



MEDITERRANEO ECONOMICO

Las nuevas formas del turismo

- Economía y Turismo
- La calidad del turismo
- Piezas para el conocimiento del turismo



LA URBANIZACIÓN DEL TURISMO. UN PUNTO DE VISTA CLÁSICO

Damián Quero Castanys¹

La noción de urbanismo ha perdido significado para la población en general y, también, en ámbitos profesionales y universitarios. No parece estar ahora claro a qué se refiere; sus objetivos son con frecuencia solo declamación, sus connotaciones políticas no son particularmente gratas, las propuestas de los profesionales no convocan el gusto ni alientan las aspiraciones estéticas de las gentes; y nadie piensa ya que el urbanismo tenga algo que ver con los fundamentos éticos del gobierno de las ciudades. Así que, siendo obligado definir en público, siquiera sea circunstancialmente, el objeto y la utilidad del urbanismo, de modo que sin negar su estrecha relación instrumental con la producción inmobiliaria redima de tan estrecha servidumbre a esta disciplina, me permito hacer un inciso teórico introductorio, pertinente al menos para una consideración urbanística del turismo.

1. Estructura y figuración del territorio para el turismo

No hay urbanismo que merezca el reconocimiento de las gentes si no hace suyo el punto de vista antropológico, es decir, cultural, porque el conocimiento y la conformación del espacio urbano son inseparables de la condición del hombre actual. El espacio urbano como hábitat no se reduce a formas físicas, sino que de él forman parte también los ritos y los mitos de la civilización en cada época.

Las relaciones de los hombres con el espacio urbano se organizan a partir de dos impulsos: el sentido práctico y la predisposición al gozo estético. Ambos sentimientos tienen que ver con dos atributos exigibles a todo territorio habitable: ante todo, ofrecer la posibilidad de ser leído, hacerse representable mentalmente, que es una cuestión de estructura; y, luego, su capacidad figurativa, que se refiere al significado de las formas, a lo que suscita emociones en las gentes y expresa las aspiraciones de la sociedad. Este es el enfoque urbanístico que, siendo de interés y aplicación en otros campos, es particularmente apropiado para entender y concebir la urbanización para el turismo. Son estos dos atributos, *estructura* y *figuración*, vinculados respectivamente a las nociones sociológicas de *orientación* y *cosmopolitismo*, los que han de asegurarse en la concepción y el proyecto del territorio para el turismo.

1 Arquitecto.

La estructura del territorio hace posible la orientación en él porque permite leerlo y representarlo mentalmente. Pero, contra la opinión más extendida, la estructura no está formada solo ni principalmente por los sistemas funcionales, como propuso la urbanística moderna (las redes de comunicaciones principalmente). Tampoco se requiere necesariamente la regularidad geométrica como único código de orden capaz de asegurar el entendimiento del espacio: ya desde la década de los años sesenta la crítica al urbanismo funcionalista había advertido que las formas irregulares propias de los centros históricos, a las que puede fijarse la fantasía y la memoria, deparan en general mayor capacidad de orientación y comprensión del espacio urbano que las estructuras funcionales. Comprender el territorio es vincular las formas con la conciencia.

En algunas realizaciones de la urbanística moderna, también en el pensamiento de los últimos diez o quince años sobre las periferias y en las buenas experiencias de urbanización turística, se ha ido recuperando el principio organizador del espacio que estuvo en los orígenes del impulso fundacional y clásico de la urbanización, en Grecia o en tantas otras civilizaciones antiguas: que los espacios vacíos y los elementos geográficos contribuyen con tanta o más fuerza que las geometrías de los elementos construidos a estructurar y hacer inteligible y representable el territorio.



Foto 1. Olimpia (siglo III a. C.), la ciudad y la geografía.

Orientarse en el espacio no es para los humanos una operación meramente instrumental; en la orientación está implicada la conciencia y es por tanto un acto cultural de cada sujeto, como lo es la lectura, que no puede limitarse a la simple percepción. En la orientación, en el entendimiento del territorio y de las ciudades, están implicadas las condiciones racional y sensible de los hombres, y el acervo cultural de la civilización y de la época a las que se pertenece. De ahí la insuficiencia del enfoque paisajístico a la *moda*, que pretende suplantar al maltrecho urbanismo y que, se nos dice, es ahora el adecuado para la ordenación del espacio turístico.

La noción de *paisaje* es confusa: con precedentes notables en la tradición urbanística inglesa, hecha suya por las escuelas europeas de jardinería, objeto de interesantes actualizaciones, sobre todo por influencia de los enfoques topológicos, está pendiente de revisión epistemológica o de simple convenio disciplinar. El *paisaje*, en general y en su aplicación



profesional, sigue vinculado a la operación mental de la *percepción*, insuficiente para describir la experiencia del hombre en el espacio.

Rosa Barba y Ricard Pie han aportado a la reflexión y a la práctica urbanística del turismo la noción -teórica y operativa a la vez- de *lugares del turismo* para describir y proyectar lo que hasta ahora se difuminaba bajo denominaciones vagas como espacio turístico, paisajes turísticos o semejantes. Este concepto, como el que yo propuse en coincidencia con Daniel Zarza para referirnos al paisaje de las ciudades, el *sitio* de las ciudades, permite connotaciones antropológicas (culturales) que la contundencia y reducción semántica del paisaje como *percepción* hacen imposibles.

El *sitio* o el *lugar*, que he llamado también el *paisaje oculto*, es aquello que la percepción por sí sola no descubre ni sabe leer: es la estructura significativa, la condición a la vez geométrica y sensible del territorio, lo que expresa las relaciones entre memoria y cambio. El sitio no es solo la condición natural de un lugar; para describir el sitio, para desvelar el paisaje oculto, es preciso conciliar lo permanente e inerte del lugar con la pasión del proyecto. Es la fuerza del proyecto, de la intervención, la que construye el sitio debatiéndose con él.

2. Transgresión y cosmopolitanismo; figura del turismo

Concebir y proyectar los lugares para el turismo nos obliga a preguntarnos cuál es la condición sensible de las gentes que las mueve a hacer turismo; cuál es el ideal de emancipación que impulsa a los hombres, de modo general en las sociedades europeas, a buscar, siquiera sea temporalmente, otros lugares donde practicar rituales de transgresión, de liberación de códigos.

Cyril Connolly en su novela *En el fondo del estanque* ofrece una afinadísima y emotiva descripción de los impulsos ambivalentes -transgresores y también autodestructivos- en el nacimiento del turismo cosmopolita: precisamente en la constitución en los comienzos del siglo XX del espacio social y urbano turístico de la Costa Azul francesa. Ésta y otras muchas descripciones, en la novela y en el cine, de los comportamientos individuales emancipadores en la primera mitad del siglo XX han dado cuenta de los modos azarosos en que se han entrecruzado y conciliado las pulsiones transgresoras y las razones en la construcción social que ha venido a conocerse como *cosmopolita*, y paralelamente en las formas arquitectónicas llamadas modernas.

La convivencia tensa e inestable entre el orden y la transgresión, entre lo sensible y lo razonado, entre lo contingente y lo proyectado, ha sido el atributo más apreciado de los lugares donde se desarrolló originalmente el turismo, bien fuese reutilizando espacios urbanos tradicionales, bien introduciendo en escenarios geográficos excepcionales piezas urbanas construidas con arquitectura moderna, o incluso valiéndose de la capacidad figurativa que tienen las



Foto 2.
Niza. El Paseo de los
Ingleses en la segunda
década del siglo XX.

obras públicas para representar la sociedad moderna. Los lugares famosos del turismo son el testimonio de la diversidad de formas, urbanas y geográficas, con que se ha expresado el ideal cosmopolita: los paseos marítimos de Brighton, Niza o Copacabana, las ciudades de vacaciones de las *rivieras* francesa e italiana, Mallorca y Marbella agrícolas de los años sesenta, la condición volcánica de La Orotava o Taormina, París o Portofino, son objeto de deseo en cuanto figuraciones del *cosmopolitanismo transgresor*: liberación de códigos impuestos, impremeditación y azar en las relaciones, valor de los márgenes... Lo insólito de la urbanización turística original es que mostró cómo los lugares para el turismo pueden concebirse y construirse con las formas y atributos cosmopolitas de las metrópolis sin alterar la condición geográfica del lugar, esto es, reuniendo en el proyecto memoria y transformación, continuidad y cambio.

Esta práctica, que no debe confundirse con la idea mágica hoy dominante de la sostenibilidad (pendiente de ser definida con una mínima corrección epistemológica e instrumental) reanuda y regenera la tradición territorial de las culturas clásicas y medievales anteriores a la unificación de códigos por la geometría perspectiva: las ágoras griegas, La Alhambra de Granada o la Cartuja de Sevilla son concepciones topológicas contrapuestas a la naturaleza inerte, donde la geografía y el vacío forman parte del proyecto. Como ellas, también los lugares del turismo se desarrollaron desde la primeras décadas del siglo XX como nueva y peculiar utopía de encuentro social cosmopolita en la naturaleza.

3. Memoria y fantasía; geografía y arquitectura

El arquetipo de lugar turístico parece ser la pieza urbana inserta en un espacio natural (el "resort" en la denominación empresarial internacional). Las piezas urbanísticamente más valiosas y afamadas en los orígenes del turismo mediterráneo (entre otros, de los arquitectos Gregotti, Coderch, Quaroni, Gardella...) responden a este tipo, asumiendo las propuestas de la arquitectura moderna sobre las relaciones entre arquitectura y naturaleza. La inserción de lugares turísticos en poblados históricos (Portofino, Saint-Tropez, Mojacar...) puede entenderse como variante del modelo de inclusión de arquitectura en contextos naturales, si como tales podemos considerar los espacios inocentes de los poblados tradicionales.

El impulso subjetivo que mueve al turista a visitar otros lugares nace con las fantasías de liberación de normas coercitivas, y de regeneración. Una y otra aspiración tienen sus leyes: no se trata de emanciparse de toda norma, sino de experimentar que son posibles otras (otras culturas, otras experiencias). Tampoco se trata de rehacerse como sujeto; la regeneración se entiende normalmente como recuperación de la fuerza física, de la salud, o también referida al propio espíritu, atenta a la subjetividad, como queriendo observarse a sí mismo desde otro punto de vista. Son aspiraciones muy urbanas. Los turistas proceden de un ambiente urbano y requieren ser recibidos también en una cultura urbana, en espacios conscientemente conformados. Sin embargo los lugares del turismo no pueden explicarse si nos limitamos al punto de



Foto 3.
Plan turístico en Punta Ala (Italia).
Arquitectos Quaroni, Maestro y
Sonzogni, 1960.

vista urbano. La relación de los turistas con la naturaleza desempeña un papel principal en las fantasías y aspiraciones de recuperación; parece como si los escenarios que se aprecian como naturales fuesen los más frecuentemente imaginados como lugares apropiados para los juegos de regeneración.

Se ha supuesto que los impulsos de regeneración que mueven al turista en busca de escenarios naturales o *inocentes*, con el protagonismo frecuente del agua, presente inevitablemente en los destinos y en los productos turísticos, confirman la permanencia de la nostalgia filogenética del agua en la especie humana. Pero ésta y otras abstracciones teóricas sobre el papel de la naturaleza en el turismo, como la ecologista (con o sin sostenibilidad), la paisajística o la vitalista vinculada a la salud y al deporte, no alcanzan a explicar convincentemente ni las motivaciones de los turistas ni el modo en que se forma el valor de los destinos y los lugares.

Si atendemos a los comportamientos sociales e individuales menos contaminados por el lenguaje de la publicidad, por ejemplo prestando atención a las conversaciones de los turistas en la época de la construcción urbana del turismo en la primera mitad del siglo XX -y podemos hacerlo a través de la novela y del cine-, la escena urbana se experimenta como conjunción de *urbanidad* (o *cosmopolitanismo*) y *geografía*. La arquitectura y la naturaleza son ideas demasiado abstractas para describir el lugar del turismo. Lo que conmueve es la figuración cosmopolita y la presencia inmediata de los elementos geográficos; lugares así son los que provocan sensaciones puras y hacen que el hotel en la ensenada, el pueblo en la colina, la casa sobre el acantilado, se sientan directamente como arquetipos de hotel, de pueblo, de casa, de costa.

Así que no es la idea difusa e inaprensible de *naturaleza* lo que hace deseable el lugar, sino la *geografía*, que es la naturaleza historizada, la naturaleza construida por la conciencia, la forma peculiar en que se relaciona la memoria con el territorio. No se trata del agua, ni de la selva, ni del volcán o del río, ni del mar. Son el Mediterráneo, la Amazonía, Lanzarote o Taormina, el Támesis o el Sena, la bahía de Palma o las colinas toscanas, los lugares donde se anclan las fantasías: memoria y conciencia, en lugar de nostalgia y naturaleza.

Wim Wenders, desde su punto de vista de cineasta, dirigiéndose en 1991 a un público de arquitectos y urbanistas en Tokio lo decía así: "¿Existe en el paisaje urbano un correlato de lo que es la historia para un film? ... Una carretera, una hilera de casas, una montaña, un puente, un río, son para mí algo más que un simple trasfondo. Tienen de hecho una historia, una personalidad, una identidad que deben ser tomadas en serio; e influyen en el carácter de los hombres que viven en cada lugar, evocan un ambiente, un sentimiento del tiempo, una emoción particular. Podemos ser feos, bellos, jóvenes o viejos; pero estamos en un lugar. Y para un actor es eso lo único que cuenta. ... Durante los últimos años he trabajado en Australia y he tenido la fortuna de conocer a los aborígenes. Me sorprendió que para ellos cada conformación singular del paisaje encarna una imagen de su pasado mítico. Cada colina, cada roca lleva en sí misma una historia vinculada a su época mítica".



Foto 4. La geografía es el palimpsesto donde se escribe la arquitectura.

No he encontrado un texto mejor con el que explicar elemental y brevemente la noción de geografía como naturaleza historizada, que es la que debe servir de fundamento a la construcción de una urbanística actual, y a la revisión epistemológica de las ideas que han perdido o no han alcanzado significado, como las de paisaje y sostenibilidad.

4. Los lugares para el turismo. La fundación como método del proyecto

La figuración del espacio no es para el urbanismo una cuestión descriptiva ni perceptiva, como tampoco lo es el trasfondo para el cine, según Wim Wenders. La figuración del espacio, esto es, la condición estética del espacio que influye en los hombres y modifica su conciencia, es el resultado de la tensión entre la memoria y la creación. La geografía es la naturaleza elaborada por la historia, o mejor dicho, por las historias de los hombres; pero la urbanística es más: debe conseguir que las formas urbanas tengan significado y contribuyan a fundir en la conciencia de los hombres la sensación de permanencia con las pasiones de libertad y creación.

La arquitectura del Movimiento Moderno supo elaborar desde su origen el principio figurativo más apropiado para el turismo: la edificación directamente en la geografía sin apenas mediación de la urbanización, sin apenas alteración de la topografía. Fue una recuperación actualizada de la práctica ancestral de la *fundación* de ciudades; sabia disposición de piezas aisladas en el territorio inalterado. Antítesis de la ciudad neoclásica, que se relacionaba con la naturaleza ordenándola como arquitectura en sus parques y jardines.



Foto. 5. Hotel La Solana del Mar. Maldonado, Uruguay. Arquitecto Antonio Bonet, 1947.

Pero la urbanística moderna olvidó pronto su propuesta figurativa para el turismo, y, para retener consigo la imagen de la naturaleza, fue poco a poco incorporando modelos propios de la ciudad, como los de la *ciudad jardín*. La fuerza figurativa original basada en la confrontación paisajística activa entre arquitectura y geografía se diluyó pronto en una piadosa recuperación de la jardinería. Las piezas urbanas, al principio definidas por su diferenciación formal, identificables y diferenciadas, separadas de los elementos geográficos, se disolvieron luego en un espacio urbano unitario, extensivo y continuo, tapizante del territorio.

Desde Grecia sabemos que lo civilizado (como hoy lo cosmopolita) es un sentimiento ético que pretende por tanto ser universal, es decir, urbano, y necesita a la ciudad para perpetuarse. Lo urbano es también un sentimiento estético que impregna y redime la naturaleza: la civilización griega se funde con el Mediterráneo en nuestra conciencia, de modo que hoy las nociones de mediterráneo y de civilización nos resultan redundantes: la civilización nos parece un concepto geográfico, y el Mediterráneo una cuestión ética. Y no porque estemos confundidos, sino porque hemos fundido naturaleza e historia para llegar a ser civilizados.

La capacidad de la arquitectura y del urbanismo modernos para crear piezas edificadas sin destruir el sitio, e incluso contribuyendo decisivamente a su lectura y comprensión, rehabilitó una capacidad medieval clásica: aquélla que logró explicar, con más fortuna que la propia naturaleza, la transición entre la Sierra y la Vega de Granada mediante la sabia disposición de La Alambra en la colina de La Sabika.

La *fundación* de ciudades, que es la referencia clásica para concebir nuevas ocupaciones del territorio, no es, como se pretende ahora para el turismo buscando un eslogan amable y un paradigma antiurbanístico, una cuestión de paisajismo. La *fundación* pretende desvelar lo



latente; el momento de la fundación es un impulso ético, es decir, activo, que no se detiene en la descripción ni se mantiene en la inercia de lo que es; no es un acto de observación ni de percepción, porque se aparta de lo preexistente. La *fundación* no se enreda en el paisajismo ni se limita a la topografía: es *topología*. Al enfoque topológico lo que le interesa es lo que falta, el vacío más que lo construido: la fundación recrea el *sitio*, desvela las relaciones entre los elementos geográficos, y las vinculaciones de éstos con lo construido. Se diría que el paisaje en Delfos necesitó la fundación urbana, ser redimido de su condición natural y convertirse en sitio de la ciudad-santuario, para desvelarse como arquetipo del paisaje mediterráneo.

5. La necesidad de la política: la estrategia de la urbanización turística

Saber si tiene alguna eficacia empírica o instrumental la teorización sobre la concepción urbanística de los lugares para el turismo, a la que he dedicado la mitad de este trabajo, es una cuestión que deberá resolverse en el enfoque aplicado que sigue. Dicho de pasada, a la vista del empecinado olvido por la Administración pública del pensamiento político sobre el turismo, no está de más empezar molestando con nuestro también persistente empeño en pensar.

Espero haber mostrado con las consideraciones que he traído aquí que, si algo ineludible se requiere para la conformación de un territorio turístico, es precisamente una política, una estrategia para su montaje, es decir, una teorización aplicada que redima al territorio de la inercia de crecimiento según los mecanismos rutinarios de planificación legislados y aplicados con indolencia en las periferias urbanas. El modelo aquí institucionalmente establecido y empresarialmente asumido para la urbanización turística es el del crecimiento continuo, por contigüidad, con intensidades de ocupación medias y no raras veces altas, con protagonismo escenográfico de las edificaciones de alojamiento. Paradójicamente, ante la cabal realización en el territorio de lo que está escrito en las leyes y preconcebido en los planes, los responsables públicos y los promotores privados declaran reiteradamente estar decepcionados con los resultados... estéticos. De momento no hay decepcionados con los resultados económicos de tan desenvuelta actividad.

No parece pertinente que los tipos de edificación residencial ensayados para las ciudades, ni las formas del espacio público, ni los barrios urbanos, sean modelos adecuados también para los lugares del turismo. Aunque las ciudades actuales no estén ya tan predominantemente organizadas para la producción, y sean crecientemente ciudades de difusión de servicios, están muy distantes de las fantasías y aspiraciones que mueven a los turistas a abandonar temporalmente su vida cotidiana. Las diferencias de las ciudades productivas con el espacio turístico no se originan sólo en los aspectos funcionales, sino sobre todo en los estructurales y figurativos.

La organización de lugares para el alojamiento y el recreo de los visitantes no puede encontrar por tanto sus argumentos y sus precedentes formales en los modos de urbanización ni en los tejidos urbanos de las ciudades. Veamos las principales diferencias prácticas, de la mano de las nociones teóricas antes expuestas.

6. Un enfoque urbanístico propio para el turismo

6.1. La estructura es el fundamento de la estrategia territorial

Como los empresarios turísticos saben, una de las cualidades más propias y deseables de los territorios para el turismo, y no sólo desde el punto de vista del rendimiento económico, sino, sobre todo, del disfrute de los visitantes, es la diversidad de *productos urbanos*, o de lo que en términos urbanísticos Rosa Barba y Ricard Pie dieron con tanto acierto en llamar *piezas del turismo*. Cuanto más heterogénea es la oferta de modos de recreo y de alojamiento en un territorio turístico, tanto mayor es su atractivo y su prestigio, siempre que las piezas mantengan su referencia y subordinación al carácter del destino turístico que las incluye.

Siendo así, es decir, tratándose de un agregado de piezas diferenciadas y relativamente autónomas, la cuestión de la estructura del conjunto territorial se hace aquí cuestión excepcionalmente importante, no ya porque haya de asegurar el funcionamiento del conjunto (redes de comunicaciones y servicios) sino principalmente como condición estética: en la dispersión de piezas disgregadas y heterogéneas ha de asegurarse la comprensión del territorio, la *orientación* en él, un orden general inteligible. En el enfoque topológico que he propuesto, la estructura del conjunto ha de confiarse principalmente a los vacíos, a los elementos geográficos que en sí mismos y en referencia visual con las piezas construidas son los que deben definir la estructura del conjunto y hacerlo comprensible, mentalmente representable. De manera que no sólo se trata de disponer en el territorio piezas urbanas bajo el criterio de minimizar los impactos ambientales; eso es correcto, pero forma parte de otras disciplinas, coincidentes pero ajenas instrumentalmente al urbanismo. El método de proyecto se ha de basar en la concepción de geometrías generales, y en la elección de la posición de las piezas de modo tal que expliquen la forma del conjunto y creen relaciones visuales entre los elementos geográficos y urbanos.

Las cuestiones de forma y dimensión de las áreas naturales (de los *vacíos*), la posición, la forma y el tamaño de las piezas urbanas, la relación visual entre todas ellas, han de ser los fundamentos de la estructura general de un territorio turístico, con tanta o más fuerza que la disposición y el trazado de las estructuras de acceso y de servicios.

De este enfoque deducimos dos contenidos principales de una estrategia de ordenación de los territorios para el turismo:



- a) *Sobre el planeamiento urbano.* Los modelos de planeamiento definidos por las diferentes legislaciones urbanísticas autonómicas españolas, y aquí en particular nos referimos a la andaluza, basados en la suposición de validez universal para el modo de crecimiento continuo, compacto y por piezas contiguas como en la ciudad ochocentista, es radicalmente inapropiado para la ordenación de los territorios turísticos. Es difícilmente explicable que la reciente legislación urbanística de la Comunidad Autónoma de Andalucía, precisamente de ésta, apenas contenga referencias a la condición diferente de los territorios y de la urbanización para el turismo, y sobre todo no haya sabido asumir las peculiaridades propias de la urbanización turística, ni aporte un sistema específico de planeamiento urbano para el turismo.

De manera que el espectacular avance continuo y compacto de la urbanización-construcción, sin resquicio desde las líneas costeras hasta los interiores montañosos o agrícolas, que se puede observar en casi todas las costas andaluzas, cuyo laboratorio de ensayo más ostensible quizá sea el traspais montañoso de la costa de Mijas en Málaga, parece ser el destino urbano del turismo andaluz, inmisericorde con la memoria y con la condición geográfica de cada lugar, desde Isla Canela y Punta Umbría al Coto de Doñana; de Sanlúcar al Cabo de Gata; y Mojacar y Salobreña también.

La elección, previa a todas, de los elementos geográficos que han de permanecer inalterados, de los espacios que han de quedar vacíos, y luego la disposición de las piezas urbanas en el territorio, las decisiones sobre su forma y tamaño, el modo en que conservan y a la vez modifican el paisaje contribuyendo a leerlo y valorarlo, cómo se relaciona formalmente la urbanización y las construcciones con el relieve, cómo se incorporan al proyecto los elementos geográficos: la parcelación, la vegetación, los cultivos, los cursos de agua... Estas son las cuestiones importantes y el método para la estructuración del conjunto y para definir la forma y la figuración del espacio turístico; y no la homogeneidad, el aprovechamiento medio y la anomia decretadas por nuestras diecisiete leyes del suelo.

- b) *Sobre las infraestructuras.* El Plan de Turismo del estado de Hawai (EEUU) propuso ya en 1984 el enfoque político y estratégico más adecuado para regular de modo eficaz y flexible la construcción -y la regeneración- del territorio para el turismo: identificar los proyectos estructuradores que habrían de asegurar el funcionamiento y la organización general del territorio de uso turístico, y comprometer por parte de la administración pública su ejecución en una secuencia y en plazos preestablecidos.

A la vez el Plan seleccionaba los suelos donde se habrían de desarrollar las actividades de recreo y alojamiento de los *visitantes*, que serían promovidas por la iniciativa privada. La estrategia pública se organizaba pues en dos niveles: primero como compromiso estatal de preparación, en plazos y con proyectos determinados, de infraestructuras y servicios; y luego con flexibilidad de opciones y caminos para la promoción

privada de las piezas urbanas y de los productos, acorde con el mercado y con la cultura empresarial de montaje de la oferta. El estado de Hawai, integrado en la Unión, aplica la planificación para la formación de políticas en sectores estratégicos, como la energía, la agricultura, la enseñanza, la salud o el turismo, entre otros.

Un mecanismo semejante fue llevado, a propuesta mía, al Plan Insular de Gran Canaria en 1993, y a su revisión en 1998, estableciendo la iniciativa pública de proyectos estructuradores del territorio. Se aplicó el instrumento definido como *proyecto director*, capaz de integrar en una actuación compleja varios objetivos referidos a infraestructuras, servicios y equipamiento. Estos proyectos habrían de servir como "llave" o como inductores de los desarrollos privados, reconduciéndolos u orientándolos hacia los lugares y modos adecuados. Fue más decisivamente en el Plan General de Calvià (Mallorca) donde aplicamos el principio de compromiso público para la ejecución programada de los sistemas estructurales, y flexibilidad no programada de la iniciativa privada para el desarrollo de las piezas turísticas.

Recuérdese el mecanismo original de los paseos marítimos, a final del siglo XIX y a principios del XX, fundadores de enclaves turísticos, combinando su fuerza estructural y funcional con la capacidad figurativa del modo de vida que proponían, que la gente sigue celebrando todavía hoy como la expresión tradicional emblemática de la urbanística para el turismo. La complejidad estructural, organizativa, y figurativa del turismo actual no puede resolverse con proyectos simples como aquellos, aunque se sigue recurriendo a los paseos marítimos con tanta rutina como entusiasmo... y fracaso; sobre todo en sus versiones peatonales, muchas tan bienintencionadas como estéticamente mediocres. Pero empezamos a tener experiencia en la aplicación de proyectos directores, de mayor escala y complejidad, organizados sobre una determinada y oportuna inversión infraestructural, pero atentos a integrar objetivos diversos vinculados al principal, con capacidad para impulsar y movilizar otras acciones conexas, y donde la representación del lugar, de sus cualidades y atributos, es también un objetivo incorporado al proyecto... y a veces el proyecto mismo se convierte en representación del lugar.

6.2. La densidad y la edificabilidad

Como finalmente se ha asumido institucionalmente en la ordenación territorial del turismo (al menos en la legislación y en el planeamiento territorial en Baleares y Canarias), la densidad de ocupación, que normalmente se mide en número de plazas turísticas por superficie de suelo (plazas/ha.) o en superficie de suelo por plaza (m^2 /plaza), es el parámetro más expresivo de la adecuación territorial de la oferta. La discusión no obstante subsiste. De una parte, en la técnica urbanística se suele argumentar que la densidad y la edificabilidad deben



Figura 1.

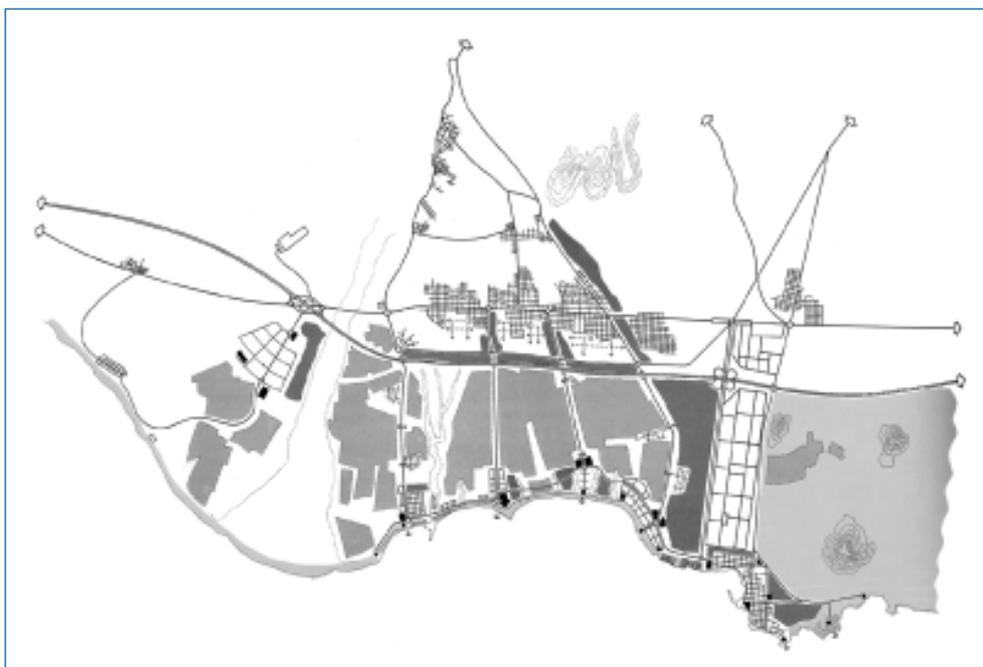


Figura 2.

Figuras 1 y 2. Análisis del territorio y propuesta de estructura para un agregado de núcleos urbanos y enclaves turísticos costeros en el sureste de Gran Canaria. Arquitecto Damián Quero, 1990.

ser relativamente elevadas para concentrar la ocupación, atemperando el consumo de suelo. Otros argumentos a favor de densidades altas se apoyan en la supuesta influencia positiva de la densidad de población en la animación de la escena urbana, adecuada a ciertos modos de ocio turístico. Son puntos de vista aceptables, que sin duda serán adecuados en muchas circunstancias de lugar y producto, y que solo podrán valorarse en cada decisión aplicada. Conviendría no obstante llamar la atención sobre las enseñanzas a este respecto de la experiencia internacional. Para nuestros planes de territorios turísticos (p. ej.: Plan Insular de Gran Canaria, Planes Generales de Calvià y Málaga) establecimos con Rosa Barba y Ricard Pie series de buenas y prestigiadas piezas urbanas turísticas, y dedujimos de ellas los parámetros medios y más frecuentes de densidad, con resultados muy significativos. Las densidades de los buenos núcleos y centros turísticos están normalmente en el entorno de las 50 plazas/ha., que equivale a unos 200 m² de suelo por plaza y a una edificabilidad de unos 0,125 m²/m²; y la máxima densidad aceptable aparece hacia las 100 plazas/ha., con unos 100 m² de suelo por plaza y unos 0,25 m²/m² de edificabilidad. En casos de poblados o "resorts" de excepcional calidad se miden densidades muy bajas, de 20 plazas/ha. con edificabilidades de 0,06 m²/m².

Estas referencias ponen, cuando menos, en discusión el frecuente enfoque urbanístico de la densidad, cuando pretende que la alta densidad de población influye positivamente en la comunicación social y en la animación de los lugares. Ese punto de vista supone, simplificada-mente, que en el espacio los acontecimientos se producen de modo concentrado y simultáneamente. Y sin embargo, precisamente, lo más interesante y peculiar del territorio turístico está en la posibilidad de disponer de lugares urbanos diferentes y segregados en el espacio, a condición de estar incluidos en una estructura general reconocible. En un territorio así organizado las opciones de empleo del tiempo por los usuarios no serían excluyentes: pueden suceder sucesiva o simultáneamente, en un mismo lugar o de modo separado, en un espacio que es a la vez diverso y unitario, donde las áreas de alojamiento pertenecen a la misma estructura que los lugares de animación, pero sin fundirse entre sí.

Con ser importantes estas discusiones sobre la densidad de las piezas urbanas, creo de más interés para la buena práctica de la urbanización turística la cuestión de la *densidad territorial*, esto es, la del conjunto o agregado de piezas y enclaves turísticos. En primer lugar, se trata de una cuestión relativamente independiente de los enfoques tipológicos de la edificación y de los productos inmobiliarios, en cuanto bien pueden disponerse piezas urbanas de mayor o de menor densidad, a condición de mantener baja o muy baja la densidad bruta del territorio que las comprende. Y en segundo lugar, resulta ser éste un parámetro de control relacionado con la condición principal que hemos propugnado para los territorios turísticos: el protagonismo del vacío, la permanencia del sitio y de los elementos geográficos que lo definen y lo explican.

En nuestros estudios de casos comparados hemos comprobado que este parámetro de la *densidad territorial* es menos estable en las series analizadas, en cuanto que los casos de estudio corresponden lógicamente a territorios y modelos urbanos heterogéneos, donde, además, el área geográfica de referencia no es siempre evidente. El valor de la densidad territorial,



que es la referida a la superficie de las piezas urbanas sumada a la superficie de los territorios funcional y paisajísticamente vinculados a ellas, no supera en los buenos casos las 20 plazas/ha. (0,06 m²/m²). Este valor de la densidad parece establecerse como frontera de mínima para piezas o productos urbanos, y de máxima para territorios o agregados de piezas.

6.3. El equipamiento turístico

A diferencia de lo que sucede para la población permanente en las ciudades para la producción, donde la edificación residencial es el uso predominante y el equipamiento su complemento, la condición urbanística de los lugares turísticos ha de estar principalmente marcada por las *actividades*, que es lo determinante del carácter del destino turístico. De modo que debe ser aquí el equipamiento el argumento urbano principal, el conformador del paisaje urbano y del funcionamiento y organización de los núcleos. Los espacios y la edificación turística son usados y sentidos de modo muy diferente al de la ciudad cotidiana: los usuarios tienen deseos, fantasías y comportamientos diferentes en el territorio turístico, más vinculados al empleo del tiempo libre que al uso de la vivienda. Diríase incluso que el concepto de vivienda es poco apropiado al uso turístico, donde, con más propiedad, hemos de hablar de *alojamiento*, que en realidad es el uso complementario del equipamiento y del espacio libre: el alojamiento en un lugar turístico es el *equipamiento del equipamiento*.

Este enfoque conduce a establecer algunos criterios específicos para regular el equipamiento de núcleos turísticos:

- a) Los equipamientos a disponer en cada lugar, su tipo y la conveniente modificación o adaptación a lo largo del tiempo, son cuestiones a decidir por los organizadores empresariales de la oferta, porque han de ser el resultado de las tendencias y preferencias de la demanda apreciadas por ellos. Por cierto, sería conveniente en este enfoque que se fuese sustituyendo la denominación empresarial tradicional de "oferta complementaria" por la de equipamiento turístico u otra que expresase el protagonismo de las actividades y deseos de los turistas en la conformación de los lugares urbanos, olvidando el arcaísmo de ofrecer básicamente alojamiento como objeto principal de la actividad empresarial turística.
- b) El equipamiento turístico tiene requerimientos específicos de cantidad, sin que puedan adoptarse como referencia los estándares que las leyes y reglamentos del suelo mantienen en España para el suelo urbanizable de las ciudades, que para el uso turístico resultan escasos y rígidos. Como hemos advertido para las densidades de alojamiento, también en la comparación internacional de buenas experiencias se observa una regularidad en las cantidades de equipamiento dispuestas para los núcleos urbanos. Si bien no es procedente rigidizar estas cifras deducidas de la expe-

riencia consolidándolas como estándares, resultan ser de gran valor como referencia o guía de buena práctica. Del estudio de casos se deduce una proporción media, y frecuente, de unos 5 m² construidos de equipamiento por cada plaza de alojamiento turístico, equivalente a unos 20 m² de suelo para equipamiento por plaza, cifras que no incluyen el uso comercial. Sobre ello, se debe contar con algunas dotaciones privativas vinculadas directamente al uso del alojamiento. La dotación se incrementa de modo escalar para piezas urbanas de tamaño superior a las 500 plazas. Estas cifras mínimas se refieren al equipamiento adscrito a los núcleos o piezas. Como sucede también en las ciudades para la producción, el conjunto de piezas (o conjunto de barrios en la ciudad) exige una proporción adicional de equipamiento general por encima del local de las piezas. Para el equipamiento de grandes conjuntos no es fácil encontrar referencias cuantitativas, y debe ser pensado en una consideración general o territorial de otra escala, como estrategia de caracterización del destino turístico.

- c) La cantidad de equipamiento turístico debe ser incentivada, mejor que regulada con estándares. Si bien será necesario fijar mínimos que aseguren la calidad de las piezas, y máximos que limiten la afección al paisaje y controlen la ocupación de suelo, el desarrollo de los equipamientos es la base para la diversificación y la maduración de las economías turísticas como economías de servicios, y debe ser fomentado.

Es obvio que, salvo las instalaciones necesarias para la seguridad y los servicios asistenciales, técnicos, administrativos y otros semejantes, el equipamiento turístico debe considerarse un uso lucrativo, componente del beneficio de la explotación de los productos, y no de cesión obligatoria ni de gestión pública, como es lo establecido para el equipamiento urbano habitual. Este incentivo, junto con otros, como la concesión de mayor superficie de equipamiento lucrativo en determinadas condiciones, deben ser objeto de atención e instrumentación por el planeamiento urbano.

7. La oportunidad del clasicismo

He calificado de *clásico* mi punto de vista sobre la urbanización turística, y no lo he hecho sólo por los fundamentos históricos del enfoque que propongo. Tampoco lo hago porque pretenda un modelo basado en cánones y códigos inmutables; más bien al contrario: hemos visto que sólo debatiéndose con las condiciones de cada lugar, y adoptando como estructura de los proyectos los elementos que definen cada concreto territorio, pueden encontrarse los argumentos y las leyes formales que permitan concebir nuevos lugares urbanos.

Si el enfoque que aquí represento me parece clásico, que quiere decir equilibrado, asumido socialmente y actual, todo ello a la vez, es porque este modo de entender la urbanización turística, vinculando arquitectura y geografía, se dio una vez con tanto éxito económico como

social y cultural, y desde las primeras décadas del siglo XX aún persiste en la imaginación de las gentes como arquetipo de lugar deseable. Por eso es difícil entender la deserción de la arquitectura del Movimiento Moderno. Parafraseando a Jürgen Habermas, éste sería otro de los problemas sin respuesta que la arquitectura moderna ha dejado atrás: la colonización del *hábitat* humano. Si algo llama hoy la atención en los lugares excelentes del turismo, los que fueron concebidos con el espíritu fundacional de la arquitectura moderna, es la manera informal y casual con que se encontraron y se unieron el impulso estético y el sentido práctico. Son estas épocas afortunadas y estos episodios informales los que alimentan las tradiciones, el clasicismo.

Hemos de preguntarnos entonces por qué, si las referencias son tan claras, la práctica está ahora tan alejada, si no opuesta a ellas. Los mecanismos que guían el mercado y la administración del planeamiento impiden a los propios administradores apreciar su pésimo funcionamiento porque, no obstante el desastre estético y ambiental, los resultados siguen siendo muy rentables, y previsiblemente lo seguirán siendo a condición de continuar indefinidamente la depredación del territorio.

La consolidación de nuestras economías turísticas regionales en España como economías inmobiliarias no tiene otro destino posible que la hecatombe ambiental y geográfica. Otra posibilidad, la detención súbita del proceso y la paralización de la actividad de urbanización-edificación, conduciría al colapso de algunas economías regionales, en un país cuya balanza de pagos la equilibra el turismo, y las gentes de las áreas turísticas no ven otro porvenir económico y laboral que el ofrecido por la actividad inmobiliaria. Por eso nadie busca alternativas



Foto 6.
Maqueta del poblado de vacaciones La Martella, en Manera (Italia). Arquitecto Ludovico Quaroni, 1950.

políticas, y cuando se ofrecen desde otros campos de actividad o de pensamiento son escuchadas con tanta curiosidad como extrañeza y desinterés. ¿No hay más opciones?

En lo sustancial, el punto de vista urbanístico que traigo aquí, no ya por clásico sino por persistente, viene siendo enunciado, argumentado y técnicamente formulado en experiencias luego abandonadas desde hace más de una década, sin que se aprecie influencia alguna en la actividad institucional. Pero en las costas de Andalucía el espectacular incremento de la actividad inmobiliaria turística corre paralelo al estancamiento de la renta de las personas: los beneficios inmobiliarios son reinvertidos en la misma actividad o transferidos fuera de la región. El crecimiento urbano podría ser concebido como oportunidad para desarrollar los servicios; los planes estratégicos podrían salir al encuentro de las economías de servicios turísticos desde el liderazgo económico de las ciudades capitales (Málaga por ejemplo), para reconducir la actividad empresarial turística hacia economías terciarias diversificadas y maduras, más equilibradas entre la actividad inmobiliaria y la prestación de servicios. Pero nadie piensa ya que el urbanismo, otro urbanismo, pueda contribuir decisivamente a todo ello.

El urbanismo está hoy colonizado por procesos económicos y administrativos endogámicos; nada o poco tiene que ver con el buen funcionamiento y la belleza de los lugares, y empiezan a oírse voces redentoras diciendo que mejor sería ir sustituyéndolo por otras técnicas, como el paisajismo o la ecología. Así, desvinculando la acción (urbanizadora) de la política, nos proponen nuevos modelos de belleza y moral: la escenografía de efectos pintorescos, lograda con la ayuda del *photoshop* y llamada ahora *paisaje*, y la extrañamente llamada *sostenibilidad*, que se publicita como vitalismo pero que somete su proclamada angustia por la destrucción de la tierra al resultado de banales matrices de impacto ambiental. Paisajismo y sostenibilidad se proclaman vitalistas y pretenden para sí la crítica de todo el sistema, y proponen el urbanismo sin pensamiento pero con *photoshop* y *matrices*.

No es fácil competir con esta publicitada retórica de lo no complicado, que sitúa fuera de la cultura el proyecto y la construcción de los lugares urbanos. Yo espero que un día las imágenes urbanas de nuestras costas sean percibidas por las gentes como pruebas de cargo, porque, como concluye Wim Wenders su alocución, que he traído como cita a propósito de la destrucción de la geografía por la urbanización, "*la ciudad ha ocultado la tierra para esconder su conciencia de culpa*". Y ya es evidente.