

ARQUITECTURA EN LA COSTA DEL SOL: LA METÁFORA DEL OCIO

Francisco Javier Moreno Fernández

El desarrollo de la industria turística durante cerca de cuarenta años en la Costa del Sol ha evolucionado en diferentes etapas en un intento de plasmar de forma eficaz las necesidades creadas por la cultura del ocio. La arquitectura como expresión de este fenómeno recrea sus formas con el objetivo de adecuarse a estas necesidades. En este intento las construcciones se revisten de elementos distinguibles y destacables plasmando metafóricamente la expresión plástica del ocio.

Se hace precisa una definición del ocio como fenómeno relacionado con las transformaciones sociales de países desarrollados que de una preocupación general por los problemas de la subsistencia y del trabajo evolucionan hacia una mayor atención social siendo el ocio uno de los objetivos principales¹. En esta "Revolución social", los centros turísticos se convierten en un complemento necesario de las grandes concentraciones urbanas². En la configuración y promoción de estos centros turísticos el Mediterráneo español y Canarias son objeto de una invasión pacífica de turistas europeos que, a través de sus agentes turísticos e inmobiliarios plantean un nuevo neocolonialismo del espacio de calidad³. Este neocolonialismo tiene unas necesidades prácticas (accesos, lugares, precios) y otras ideológicas que son las que se tratarán en este trabajo: la transformación del turismo en actividad industrial obliga a la creación de reclamos publicitarios entre los que destaca la venta del turismo como artículo de primera necesidad⁴.

La necesidad de "consumir" turismo determina que la arquitectura en la Costa tanto en su forma como en su función se deje dominar por este principio y se convierta en un objeto atractivo para un mercado ávido de sol y playa. Por otro lado la Carretera Nacional 340 se consolida como el eje principal que satisface las necesidades prácticas de la industria turística. Así el rápido crecimiento, en estos últimos años, de los márgenes de la carretera recuerda, por sus connotaciones comerciales, el

¹ESTEVE SECALL, Rafael.: *Ocio, turismo y hoteles en la Costa del Sol*. Diputación Provincial de Málaga, Málaga, 1982. Pág. 19.

²*Ibid.* Pág. 30.

³GAVIRIA, Mario y otros.: *España a go-gó. Turismo charter y neocolonialismo del espacio*. Turner, Madrid, 1974. Pág. 13.

⁴*Id.*

Francisco Javier Moreno Fernández.

fenómeno similar de Las Vegas en Estados Unidos denominado por Robert Venturi "Strip", siendo definido como "un nuevo orden espacial relacionado con el automóvil y la comunicación"⁵

LA ARQUITECTURA DEL OCIO

La arquitectura destinada a satisfacer las necesidades de la industria turística ha evolucionado en la Costa del Sol como consecuencia de la transformación social del turismo, de la situación económica del país y del resto de Europa, y del mismo cambio de actitud estilística de los arquitectos habitualmente determinada por lo que sucedía en el extranjero. Así a lo largo de años de presencia del turismo en la Costa se distinguen cuatro etapas:

A) El primer estilo denominado por Juan Antonio Ramírez "Estilo del Relax", ocupa cronológicamente desde mediados de los años cincuenta hasta mediados de los sesenta. Es el estilo de los pioneros que vislumbraron las posibilidades de la Costa. Fue "el primer intento de dar expresión visual al modo de vida optimista y relajado del turismo estacional"⁶.

Las formas se caracterizan por su espontaneidad y por el uso de materiales populares, alejándose de cualquier tipo de filiación formal con otros estilos⁷. La Villa *Mi Retiro* situada en el Km. 192 de la Carretera Nacional 340 (fig.1) se presenta por la dureza de sus rasgos angulados y por el uso de materiales sin "enmascarar" como una opción confusa que nos puede alejar del concepto trivial del Relax, pero los desproporcionados muros de la fachada que sobresalen inclinando su ángulo superior hacia la carretera expresan una de las características principales de la arquitectura del ocio: la ostentación de poder, la representación del "triumfo económico sin complejos ni tradiciones"⁸.

B) La segunda etapa coincide con la expansión turística española. El turismo comienza a extenderse a las clases medias europeas lo que provoca el consumo masivo de lugares de ocio. El año 1973 es el punto de inflexión de esta etapa provocado

⁵VENTURI, Robert y otros.: *Aprendiendo de las Vegas. El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*. Gustavo Gili, Barcelona, 1978. Pág. 102.

⁶RAMÍREZ, Juan Antonio.: *El estilo del relax*. Colegio Oficial de Arquitectos de Málaga, Málaga, 1987. Pág. 17.

⁷*Id.*

⁸*Ibid.* Pág. 11.

Arquitectura en la Costa del Sol: La metáfora del ocio.

por la crisis del petróleo. la recesión provoca una caída brusca del mercado turístico. En los pocos años que van desde mediados de los sesenta hasta mediados de los setenta la especulación y la explotación industrial del turismo produjo un efecto constructivo vertical. Grandes edificios fueron levantados en un escaso margen de tiempo provocando graves problemas urbanísticos por la escasa atención prestada a la infraestructura de las zonas a urbanizar y por el poco respeto a los fracasados planes de ordenación urbana⁹.

Las construcciones turísticas se plantearon en función del consumo de sol y playa derivando en una rápida degeneración de las playas y del medio ambiente en general. Las murallas costeras transformaron el paisaje de toda la Costa del Sol. Los pequeños pueblos costeros perdieron su identidad en aras del desarrollo.

C) El efecto de la crisis económica a partir de 1973, supuso un cambio del sentido constructivo. Los arquitectos y promotores intentaron “a través de un barroquismo, muchas veces alucinante”¹⁰, destacar entre la variada oferta existente. Los llamados pueblos de estilo andaluz comenzaban a definir un nuevo concepto urbano y arquitectónico que pronto se generalizaría en toda la Costa del Sol.

D) La última etapa que coincide, aproximadamente, con la década de los ochenta supone una nueva expansión constructiva con varios altibajos. Así, a la continuidad constructiva de la década anterior se une un incipiente interés por conciliar arquitectura y medio ambiente. Las exigencias del mercado obligaban a la construcción de urbanizaciones más selectivas en su concepción. El consumo de sol y playa se complementa con un contacto más directo con la naturaleza debido a la diversificación de la oferta turística, por ello el eje costero de la N-340 se ve superado por la zona norte colonizando zonas vírgenes hacia el interior. Ejemplos como la Urbanización *Jardines Colgantes* al Oeste del bosque de Nagüeles en el término municipal de Marbella (fig.2), proyecto de los arquitectos Rafael Olalquiaga Soriano, Ramón Vázquez Molezul y Miguel Angel Mier Enriquez, muestran una renovación en los gustos del mercado turístico.

⁹MORALES FOLGUERA, José Miguel.: “El planeamiento del urbanismo del ocio en la Costa del Sol Occidental, posibilidad e imposibilidad”, *Boletín de Arte*, nº 2, Departamento de Hª del Arte, Universidad de Málaga. Pág. 115-147.

¹⁰MORALES FOLGUERA, José Miguel.: *La arquitectura del ocio en la Costa del Sol Occidental*. Universidad de Málaga, Málaga, 1982. Pág. 15.

Francisco Javier Moreno Fernández.

EL ESTILO ANDALUZ

Estilísticamente, en una generalización necesaria, los últimos años han sido de continuación y consolidación del denominado estilo neopopular andaluz o, simplemente, estilo andaluz, caracterizado por su eclecticismo y por la diversidad de soluciones plásticas externas cuyo análisis formal plantea importantes dificultades. La necesidad de definir lo andaluz a través de la integración del tipismo popular con las nuevas condiciones constructivas de la Costa provoca una pérdida de la fidelidad etnológica o histórico-artística¹¹.

Además, la dificultad de definir una arquitectura popular andaluza caracterizada por su variedad tipológica¹², llevó, en muchos casos, a resultados dispares en su definición. Si a todo esto añadimos la importante presencia del inconsciente fílmico de la industria cinematográfica norteamericana¹³, el resultado no puede ser más confuso.

LA METÁFORA DEL OCIO

En arquitectura siempre destacan construcciones singulares. En la Costa del Sol esta singularidad se manifiesta en soluciones constructivas cuyo valor no es necesariamente su calidad sino la función que cumple. En la generalidad de las construcciones dirigidas a la impersonal industria del turismo surgen excepciones con "intenciones" de significado. La singularidad suele apreciarse en sus fachadas por lo que podríamos denominar este fenómeno como "arquitectura de la comunicación"¹⁴, al cumplir una serie de funciones sociales y comerciales basadas, principalmente, en la venta de la imagen del placer y la expresión del poder, relacionados estos conceptos con la fuerza del dinero como motor de la vida en la Costa.

La diversidad con la que se aplican estos principios en la arquitectura de la Costa del Sol obliga a establecer una clasificación no tanto en clave tipológica sino más bien definiendo su sentido simbólico. Como vemos en el esquema de la página siguiente cada uno de los conceptos placer-poder tiene su expresión connotativa en sinónimos creados por la cultura del ocio.

¹¹RAMÍREZ, Juan Antonio.: *Arte y arquitectura en la época del capitalismo triunfante*. Visor, Madrid, 1992. Pág. 108.

¹²FLORES, Carlos.: *Arquitectura popular española*. Aguilar, Madrid, 1978. Vol. IV. Pág. 48.

¹³RAMÍREZ, Juan Antonio.: *Arte y arquitectura... Op. cit.* Pág. 107.

¹⁴VENTURI, Robert y otros.: *Op. cit.* Pág. 29.

Arquitectura en la Costa del Sol: La metáfora del ocio.

El resultado arquitectónico, en su diversidad, ocupa un amplio abanico de posibilidades estilísticas. Así, ante un mismo sentido simbólico se dan diferentes soluciones. Dos tipos de construcciones, la dedicada a vivienda unifamiliar aislada o agrupada y la dedicada a la actividad mercantil, se presentan como los mejores ejemplos en la expresión de la metáfora del ocio; la primera por su libertad creativa, la segunda, obligada por la función que cumple.

El concepto metáfora del ocio se presenta como elemento indispensable de la Arquitectura Posmoderna. Así, las referencias históricas conscientes que abundan en estos edificios, la atención o intento de aproximación al contexto local, la utilización del estilo moderno, en la mayoría de los casos, como solución constructiva de los interiores, el amplio uso de conceptos simbólicos y la plasmación arquitectónica de lo que “la sociedad cree importante, lo que valora tanto espiritualmente como en términos de dinero en efectivo”¹⁵, confirma que el dominio de la Arquitectura Posmoderna se extiende a la Costa del Sol. De este modo, incluso el estilo andaluz entraría a formar parte de esta corriente.

Cuando vemos un edificio singular, inmediatamente acudimos a la comparación con otro edificio o con cualquier objeto que, por su similitud, nos es conocido. Las metáforas forman parte de nuestro subconsciente: son la herencia de una larga tradición arquitectónica con la que nos identificamos y reconocemos sin dificultad. Estas “palabras arquitectónicas”¹⁶ son clichés cuyo significado nos es familiar. En el caso del ocio las metáforas son múltiples y la sencillez de su interpretación se encuentra en el fundamento de la cultura del ocio: la vida relajada, la búsqueda de la felicidad, la necesidad de prestigio, el poder del dinero. La utilización convencional de estas metáforas se aprecia tanto en la ubicación de los edificios como en los signos externos que repiten su significado. cada signo es la plasmación ideal de un deseo o de una necesidad que la arquitectura satisface.

EL PODER Y EL PLACER

La tradición histórica de la representatividad del poder en arquitectura se remonta a las villas romanas. El placer y el poder como expresión imprescindible de la

¹⁵JENCKS, Charles.: *El lenguaje de la Arquitectura Posmoderna*. Gustavo Gili, Barcelona, 1990. Pág. 35.

¹⁶*Ibid.* Pág. 48.

Francisco Javier Moreno Fernández.

villa suburbana aparece en tratados y escritos de autores romanos. Varrón en el siglo I a.c. escribía:

*“Hoy, por el contrario, nos preocupamos de tener una villa de recreo, tan vasta y elegante, como sea posible...”*¹⁷

El hispanorromano Marcial, en el siglo I, en uno de sus epigramas afirmaba:

“Roma está en la cabecera de mi cama. Cuando en el paroxismo del cansancio, deseo dormir, marchó a mi granja”.¹⁸

Las descripciones literarias de Plinio, Cicerón, Marco Valerio y Vitruvio incidían en los requisitos que debía cumplir la villa ideal romana: la salubridad del clima, la fertilidad de las tierras, la proximidad a fuentes de agua, buenas comunicaciones y bellas vistas panorámicas. Era el ideal de “vita rustica” que se había convertido en una aspiración social de poder.

Siguiendo esta tradición el Renacimiento italiano revive la villa como símbolo de la “auctoritas historiae” resaltando la nobleza y el poder del propietario de la villa¹⁹. Se había perdido la función agrícola por un lugar pensado como “refugio cultural, evasión de los negocios políticos y mercantiles de la ciudad”²⁰. La imagen de la villa como “paradiso terrestre”²¹, no era más que la plasmación de un sueño, solo al alcance de unos pocos.

La Arquitectura del ocio, en la actualidad, entronca con toda esta larga tradición; sin olvidar la influencia más cercana del pintoresquismo anglosajón, además de todas las corrientes eclécticas de las villas burguesas del siglo XIX en España, que, en definitiva, derivaban del concepto original renacentista.

¹⁷BAYET, Jean.: *Literatura latina*. Ariel, Barcelona, 1985. Pág. 188. (Res Rusticae, 1, 12).

¹⁸*Ibid.* Pág. 368. (Epigrama XII, 57).

¹⁹BENTMANN, Reinhar y otros.: *La villa como arquitectura del poder*. Barral, Barcelona, 1975.

²⁰NIETO ALCAIDE, Victor y CHECA CREMADES, Fernando.: *El Renacimiento italiano. Formación y crisis del modelo clásico*. Istmo, Madrid, 1987. Pág. 149.

²¹BENTMANN, Reinhar y otros.: *Op. cit.* Pág. 101.

Arquitectura en la Costa del Sol: La metáfora del ocio.

Los sinónimos de los conceptos placer y poder, en las condiciones creadas por la Arquitectura del ocio, están interrelacionados. En los ejemplos que vamos a exponer suelen conjugarse varios conceptos a la vez. De este modo, el poder implica la recreación de símbolos aristocratizantes destacando entre éstos la monumentalidad, el lujo o la recreación de la antigüedad clásica. El placer, por su parte, suele recrearse a través de formas exóticas, pintorescas, siempre paradisiacas. La integración de jardines, cascadas y estanques con la Arquitectura del ocio es total y no podría definirse uno sin el otro.

ARISTOCRATIZACIÓN

Entre el placer y el poder, y como complemento de ambos términos, la aristocratización aparece como uno de los signos fundamentales que definen a la Arquitectura del Ocio. La aristocratización es parte del léxico habitual de los Tours operadores que proponen al turista la posibilidad de alcanzar mundos míticos y de este modo desprenderse de su status habitual²². La identificación de aristocracia con elegancia y distinción está reñida, en este caso, con discreción. Así la necesidad de constatar materialmente el objetivo alcanzado lleva, en el caso de la Arquitectura de la Costa, a la recreación, generalmente, en los exteriores de formas clásicas; a la ubicación de las construcciones en lugares privilegiados, y a la construcción en escala monumental de puertas y entradas.

El Hotel *Andalucía Plaza*, proyectado en 1972 por los arquitectos Delgado Roig y Balbontín de Orta (fig.3), destaca, en su fachada principal, por la presencia de dos grandes columnas rematadas por sendas estatuas. La escala monumental se reafirma por las grandes portadas de acceso. En otros casos las entradas se franquean a través de águilas, leones o, simplemente, columnas exentas.

La ubicación en lugares privilegiados de villas y palacios es un signo inequívoco de poder. los palacios míticos orientales siempre se situaban en la cumbre de colinas y montículos destacando su altura y luminosidad²³.

El alejamiento del común de edificaciones se ha generalizado en los últimos años en la Costa del Sol. El proceso de construcción hacia el interior de la zona cos-

²²GAVIRIA, Mario... *Op. cit.* Págs 80-81.

²³RUBIERA MATA, María Jesús.: *La arquitectura en la Literatura árabe. Datos para una estética del placer.* Editora Nacional, Madrid, 1981.

Francisco Javier Moreno Fernández.

tera iniciado en estos últimos años ha provocado la edificación de villas y urbanizaciones en colinas y montes; ejemplos como el ya citado de los *Jardines Colgantes* (fig.2), o el de la Urbanización *Los Belvederes* (fig.4) en el término municipal de Marbella corroboran esta opinión.

El caso de las entradas y puertas monumentales se explica por la doble función que cumplen. Por un lado es un signo evidente de poder que constata el lujo de su interior; pero por otro cumple una función de persuasión a modo de fortalezas infranqueables. En este doble sentido de atracción-persuasión, los arcos, fachadas y puertas monumentales se levantan en múltiples y variadas formas, normalmente, en consonancia con el resto del conjunto. El Palacio proyectado por el arquitecto César Irujo en 1983, en la Urbanización *Villa Parra* de Marbella cumple todos estos requisitos (fig.5).

La metáfora del placer es fundamental para entender la arquitectura de la Costa. La necesidad de identificar placer y arquitectura conlleva la creación-recreación de sinónimos de fácil asimilación. La imposibilidad de describir la imagen mítica del Paraíso supone que la representación de éste se base en la imagen que la tradición nos ha dejado: un lugar placentero, con gran variedad de flora y fauna, generalmente, exótica, donde la vida se disfruta en libertad total. Las limitaciones de aplicación de estos principios han llevado a moldear esta imagen hasta adaptarla a la disponibilidad del mercado y a las necesidades derivadas del ocio.

Normalmente la imagen del Paraíso es utilizada como reclamo comercial. Todos los sinónimos posibles del Paraíso o de lugares paradisíacos sirven de nombre a gran cantidad de villas, urbanizaciones, centros comerciales y lugares de diversión. En otros casos la imagen del Paraíso se relaciona con jardines exóticos, oasis de placer donde la frondosidad de la vegetación y la abundancia de agua se aplica como norma indispensable.

En la búsqueda del placer la vuelta a un mundo rural preindustrial se presenta como una de las soluciones más factibles. La urbanización *La Virginia* en el término municipal de Marbella como muchas de las urbanizaciones a modo de pueblos andaluces en la Costa del Sol (fig.6) intenta no solo imitar el urbanismo y la arquitectura de los pueblos andaluces sino que establece todas las funciones sociales de cualquier pueblo. Al fondo destacando del resto de casas, la Iglesia se convierte en el eje central de la urbanización. Cerca se encuentra la calle de las tiendas, la plaza del pueblo

Arquitectura en la Costa del Sol: La metáfora del ocio.

y la casa de la Alcaldesa. Este ideal pintoresco suele derivar en varias opciones, las mismas que determinaban el estilo andaluz.

El comercio, como actividad indispensable de la industria turística, utiliza, al igual que en el caso de las viviendas, las mismas metáforas. Así, a medio camino entre el placer y el poder del dinero, los centros comerciales y lugares dedicados a la diversión utilizan metáforas que expresan, la mayoría de las veces, el producto que ofrecen o la imagen de éste. Restaurantes, discotecas y centros comerciales utilizan motivos de fácil identificación. El centro Comercial *El Zoco* (fig.7) en Mijas Costa fue proyectado en 1986 por el Arquitecto Eduardo Oria. La estridencia de su fachada, su distribución interior y el mismo nombre indican su carácter y su intención

Francisco Javier Moreno Fernández.

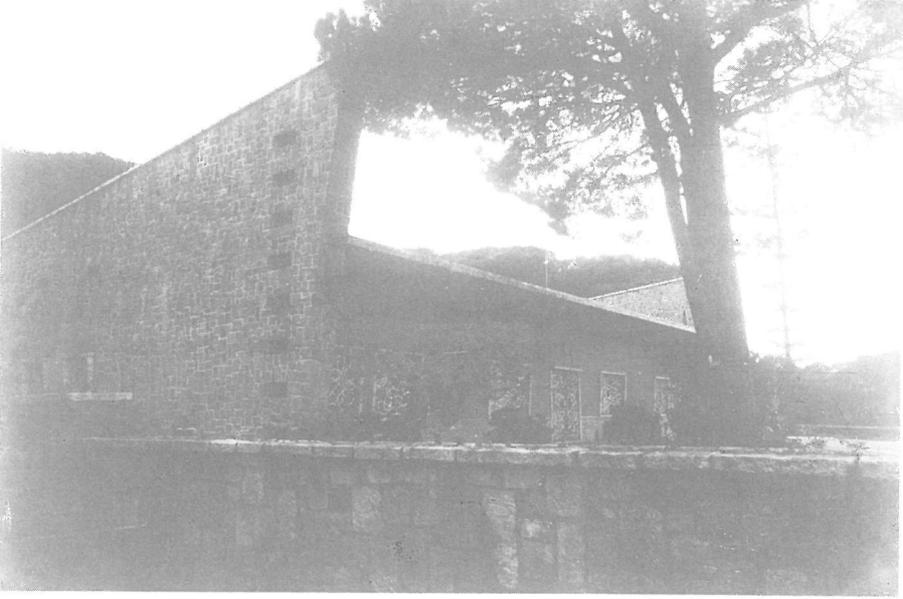


Fig.1 Villa "Mi Retiro". Marbella.



Fig.2 Urbanización Jardines Colgantes . Marbella.

Arquitectura en la Costa del Sol: La metáfora del ocio.



Fig.3.Hotel Andalucía Plaza. Marbella.

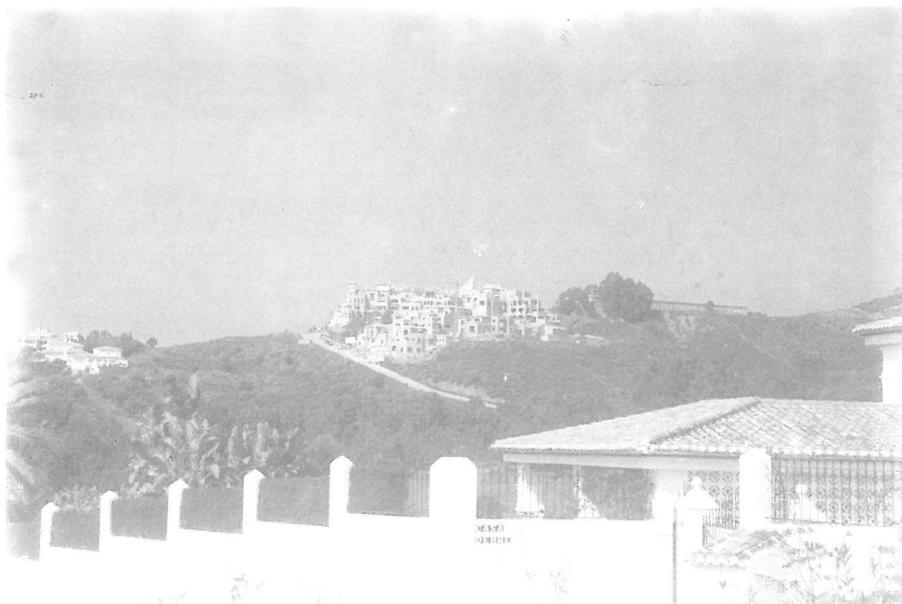


Fig.4.Urbanización Los Belvederes. Marbella.

Francisco Javier Moreno Fernández.



Fig.5. Palacio en Urbanización Villa Para. Marbella.

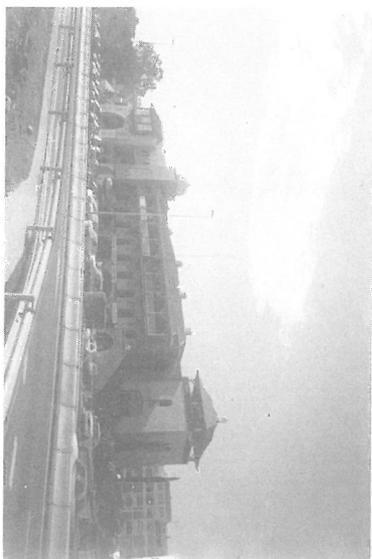


Fig.7. Centro Comercial El Zoco. Mijas-Costa.



Fig.6. Urbanización La Virginia. Marbella.