

CONFERENCIA:

VIVIR COMO RECURSO

Por **Salvador Moreno Peralta**

Desde las progresivas reducciones de la jornada laboral a lo largo del siglo XX, en episodios que jalonan las conquistas del movimiento obrero, hasta la actual ruptura del principio de economía clásica que ligaba la producción al empleo, lo cierto es que el tiempo **vacante**, el de no-trabajo, emerge de un modo u otro como un elemento esencialmente constitutivo del tiempo vital del hombre y la mujer modernos, con entidad propia, y no como el “negativo” del tiempo de la producción, según podía entenderse en la concepción tradicional. Podríamos decir que **reclamar hoy el derecho al trabajo implica reclamar en el mismo acto el derecho al tiempo libre que proporciona la interrupción periódica del tiempo productivo**, según las modalidades, convenios y pactos que se den en cada uno de los escenarios de la producción.

La evolución del sistema capitalista en el mundo occidental nos ha llevado a que las fuerzas del trabajo hayan pasado de su única acepción de **productores** a su doble de productores y **consumidores**, hasta el punto de que es, precisamente, la magnificación de este último rol lo que ha determinado en el mundo la explosión de los **mercados**. (Podríamos decir, no sin ironía, que el funcionamiento del sistema, antes que trabajadores, lo que necesita son consumidores). Por eso la gran polémica del momento es que la insistencia casi exclusiva en el recorte de la deuda está impidiendo que aflore el crédito bancario, condición indispensable para activar el consumo, que es la base del sistema.

Y dentro de estos mercados, el más importante del mundo por el flujo de capitales que mueve y el efecto impulsor de economías inducidas es, sin lugar a dudas, el mercado del tiempo libre, del ocio y de ese derivado que llamamos **el mercado del turismo**, que, según la definición de Mathieson&Wall, es “el movimiento temporal de personas con destino fuera del lugar normal de trabajo y residencia, las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos, y las instalaciones creadas para atender sus necesidades”. Una definición que, probablemente, se haya quedado obsoleta.

Efectivamente, tras la crisis económica de los setenta del pasado siglo, la actividad turística se reveló como la más dinámica del planeta, superando en volumen de negocio al total de las exportaciones, alcanzado aproximadamente el 10% del PIB mundial. En nuestro caso, y desde el punto de vista de la producción, el Turismo constituye un pilar básico de la economía andaluza, concretamente el 12,1% del PIB y 11,1% del empleo, con una especial concentración en el litoral y en la Costa del Sol malagueña. Para cualquiera de nosotros, y desde el punto de vista del consumo, el turismo es algo tan “natural” como el consumo de los electrodomésticos o los teléfonos móviles multiusos, hasta el punto de instalarse en nuestra cotidianeidad como la atmósfera que se respira, sin que seamos capaces de tomar las necesarias distancias para el profundo conocimiento de una actividad humana, de un fenómeno social, que concierne a millones de familias, de productores y usuarios. Supongo que, al ritmo vertiginoso que hoy lleva la historia, sea extremadamente difícil tomar ciertas perspectivas con respecto

al presente y, por lo mismo, elaborar una “ciencia” o una “filosofía” del Turismo como gran fenómeno de masas de los tiempos modernos. Es tan plural, compromete tantas cosas el Turismo -hostelería, restauración, recursos paisajísticos, historia, arte, cultura, territorio, urbanismo, costumbres, folklore, valores, etc.... –que es difícil sustraerse a la visión sectorial, pues es mucho lo que se puede decir desde tantos y diversos ángulos. Pero **falta siempre una visión integral del Turismo**, una visión omnicomprendiva de todos los factores que en él intervienen y de la que puedan extraerse unas leyes generalizables, capaces de resolver la cuestión primordial de toda zona que tenga en el turismo su fuente principal de subsistencia: **la garantía de que el turismo propicie un desarrollo vital, económico y ecológicamente sostenible**. Y así estamos, aún hoy, después de más de medio siglo de la eclosión del turismo de masas, presos de una paradoja, de una contradicción insalvable: que el principal sector productivo del planeta constituya para muchos su principal amenaza. Y es que, urgidos por la inmediatez en la explotación de los recursos turísticos, ha faltado una visión del turismo como sistema o, si consideramos la especificidad de sus factores –tiempo de producción y espacio de referencia, actividades y territorio, gentes y lugares- **una visión del turismo como auténtico ECOSISTEMA SOCIAL** en el que todos sus ingredientes dispersos sean concordados hacia una especie de “equilibrio ecológico” que asegure su sostenibilidad frente a las amenazas siempre latentes de la depredación, la saturación, la pérdida de competitividad y el deterioro irreversible de los lugares que toca.

Tal vez en un intento de arrojar un poco de luz para desanudar esta paradoja resulte inexcusable referirnos a la estrecha relación entre los sectores productivos y sus espacios físicos de referencia, de la economía y del territorio, de la planificación económica y de la territorial, lo que nos llevaría de una manera recurrente a hablar de **planeamiento urbano y turismo**, aunque no sea éste el objeto de mi disertación. Baste recordar ahora sólo dos cosas: una, que la mayoría del planeamiento urbano de los municipios turísticos, bajo su vitola controladora y normativa, no tenía otro fin último que la regulación expansiva del mercado inmobiliario, que es donde se produce la mayor y más rápida acumulación de capital; y otra, que aún cuando la planificación urbana fuera bienintencionada y ajena a intereses espúreos, nunca ha acabado de entender los fenómenos específicos que sobre el territorio ha producido la actividad turística. Estamos ante una situación parecida a la conmoción y el desconcierto que debió producirse en su momento con las grandes transformaciones urbanas y territoriales posteriores a la Revolución Industrial. Sabido es que la revolución Industrial distorsionó las relaciones espacio-temporales, pero tras unos largos balbuceos de utopismos y propuestas visionarias, desde los socialistas utópicos a los teóricos del funcionalismo, la metrópoli moderna acabó por encontrar su definición, con sus luces y sus sombras. Se perdieron valores, sí, pero surgieron otros. Hoy, ni el planeamiento urbano, ni las Leyes a cuyo amparo se redacta, siguen sin comprender los fenómenos absolutamente nuevos y específicos de los espacios turísticos, que se abordan desde un pensamiento lastrado por las inercias de la ciudad post-industrial.

Y es que el espacio turístico no es un espacio urbano normal. Es una instancia anímica, un territorio de la imaginación, de los anhelos del ser humano para satisfacer sus necesidades de ocio, de evasión, la excitación de lo inusual, la diferenciación de lo cotidiano. Y aún con el fenómeno del llamado “turismo residencial”, en el que el turista pasa de ser un ente transitivo a ser un “ciudadano”, adoptando otra geografía distinta a la de su origen como lugar de residencia permanente o cuasi permanente, esta opción encierra también una

cierta componente de fantasía, de evasión anímica hacia otro lugar que es físico, pero también del espíritu, de un imaginario que es personal y a la vez colectivo. Cuando, llegadas las vacaciones, nos embutimos en el disfraz de turista y nos desplazamos a cualquier lugar, éste ha sido escogido en la agencia de viajes según nuestra propia fantasía- o la que te haya sabido fabricar el astuto vendedor- pero siempre confiamos en que **los lugares de elección se comporten como se espera de ellos** según la fantasía preparada por el "tour-operador" que previamente ha convertido los valores de un lugar en un **producto turístico**. Sabido es que en la sociedad de consumo- y el turismo es un consumo de valores sobre un territorio dado- el primer producto es ya, en el origen, precisamente el consumidor, cuya mirada ha debido ser previamente estimulada, dirigida o manipulada para fabricar sus fantasías sobre los lugares. ¿Que esto es una ficción, una impostura, una venta de geografías hiperreales? Tal vez sí, pero también lo eran la Toscana o Grecia para los viajeros del Gran Tour en el siglo XVIII y XIX. Borges decía, "¡qué lindo ser habitantes de una ciudad que haya merecido un gran verso!". A veces basta un verso para convertir un lugar en turístico, (*la Alejandría de Kavafis*) un modesto monumento cargado de historia, (*la taberna de Zurich donde surgió el dadaísmo, la casa donde se inició la composición de la Marsellesa en Estrasburgo...*) los restos de un pasado industrial, (*como la transformación de la ría de Bilbao o el Parque Dwisburg-norte de Renania, sobre las antiguas instalaciones de la fundición Thyssen*) o los escenarios de eventos gloriosos, (*como el campo de Waterloo, el cabo Trafalgar o las playas de Normandía*) incluso los escenarios del horror y el dolor (*los campos de concentración de Aushwitz, Dachau o Mautthausen*)...nada escapa hoy a la posibilidad de que todo tenga una dimensión turística, al manantial de riqueza que los valores turísticos aportan a los lugares, y si no se tienen...se inventan. (*Málaga con Picasso*)

El Turismo son recursos, pero éstos no son nada si no se convierten en productos que interactúen entre ellos, en sinergia, ofreciendo una versión diversa, rica, vital del hecho urbano. Nos sigue costando mucho trabajo pensar en el Turismo, no sólo como una industria, como un sector productivo, como un lapso temporal en la vida de la mayoría de los ciudadanos productores/consumidores, sino como un hecho urbano, un fenómeno esencialmente urbano, pero con unas singularidades que no somos capaces todavía de incorporar a la, digamos, normalidad de una forma de vida cotidiana. Seguimos viendo lo turístico como la "tematización" de un lugar, como un atributo que le cae a una ciudad encima que a veces parece revolverse al grito de: ¡Por favor, déjenme ser una ciudad auténtica, y no una impostura tematizada para esporádico consumo de foráneos en temporada alta!

¿Cómo podemos entonces planificar esas ciudades, esos lugares, con el mismo enfoque, con las mismas fórmulas administrativas, con los mismos reglamentos que los grises escenarios de nuestra cotidianidad, con sus relaciones rutinarias entre el trabajo, la residencia y la cuota de ocio semanal, todo ello en **lugares segregados?** ¿Cómo se pueden burocratizar espacios que pertenecen al reino de la fantasía? ¿Cómo pueden ser objeto de los mismos reglamentos, las mismas leyes, los mismos estándares, una ciudad industrial de la sub-bética que una conurbación del litoral mediterráneo? ¿Cómo una misma Ley urbanística puede contemplar bajo el mismo prisma Lucena que Marbella?

Pero, sin perder de vista la crisis, y sin el ánimo pretencioso de aportar un recetario de soluciones, centrémonos en algunas ideas de cómo el planeamiento urbano puede hacer

frente a esa crisis en nuestro territorio turístico más próximo, conocido y emblemático, las costas andaluzas y su “hinterland”.

En primer lugar hemos de decir que, a pesar de todas las aberraciones urbanísticas y arquitectónicas que se hayan podido cometer sobre ellas, nuestras costas siguen ocupando un lugar privilegiado en el marco de la Nueva Economía, por muy en crisis que ésta se encuentre. La geografía de los lugares fuertes, en esa Nueva Economía, es la de aquellos en los que pueden darse simultáneamente las tres funciones básicas en que se despliega la vida en la mayoría de los seres humanos del mundo tecnificado: **la residencia, el ocio y el trabajo, a la que podríamos añadir, la educación y la formación** (funciones que en el urbanismo tradicional- todavía hoy consagrado por la legislación vigente- se desarrollaban en espacios segregados), siempre que en ellos se dé el factor aglomerante de los tres ingredientes, esto es, esa capacidad de satisfacer el mayor número de exigencias ciudadanas, y de la mejor manera posible, que hemos llamado **calidad de vida** (siguiendo a Borja y Castells, esas exigencias se extenderían al clima, infraestructuras, acceso a la Red, facilidad de transportes, máxima capacidad de intercambio modal, conexión con los grandes centros emisores del turismo centroeuropeo, “hinterland” cultural, universidades, calidad de los servicios, completa asistencia médica, y preexistencia en el entorno de núcleos urbanos que aporten factores de identidad, proximidad y capacidad de referencia a lo local). El espacio turístico de la Costa del Sol y, por extensión, todo el litoral andaluz, desde Ayamonte a Pulpí, con todas sus carencias y necesidades, representa esa riqueza, complejidad y diversidad con las que la ciudad, lo URBANO, se expresa en el mejor de sus registros. **Esa DIVERSIDAD, frente a otros destinos unifuncionales y monotemáticos, es la condición esencial de su indiscutible fortaleza turística hoy** frente a otros destinos teóricamente competitivos. *(No es por casualidad, pues, que las ciudades más turísticas del mundo sean aquellas capitales que más peso específico de DIVERSIDAD pueden acumular, como NuevaYork, Londres, París o Berlín, por ejemplo.)*

Porque, en definitiva, el por muchos denostado “turismo residencial” nos ha hecho ver la indiscutible novedad sobrevenida en los últimos años de que **en las conurbaciones costeras aparezca un nuevo recurso, VIVIR, la atracción de vivir en un lugar como recurso, como producto turístico. Un lugar en el que se superpone una gran variedad de usuarios que, en su conjunto, anuncia un tipo de sociedad (y sociabilidad), con su correlato en el modelo urbano, absolutamente nuevo, complejo, tan rico cultural y urbanísticamente como difícil de entender si le aplicamos las viejas lentes del urbanismo tradicional.**

El modelo urbano de nuestras costas- y en concreto la Costa del Sol- es, como decimos, el de una conurbación, un continuo que no dudaríamos en calificar de **indiferenciado**; y es justamente ese calificativo lo que nos debería estar orientando la tarea a seguir, esto es, lograr que ese espacio, verdadero reflejo a escala reducida de la actual sociedad urbanizada mundial- que es continua en su urbanización, pero discontinua en su funcionalidad, en sus intensidades y en sus significados- pueda ser, precisamente, **diferenciado, identificado como una sucesión de LUGARES**, es decir, ámbitos que sean en sí mismos como una especie de reflejo o microcosmos de la ciudad toda, que desde ellos no se tenga la sensación de estar en una situación periférica, marginal o suburbial, sino con todas las connotaciones de la centralidad, entendiendo por ésta la complejidad de funciones que entraña el vivir: la residencia digna, los comercios, los equipamientos, el espacio público, los lugares de ocio y, en la medida en que hoy lo

posibilitan las Nuevas Tecnologías, los espacios laborales. ¿O es que no pueden ser también turísticos los espacios laborales?

Sobre iniciativas turísticas que cuando se construyeron en su momento fueron, justificadamente, consideradas inadecuadas, o incluso aberraciones, el tiempo ha trabajado a favor, dicho sea esto al margen de la opinión que nos merezca su calidad arquitectónica. La vida urbana ha cuajado en ellas, han pasado de ser turísticos espacios “urbanoides” (como los llama el crítico del New York Times Paul Goldberger) a espacios **urbanos**, consolidándose como verdaderos barrios desestacionalizados, equipados, diversos y vitales. Tales son los casos de las urbanizaciones como Calahonda, Playamar, o núcleos tradicionales como el Arroyo de la Miel en Benalmádena. Incluso urbanizaciones con un alto grado de dispersión a lo largo de la carretera de la costa- la CN- 340- han logrado destilar lugares de encuentro, de reunión, espacios en los que la población indígena coexiste- aunque rara vez se mezcla- con verdaderas colonias de extranjeros, predominantemente ingleses. Guste o no, lo cierto es que en la costa se ha conseguido “ciudad” en muchos lugares. Más difícil es que este concepto sedimente en las promociones de última generación que se estaban construyendo al sobrevenir la crisis y que testimoniaban claramente que no nos habíamos enterado de nada y que seguíamos repitiendo los mismos errores de siempre.

El futuro de nuestros espacios turísticos, aún en plena crisis, es un impagable banco de experimentación del urbanismo de los próximos años, **siempre que confiemos más en nuestro propio “know how” basado en la madurez de la experiencia** que en la reproducción mimética de las mismas fórmulas anteriores aplicadas a ámbitos diferentes. (*Es penoso ver, por ejemplo la reproducción “ad náuseam” de pequeños Algarrobicos en las colinas de Mijas, las mismas longanizas de viviendas adosadas de color caca marraquesh asfixiando los greens de algunos campos de golf, las mismas ofertas residenciales para demandas que ya no existen, o elefantiásicos centros comerciales junto al grotesco monumento al Turista en Torremolinos, etc...*). Recogemos aquí la estimulante invitación del Plan Qualifica de “**transformar el modelo imperante para innovar y convertir esta transformación en un referente a escala mundial de los procesos de recualificación turística**”. Suena bien, pero es mucha la inercia que hay que vencer todavía.

En segundo lugar urge una nueva definición de lo que es el **ESPACIO TURÍSTICO**. Un destino turístico no es ya sólo un lugar de tránsito con cuatro atracciones diversas para ser acibilladas por cámaras digitales; no puede ser SÓLO un paréntesis temporal, estacional, un gueto o un producto aislado, sino que es algo que **compromete a la región en la que deja sentir su influencia**. Esta nueva realidad urbana plantea unas exigencias ineludibles sobre las comunicaciones generales, no sólo internas sino con el resto del país y con los centros emisores del turismo exterior, de ahí la enorme importancia de las últimas infraestructuras aéreas, marítimas y ferroviarias. (*Una de las claves de la Costa es justamente el hecho de que la casa de un turista residencial esté situada en el radio de acción de una hora desde el aeropuerto, lo que permite una relación semanal, con los vuelos de bajo coste, entre su lugar de origen y su segunda residencia costasoleña, hasta el punto de no saber muy bien cuál es ya la primera*). **Pero si esto fuera sólo así, no nos engañemos, la palabra “turismo” perdería todo su significado, y esta Costa es, por mucho énfasis que pongamos en las excelencias del hecho de residir, un DESTINO TURÍSTICO, y es precisamente esa fecunda cohabitación entre la “normalidad” de lo cotidiano residencial con la espectacularidad y la atracción que lo turístico por su propia naturaleza ha de**

tener, lo que determina la fascinación por estos lugares, la absoluta novedad del producto y la inaplazable exigencia de ser entendido de otra manera a como lo han hecho las rigideces del urbanismo doctrinario.

En tercer lugar deberíamos aclararnos con otro concepto que ha acabado por ser volátil, de tanto manosearlo: el nuevo concepto de **CALIDAD**, en el contexto del turismo de masas. Y permítanme que a este respecto hagamos algunas reflexiones.

Hay una opinión, muy arraigada en el sector inmobiliario- que no en el turístico- de que la “calidad turística” es un problema de ordenación territorial planteado en términos cualitativos y no cuantitativos, como si ambos aspectos pudieran desvincularse, Es decir, que la cantidad turística puede ser ilimitada siempre que las infraestructuras la soporten y la calidad de lo ordenado y construido sea buena. Este argumento, evidentemente tramposo, ignora que, cuando se supera la capacidad de carga de un lugar, aquellos desarrollos urbanos que apostaron desorbitadamente por las sinergias de la aglomeración y la compacidad, llegan a un punto en el que, aparte de su intrínseca insostenibilidad, el aumento cuantitativo da al traste con los factores cualitativos que han funcionado como el atractivo primigenio de esos lugares. El espacio urbano necesita vacíos para articularse, **silencios de ocupación** para respirar y deslindar lugares reconocibles: el continuo urbano no sólo es insostenible en términos ecológicos sino también anímicos y, a los fines de lo que venimos sosteniendo aquí, económicos, pues la “fantasía” que subyace en nuestra oferta territorial no es la de Benidorm sino otra muy distinta, en la que las aglomeraciones y extensiones se suceden como sístoles y diástoles, mezcla de ciudad compacta y dispersa, vecindad y aislamiento, los atractivos de la promiscuidad latina y la celosa intimidad del hogar británico. Saturar el lugar repercute negativamente en la calidad de los servicios y nos acerca a la fisonomía de las densificadas ciudades metropolitanas, escenarios de los que uno quiere escaparse. **Pero nadie abandona las ciudades industriales centroeuropeas o británicas, brumosas pero equipadas, para cambiarlas por un entorno medioambiental parecido pero más degradado y peor equipado, por muy bañado de sol que esté.**

Una segunda reflexión es que, claramente, el Turismo es uno de los factores que más aceleran la historia de los lugares allí donde es su principal recurso, dada la enorme agitación y fluctuación de sus tendencias. No escatimamos críticas a los excesos cometidos en nuestras costas, pero, a fuer de justos, habría que distinguir lo que ha sido una sobreexplotación inmobiliaria al margen de una función específicamente turística, de todo lo que la costa ha estado respondiendo de acuerdo estrictamente con la demanda de cada momento, veleidosa, cambiante y dependiente, casi siempre, de factores externos al propio destino, ligados, a su vez, y de una forma muy directa, a las fluctuaciones de la economía mundial: apartamentos “a la americana”, (cuando esto era la modernidad) urbanizaciones extensivas y viviendas aisladas para la tercera edad centroeuropea que buscaba sol y paz en su jubilación, condominios cerrados o semicerrados cuando la “jet-set” exigía seguridad, viviendas adosadas y pueblecitos mediterráneos cercando espacios mancomunados al alcance de las clases medias europeas y españolas como segunda residencia. No es justo despachar a la Costa como un simple fenómeno inmobiliario cuando en su función turística ha respondido **siempre** a lo que se le pedía, aun que no **siempre** fuera consciente de que estaba siendo utilizada como un factor estratégico en la reactivación económica de nuestro país y nuestra región.

Pero nos tememos que cuando desde el lenguaje oficial se habla de recuperación de la “calidad perdida” realmente se está invocando una calidad **nostálgica** perteneciente a un mundo periclitado, del cual la costa fue en sus albores un brillante escenario. Pero la nostalgia es el enemigo principal del futuro, porque desde ella no es posible entender el presente y, por tanto, nos incapacita para asignar un nuevo significado a este concepto de la **calidad**. La calidad, hoy, en un territorio que es la expresión madura del turismo de masas, requiere soluciones conceptualmente simples pero de gran contundencia y repercusión infraestructural: hospitales, carreteras, buenos servicios y playas limpias. Pero la calidad, en un destino turístico, es también otra serie de factores: equipamientos, lugares, eventos, patrimonio, costa e interior, playas y olivares...ofertas que, en sí mismas o en su complementariedad, justifiquen el desplazamiento a ese destino desde lugares remotos.

En definitiva, la CALIDAD, hoy, es un concepto ligado al doble objetivo de **fascinar** al turista y **proporcionar calidad de vida cotidiana a la rica variedad de sus residentes**, y ello alude muy especialmente a la **diversidad**, en el espectáculo, en el equipamiento, en los valores patrimoniales, en los servicios y en la accesibilidad. La diversidad de actividades, la movilidad y la máxima accesibilidad a los espacios en donde aquellas se desarrollen, la máxima capacidad de integración social, la atención a todo tipo de dependencia como una generalizada extensión de la perspectiva de género, la coexistencia de funciones en un mismo lugar... todo ello son caracteres que la mayor parte de Andalucía y, desde luego, la franja litoral, tanto la atlántica como la mediterránea, atesora y que nos ponen en la pista de una nueva forma de mirar el territorio que, a la postre, nos deberían llevar a un nuevo tipo de ciudad, equilibrado y sostenible, en la medida en que estamos hablando de un **espacio de actividades productivas, y no una simple materia prima quemada en el hecho mismo de construir**. Espacios en los que la coexistencia del trabajo y el ocio son elementos sustantivos de un concepto unitario de **RESIDIR** que el movimiento moderno segregó. Espacios que han permitido a los jóvenes trabajadores del conocimiento iniciar su vida laboral o investigadora en el mismo lugar de la residencia, y para continuarla, bien como trabajo o afición, en el caso de una población mayor de 50 años cuya esperanza de vida hoy se ha prolongado más de un cuarto de siglo. Residencias ligadas a los servicios primarios y dotaciones básicas- equipamiento, ocio, hostelería, lugares de encuentro y relación, etc- que minimicen buena parte de los desplazamientos cotidianos. Y ordenaciones que incorporen la naturaleza a una nueva concepción de lo urbano. Me explico:

La legislación urbanística vigente, creyéndose proteccionista, ignora y desprecia el medio natural porque, en una sociedad que es preciso entenderla conceptualmente según la hipótesis *lefebvriana* de sociedad urbanizada, lo excluye de la razón urbana, lo confina en “el negativo” de lo urbano, lo absolutamente OTRO. El paisaje condenado a su exclusiva productividad agrícola y punto. Ése es el monumental error que ha dado lugar a que ahora estemos haciendo decretos para legalizar miles de casas en el campo. Suena políticamente incorrecto y puede escandalizar a los bienpensantes descomprometidos, pero la única manera de preservar el paisaje, el campo, el medio natural, es, precisamente, incorporándolo a esa “razón urbana”. Sólo así el medio natural puede ser objeto de **políticas activas de preservación e incremento** y no sólo pasivas y prohibicionistas, que en la mayor parte de los casos son vulneradas por la vía del descontrol, la marginalidad y la autoconstrucción.

Para no perdernos, quisiera dejar claro que todo lo que aquí estoy exponiendo, desde mi modesta opinión no es otra cosa que el convencimiento íntimo de que la salida de la crisis, además de medidas de índole económica, está íntimamente vinculada a otra forma de ordenar el territorio. Ni la legislación vigente ni las inercias mentales favorecen este propósito y si no que se lo pregunten a los redactores del POT de la Costa del Sol Occidental y sus dificultades para enfocar el territorio desde otros supuestos distintos.

Ya que hablamos del POT, una medida acertada contemplada en el documento es la definición de unas Áreas de Centralidad para lograr una inteligibilidad de la conurbación costera. Se trata de evitar la confusión, el carácter indefinido que aportan las urbanizaciones extensivas, que puede llegar a producir una auténtica paranoia al sentirse como un náufrago en el océano indiferenciado de la urbanización extensiva y difusa. Se trata de hacer de lo inconcreto ininteligible una red de lugares comprensibles. Proveer elementos de centralidad sólo redundará en beneficio de esa visión policéntrica en la que hoy debe expresarse lo urbano en la gran metrópoli, acentuando los **sentimientos de pertenencia a los lugares**. En esta línea, consideramos que el futuro ferrocarril de la costa, más allá de su estricto recorrido vertebrador de todos los municipios, resulta clave en su función intermodal, cuyas estaciones determinarán, en muchos casos, oportunidades latentes para esas nuevas Áreas de Centralidad. La forma de vida de la Costa, en un panorama deseable de completa desestacionalización, es el de una movilidad diversa y fluctuante, como corresponde a un **territorio en el que se reside, se trabaja y, en una gran medida, se dedica al tiempo del ocio**. Las vías de comunicación, sea cual sea el carácter de éstas (desde la Autovía, la proyectada Vía intermedia por el POT y las plataformas reservadas hasta los recorridos paisajísticos y peatonales), constituyen un sistema de mallas superpuestas, vinculadas y “tematizadas”. **Desplazarse es un segmento importantísimo de nuestro tiempo vital, no es un “tiempo muerto”, transitivo entre “estancias”**. El desplazamiento nos transmite mensajes, nos conducen a importantes puntos de destino, a hoteles, a playas, nos llevan de una ciudad a otra y, a veces, deparan unas visiones de estas ciudades que pueden ser maravillosas o degradantes. Los “ejes” urbanos, los recorridos sinuosos o paisajísticos, el cómo estén diseñados, pueden ser lapsos temporales emisores de calidad o degradación (caso de la Avenida Antonio Machado en Benalmádena, etc). La movilidad, el transporte, en un lugar turístico, no es sólo desplazamiento, es algo que tiene una función simbólica, icónica, representativa en una importante medida de la madurez del lugar y su sensibilidad territorial.

Y esto nos remite a otro aspecto de la Costa, a mi juicio, insuficientemente analizado: el concepto de **“Ciudad Personal”**. En la costa, y eso lo sabemos bien los que trabajamos a lo largo de ella, los habitantes no sólo se mueven por la ciudad, sino que crean su propia ciudad y su propia centralidad al moverse. En cierto modo, podemos decir que hay tantas ciudades como uno pueda fabricarse en sus desplazamientos cotidianos, como ya analizaba en su momento el sociólogo Robert Fishman al acuñar el término de “tecnoburbio”. La circulación viaria por la costa es variable, aleatoria, compleja (casi fractal, podríamos decir), como corresponde a los innumerables modos de vida que concurren en el mismo lugar, como un conjunto de matrices superpuestas. Es éste un asunto determinante, toda vez que entre los aspectos más negativos de la Costa del Sol, según el Plan Qualifica, recogiendo la opinión de los turistas, está, precisamente, la accesibilidad y la movilidad.

Otras actuaciones que el planeamiento debiera acometer son las recualificaciones de Áreas obsoletas. Nos referimos a sectores urbanos que en su momento fueron “catalizadores” de la calidad y hoy han perdido ese atributo hasta el punto de conformar una especie de “geografía de la degradación” (*Con indisimulada delectación determinados programas de la televisión basura, con el pretexto de ejercer el periodismo-denuncia, han estado exhibiendo lugares de la geografía española con estas características, entre los cuales la Costa del Sol aportaba unos cuantos*). Actuaciones que pueden ser de envergadura, estratégicas, mediáticas, con gran efecto regenerador del entorno por su uso y fuerza icónica y, en otros casos, se trataría de operaciones casi “minimalistas” (una simple plaza, un tramo de calle, una intervención artística sobre el espacio público...) Se trata con ello de invertir la escala de valores con la que la Costa se ha contemplado: de campo de maniobra anárquico para el libre juego de la simple actividad inmobiliaria a la visión redentora de espacios tenidos por irrecuperables: **demostrar de una vez** la capacidad disciplinar del urbanismo para rehabilitar los centros modernos, que cualquier lugar de la costa, por irredento que parezca, puede tener un enfoque, un punto de vista que lo redima del rol negativo con que está lastrando la imagen de su municipio o del lugar en que se enclava. A veces, si se saben mirar las cosas desde el ángulo adecuado, un “defecto” puede transformarse en un “efecto”. (*En este sentido hoy día, en plena crisis, el mundo va a tener que encontrar una fuente de productividad en algo tan paradójico como lo que podríamos llamar “des-productividad”, en arreglar lo desarreglado, en compensar la huella ecológica de las urbanizaciones extensivas, en transformar las energías sucias en energías limpias, en rehabilitar lo mal construido, en reurbanizar lo mal urbanizado, en repoblar los campos desertizados, en acercar lo separado, transformar en paisaje los vacíos territoriales y los espacios toscamente antropizados... esto, que podríamos llamar algo así como el “sistema productivo de la regeneración universal”, obedece al principio de lo que Carlos Hernández Pezzi ha denominado “crecimiento hacia adentro”, y puede ser una verdadera industria generadora de riqueza que habría de tener en los territorios turísticos su más claro campo de maniobra y aplicación*)

Otro aspecto que nos parece esencial es la incorporación a un concepto amplio de la Costa del Sol de pueblos y paisajes excepcionales como los de la Serranía de Ronda y la Sierra de las Nieves, las zonas del interior. Pero no estoy hablando aquí de esa acepción, algo casposa, del “tipismo” como reclamo publicitario en la trastienda para la potenciación del litoral. Y mucho menos de trasladar a las segundas y terceras líneas de costa los modelos de la primera, como pretendían algunos alcaldes cafres. Hablamos de cosas más profundas. En la misma línea de lo expresado anteriormente sobre el medio natural, me niego a plantear la dicotomía mundo urbano-mundo rural, como si el primero fuera la razón y el segundo lo exótico, la extravagancia, lo “otro”, es decir, lo típico o, peor, lo cateto. Creo que un mundo que no sabe más que hacer interpretaciones duales está incapacitado para entender que los maravillosos pueblos de la Sierra de las Nieves, por ejemplo, embarcados hoy en un programa extraordinario de revalorización de sus valores étnicos y arquitectónicos, forma parte de la “normalidad” del territorio, que es una opción de vida y residencia de enorme calidad, que se puede trabajar en ellos sin estar “fuera de mercado”, que están en la red y a poca distancia de la costa y de la capital y que, en definitiva, son emisores permanentes de excelencia turística y depositarios, casi en exclusiva, de una oferta innovadora de turismo de naturaleza, gastronómico, aventurero o de fin de semana durante los doce meses del año, a poco que actualice su oferta de alojamientos en las mismas casas rehabilitadas de los núcleos, con hoteles pequeños y “con encanto”. Quiero decir con esto que no debemos

considerar estos lugares como **alternativas** a la Costa del Sol, lo cual sería un error, sino **Costa del Sol pura, pero en otro de sus múltiples y más acreditados registros.**

Ni que decir tiene que ninguna medida de planeamiento urbano para la crisis tendría credibilidad si no se abordan asignaturas pendientes en cuanto a las más elementales infraestructuras de servicios como, por ejemplo, el Plan de Saneamiento Integral de la Costa. Por otro lado es preciso preservar **rigurosamente** los (escasos) parajes naturales que quedan (por ejemplo, las dunas de Artola). Pero dicho esto, en los laboratorios distantes y mesetarios donde se cuecen las normas urbanísticas y su jurisprudencia no se han enterado de que en un municipio turístico la franja litoral es, en obligada coexistencia, por una parte medio natural (en tanto que mar y arena) y al mismo tiempo espacio libre urbano, similar a los parques y jardines de nuestras ciudades. ¿Alguien se escandalizaría porque en esos parques hubiera unos bares, kioskos o restaurantes con la necesaria dignidad de su arquitectura y su servicio? La artificiosa polémica desatada el año pasado, y aún no del todo concluída, por la actitud del Ministerio del Medio Ambiente con respecto a los chiringuitos es un claro ejemplo de no entender nada.

Y voy terminando con un par de evidencias, al menos para mí: una es la incomprensible claudicación de la Costa frente a las enormes posibilidades del turismo de invierno cuando las ofertas que Andalucía puede lanzar al mercado en esa estación las haría en régimen de monopolio, pues nuestro clima privilegiado es el principal capital fijo de nuestra empresa. La capital parece que empieza a reasumir el papel perdido en el terreno de la oferta cultural y hay un segmento, el deportivo, sorprendentemente sin explotar si exceptuamos los campos de golf, a veces denostados por irracionales apriorismos. Creemos que el gran potencial de Andalucía, el distintivo, el exclusivo, está en su turismo de invierno, pero éste, después de tan prolongado abandono, tendría que ser reinventado de nuevo y desde su propia esencia turística, que alude más a instalaciones deportivas, centros de Alto Rendimiento, Escuelas y, en definitiva, a equipamientos, que a promociones inmobiliarias. Por otro lado, y como argumentaba lúcidamente el escritor Michel Houellebecq- último Premio Goncourt- frente al arquitecto Rem Koolhaas, no hay que tener reparos en que la costa acoja a un buen número de europeos de una tercera edad que, en algunos casos, empieza a los 55 años desde el punto de vista laboral. **Resultan insultantes las opiniones que califican la Costa como el “asilo de Europa”,** calificando peyorativamente al segmento demográfico de los jubilados, cada vez más numeroso, con más esperanza de vida y con alto poder adquisitivo, en una consideración drásticamente contraria a la **visión supuestamente integradora** de la Ley de Dependencia.

Por último, no quisiera terminar sin una mención a las nuevas tecnologías del conocimiento aplicadas a la innovación y al desarrollo. Nadie discute el papel estructurante del Turismo en nuestra economía. Pero sorprende la contradicción entre la vehemencia con la que reclamamos su carácter netamente industrial y la relativa debilidad que en el sector ha tenido la aplicación consecuente del I+D+i que en cualquier proceso industrial es el eje medular de su supervivencia. No hace mucho se inauguró en Marbella el Andalucía Lab, un laboratorio para aplicar las nuevas tecnologías del conocimiento ante el reto de una sociedad cambiante, una nueva estructuración del viaje, una nueva forma de programación en la elección de los destinos y la definición de nuevos productos ante la amenaza de otros destinos competitivos. La INNOVACIÓN, como fundamento de la competitividad, empieza a ser visto como uno de esos vacíos mitos simbólicos del presente, como lo de la "sostenibilidad" y estamos empezando a gastarlo antes de aplicarlo, por lo que es lógico

que recelemos del concepto. ¿Es que acaso ese concepto no era el que impulsaba ya a Galileo, a Newton, al inventor de la fregona "Vileda" o la tejedora "Jenny"? ¡Naturalmente que hace falta innovación para ser competitivos en cualquier cosa!, pero el "que inventen ellos" de Unamuno sigue siendo aún tristemente vigente en un país que invierte menos en innovación que Bulgaria o la república checa. Además la innovación es un medio para aplicarlo a algo, y no- perdónenme la expresión- ese hueco pedo en botija que tiene su fin en su propia disolución. Por otra parte, en una economía globalizada uno no puede ser competitivo en el terreno que quiera sino en el que le dejen. Variar la geografía productiva del planeta es una empresa titánica que sólo está al alcance de países que unen su galvanización en torno a un liderazgo con el "carpe diem" de una coyuntura económica propicia. Pero a nosotros nos dejan ser competitivos en un sector como el Turismo, lo cual no es una mala noticia sabiendo, como repetidamente hemos dicho, que supone el 10% del PIB mundial empleando al 10% de la mano de obra, siempre y cuando, efectivamente, apliquemos el conocimiento y la innovación a los métodos, a los productos y a los procesos. Aplicar la innovación al turismo es una cuestión de supervivencia. Pero para ello empezamos a aplicar la innovación a la comprensión de un territorio retocando unas leyes urbanísticas espesas y generalistas que han dejado tirados a los alcaldes en la complejidad de sus conflictos, han ignorado la diversidad topológica de una región que duplica en superficie a la de Suiza, han disparado los costes del planeamiento y su ejecución con trámites interminables que no tenían otro objetivo que alimentar la propia burocracia o satisfacer exigencias gremiales, so pretexto de defender los valores de la naturaleza y los derechos de los ciudadanos. Sólo con el espíritu esencialmente antiburocrático que encierra la innovación podremos dejar de mirar con lentes viejas problemas que son nuevos y tal vez así, esos dos conceptos que andan por aceras paralelas mirando para otro lado, turismo y planeamiento urbano, se den cuenta de que esos territorios de la imaginación que son los espacios turísticos **pueden ser también lugares donde lo cotidiano se convierta en una fantasía permanente**. Hay pocos lugares en el mundo así, y nuestra región, en la rica complementariedad de sus diversidades, puede ser uno de ellos si, a despecho de nuestra infame burocracia, conseguimos subirnos al tren de la imaginación.

Sevilla, 22 de febrero de 2012

