

**DE MACROFESTIVALES A MEGAPROYECTOS URBANOS.
DOS EXPERIENCIAS EN LA COMUNIDAD VALENCIANA (CULLERA Y BURRIANA)**

***FROM MACROFESTIVALS TO URBAN MEGAPROJECTS.
TWO EXPERIENCES IN COMUNIDAD VALENCIANA (CULLERA AND BURRIANA)***

Jaime Martínez Ruiz
Universidad de Barcelona

Resumen

Cada vez proliferan más los festivales de música en nuestras ciudades intermedias. Su gran asistencia ha generado experiencias de fidelización en torno a la industria de la música (musical) y al turismo local con un carácter festivo. Estas áreas se convierten en espacios de encuentro que, durante un breve lapso, son escenario de pernoctaciones y generan numerosos ingresos y empleos. Sin embargo, en la ubicación de algunos se aprecian indicios de promoción de viejos proyectos urbanísticos, que se revitalizan a través de estos eventos. Se trata de grandes proyectos urbanos que quedaron aparcados en la peor etapa de la recesión económica y que resurgen con la recuperación, intentando sortear las normativas de protección costera.

El objetivo es analizar la relación entre la celebración de dos macrofestivales y la revitalización de estos antiguos megaproyectos. Para ello, se realizará un estudio comparativo de Cullera (Manhattan de Cullera) y Burriana (PAI Golf Sant Gregori) con una metodología que combina el análisis hemerográfico y la revisión normativa. En ambos casos, se detecta un retorno a patrones especulativos anteriores a la crisis económica, revelando disputas por el control del uso del suelo y una cierta falta de visión integral de la gestión territorial.

Palabras clave: planificación territorial, eventos multitudinarios, promoción, proyectos urbanísticos y gobernanza.

Abstract

Music festivals are proliferating more and more in Spanish intermediate cities. The great attendance has generated bindings towards the music industry and to local tourism, with a festive character. These areas have become a meeting point, as they are the background scenario of overnights stays and a unique experience. Furthermore, they generate great incomes and employments. However, they suppose a revitalisation of the promotion of elder urbanistic projects. This is seen in the ubication. These great projects were set aside because of the economic recession and have remerged in a better economic state, where they have tried to avoid the coastal protection normative. The aim is the analysis of the relationship between the celebration of two macro-

festivals and the revitalisation of the superprojects. That is the reason why a comparative study of Cullera (Manhattan de Cullera) and Burriana (PAI Golf Sant Gregori) is carried out using a methodology which combines hemerographic analysis and normative revision. In both cases, it is detected a return to speculative patrons from before the economic crisis. This revealed some arguments about the land utilisation control and a certain lack of vision about the integral territorial management.

Keywords: territorial planification, multidinary events, promotion, urbanistic projects, governance.

1. INTRODUCCIÓN

En una sociedad como la actual, en la que todo el mundo posee todos los bienes terrenales, la venta de una experiencia inigualable se convierte en un nuevo método de regalar y sorprender. Así, con la existencia de estos festivales cubrimos estas expectativas, que se potencian gracias a las redes sociales, que generan, a su vez, una exclusividad y un sentimiento de pertenencia a un grupo. La sensación de libertad que otorgan influye en la elección del escenario o del artista que el consumidor quiere escuchar en cada momento. Tras el estallido de la burbuja inmobiliaria, la mayoría de los proyectos urbanísticos de la Comunidad Valenciana quedaron paralizados. Algunos de ellos con la intención de ser guardados hasta una coyuntura económica más favorable. De esta manera, como respuesta, muchas otras comunidades autónomas, especialmente aquellas situadas en el litoral, se aventuraron a aprobar instrumentos de protección con el objetivo de cambiar el modelo de urbanismo que había estado vigente durante las dos últimas décadas anteriores. Un urbanismo que ha generado un litoral fragmentado y vulnerable, con una gran presión urbanística de miles de viviendas, hoteles y campos golf a lo largo de toda la costa.

Así pues, la reciente reactivación de la economía y el mercado de la vivienda han acelerado la puesta en marcha de estos megaproyectos urbanísticos. Con el foco puesto en espacios de zonas vírgenes, limítrofes con espacios protegidos de la costa mediterránea, se reavivan estas ciudades o zonas ya conocidas turísticamente. De esta manera, la crisis en el sector inmobiliario ha derivado en el surgimiento de nuevas plataformas de promoción urbanística, como es la celebración de determinados macrofestivales. La ubicación de estos puede considerarse una nueva forma de promoción de terrenos baldíos. Detrás de estos actos multitudinarios no deja de haber una finalidad de resolver los grandes condicionantes generados en largas sentencias judiciales y un urbanismo desenfrenado, que ha derivado en enfrentamientos a distintos niveles de gobernanza traspasando el conflicto más allá de la escala local.

Consecuentemente, estos festivales suponen un cambio de imagen para estas zonas, que ha traído consecuencias directas en el cambio del perfil turista más bien nacional por uno internacional. También, su ubicación supone una dinamización de negocios cercanos al festival y una internacionalización de unas ciudades que vuelven a nacer dentro de un contexto turístico boyante. Esta internacionalización, se consigue en parte gracias al uso de las nuevas redes sociales, que, al compartir la experiencia a través de posts, imágenes, vídeos, etc. permiten llegar a más gente de diferentes partes de la aldea global. De este modo, este trabajo se estructura en dos partes. Una primera parte que trata de explicar como estos eventos funcionan como auténticas ciudades informales. La idea central del trabajo es resaltar como la geolocalización de estos eventos puede funcionar como plataformas de promoción urbanística. Posteriormente, la segunda parte, se centra en dos experiencias, que, salvando las distancias, muestran como los festivales son, además, un argumento para evitar normativas y desarrollar antiguos megaproyectos urbanísticos. La metodología del trabajo se fundamenta en un análisis de fuentes secundarias, que combina el análisis hemerográfico de los principales periódicos nacionales y autonómicos con la revisión de la normativa que ha afectado a ambos casos.

2. LOS FESTIVALES COMO PLATAFORMAS DE PROMOCIÓN URBANÍSTICA

Lo urbano, ante todo, es una realidad cambiante; el escenario de encuentro para la construcción de la vida colectiva, un ser vivo que crece y muta constantemente. Su definición, por tanto, siempre es imprecisa, pues no puede abarcar todas las connotaciones que este concepto implica (Lefebvre, 1974). En este sentido, existen ciudades que no se encuentran en el mapa, que nacen y mueren súbitamente, y que vuelven a nacer —otra vez. Son, por tanto, espacios de encuentro intermitentes que aglutinan a miles de personas durante unos días, comportándose como ciudades desordenadas cuya localización se encuentra entre el éxito de un plan de negocios y una ciudad de vacaciones temporal.

Estas ciudades indefinidas tienen la característica de ocupar enclaves privilegiados de entornos naturales con largos kilómetros de costa y próximos al mar (Rubio y De Cárdenas, 2006). Una localización, no exenta de polémica, que se constituye alrededor de cuatro elementos fundamentales: El primero, la ubicación en ciudades costeras consolidadas del turismo de sol y playa. Seguidamente, la presencia de comercios pequeños que tienen cierta actividad nocturna en los meses de verano. Tercero, una tipología edificatoria principalmente de segunda residencia con la presencia de construcciones diferenciadas (apartamentos unifamiliares, apartamentos en altura en primera línea de playa y viviendas unifamiliares), que generan un alzado heterogéneo de diferentes estilos arquitectónicos. Por último, un elemento esencial, que es

la disposición de solares vacíos con diversos propietarios (ayuntamientos, costas y propietarios privados) próximos al paseo marítimo y a playas lo suficientemente amplias como para albergar un camping y el recinto para un evento multitudinario.

De ahí que, la transformación de estos solares baldíos a ciudades del entretenimiento se convierte en la principal plataforma de comunicación y promoción de los folletos turísticos de la ciudad. Con ello, la celebración de estos actos multitudinarios acaba invadiendo las redes sociales, internet, *merchandising* y la franja de edad comprendida entre 20 y 30 años. Así, la estrategia de comunicación se convierte en imprescindible para el desarrollo de estos eventos y su internacionalización. Como si fuera una mancha de aceite, en plataformas como Instagram, Facebook, Twitter y YouTube se publica los 365 días, interactuando con los asistentes de manera continua, proyectando la imagen de que el festival y público hablan el mismo idioma.

Con el tiempo, la influencia de estos medios sociales acaba otorgando la pertenencia a un grupo y diferenciación social, con la denominación de una jerga común (*Sounders, Fiberos, Sansaneros*, etc.), la vestimenta propia (ropa cómoda, pulsera identificativa, gafas de sol, etc.) o incluso la misma moneda de pago (*Tokens, Tuents*, etc.). También, permite la sensación de libertad, con la presencia de recintos abiertos, equipamientos básicos, zonas exclusivas de aparcamiento, etc. Que juegan un papel fundamental a la hora de tomar una elección de escenario, artista o el tipo de comida que deseamos consumir. Y eso hace que —al menos por unos momentos— sea posible compartir ideas o sensaciones similares con otras personas o con un mismo grupo. Además, estos eventos ofrecen la oportunidad de tener días previos para instalar la tienda de campaña, practicar todo tipo de deportes acuáticos (vela, buceo, snorkel, etc.), actividades deportivas (vóley, fútbol playa, *buggies*, etc.), locales *chill out*, sol y playa. Esto supone un elemento fundamental que genera una experiencia positiva previa a la celebración del acto, que nos muestra el reconocimiento de ese territorio como un espacio amigable o conocido.

De esta manera, la geolocalización de estos eventos multitudinarios pasa a ser la razón por la cual nacen y se llevan a cabo. Un elemento que parece obvio, pero que no siempre se tiene presente. Los festivales son el medio para conseguir una experiencia, compartir y promocionar el espacio físico y virtual. El éxito o el fracaso depende de la presencia activa en redes sociales y la disponibilidad de suelo. Por tanto, los festivales se convierten en una plataforma para establecer espacios de encuentro, interrelaciones con los clientes actuales y potenciales, ajustar los productos a sus necesidades, etc. Consecuentemente, la expansión de estos eventos puede influir en el cambio del matiz de protesta por la adquisición de una experiencia positiva del entorno en el que se ubica el evento.

3. NUEVOS ARGUMENTOS PARA VIEJOS PROYECTOS URBANÍSTICOS. LA NECESIDAD DE UN CAMBIO DE GOBERNANZA

3.1. DEL VEGA PORT AL MANHATTAN DE CULLERA PASANDO POR EL MEDUSA SUNBEACH FESTIVAL. EL CASO DE CULLERA

Por el año 2003, el Ayuntamiento de Cullera y el Instituto Valenciano (IVVSA), organismo independiente de la Generalitat, firmaron un acuerdo para desarrollar el Programa de Actuación Integrada (PAI) del sector de la Vega-Port de Cullera. Un macroproyecto urbanístico que planeaba urbanizar 610.000 metros cuadrados prevista para duplicar la población de Cullera con la construcción de un total de 33 rascacielos de 25 alturas, dos hoteles de 40 plantas, un palacio de congresos y un puerto deportivo con 800 amarres junto a la desembocadura del Júcar (Valero, 2018). La judicialización del conflicto y su difusión por movimientos sociales, como Greenpeace, hicieron que el macroproyecto urbanístico adquiriera la denominación de *Manhattan de Cullera*.

Figura 1. Proyecto del Manhattan de Cullera



Fuente: Valero, D., 2018

Inicialmente, el proyecto recibió el visto bueno del gobierno local y de la Comisión Territorial de Urbanismo de Generalitat en el año de 2005. Una decisión envuelta en polémica, que recibió la oposición del Gobierno central que alegaba que las carreteras no podían absorber el tráfico previsto y el proyecto no aseguraba un informe hídrico favorable de la Confederación Hidrográfica del Júcar. Todo con eso, la Generalitat llevó el proyecto urbanístico al TSJCV, que meses más tarde rechazó la suspensión cautelar del PAI y en octubre, el ayuntamiento aprobó las modificaciones que cerraron la tramitación del programa, con dos informes contrarios al gobierno central. Un mes después, el PSPV abogó por pactar un Manhattan reducido sin torres elevadas, que cumpliera los parámetros del Plan General de Ordenación Urbana (PGOU) y garantizase la disponibilidad de agua y conexiones viarias adecuadas. (Fundación Alternativas, 2007). A partir de entonces, en el año 2007, la Comisión Territorial de Urbanismo dio vía libre al proyecto urbanístico prácticamente en los mismos términos en los que se aprobar en el año 2005 (Colomina y Durán, 2018). Pero, con la llegada de la crisis económica, se frenó el macroproyecto urbanístico. La imposibilidad de asumir los 90 millones de euros necesarios para realizar el proyecto hizo que el ayuntamiento desestimara su intención inicial de encargarse directamente (Tudela y Delgado, 2019). Se ofreció por su parte llevar el proyecto a los propietarios del suelo, pero la tramitación administrativa hacía imposible que el proyecto saliera a corto plazo (Colomina y Duran, 2018). En este contexto, el proyecto urbanístico no se abandonó y quedó a la espera de una coyuntura económica más favorable.

De este modo, aquellos solares desiertos adquirieron una nueva funcionalidad. Al final, cualquier espacio debe consumirse, suprimirse o utilizarse (Lefebvre, 1974). De modo que los solares pasaron a ser en una ciudad uniforme con la celebración del Medusa Sunbeach Festival. Un macro festival con escenarios de gran altura que recuerdan a las torres del *Manhattan* que desde 2012 ha supuesto un impacto directo anual de 25 millones de euros, más de 3.000 personas trabajando directa e indirectamente y una afluencia que, en los últimos años, ha sido de más de 300.000 asistentes con 12.000 plazas de camping. Todo ello, ha tenido implicaciones; posicionando la marca turística de Cullera como una ciudad referente en este tipo de actos, con una dinamización de los pequeños comercios situados en torno al recinto y un cambio del perfil turista, cada vez más internacional.

Figura 2. Recinto del Medusa Sunbeach Festival



Fuente: culleraturismo.com, 2018

Así mismo, en mayo de 2018, la Generalitat Valenciana aprobó el Plan de Acción Territorial de la Infraestructura Verde del Litoral (Pativel), más conocido como el *plan desurbanizador*. Un plan ambicioso aprobado con la idea de cambiar el urbanismo que ha estado vigente durante las últimas dos décadas (Tudela y Delgado, 2019). En definitiva, un instrumento de ordenación territorial que se creó con un legado en el que la Comunidad Valenciana es la segunda costa más urbanizada de todo el litoral español (Greenpeace, 2019). Por consiguiente, el plan llegaba con la intención de identificar, proteger y garantizar los últimos suelos de elevada calidad ambiental, territorial y paisajística. Un instrumento que garantiza la protección de los suelos rústicos amenazados con una normativa suficiente para revertir lo que se zonificó de suelo urbanizable a suelo no urbanizable, al tiempo que se conserven espacios abiertos en municipios costeros, contribuyendo a mejorar la calidad de los tejidos urbanos. De esta manera, se protegen los primeros 500 metros desde la orilla hacia el interior, y se establecen condicionantes a los suelos no urbanizables que van desde los 500 metros hasta los 1.500 metros desde la ribera del mar¹ (Tudela y Delgado, 2019).

1 Para más información consultar el Decreto 58/2018, de 4 de mayo, del Consell, por el que se aprueba el Plan de Acción Territorial de la Infraestructura Verde del Litoral de la Comunitat Valenciana [2018/4631].

A pesar de ello, y debido a las presiones por presentar recursos de demandas por responsabilidad patrimonial, unidas a una división de los municipios costeros con el mismo color político que el gobierno regional, se optó por flexibilizar la idea original. Una flexibilización que ha dado un plazo de cinco años para desarrollar proyectos programados sobre suelo urbanizable (con el PAI, aprobado antes del estallido de la crisis) y otros cinco años para llevar a cabo la urbanización transcurrido ese tiempo, de no implementarse el proyecto, el suelo volvería ser rústico (Tudela y Delgado, 2019).

Tras la flexibilización del Pativel y el éxito del Medusa Sunbeach Festival se abre una oportunidad para la reactivación del proyecto. Así mismo, los promotores han presentado recursos contra el plan en los tribunales en los plazos previstos. Al mismo tiempo que el ayuntamiento de Cullera se ha vuelto abrir a la gestión indirecta para desarrollar el proyecto por cualquier iniciativa de los propietarios de los terrenos o cualquier sociedad externa (Valero, 2019).

3.2. DEL PAI DE SANT GREGORI AL ARENAL SOUND AL RETORNO DE UNA CIUDAD NUEVA EN PRIMERA LÍNEA DE PLAYA. EL CASO DE BURRIANA.

Un caso parecido es el PAI Golf Sant Gregori (Burriana), un macroproyecto turístico surgido a principios de siglo por la Diputación de Castellón con la intención de justificar el coste cercano a los 200 millones de euros del Aeropuerto de Castellón. Una estrategia de dinamización que pretendía encajar el aeropuerto en torno al urbanismo, golf y la costa de Azahar. De esta manera, la megalómana infraestructura servía de engranaje para encajar la recalificación de 40.000 viviendas con miles de adosados, hoteles de lujo, un parque temático, centros comerciales y una docena de campos de golf en una zona deficitaria de agua (Fabra, 2012).

En esta coyuntura, el PAI Golf Sant Gregori, planteado en 2002 y aprobado en el año 2006, proyectó la urbanización de 700.000 metros cuadrados, construir 6.000 viviendas (para alrededor 15.000 residentes), 2 hoteles de lujo de 400 plazas, 1 campo de golf de 18 hoyos (inicialmente eran 27 hoyos) y centros comerciales cerca de la desembocadura del Río Mijares con un coste aproximado de 85 millones de euros. Un proyecto, a 7 kilómetros de la ciudad de Burriana, considerado el segundo proyecto urbanístico con el campo de golf más grande de la provincia de Castellón después de Marina d'or Golf (anulado por los tribunales) y el quinto de toda la Comunidad Valenciana (Ortega, 2012). Al principio, como en el resto de los macroproyectos urbanísticos, las expectativas de ganancia crecieron. La construcción del aeropuerto de Castellón y el sueño de muchos vecinos de tener una segunda vivienda en la playa, hicieron del urbanismo, la playa y el golf la principal estrategia de dinamización socioeconómica del ayuntamiento. Este argumento se plasmó en el año 2006 al desarrollar cuatro proyectos urbanísticos, a parte del PAI Golf Sant Gregori, con un modelo de crecimiento propio de una ciudad difusa que con-

figura áreas separadas y especializadas. Un modelo de ciudad en el cual diferencia las zonas de nueva vivienda (PAI Pedrera Port, Jardines de la Malva-rosa y Novenes de Calatrava), el comercio y servicios (Núcleo urbano), la industria turística (la zona de playa) y el entretenimiento (PAI Golf Sant Gregori y Santa Bárbara Golf).

Figura 3. Modelo de crecimiento de ciudad difusa de Burriana



Fuente: Elaboración propia

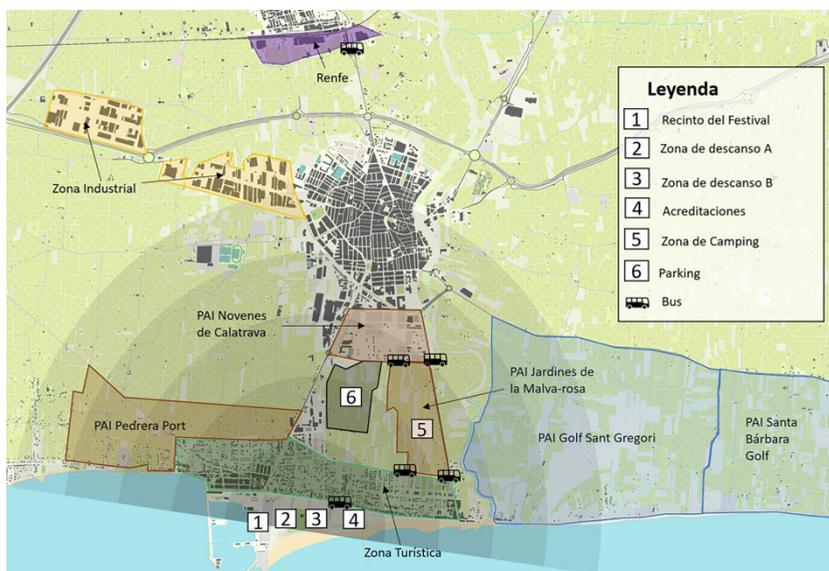
Tras unos años, todos los proyectos se fueron dilatando en el tiempo y las expectativas iniciales del precio del suelo se devaluaron. Algunos se paralizaron (PAI Novenes de Calatrava). Otras veces, readaptaron sus terrenos para albergar el camping del Arenal Sound (PAI Jardines de la Malva-rosa). Al mismo tiempo que, el resto proyectos se encuentran a la espera de modificaciones en el Plan General con informes desfavorables de costas y riesgo de inundación (PAI Golf Sant Gregori, Santa Bárbara Golf y Pedrera Port). En este contexto, el gran proyecto urbanístico PAI Golf Sant Gregori siempre ha tenido dificultades. Ya, en plena burbuja, la sociedad encargada de las cuotas de urbanización se declaró en concurso voluntario de acreedores y su liquidación, con una deuda generada superior a los 40 millones de euros. Así, en el año 2016, la falta de un proyecto de recuperación del litoral, el aval de 3 millones de euros para garantizar la construcción del campo de golf y acceso al complejo y asumir las indemnizaciones para la expropiación motivó la decisión

de declarar insolvente la sociedad urbanizadora y paralizar parcialmente el proyecto urbanístico (Fayos. 2019).

Paralelamente a estos proyectos, desde el año 2010 en la playa del Arenal se celebra el festival de Arenal Sound. Uno de los festivales más conocidos con más de los 300.000 asistentes (alrededor de 60.000 asistentes diarios y 16.000 personas acampadas), 4.500 puestos de trabajo directos e indirectos y más de 40 millones de euros de impacto directo en la provincia. Evento, que las administraciones consideraron una herramienta para dinamizar la actividad comercial y el entretenimiento del municipio (Olucha, 2011). Además, desde el año 2016 la Diputación de Castellón destina anualmente una subvención para potenciar la marca de «Castellón Tierra de Festivales».

Tras su décima edición, el Arenal Sound ha consolidado un nuevo motor socioeconómico de la ciudad. Certamen, que al menos durante 6 días, constituye, configura y conforma la ciudad alrededor del festival en áreas separadas y especializadas con zonas de camping y de descanso, la provisión de una flota de buses que acerquen la ciudad al festival y un espacio para la celebración de conciertos. Un evento, que funciona como una ciudad efímera que ha devuelto la confianza de los empresarios locales y la comprensión vecinal de implantar cualquier proyecto turístico-urbanístico. En definitiva, una herramienta que ha devuelto a Burriana el sueño de acercar la ciudad al mar y argumentos suficientes para que los proyectos urbanísticos vuelvan a coger forma.

Figura 4. Modelo de crecimiento a partir del festival Arenal Sound



Fuente: Elaboración propia

Consecuentemente, tras la consolidación del festival, el proyecto urbanístico ha vuelto a coger forma. A principios de 2019 se volvieron a iniciar las obras de derribo y deslinde de los terrenos. De la misma manera, meses más tarde, los nuevos propietarios asumieron la figura legal de «agente urbanizador» y la empresa urbanizadora el coste de las obras de urbanización, con un coste total de 7 millones de euros y un proyecto que asciende ya a los 97 millones de euros (Olivares, 2019).

Tras unos meses y con la flexibilización de el de Pativel, el ayuntamiento ha anunciado recientemente la exposición pública de la modificación del proyecto pidiendo a Costas para invertir 9 millones en las tres playas, la escollera y el paseo marítimo (Pérez, 2020). Cabe señalar que tanto el PAI Golf Sant Gregori como el *Manhattan de Cullera* tienen una tregua de 10 años (5 de tramitación del proyecto urbanístico y 5 para la ejecución). De este modo, el proyecto urbanístico espera realizarse entre 12-15 años, la creación de entre 800 y 1.000 puestos de trabajo. Haciendo del PAI Golf Sant Gregori como el mayor proyecto urbanístico en construcción de la Comunidad Valenciana en la actualidad. Proyecto, en el cual existen de nuevo dudas sobre si saldrá finalmente, pero el regreso de este macroproyecto ya es de nuevo una realidad.

4. REFLEXIONES FINALES

Como se ha podido observar, los festivales son una herramienta para dinamizar y promocionar el territorio. Una ocupación temporal y desmontable de escenarios, espacios abiertos y otros servicios que funciona de manera intermedia entre una ciudad de vacaciones y un plan de negocios. De este modo, el festival entendido como producto, busca con su celebración la adquisición de una experiencia, compartiendo y configurando el espacio físico y virtual, en el cual se difunden. Consecuentemente, la presencia y difusión del evento en medios sociales determina la dimensión y magnitud del evento. De esta manera, la geolocalización de estos certámenes se convierte en el medio para favorecer las interrelaciones entre los clientes actuales y potenciales, ajustando el producto a sus necesidades, pero también, una plataforma para promocionar el espacio físico en el cual se desarrollan.

El análisis de casos muestra como la proyección internacional de estos eventos ha devuelto la confianza de vecinos y empresarios locales a niveles anteriores a la recesión económica. Un argumento en el cual aparecen claros indicios de como estos eventos pueden convertirse directa o indirectamente en plataformas de promoción de antiguos proyectos urbanísticos. Plataformas, que crean entornos positivos en solares disfuncionales que a un tienen latente el recuerdo de proyectos especulativos. Una herramienta que generan experiencias positivas borrando el espejismo generado por la crisis económica, proyectando la marca turística de la ciudad dentro de los circuitos internacionales.

La consolidación de estos eventos masificados enseña como se puede asentar —al menos temporalmente— ciudades informales en enclaves con altos valores paisajísticos. Unos espacios que durante la crisis económica se pusieron en valor y ahora quedan de nuevo cuanto menos cuestionados. De ahí que, el éxito o saturación de estos eventos ejemplifica como estos actos multitudinarios han sido entendidos más como una plataforma de promoción de planes durmientes que una herramienta de dinamización turística. La creación eventos musicales como estrategia de dinamización puede ser una oportunidad de gran impacto económico. Pero también, para entender que el territorio se compone y configura más allá de la ordenación pormenorizada de usos y otros sectores para establecer plataformas para desvirtuar normativas de protección.

REFERENCIAS

- Colomina, X. y Duran, P. (2018). *La resurrecció del macroprojecte «manhattan de cullera» posa en perill part de la desembocadura del riu xúquer*. Directa. Cat. Recuperado de <https://directa.cat/la-resurreccio-del-macroprojecte-manhattan-de-cullera-posa-en-perill-part-de-la-desembocadura-del-riu-xuquer/> [Consulta: 14 de enero de 2020].
- Culleraturismo.com (2018). *El Gran evento del verano*. Recuperado de: <https://www.culleraturismo.com/guia/festival-medusa/> [Consulta: 9 de enero de 2020].
- Fabra, M. (2012). *El aeropuerto de Castellón 'tapaba' una recalificación para 40.000 viviendas*. El País. Recuperado de: https://elpais.com/politica/2012/01/15/actualidad/1326650326_763414.html [Consulta: 22 de enero de 2020].
- Fayos, E. (2019). *Un macroprojecte turístic es reactiva a borriana ple d'irregularitats*. Directa.cat. Recuperado de <https://directa.cat/un-macroprojecte-turistic-es-reactiva-a-borriana-ple-dirregularitats/> [Consulta: 24 de febrero de 2020].
- Fundación Alternativas (2007). Mapa de presuntas irregularidades y actos de corrupción urbanística 2000-2007. Fundación Alternativa. Madrid, Recuperado de: <https://es.greenpeace.org/es/wp-content/uploads/sites/3/2019/06/Costas-2019-completo-ver2.pdf> [Consulta: 9 de enero de 2020].
- Greenpeace (2019). A toda costa: Análisis de los ecosistemas naturales costeros vulnerables a la urbanización masiva del litoral. Greenpeace y Observatorio de la Sostenibilidad, Madrid. Recuperado de: <https://es.greenpeace.org/es/wp-content/uploads/sites/3/2019/06/Costas-2019-completo-ver2.pdf> [Consulta: 12 de enero de 2020].
- Lefebvre, H. (1974). *La producción del espacio*. Madrid: Capitán Swing.

- Olivares, R. (2019). *El modificado del proyecto de Golf Sant Gregori eleva el coste de la urbanización a 97 millones*. Castellón Plaza. Recuperado de: <https://castellonplaza.com/el-modificado-del-proyecto-de-golf-sant-gregori-eleva-el-coste-de-la-urbanizacion-a-97-millones> [Consulta: 17 de febrero de 2020].
- Olucha, A. (2011). *Burriana apoya el Arenal Sound como herramienta para atraer al turismo*. Las Provincias. Recuperado de <https://www.lasprovincias.es/v/20110514/castellon/burriana-apoya-arenal-sound-20110514.html> [Consulta: 15 de febrero de 2020].
- Ortega, L. (2012). *El fiasco del urbanismo playa y golf*. El País. Recuperado de https://elpais.com/ccaa/2015/01/18/valencia/1421606665_076545.html [Consulta: 10 de febrero de 2020].
- Pérez, D. (2020) *Burriana pide el aval de Costas para invertir 9 millones en las tres playas y el paseo marítimo de Sant Gregori*. Castellón Plaza. Recuperado de <https://castellonplaza.com/burriana-pide-el-visto-bueno-a-los-9-millones-para-las-tres-playas-y-el-paseo-maritimo-de-sant-gregori>. [Consulta: 16 de febrero de 2020].
- Rubio, M. y De Cárdenas, I. (2006). *Conciertos como ciudades, ciudades como conciertos. Formas de arquitectura y arte*. N.º 15, 16-18.
- Tudela, A. y Delgado, A. (2019). *¿El regreso de la especulación? Los últimos paraísos españoles amenazados por la codicia*. *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2019/08/19/icon_design/1566216434_272618.html x [Consulta: 18 de enero de 2020].
- Valero, D. (2018). *Los promotores del Manhattan de Cullera llevan a los tribunales la protección de la costa del Consell*. Valencia Plaza. Recuperado de: <https://valenciaplaza.com/el-pai-del-manhattan-se-abre-a-la-gestion-indirecta-se-escogera-el-mejor-proyecto-para-cullera> [Consulta: 14 de enero de 2020].
- Valero, D. (2019). *El PAI del Manhattan se abre a la gestión indirecta: «Se escogera el mejor proyecto para Cullera»*. Valencia Plaza. Recuperado de: <https://valenciaplaza.com/el-pai-del-manhattan-se-abre-a-la-gestion-indirecta-se-escogera-el-mejor-proyecto-para-cullera> [Consulta: 11 de enero de 2020].