión económica mundial, a duras penas remontada a los meses centrales del verano con la ayuda de la demanda interior. En este contexto de crisis o, cuando menos, de paralización de la tendencia ascendente seguida por la afluencia turística durante los últimos decenios se incardinaria la necesidad de potenciar nuevos atractivos o robustecer

los ya existentes con la mira puesta en la captación de una demanda de alto nivel de vida que supliera en calidad lo que se va perdiendo en cantidad; por otra parte, este tipo de clientela distribuye más armónicamente su frecuentación a lo largo del año, lo que la convierte en un útil elemento corrector de la estacionalidad.

Hacia la consecución del objetivo enunciado se vienen orientando las iniciativas tendentes a incrementar el equipamiento turístico-recreativo de la Costa del Sol, que, al igual que otros equipamientos receptivos (Palacio de Congresos, Casino, Parque de Atracciones), estaría llamado a actuar como amortiguador de la crisis de demanda y a mantener las expectativas de negocio de los promotores. Estos tienen puesta una atención máxima sobre los campos de golf y puertos deportivos por considerar que en ellos radica un intenso efecto multiplicador de gran incidencia sobre las demás actividades vinculadas al turismo (negocio inmobiliario, comercio, restauración y hostelería, etc.). Ahora bien, tales instalaciones sólo son viables si se cuenta con unas premisas, entre las que merecería la pena destacar la existencia de unas aún fuertes expectativas turísticas, la presencia de promotores dotados de importantes medios financieros o la posibilidad de contar con espacios idóneos para su instalación.

## **2.2. La valoración de los deportes de calidad en la promoción turística de la Costa del Sol**

La inicial valoración de los grandes equipamientos recreativos en los comienzos del despegue turístico (años 50), aun admitiendo su capacidad impulsadora, los supeditaba a la existencia de auténticas previsiones de rentabilidad (Presidencia... 1955, p. 24). Su representación en la costa, por lo demás, era muy modesta pues se limitaba sólo a dos clubs náuticos (Málaga y Algeciras) sin puerto propio y a un único campo de golf, el del Club de Campo de Málaga, dependiente de la Dirección General de Turismo.

Cuando en 1968 se realiza el Plan de Promoción Turística de la Costa del Sol como paso previo a su declaración como Zona de Interés Turístico Nacional, ya existían en la Costa de Málaga seis clubs náuticos pero ningún puerto deportivo especializado. Mejor era ya la dotación en campos de golf: 5 de 18 agujeros (Club de Campo, Río Real, Guadalmina, Andalucía la Nueva y Atalaya Park) y 2 de 9 agujeros (El Candado y Hotel Artola). Es de observar cómo el campo de golf se ha convertido en elemento de promoción no sólo de urbanizaciones, sino también de complejos hoteleros. El propio Plan los considera ya «focos de atracción turística de alto nivel», por lo que en él se propone «establecer una cadena uniformemente distribuida que no exija desplazamientos importantes». Respecto a los puertos deportivos se estima deseable la existencia al menos de embarcaderos en todas las urbanizaciones de cierta envergadura, lo que elevaría con toda seguridad la categoría media del turismo zonal» (Plan de Promoción... 1968, pp. 33-34, 107-108).

Son consecuentes con este planteamiento los promotores de las grandes actuaciones que se van acogiendo a la Ley de Centros de Interés Turístico Nacional (1963); sirvan de ejemplo, entre las aprobadas en la Costa del Sol, Almeri-



mar (Almería), Andalucía la Nueva (Málaga) y Sotogrande (Cádiz), todas las cuales o ya disponen de puerto deportivo o proyectan construirlo y contienen en su interior uno o varios campos de golf.

Durante la pasada década se ha incrementado numéricamente de forma considerable el equipamiento turístico-recreativo al mismo tiempo que se le ha ido asignando un creciente peso en la estructuración del hábitat turístico. La situación actual, en lo que a la costa de Málaga se refiere, reflejada en los apéndices I y II, pone de manifiesto una dotación estimable; su distribución no es, por lo demás, homogénea, ya que se halla preferentemente concentrado en el sector occidental de la provincia, entre los municipios de Benalmádena y Estepona, estando localizado con bastante claridad su centro de gravedad en el municipio de Marbella.

De los datos disponibles puede rastrearse con bastante facilidad una cada vez más clara vinculación entre las actividades deportivas socialmente prestigiosas y los diferentes negocios fundamentados en el turismo, particularmente el negocio inmobiliario. En efecto, si observamos los campos de golf existentes, todos, excepto el de Málaga, se encuentran localizados en una urbanización residencial de grandes dimensiones. Ello se explica por las lógicas exigencias superficiales de un campo de golf (varias decenas de hectáreas), así como por la perfecta organización y elevada financiación que su construcción requiere, por lo cual no puede emprender una obra de semejante envergadura más que promotores o sociedades de gran solidez. A cambio disponen de una eficaz baza publicitaria para la colocación de sus productos inmobiliarios de más alto precio (grandes parcelas, villas) y para nutrir con una clientela de alto poder adquisitivo otros negocios turísticos paralelos (hoteles, clubs nocturnos, casinos, etc.). En definitiva, se genera todo un efecto multiplicador turístico con base en la práctica del golf, que beneficia a la urbanización donde se asienta y a las de toda la zona circundante en mayor o menor medida.

En similares motivaciones últimas se sustentaría la promoción de puertos deportivos. Cabe en este caso hacer grupo aparte con aquellos que se acogen a las facilidades aportadas por los puertos de construcción estatal, en los que la actividad deportiva es acogida como un inquilino más de unas instalaciones públicas (puertos de Málaga, Estepona, Fuengirola y Torre del Mar); se trata de puertos de uso múltiple (comercial, deportivo, pesquero), sin vinculación ninguna con la iniciativa privada; el aprovechamiento deportivo de estas instalaciones, del que se encarga el respectivo club náutico, puede, sin embargo, de rechazo revalorizarlo, beneficiar las propiedades y negocios privados de las áreas colindantes. Tampoco tiene finalidad inmobiliaria directa el puerto deportivo de Marbella, promovido por el club náutico homónimo. No así los restantes detallados en el Apéndice II, que apoyan e incluso articulan y dan razón de ser a importantes operaciones inmobiliarias; estos utilizan todas las connotaciones sociopsicológicas que los puertos deportivos encarnan como reclamo publicitario para su promoción y como negocio complementario, basado en la venta de los amarres y en las actividades y servicios requeridos o estimulados por la presencia del puerto deportivo (comercio, hostelería, diversiones, etc.).

### 2.3. La aparición de un nuevo sistema de asentamientos apoyado en los equipamientos turístico-recreativos

En una primera aproximación podría parecer que un campo de golf es el uso del suelo menos compatible con una urbanización residencial; sin embargo, siguiendo de cerca el modelo de los asentamientos suburbanos norteamericanos, muy polarizados en las dotaciones recreativas, ha hecho su aparición en España un tipo de áreas residenciales de baja densidad articuladas en torno a un campo de golf. Tal disposición puede darse, bien en urbanizaciones turísticas costeras (Maspalomas en Gran Canaria, Costa de los Pinos de Mallorca o Andalucía la Nueva en Málaga), bien en las situadas en el entorno urbano con destino a residencia principal o secundaria; el caso de Madrid es a este respecto ejemplar, ya que, de los nueve campos de golf existentes en su periferia próxima, cinco se hallan emplazados en el interior de una urbanización residencial (Valenzuela, 1976). Lo mismo ocurre también en la costa de Málaga, diez de cuyos doce campos de golf se encuentran en la misma situación.

Es de destacar como ejemplo más sobresaliente del papel generador de imagen asignado al golf en las urbanizaciones turístico-residenciales costeras el de Andalucía la Nueva, el más ambicioso proyecto privado del litoral mediterráneo y declarado Centro de Interés Turístico Nacional en 1964. Fue concebido para una gama muy diversificada de clientes por lo que ofrece un amplio muestrario de productos inmobiliarios desde apartamentos hasta lujosas villas; aunque posee por ello en su interior numerosas oportunidades recreativas (deportes varios, puerto deportivo, casino, plaza de toros, etc.), es el golf, con dos campos y un tercero en construcción, la que más atención ha recibido, si se exceptúa el puerto deportivo. Las restantes urbanizaciones que disponen de golf son todas, por lógicas razones de espacio, de tamaño medio-alto e incorporan al mismo los normales servicios complementarios (bar, restaurante y, ocasionalmente, hotel). No estará de más insistir sobre las exigencias de localización de un tan especial campo de juego y en su carácter antagonista de las actividades rurales con las que compite por los mejores suelos (los más profundos y húmedos del fondo de las vaguadas) y por las escasas disponibilidades hídricas existentes en la costa mediterránea.

Respecto a la incidencia beneficiosa del campo de golf sobre el negocio inmobiliario, no es fácil, a partir de los datos disponibles, un mínimo de aproximación objetiva. Ahora bien, se puede hablar sin caer en la exageración de un área de influencia de los campos de golf; en cualquier caso, su proximidad desencadena algunas de las motivaciones que ponen en marcha los desplazamientos turísticos y las decisiones de compra de bienes inmobiliarios; una forma elemental pero elocuente de aproximarse a esta faceta de la geografía del ocio nos la ha proporcionado la publicidad; en efecto, en la propaganda impresa a la que hemos tenido acceso se hace amplio uso de la práctica del golf como instrumento de captación de clientela por parte de las promociones urbanísticas de la costa. De donde se deduce que los equipamientos deportivos de calidad (golf y puertos deportivos, sobre todo) constituyen la última baza para relanzar, a un ritmo satisfactorio para el promotor, el proceso de transformación del suelo rús-



tico en urbano y su ulterior enajenación, bien a personas o sociedades de origen exterior, bien a ciudadanos españoles de regiones más prósperas; en todo caso, mediante su implantación se está colaborando a perpetuar una endémica situación de dependencia y subordinación de la Costa del Sol a intereses exteriores (Jurado, pp.100-102; Gaviria, 1974, pp. 276-277).

En tres grupos pueden clasificarse las instalaciones portuarias de uso deportivo existentes en la Costa de Málaga; puertos mixtos, bases náuticas y puertos deportivos. Su relación con el hábitat preexistente turístico no se ajusta con bastante fidelidad a esta clasificación. Así, los puertos mixtos, que disponen de facilidades de atraque para barcos deportivos, se hallan integrados física y funcionalmente en los núcleos preexistentes en la zona, cuyas actividades comerciales y, sobre todo, pesqueras hacen también posibles. Tal es el caso de los de Málaga, Marbella, Fuengirola, Estepona y Torre del Mar. En ellos los barcos deportivos disponen de instalaciones y servicios exclusivamente náuticos. En cuanto a las bases náuticas, destinadas al barco ligero, a menudo no vinculado a ningún club náutico y destinado sólo a navegación de placer sin finalidades deportivas, se hallan adosadas a urbanizaciones de cierta envergadura (V. Apéndice II). Esta versión, todavía modesta, de puerto deportivo permite ya vislumbrar una relación directa entre la promoción inmobiliaria y el apoyo publicitario que puede proporcionarle la existencia de unas mínimas facilidades náuticas.

En donde la relación deporte náutico-promoción inmobiliaria presenta unos perfiles más nítidos es en el caso de los puertos deportivos, cuyas exigencias financieras y organizativas requieren una iniciativa muy poderosa. Promoción inmobiliaria y puerto deportivo son, pues, aspectos complementarios de una misma operación lucrativa, que se apoyan mutuamente. Pueden existir, sin embargo, excepciones como la ejemplificada en el caso del puerto deportivo de Marbella, promovido por el potente club homónimo con el respaldo económico de una entidad bancaria. Por tal razón, los puertos deportivos, excepción hecha del de Marbella, tienen el interés, desde la óptica geográfica, de generar en torno suyo, articular y, en gran medida, dar razón de ser a un nuevo tipo de asentamiento; estos núcleos náuticos o «marinas», concebidos a imagen de los creados durante la pasada década en el sur de Francia, llevan en sus terraplenes edificios comerciales o residenciales destinados a su venta o alquiler (Díaz Fraga, 1973, p. 345). En todo caso, los de la Costa del Sol no alcanzan remotamente la entidad de las grandes «marinas» francesas de la costa de Languedoc-Roussillon (Cazes, G., 1972). Su escala es, pues, más modesta, pero su relativamente rápido ritmo de aparición, acelerado en el último lustro, hace prever una aún mayor difusión futura de esta fórmula turístico-urbanística.

En torno al puerto deportivo «José Banús» se comienza a levantar al comienzo de los años 70 el primer asentamiento náutico-turístico de la Costa del Sol; se compone éste de 360 apartamentos y 208 locales comerciales en bloques de hasta seis alturas alineados en doble línea a lo largo de los flancos del puerto deportivo. En todo caso esta «marina» es una pieza más, de gran calidad si se quiere, dentro de una maquinaria turístico-recreativa mucho más compleja que es Andalucía la Nueva. Como «marinas» en pureza, sin el respaldo de una gran urbanización ligada a ellas, existen en la Costa del Sol tres ejemplos modélicos:

«Puerto Príncipe» en Benalmádena, «Cabo Pino» en Marbella y «Puerto de la Duquesa» en Manilva. La única por completo concluida y en servicio es «Cabo Pino», concebida en un estilo «Costa Azul» abigarrado y rico en ambientes urbanos; los bloques de apartamentos se apiñan en torno a un pequeño puerto deportivo con capacidad sólo para 164 barcos; completan la promoción los elementos de servicio al puerto, locales comerciales y lugares de diversión.

El «Puerto de la Duquesa», aunque de menor tamaño, se inspira directamente en el precedente de Andalucía la Nueva en lo que se refiere a la integración de actividades recreativas (golf proyectado) y negocio inmobiliario; la diferencia estriba en que en este caso la «marina» está llamada a ser el elemento impulsor no sólo del conjunto residencial a ella adosado, sino también de los demás elementos integrantes de la urbanización «El Hacho». El asentamiento náutico anejo al puerto deportivo se compone, al igual que los ejemplos anteriores, de bloques de apartamentos, locales comerciales e instalaciones destinadas a actividades y servicios náuticos, además de un hotel con capacidad para 600 camas; arquitectónicamente se trata de un estilo híbrido de andaluz pseudopopular y renacentista que constituye una variante de los actualmente preferidos por el urbanismo náutico, inspirado en los precedentes franceses, sobre todo en Cap d'Agde.

Recientemente concluido (agosto de 1981) el puerto deportivo de Benalmádena con sus 973 puntos de amarre es el mayor en aguas abrigadas de todo el Mediterráneo. Pasando por alto sus novedades técnicas y de diseño nos interesa resaltar, desde la perspectiva de esta comunicación, la idea urbana que inspira la construcción de este puerto, implantado junto con sus elementos complementarios sobre 27,3 Ha que se distribuyen según usos de la siguiente manera:

Destino	Puerto (m <sup>2</sup> )	Marina (m <sup>2</sup> )	Total (m <sup>2</sup> )
Area abrigada	70.875	35.300	106.175
Servicios del puerto	64.846	—	64.846
Accesos	28.200	—	28.200
Edificable privado	—	40.000	40.000
Escolleras	28.088	—	28.088
Club náutico	5.860	—	5.860
<b>TOTALES</b>	<b>197.869</b>	<b>75.300</b>	<b>273.169</b>

Fuente: Sur (Extra: 8.6.1980)

Los 40.000 m<sup>2</sup> edificables para venta constituyen el eje de la operación, ya que su comercialización para uso residencial y comercial ha sustentado la financiación aportada por CEMESA con el respaldo del grupo holandés Hilders Almathon y el Banco Pearson. Destaca en esta promoción por su originalidad el tipo de promoción privado-pública seguido; en efecto, el ayuntamiento es el titular de la concesión del MOPU sobre el puerto deportivo y se reserva por ello la explotación durante 50 años; en cuanto al suelo edificable privado (4 Ha), pasa a propiedad de la empresa constructora, que se cobra la ejecución de todo el complejo con el derecho a la promoción inmobiliaria de esa superficie ganada

al mar. Hasta llegar a la situación actual el proyecto ha debido pasar por una laboriosa tramitación y una lenta ejecución a partir de 1969, que últimamente se han visto complicadas por diversos conflictos entre ayuntamiento y constructora (nombre del puerto y cuestión de su explotación) pero, sobre todo, por el embargo judicial preventivo sobre todos los derechos de CEMESA en esta promoción propiciado por el grupo financiero holandés Hilders (EL PAIS, 21.8.81).

La organización interna del complejo náutico-turístico de Benalmádena se corresponde con la citada duplicidad en su promoción, ya que se compone de un puerto deportivo de gestión pública y una «marina» privatizada, en cuyas dársenas y en varias islas artificiales se desarrollará la actuación inmobiliaria bautizada con el sonoro nombre de «Puerto Príncipe». Esta se compondrá de 350 apartamentos y 15.000 m<sup>2</sup> aptos para locales comerciales de diversa naturaleza, incluida una pequeña industria artesana y servicios complementarios del puerto (salón náutico). Entre las novedades constructivas que se pretenden incorporar al conjunto inmobiliario podrían destacarse su disposición en una sola línea de edificaciones, la utilización como elemento urbano original de varias islas artificiales, enlazadas con las dársenas mediante puentes, y el diseño más abigarrado del denominado «Pueblo del Puerto». Como ya es habitual en este tipo de promociones, se ha buscado la recuperación de la complejidad de perspectivas y ambientes mediante la combinación, cuidadosamente calculada, de elementos formales (edificios, puentes, plazas, jardines, etc.) al servicio de la mejor colocación en el mercado del producto y de la lógica del beneficio. En definitiva, lo que se persigue es crear una escenografía, compuesta de ingredientes pseudopopulares procedentes de múltiples ascendencias (norteafricana, andaluza, adriática, etc.), evocadora de un marco exótico en que poder rehacer un cuadro de relaciones diferente del cotidiano con el fin de reencontrar la libertad y alcanzar una nueva plenitud (Miosseg, J. M., 1977, pp. 64-67). La búsqueda de esta nueva imagen del espacio turístico, vuelta hacia un exotismo que parecía superado, forma el sustrato ideológico de los asentamientos náuticos-turísticos, en los que el papel protagonista asignado al puerto de placer, considerado como fuente de vida y actividad, viene justificado por las expectativas de negocios múltiples que el grupo promotor espera de la animación surgida habitualmente en torno a ellos.

No son equiparables las operaciones descritas en esta comunicación a otros programas de creación de puertos deportivos, como podría ser el caso del que afecta a las regiones turísticas del sur de Francia; falta en los de la Costa del Sol una visión global y regional de los asentamientos litorales así como toda pretensión de integrarlos con su traspais; también se diferencian de aquéllos por su menor tamaño y por el carácter mayoritariamente privado de las actuaciones (Barbaza, 1970, pp. 461-469). Aun así cabría afirmar que el papel de los equipamientos recreativos ha ido en ascenso en relación con el conjunto de los asentamientos turísticos; en efecto, han dejado de ser un elemento marginal y accesorio respecto al espacio construido para alcanzar en ciertos casos una decisiva función estructurante sobre los restantes componentes espaciales del espacio turístico. Por tanto, no debe plantearse este tema sólo desde la óptica cuantitativa del incremento en instalaciones y en practicantes, sino también bajo el

punto de vista de su creciente protagonismo en la organización del espacio urbanizado costero.

### **3. LAS NUEVAS VERSIONES DEL TURISMO LITORAL Y LA CONSOLIDACION DEL MODELO CENTRO-PERIFERIA**

Es sabido que la Europa Mediterránea en general debe su gran éxito turístico al hecho de ofrecer sin hacer largos desplazamientos un fuerte contraste respecto al ambiente cotidiano de los países del Centro y Norte de Europa (Boissevain, J., 1979, p. 160). Sobre esta base se ha organizado en los países mediterráneos una auténtica economía dependiente, que, al menos en las zonas litorales determina la supeditación del resto de las actividades al turismo. Tal dependencia se agrava cuando, como ocurre frecuentemente, los negocios turísticos llegan a ser controlados y dirigidos desde el exterior o la propiedad inmobiliaria pasa a manos de individuos o sociedades de procedencia foránea. Se puede hablar, incluso, de una euforia compradora de bienes turísticos durante las dos décadas pasadas, que no se corresponde ya con la realidad crítica actual. De aquí que se haya ido en los últimos años, con la vista puesta en experiencias exteriores, hacia la elaboración de nuevos productos turísticos dirigidos a una clientela de alto nivel de vida, la única que puede plenamente acceder hoy al turismo náutico o a la práctica del golf con asiduidad y que, además, se encuentra a cubierto de la crisis económica mundial.

De acuerdo con tales premisas, lo que se pretende mediante estos nuevos y atractivos equipamientos recreativos es perpetuar unas relaciones de dependencia exterior (inversiones, compradores, usuarios) con el apoyo de nuevas motivaciones recreativas, cuya creación, por lo demás, va a exigir cuantiosos recursos financieros que, de esta manera, dejan de animar otras actividades menos dependientes (industria, agricultura, etc.).

De cara al futuro la tónica marcada por las actuaciones que hemos venido considerando parece llamada a repetirse en otras aún en proyecto. Así, el ayuntamiento de Fuengirola acaba de aprobar la inversión de 400 millones de pesetas destinadas a la construcción de un puerto deportivo para 350 amarres junto con todos los servicios complementarios (SUR, 14.8.81). En el sector oriental de la costa de Málaga (comarca de la Axarquía) la iniciativa privada local proyecta una actuación turístico-recreativa, cuya originalidad estriba en la incorporación de una instalación deportiva dirigida al turismo de élite: un aeropuerto. La urbanización en cuestión no dispone de frente marítimo, pero en parte de sus 400 Ha, se proyecta construir un campo de golf y un hipódromo, equipamientos deportivos también pensados para una clientela de alto nivel (SUR, 16.8.81).

Quedan sobre el tapete aspectos relacionados con el tema de nuestra comunicación que pueden ofrecer vertientes muy polémicas, en las que no es pretensión nuestra entrar ahora. Estas son más ostensibles en los puertos deportivos, ya que al interés deportivo teórico en semejantes instalaciones ha venido a superponerse en la mayoría de los casos la búsqueda de la máxima rentabilidad para los amarres o la simple especulación de los promotores sobre apartamentos y loca-

les del entorno portuario (Varela, M., 1934, p. 34). Esta práctica resulta tanto más rechazable cuanto que los puertos deportivos se hallan simplemente implantados en una zona propiedad del Estado, que es concedida para la realización, explotación y mantenimiento de aquéllos a una sociedad mercantil, lo que no obsta para que, como bien público, deba cumplir su misión de utilidad colectiva; sin embargo, la habitual venta de los amarres a terceros y las prácticas restrictivas de los clubs náuticos hacen muy cuestionable el cumplimiento de este principio. A todo ello cabría añadir las ventajosas posibilidades a los créditos turísticos que la Ley de Puertos Deportivos de 1969 atribuye a los promotores y sobre cuya base legal pueden obtener hasta un veinte por ciento del presupuesto de construcción a fondo perdido y un cuarenta por ciento en concepto de crédito oficial al 6,25 % y diez años de plazo (Díaz Fraga, A., 1973, p. 366).

En conclusión, asistimos a la implantación en la Costa de Málaga de un tipo de equipamiento turístico-recreativo, muy exigente en inversiones y destinado a una clientela de calidad como instrumento para superar la crisis y mantener el ritmo del negocio turístico; lo cual parece apuntar hacia la consolidación de unas relaciones exteriores de dependencia aún más sólidas y duraderas.

## BIBLIOGRAFIA

- BARBAZA, Y. «Trois types d'intervention du tourisme dans l'organisation de l'espace littoral». *Annales de Géographie*, LXXIX, 1970, n.º 434, pp. 446-469.
- BOISSEVAIN, J. «La periferia europea y el turismo: el caso mediterráneo». En *La Europa subdesarrollada...* Barcelona, Edit. Blume, 1979, pp. 157-173.
- CAZES, G. «Reflexions sur l'aménagement touristique du littoral du Languedoc-Roussillon». *L'Espace Géographique*, n.º 3, 1972, pp. 193-210.
- CUADRADO ROURA, J. R. y E. TORRES BERNIER. «El sector turístico y su entorno socio-económico. Una aproximación al caso de la Costa del Sol». *Inf. Comer. Esp.* n.º 533, 1978, pp. 82-105.
- COMISIÓN INTERMINISTERIAL. *Proyecto de ordenación de la Costa del Sol. Memoria General*. Madrid, Suc. de Rivadeneyra, 1959, 146 págs.
- DÍAZ FRAGA, A. «Complejos portuarios turístico-deportivos. Playas artificiales. Aspectos residenciales». (en) *Primer Curso de Análisis, Planteamiento y Gestión del Medio Litoral*. Col. Ofic. de Ing. de Caminos, Canales y Puertos, 1973, pp. 327-385.
- GAVIRIA, M. *España a go-go*. Madrid, Edic. Turner, 1974, 356 págs.
- JURDAO, F. *España en venta...* Madrid, Edit. Ayuso, 1979, 312 págs.
- MICHAUD, J. L. *Manifeste pour le littoral*. Paris, Berger-Levrault, 1976, 306 págs. (Trad. cast. en I.E.A.L., 1981. Col. N.º Urbanismo, n.º 32).
- MIGNON, CH. *Campagnes et paysans de l'Andalousie Méditerranéenne*. Faculté des Lettres et Sciences humaines de l'Université de Clermont-Ferrand II, 1981, 450 págs.

- MIGNON, CH. «La Costa del Sol et son arrière-pays» (en) *Tourisme et développement regional en Andalousie*. Paris, Edit. E. de BOCCARD, 1979, pp. 53-135.
- MIOSSEC, J. M. «L'image touristique comme introduction à la géographie du tourisme». *Annales de Géographie*, n.º 473, 1977, pp. 55-70.
- NASARRE, R. *Las urbanizaciones particulares*. Madrid. Montecorvo, 1972.
- NONN, H. *Géographie des littoraux*. Paris, P.U.F., 1972, 238 págs.
- PLAN DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DE LA COSTA DEL SOL. 1.ª fase. Madrid, Imp. Heres, 1968.
- PRESIDENCIA DEL GOBIERNO. *Estudio para la ordenación turística de la Costa del Sol*. 1955, 118 págs.
- PROMOTORES DE LA COSTA DEL SOL. *Esquema de planificación del desarrollo de la Costa del Sol Occidental*. Málaga, 1974, 4 vols.
- VALENZUELA RUBIO, M. «Los espacios recreacionales. Un aspecto de la influencia regional de Madrid». *Ciudad y Territorio*, n.º 4, 1976, pp. 63-77.
- VARELA, A. M. «Los puertos deportivos, tema polémico». *Destino*, 10.8.1974, p. 34.



APENDICE I  
CAMPOS DE GOLF EXISTENTES EN LA COSTA DEL SOL MALAGUEÑA (1981)

Municipio	Nombre del Campo	Año de fundación	Hoyos	Urbanización en que se hallan situados		Promotor
				Denominación	Sup. total (Ha)	
Benalmádena Estepona	Torrequebrada	1978	18	Torrequebrada	140	1973-74
	Atalaya	1966	18	Atalaya Park	—	—
Marbella	El Paraíso	1974	18	El Paraíso	197	1.ª fase: 1970; 2.ª: 1975
	Aloha	1975	18	Aloha Marbella	—	1964
	Las Brisas	1968	18	Andalucía la N.ª	1.200	1964
	Guadalmina (Campo Norte)	1969	18	Guadalmina	309	1966; 1974-75
	Idem (Campo Sur)	1975	18	Guadalmina	309	1966; 1974-75
	Los Naranjos	1977	18	Andalucía la N.ª	1.200	1964
Málaga	Río Real	1965	18	Urb. Golf Río Real	84	1974
	Club de Campo	1928	18	Los Monteros	40	1967-70
Mijas	El Candado	1965	9	Urb. El Candado	64	—
	Mijas Golf	—	18	Mijas-Golf	—	—
					207	1975-77

Fuente: Secretaría de Estado de Turismo. Colegio Oficial de Arquitectos de Andalucía Oriental (Delegación de Málaga).

APENDICE II  
LOS PUERTOS DEPORTIVOS EN LA COSTA DEL SOL DE MÁLAGA (1981)

Municipio	Nombre del Puerto	Amarres	Area abrigada (Ha)	Año de Concesión	Clasificación	Localización	Promotor
Benalmádena	P.D. de Benalmádena	973	10,6	1972	Puerto Deportivo	Benalmádena-Costa	Ayuntamiento
Estepona	Puerto de Estepona	442	12,0	1973	P. Deport.-Pesquero	Estepona-Pueblo	Estado
Fuengirola	Puerto de Fuengirola	400	9,2	—	P. Deport.-Pesquero	Fuengirola-Pueblo	Estado
	P.D. «Los Olimpos»	—	—	—	Base marítima	Torreblanca del Sol	
Málaga	P.D. «El Candado»	176	—	1957	Puerto Deportivo	Urb. El Candado	Club El Candado, S. A.
	Real Club Mediterráneo	22	—	—	Dársena	Málaga-Capital	Estado
Marbella	P.D. «José Banús»	915	15,0	1967	Puerto Deportivo	Andalucía la N.ª	José Banús, S. A.
	P.D. de Marbella	379	2,5	1976	Puerto Deportivo	Marbella-núcleo	Sportclub, S. A.
	P.D. «Cabo Pino»	164	4,0	1976	Puerto Deportivo	Sitio de Calahonda	
Mijas	Club M. «El Chaparral»	—	4,0	—	Base Deportiva	El Chaparral	
Manilva	P.D. de la Duquesa	328	—	—	Puerto Deportivo	Urb. El Hacho	Manilva, S. A.
Vélez-Málaga	P.D. de T. del Mar	400	4,8	—	P. Deport.-Pesquero	Torre del Mar	Estado

Fuente: M.O.P.U. Secretaría de Estado de Turismo. - Información directa. - Prensa.