

Seminario Internacional de Investigación. Escuela Politécnica Superior, UGI

TERRITORIOS DEL TURISMO: EL IMAGINARIO TURÍSTICO Y LA CONSTRUCCIÓN DEL PAISAJE CONTEMPORÁNEO

La construcción de la imagen de la Arquitectura del relax

Maite Méndez Baiges-Inmaculada Hurtado Suárez (Universidad de Málaga)

Abstract

“Estilo del relax” was the name by which the historian Juan Antonio Ramirez named the first touristic architecture of the Costa del Sol, built between 1953 and 1965 along N -340 road. Its features directed it to a privileged relationship with the mass media, that enthusiastically welcomed indeed. Our interest is the analysis of the popularization of the modern by the spanish mass media in the sixties. This architecture projects a clear image that can be traced in original documents, mainly postcards, film, No-Do and tourist brochures. We provide an analysis of the media portrait of this tourist architecture, built in response to one of the most interesting peculiarities in the construction process of this image : its propaganda goals. We rebuild those first steps in the transformation of architecture in image, its role in the staging of modernity and normalcy of Franco's Spain .

Keywords

Estilo del relax, Spanish Architecture, Modern Architecture, International Style, Tourist Architecture

Resumen

“Estilo del relax” fue el nombre con el que el historiador Juan Antonio Ramírez bautizó a la primera arquitectura turística de la Costa del Sol, edificada entre 1953 y 1965 a lo largo de la carretera N-340- Sus rasgos la destinaban a entablar una relación privilegiada con los medios de comunicación de masas, que la acogieron en efecto con entusiasmo. Nuestro interés se dirige al análisis de esta popularización de lo moderno en los soportes propios de la cultura de masas de la España de los sesenta. Pues esta arquitectura proyecta una imagen nítida que se puede rastrear en documentos originales, fundamentalmente postales, cine, No-Do y folletos turísticos. Aportamos en concreto un análisis del retrato mediático de un tipo de arquitectura exclusivamente turístico, atendiendo muy especialmente a una de las particularidades más interesantes en el proceso de construcción de esta imagen: su alto interés propagandístico. Su estudio permite reconstruir esos primeros pasos en la transformación de la arquitectura en imagen, su papel en la escenificación de la modernidad y la normalidad de la España franquista.

Palabras clave

Estilo del relax, Arquitectura española, Estilo Internacional, Arquitectura turística, Arquitectura moderna,

En 1987 Juan Antonio Ramírez participó, en colaboración con el artista Diego Santos y el fotógrafo Carlos Canal, en la elaboración del libro de *El estilo del relax*, que definía las peculiaridades del lenguaje de la arquitectura turística construida en la Costa del Sol a lo largo de la carretera N-340 entre 1953 y 1965. Entendía este tipo de arquitectura como el fruto de la aclimatación del Estilo Internacional a una región turística del Sur de Europa; una modernidad de aluvión, hecha de elementos heteróclitos e incluso antagónicos, desprejuiciada y que da la bienvenida a la hibridación de alta y baja cultura, construida a gusto del consumidor para satisfacer la creciente demanda turística. Como es fácil de comprender, su naturaleza la destinaba a entablar una relación privilegiada con los medios de comunicación de masas, que, en efecto, la acogieron con entusiasmo, encontrando en ella la oportunidad de difundir la existencia, en la España del desarrollismo, de una modernidad *chic* aliada al fomento de una/s “vanguardia/vacaciones para todos”. Es indudable el potencial propagandístico que esto podía encerrar para el régimen de la época. Un potencial que tuvo como efecto el fomento de la distribución mediática de esta arquitectura.

Gracias a su profusa aparición en los medios de comunicación de la época, el “estilo del relax” como uno de los más tempranos capítulos, en territorio peninsular, del proceso de conversión de la arquitectura contemporánea en imagen. Su estudio permite reconstruir esos primeros pasos en el empleo de la arquitectura para la escenificación de la modernidad y la normalidad de la España franquista de los sesenta; de modo que la construcción de su imagen desemboca en la disolución de la propia esencia arquitectónica a favor de su distribución mediática, algo inherente al desarrollo y naturaleza del Movimiento Moderno, como viene sosteniendo Colomina (2010a y b). Nos proponemos este acercamiento a la imagen de la arquitectura turística de la Costa del Sol que proyectaron los *media* en la década de los sesenta como una contribución parcial al estudio de la “reverberación de la ideología arquitectónica en el universo popular”, algo que, como bien apunta Rodríguez Pedret (Rodríguez Pedret 2012: 4) aún ocupa un espacio marginal en la historiografía española.

El No-Do, el cine, la televisión, la publicidad, o medios exclusivamente turísticos como la tarjeta postal y folletos *ad-hoc*, participaron activamente en la difusión del turismo y los modelos de vida a él asociados. Puesto que en el fenómeno turístico, la arquitectura desempeña un papel protagonista, estos documentos visuales nos proporcionan herramientas inestimables para la confección de “‘otra’ historia de la arquitectura moderna, hecha de activa filtración ideológica, de enseñanza y de convencimiento, pero también de intensa tutela hacia el público consumidor” (Rodríguez Pedret 2012: 5).

De este modo es posible comprender el grado de carga simbólica e ideológica que se oculta tras la arquitectura, a pesar de que obedecer a una voluntad decididamente moderna y funcional, y cómo el interés por su proyección popular aligera a esta arquitectura de los tecnicismos y el grado de abstracción que determinan invariablemente su presencia en las revistas profesionales, acercándola a las vivencias e intereses tanto de sus usuarios como de sus promotores gubernamentales. Además, a través de los medios de masas, los edificios del estilo del relax ofrecen una versión realmente vivida o habitada de la arquitectura, al contrario de lo que ocurre en las publicaciones técnicas. A menudo, como enseguida veremos, nos toparemos con unas formas de habitar no exentas de paradojas.

La arquitectura recreada e interpretada por el cine funciona en sí misma como medio de comunicación de masas, sufriendo una *mitosis* en la que será el medio y el fin en sí misma. Como signo lingüístico -decodificado y vuelto a codificar en una manipulación ideológica operada por el régimen- esa arquitectura moderna que la Autarquía había denostada, se reconvierte en símbolo del estado del bienestar, instrumentalizado desde la élite intelectual y política para el adoctrinamiento de la sociedad de masas y la formación de una nueva imagen, más actual e internacionalizada del régimen político. Sólo han cambiado los medios, y la supuesta “operación democratizadora” se fundamentará en los *mass media* gracias a la proliferación de las nuevas tecnologías al alcance de todos, en este caso el cine, y a la universalización de la cultura de masas. Veamos cómo la tutela del consumidor de turismo en la Costa del Sol va a quedar confiada a la imagen fotográfica y cinematográfica, tanto comercial como documental, de la arquitectura.

Una “colonia” veraniega: la imagen de la Ciudad Sindical de Marbella

En uno de los ejemplos paradigmáticos del estilo del relax, la Ciudad Sindical de Marbella (obra de Manuel Aymerich Amadiós y Ángel Cadarso del Pueyo, Elviria, Marbella, 1956-63), la arquitectura moderna aparece como la materialización misma de los avances sociales del régimen en forma de vacaciones fomentadas por el Estado.

El No-Do (noticiero oficial del régimen franquista) del 27 de agosto de 1962 la retrataba poco después de su inauguración, eligiendo un título que hace hincapié no solo en la arquitectura, sino en sus usuarios: “Ciudad residencial de educación y descanso. El poblado y su colonia veraniega”. Se abre con una visión sorprendente por inesperada: las de las siluetas bien recortadas de unos cactus en primer plano, tras los que se vislumbran los apartamentos. Curiosamente, la imagen de la Ciudad Sindical se recrea en la aridez del medio, en la belleza natural del paisaje como valor autóctono, no en la frondosidad de la vegetación y la abundancia

de agua que han regido, sobre todo posteriormente, la realización de proyectos turísticos en la Costa del Sol, debido, como explica Moreno, a la alianza entre la arquitectura turística y las metáforas del placer (Moreno, 1992-93: 342). De hecho, ese primer plano refleja el aspecto casi virginal, sin desarrollo turístico previo, en el que se ubicó este proyecto. Pero cabe la posibilidad de que el cactus funcione aquí también como significante de modernidad, incluso inconscientemente, porque así lo había hecho en los años veinte y treinta en las imágenes del Movimiento Moderno internacional y en la pintura del Nuevo Realismo alemán (tal y como puso de manifiesto Ángel González en “Meditación de los cactus” (2000: 217-233). Ahora bien, esta imagen introductoria redundaría, en todo caso, en ese carácter excéntrico de la arquitectura del relax que ya señaló Juan Antonio Ramírez, y que en el documental todavía se ve subrayado por más imágenes: de hecho, a continuación, un autocar de los sesenta se acerca repleto de turistas al edificio de recepción, el más “surreoide” de los edificios de este conjunto, con la inédita silueta de la rotonda del depósito de agua, y esa especie de trampolín que a primera vista parece tener un sentido meramente caprichoso, aunque cumple la función de plataforma de bajada del equipaje. Estas formas de aspecto gratuito, aunque inequívocamente inspiradas en la moda del organicismo del momento, tan entregado a la curva, delatan la voluntad de contemporaneidad que presidió la ideación de este proyecto. Y por su parte, también los folletos publicitarios contribuyen, no solo con la fotografía, sino por medio de numerosos detalles gráficos, a realzar el carácter *chic* y al día de esta arquitectura. De hecho, aunque en la Ciudad Sindical se cultiva deliberadamente la asociación con la arquitectura vernácula, como se ponía de manifiesto en las revistas técnicas de la época, y como se señala, visualmente, en el propio *No-Do*, no hay concesión alguna al regionalismo que después se cernirá como una plaga en la construcción turística de esta costa. La presentación del proyecto en *Hogar y Arquitectura. Revista bimestral de la Obra Sindical del Hogar*, (1956: 38) se refería insistentemente a la preferencia por la curva sobre la recta y el “mucho sabor mediterráneo y alegre silueta” de las viviendas, donde se ha prestado una especial atención a la “disposición espacial de recogimiento y la forma del muro, que protegen la vivienda de los rigores del clima, de acuerdo con la tradición andaluza”, además de garantizar la intimidad y conservar “su valor expresivo y decorativo”. Todo esto es precisamente lo que queda adecuadamente destacado por la cámara en el documental. Sin embargo, las imágenes de la revista técnica no guardan un gran parecido con las del *No-Do* o con las de esos folletos.

Ramírez había llamado la atención sobre la circunstancia de que esa mezcla de lo vernáculo y lo supersónico de la Ciudad Sindical resultaba en una modernidad exagerada, como de falsete, capaz de suscitar ironía, cuando no abierta hilaridad. Y visto retrospectivamente, esa misma reacción es la que provoca su proyección mediática y propagandística en el *No-Do*. No hay más que reparar en la banda sonora, en la que se oyen frases como esta: [el lugar] “donde

considerable número de productores y sus familias, pueden disfrutar, ‘con la presentación del correspondiente volante’, sus jornadas de vacaciones” (mientras se ven imágenes de la llegada de los veraneantes a la recepción). Por mucho que se intentara enmascarar, detrás del cascarón arquitectónico estaba la burocracia e inercia de un régimen del todo anómalo (y chusco) en la Europa de la época, y que choca con la imagen de relajada modernidad que desea proyectar esta arquitectura. “La iglesia, de moderna factura...”, se vuelve entonces a ver a través de las chumberas (fig. 1).

Pero lo más curioso es cómo la imagen mediática aúna una deliberada voluntad propagandística con una –muy probablemente involuntaria- imagen surreal. Otro ejemplo, el de una tarjeta postal de la época, lo ilustra a la perfección: su composición, punto de vista e iconografía recrea sin querer una *piazza* italiana de De Chirico, con toda la soledad y la melancolía propias de la Metafísica del autor (fig. 2). Como en las composiciones dechiriquianas, a un lado la perspectiva se cierra con el pórtico de arcos que arroja una sombra en fuerte contraste con las zonas de luz bajo el sol mediterráneo. En la parte central, una explanada solitaria, solo habitada por un misterioso personaje de traje gris y sombrero (¡un remedo de las estatuas de ilustres personajes decimonónicos con las que De Chirico suele poblar sus escenas!), inmóvil en medio de una plaza cuya soledad clama aún más debido a su única presencia; y finalmente, como en toda obra metafísica, un fondo cerrado por una línea de horizonte que alterna arquitectura y elementos del paisaje natural: en este caso, las excéntricas formas del edificio de recepción, que sirve, cual muro de horizonte de De Chirico, como plano intermedio tras el que se dibuja la silueta de una palmera (con todas sus connotaciones exóticas y exuberantes) y la línea ondulada de los montes. Aquí lo que se oculta es mucho más que lo que se muestra, de modo que esta línea de horizonte suscita la interrogación sobre qué paisajes, qué ciudades, qué gentes o qué mundos habrá más allá de esta barrera visual; exactamente lo que De Chirico fomentaba en su pintura.

El relax y el *Movie Induced Tourism*

Alejándose del carácter agreste y surreal de la Ciudad Sindical destinada a alojar el turismo nacional, la industria del cine, cerrando los años cincuenta, llega a una Costa del Sol “tropical”, la edificada para albergar el turismo extranjero, en busca de atmósferas apetecibles y cosmopolitas, apropiadas a las exigencias de esta próspera industria. Los espacios del relax, al fin conseguidos artificialmente, se convierten en los “espacios naturales” más requeridos para sus rodajes, colmando estos territorios para el ocio con el *glamour* propio de un “pequeño Hollywood” (Ventajas 2006: 440). Así, el cine se alía con el turismo para lograr un eficiente producto cultural. Esta tipología filmica, de vocación promocional, ha sido estudiada por Riley, Baker y Van Doren (1998), que sintetizan en la expresión “turismo inducido por el cine”

(*Movie Induced Tourism*) el impacto que producen en el espectador las localizaciones filmicas a la hora de elegir ciertos destinos turísticos. Este fenómeno permite una extensa lectura en las comedias desarrollistas del cine español. Analicemos de qué forma ofrece este producto turístico-arquitectónico.

Ramírez definió el fenómeno del relax como típico de la carretera, una floreciente “ciudad lineal de ocio” que dibuja la “cinta simbólica” de la Nacional 340 (1987:16-18), la carretera, lugar de desplazamientos rápidos pero también de encuentros reposados; su especialidad productiva es “la venta del placer y la fantasía de la felicidad. Su característica movilidad permite al automóvil convertirse en símbolo articulador y fetiche estético, [y es] uno de los lugares más idóneos para que encontremos las huellas del estilo del relax” (Ramírez 1987:17). Inspiradas por este espíritu de carretera, las películas turísticas, dan cabida en su estructura a sintéticos *micro road movies*. Combinando un moderno vehículo, planos rápidos y música edificante, los encandilados personajes emprenden un “viaje iniciático” hacia la costa en busca de-o-para que sus vidas experimenten cambios sustanciales. Como el mismo estilo del relax, este cine asume una función publicitaria de la vida de la costa, mostrando una suerte de mercadotecnia del hedonismo: el mundo de placer que se ansía, llega a convertir al medio (la misma arquitectura del relax) en manipulado mensaje, y el cine en su medio de difusión.

El viajero llega a la Costa del Sol traspasando la puerta iniciática que marca la señal urbana de “Torremolinos”. Mientras una música ambiental (pocas veces folclórica, y siempre comercial) suena para iluminar el camino, este parque de atracciones para adultos despliega las imágenes referenciales de un nuevo mundo a su paso: eslóganes (*Spain is different*) o discotecas (la psicodélica *Tiffany's*, o la “sideral” *Barbarela*); terrazas sembradas de provocadoras mujeres o coloristas campings; apartamentos, hostales, restaurantes, pueblan este ecosistema, capaz de hacer convivir en una ambigua relación signos de la tradición más vetusta con la modernidad aerodinámica, lo pintoresco y lo tecnológico, lo vernáculo despolitizado con lo internacional más despreocupado. En este deslumbrante fluir de imágenes, se pueden producir más encuentros surreales: en un mismo plano, la figura del *Toro de Osborne* y el aerodinámico arco del *Hotel Torreblanca* de Fuengirola (Lazaga 1969) parecen sugerir, por un lado el peligro, la fiesta y la diversión propia de la costa, mientras que por otro nos invita a aventurarnos. Las estructuras “sin autor” aparecen al paso acentuando el valor recreativo y escénico de este territorio: la *gasolinera de los Álamos* con sus soportes troncopiramidales inclinados recubiertos de piedra rústica y techumbre de hormigón (Olea 1967); la *entrada al Hotel Tritón* (Buch 1968 y Aguirre 1969) que funde su “megalítica” y abstracta estructura con un moderno letrero de neón (Ramírez 1987: 87); o las *oficinas de venta en Mijas-Costa* (Lazaga 1969), una simple caja de cristal suspendida de una estructura metálica pintada de amarillo. El cine capta a la

perfección cómo brotan espontáneamente en la topografía de la costa cual hermanas legítimas de las arquitecturas pop norteamericanas, esas que Venturi celebraba como arquitectura anuncio, singularizadas y convertidas en un óptimo reclamo publicitario.

El clímax escénico de muchas de estas secuencias llega, inevitablemente, con la imagen monumentalizada del *Hotel Pez Espada* (de Juan Jáuregui Briales y Manuel Muñoz Monasterio, construido en 1959) (fig. 3). Práctico y a la vez libertino, su funcionalidad se abandona a las formas orgánicas y al juego de texturas y colores en las amebas blancas del pavimento, las columnas troncocónicas invertidas, las sinuosas columnas de la planta baja, la piscina curvilínea, incluso en el cilindro acristalado de la caja de escaleras. Este icono del cosmopolitismo costero es, en el cine turístico y a la arquitectura del relax, como la *Estatua de la Libertad* a los inmigrantes que llegaban a Ellis Island: un signo inequívoco de un futuro en libertad.

Extraños en el paraíso

La película *El turismo es un gran invento*, perfecto eslogan publicitario por otra parte, ejemplifica un fenómeno fascinante en el desarrollo argumental de estas amables películas: la potencial naturaleza tóxica de esta práctica cultural para la identidad nacional (este producto debe tomarse con precaución ante posibles efectos adversos). Como si del fenómeno del colonialismo se tratase, del encuentro intercultural entre foráneo y nativo debe salir victorioso el carácter patrio. Atrae encontrar en estas películas, rodadas en espacios de vocación cosmopolita, sin excesivos “tópicos estilísticos de lo *andaluz-spanish*” (Ramírez 1987:17), matices autorreferenciales que muestran estos lugares del deseo como inhabitables para el neófito indígena. Estos contenidos etnográficos, dibujan una soterrada lucha a favor de los modelos nativos de los sujetos turísticamente colonizados. Frente a la modernidad colonizadora, se entabla una defensa sibilina que establece “un diálogo” con y en los mismos “términos que emplean los colonizadores” (Afinoguénova 2012:42), en un intento de definir la propia cultura. Al fin, un mal necesario este *apartheid* costero: si no puedes con los enemigos, únete a ellos, pero con tus propias armas.

Benito y Basilio (los protagonistas, interpretados por Paco Martínez Soria y José Luis López Vázquez), alcalde y secretario de un deprimido pueblo aragonés, viajan al *Hotel Meliá Don Pepe* de Marbella (proyectado por el arquitecto Eleuterio Knappe Población en 1961 e inaugurado en 1964). Quieren construir en su pueblo un centro turístico a imagen y semejanza de la Costa del Sol, que sirva para desterrar las penurias económicas de su anticuado municipio agrícola. Como si de un viaje “homérico” se tratase (otro lugar común en estas cintas), tendrán que enfrentarse a toda suerte de “cantos de sirena” que aligerarán sus bolsillos con escandalosos

gastos. Tras vivir en este paraíso incierto, regresan a su particular y aragonesa Ítaca, sin dinero, pero con una promesa de futuro. El protector consuelo estatal les construirá un Parador Nacional de Turismo, un añejo parque temático de lo nacional, rescatando las pasadas glorias de su entorno rural: “el castillo más viejo de Aragón”, la iglesia románica, el puente romano y una fonda del siglo XVII. La noticia se festeja, esta vez, a ritmo de jota aragonesa. Desde la primera contemplación del hotel *Meliá* bajo las imponentes pérgolas en voladizo de hormigón y de las chicas en bikini que recorren libremente las instalaciones, Benito y Basilio equiparan “traza arquitectónica”, progreso y liberación sexual, identificando por igual el deseo de las “valkirias” y del edificio. La monumentalidad del *hall*, los tropicales patios interiores, los detalles decorativos (forja, madera y metales, mescolanza tan del gusto del estilo del relax), las confortables y elitistas habitaciones, ofertan un mundo tecnológico y excelente al alcance de pocos bolsillos.

Revestidos del disfraz de turista, hecho desde la lectura más castiza, como elementos “exógenos” o simples contempladores bajan al ensoñado conjunto acuático envuelto en el entorno curvo del hotel. Los paseos bajo las pérgolas de hormigón, abiertas al mar y a la libertad, la rítmica forma de la piscina, las tabletas cilíndricas del trampolín, son el hábitat natural de las *bubby girls*, ensoñaciones eróticas que desnudan sus cuerpos al sol en total sintonía con el entorno. La “cubierta transpirable” del *Bar El Copo* (Gavilanes 2012: 205), con ese gusto por las marquesinas flotantes propio del “surreoide curviquebrado” (Ramírez 1992:121), funciona como *scaenae* de la representación turística. Este bar náutico, acorde a la estética paraboloide hiperbólica ideada por Félix Candela, deja huecos para que la luz y el aire circulen en una metáfora plástica de dos alas a punto de levantar el vuelo, evocando la idea de echar a volar en libertad. El ensueño de nuestros personajes viajará en forma de tarjetas postales hasta su pueblo: allí, cada una de estas fragmentarias e inmovilizadas imágenes (el edificio del hotel, la zona acuática, los salones interiores y las rubias turistas) generan experiencias privadas en cada uno de los destinatarios, que se crean y completan con el deseo y la mirada, escenificándose en visiones oníricas que los trasladan, momentáneamente, a aquel paraíso (fig. 4).

En la misma línea argumentativa, la película *Operación cabaretera* (Ozores 1967) desarrolla una historia de espionaje internacional en el conjunto de *Apartamentos Skol* de Marbella (obra de Manuel Jaén Albaiteiro, 1963). La cámara se recrea en elementos típicos de la arquitectura del relax, ya no solo en la escultórica escalera exterior o en los *brise-soleil* de las fachadas, sino en el atuendo mediterráneo del edificio: el acabado blanco y rugoso de aire vernáculo, las generosas superficies acristaladas de su singular fachada y los esquemáticos motivos de olas que componen el acabado de sus azulejos, “para estar, nunca mejor dicho, como pez en el agua”

(Méndez, 2010:123), pero nuestros personajes son inexpertos nadadores. Y se mueven no sin cierta dificultad en esta “unidad de habitación” que traslada el esquema corbusieriano de cajones apartamentos a los bloques prismáticos habitacionales del *Skol*. La doble altura habitacional, que se refleja en el exterior gracias a los grandes ventanales, proporcionando un ritmo singular a la fachada, condiciona de igual manera el montaje y el movimiento de actores, recreando la disposición arquitectónica con subidas y bajadas, entradas y salidas, planos y contraplanos, picados y contrapicados para dar una lectura fiel de la compleja modernidad espacial del apartamento. Vuelve a comprobarse que en este ambiente cordial y sofisticado, nuestros personajes no tienen lugar, acaso les queda adaptarse, sufriendo una amarga metamorfosis sin retorno.

En definitiva, a través del cine, el documental y la fotografía es posible recomponer, como apuntábamos al principio, la reverberación de la arquitectura moderna, y en concreto la turística, en la sociedad de masas. De la imagen mediática del estilo del relax emerge gran parte de la singularidad de su lenguaje, algo así como las desinencias del dialecto del Movimiento Moderno hablado en el sur de la península a la altura de los sesenta. También su decidida vocación de ser imagen, aparte de arquitectura en sentido estricto; así como se reflejan las formas de habitación que propició o inspiró en su momento, gracias a su consistencia física, pero también en virtud de su alta capacidad de evocación de otros mundos. Esos otros mundos a los que posiblemente dirigía su mirada una sociedad desconcertada, indecisa (y no solo en el ámbito arquitectónico) entre lo vernáculo y lo híbrido, atrapada entre el empuje de lo moderno y el inmovilismo de la tradición.

BIBLIOGRAFIA

Afinoguénova, E. (2012). La España negra en color: el desarrollismo turístico, la auto-etnografía y *España insólita* (Javier Aguirre, 1965). *Archivos de la Filmoteca*, 69, 38-57.

Colomina, B. (2010a). Los medios de comunicación como arquitectura moderna. *Exit: Arquitectura II. La mirada del artista*. 37 (febrero-marzo-abril), 112-124.

Colomina, B. (2010b). *Privacidad y publicidad. La arquitectura moderna como medio de comunicación de masas*. Murcia: Cendeac.

Gavilanes Vélaz de Medrano, J. (2012). *El viaje a la Costa del Sol (1959-1969): Proyecto y transformación en los inicios del turismo moderno*, Tesis doctoral inédita. Madrid: Escuela Técnica Superior de Arquitectura.

Gaviria, M. et alii (1974). *España a go-gó. Turismo charter y neocolonismo del espacio*. Madrid: Turner.

González, Á. (2000). Meditación de los cactus. En *El resto*. Bilbao-Madrid: Museo de Bellas Artes de Bilbao-Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía.

Marín Cots, P., Méndez Baiges, M., & Pérez de la Fuente, I. (2010). *El Relax expandido. La economía turística en Málaga y la Costa del Sol*. Málaga: Ayuntamiento de Málaga y OMAU.

Méndez Baiges, M. (2012). La arquitectura del sol. El Movimiento Moderno durante los años cincuenta y sesenta. En Méndez Baiges, Maite (ed.). *Arquitectura, ciudad y territorio en Málaga. 1900-2011*. (pp. 187-226). Málaga: Geometría.

Moreno Fernández, F.J. (1992-1993), Arquitectura en la Costa del Sol: la metáfora del ocio. *Boletín de arte*, 13-14, 335-346.

Ramírez, J. A. *et alii* (1987). *El estilo del Relax*, Málaga: COA Andalucía Oriental.

Riley R. W., Baker, D. & Van Doren, C.S. (1998). Movie induced tourism. *Annals of Tourism Research* (25), 919-935.

Rosado, C. y Querol, P. (2006). *Cine y turismo. Una nueva estrategia de promoción*. Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Turismo, Comercio y Deporte.

Rodríguez Pedret, C. (2012). Arquitectura en el limbo. Los medios de masas y la difusión de la cultura moderna (en línea). Barcelona: Universitat Politècnica de Catalunya. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10251/14940> [Consulta 2013, 3 de septiembre).

Ventajas Dote, F., (2006). *Historia del cine en Málaga: los rodajes cinematográficos (1909-2005)*. Tesis Doctoral: Universidad de Málaga.

FILMOGRAFÍA

“Ciudad residencial de educación y descanso. El poblado y su colonia veraniega”, *NO-DO*, 27.08.1962

Aguirre, J. (1969). *Una vez al año ser hippy no hace daño*. España: Ágata Films.

Buch, J. (1968). *Cuidado con las señoras*. España: Ízaro Films.

Lazaga, P. (1968). *El turismo es un gran invento*. España: Pedro Masó P.C. y Filmayer Producción.

Lazaga, P. (1969). *El abominable hombre de la Costa del Sol*. España: Pedro Masó P.C. y Filmayer Producción.

Olea, P. (1967). *Días de Viejo Color*. España: Mota Films y Nova Cinematográfica.

Ozores, M. (1967). *Operación cabaretera*. España: Ízaro Films.

ILUSTRACIONES Y PIES DE FOTOGRAFÍAS



Fig. 1. Ciudad sindical de educación y descanso de Marbella en el *NO-DO*, 17.08.1962



Fig. 2. Tarjeta postal de la Ciudad sindical de educación y descanso de Marbella, 1968.



Fig. 3. *Hotel Pez Espada*, Torremolinos. Fotograma de la película *Cuidado con las señoras*, 1968.



Fig. 4. Postal de la fachada de ingreso del *Hotel Meliá Don Pepe* de Marbella en un fotograma de la película *El turismo es un gran invento*, 1968.