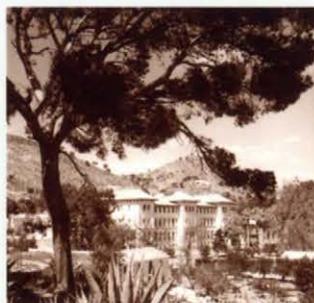
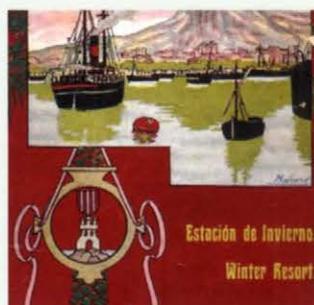
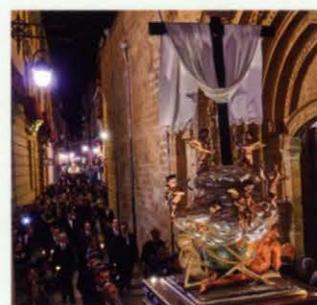


CANELOBRE

VERANO 2016 • REVISTA DEL INSTITUTO ALICANTINO DE CULTURA JUAN GIL-ALBERT • NÚM. 66 • 23€



El turismo en Alicante y la Costa Blanca





CANELOBRE es una publicación del Instituto Alicantino de Cultura
Juan Gil-Albert, Organismo Autónomo
de la Diputación de Alicante

Número 66
Verano 2016
23 euros

CANELOBRE

Dirección

Ramón Sánchez Martos

Subdirección

Elvira Rodríguez Fernández

Consejo Asesor

José Vicente Asensi Seva

Joan Castejón

José Ferrándiz Lozano

Susana Llorens Ortuño

Rosalía Mayor Rodríguez

Jorge Olcina Cantos

José Payá Bernabé

Gabriel Segura Herrero

Secretaría

Lorena Bernabéu Lledó

Maquetación

Marten Kwinkelenberg

Impresión

Quinta Impresión

Depósito Legal: A-227-1984

ISSN: 0213-0467

Número monográfico de *CANELOBRE*:
El turismo en Alicante y la Costa Blanca

Coordinado por:
José Fernando Vera Rebollo

Canelobre agradece las aportaciones fotográficas que aparecen en este monográfico y que han sido cedidas gentilmente por la siguiente relación de particulares e instituciones:

AENA, Aeropuertos Españoles; AG. Fotógrafo; Áxel Álvarez; Alberto Aragón; Perfecto Arjones; Rafa Arjones; Joaquín Carrión; Alicante Convention Bureau; Alicante Cruise Terminal; Alicante Natura, Diputación Provincial de Alicante; Aquology; Archivo Histórico Municipal de Elche; Archivo Histórico Municipal de Orihuela; Archivo Municipal de Benidorm; Archivo Municipal de Villajoyosa; Archivo Profesional de Juan Antonio García Solera; Archivo Profesional de Juan Guardiola Gaya; Archivo Profesional de Luis Marés Feliu; Arxiu Històric Municipal d'Alcoi; Asociación Alicante Accesible; Ayuntamiento de Banyeres de Mariola; Ayuntamiento de Elche; Ayuntamiento de L'Alfàs del Pi; Ayuntamiento de Petrer; Ayuntamiento de Torrevieja; Biblioteca Nacional de España; Biblioteca Valenciana Digital; Biblioteca Valenciana Nicolau Primitiu; Biktra; Blog Alicante Vivo; Alfredo Campello; Canal Patrimonio; CdT Alicante, Centro de Turismo Alicante; CdT Benidorm, Centro de Turismo Benidorm; Centro Superior de Idiomas de la Universidad de Alicante; Centro TLC Dénia; Colegio Territorial de Arquitectos de Alicante; A. Conesa Morales; Consejo Regulador Denominación Origen Protegida Vinos Alicante; A. Darblade; Dénia Creative City, Ayuntamiento de Dénia; Diario digital *Denia.com*; Diario *ABC*; Diario *Información*; Estación de Autobuses de Alicante; Estudio Carme Pinós; Familia Gäbel; Fundación La Alcudia; Grupo Bali; Grupo Casaverde; Histobenedorm, Blog de la Historia de Benidorm; HOSBEC, Asociación Empresarial Hotelera de Benidorm y la Costa Blanca; Hotel del Juguete, de Ibi; Hotel Meliá Villaitana, de Benidorm; IES Mediterránea, de Benidorm; IES Tirant Lo Blanc, de Elche; IMED Hospitales; INVAT.TUR, Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas; Francisco David Lucha Ojeda; MACA, Museo Arte Contemporáneo de Alicante; MARQ, Museo Arqueológico de Alicante; José A. Moya; MUBAG, Museo de Bellas Artes Gravina; Museo del Calzado [Elda]; Museo Villa Romana de l'Albir; Office of Architecture in Barcelona Carlos Ferrater Partnership; Oficina de Turismo de El Campello; Paco Grau; Paisajes Españoles; Parque Natural de Serra Gelada; Polaris World; Quique Dacosta Restaurante; Llum Quiñonero; Restaurante BonAmb Restaurant; Restaurante Casa Pepa; Restaurante La Finca; Restaurante L'Escaleta; Restaurante Monastrell; Javier Riera; Borja Rodríguez; Servicio de Carreteras de la Diputación Provincial de Alicante; Servicio de Relaciones Internacionales de la Universidad Miguel Hernández de Elche; Shutterstock; SICTED, Sistema Integral de Calidad Turística Española en Destinos; José Soler; Diario digital Sport. be; Tourist Info Alcoi; Tourist Info San Fulgencio; Tourist Info Teulada Moraira; Turespaña; M. Vera; Vilamuseu, Ayuntamiento de Villajoyosa; Visit Benidorm; Visit Elche; Vissum Corporación Oftalmológica; Vivood Landscape Hotel.

La revista *Canelobre* agradece especialmente la colaboración de Cristina Espinosa y Manuel Pulido, del Archivo Fotográfico de la Diputación de Alicante; de Santiago Linares, Agustín Medina y Elvira Sánchez, del Archivo Histórico Municipal de Alicante; de la Fundación Caja Mediterráneo y de Luis Castroverde, Víctor Mirete y Jose Manuel Quintana, del Patronato Provincial de Turismo Costa Blanca.

Relación de imágenes de cubierta, contracubierta y portadillas interiores en página 445.

Asimismo, la revista *Canelobre* agradece a todos los particulares, organismos e instituciones que, de forma desinteresada, han aportado datos e información para *El turismo en Alicante y la Costa Blanca*.

El turismo alicantino: trayectoria y claves para su análisis

La dedicación a la actividad turística en nuestro espacio provincial, en particular en sus localidades costeras, no es un hecho novedoso puesto que se remonta, al menos, a la segunda mitad del siglo XIX, cuando la función veraniega va adquiriendo relevancia e incluso generaba cambios —a veces solo estacionales— en algunas poblaciones. En la propia capital alicantina emergen, desde esa época, formas de ocio asociadas a su papel como lugar de veraneo, con la creación de establecimientos [hoteles, balnearios] que llegaron a alcanzar esplendor y que contribuyeron a configurar la imagen social de la ciudad, sobre todo de su fachada marítima.

En esta etapa de los albores del turismo se documentan campañas de promoción, con una amplia cartelería de época, y se han podido analizar las primeras formas de asociacionismo e institucionalización del tema, a escala local, para el fomento del turismo. Paralelamente, surgen iniciativas locales relevantes, centradas en la promoción del clima invernal y en las condiciones que esa benignidad del clima ofrecía para intentar atraer a una clientela elitista, al estilo de lo que acontecía en las llamadas estaciones invernales de la costa azul o *riviera* francesa e italiana, donde algunas ciudades se convirtieron en punto de encuentro de aristócratas europeos.

Esta fase abarca hasta los años 50 del siglo XX, cuando los grandes cambios y la transformación de la demanda, en el contexto del nuevo marco político y social de Europa occidental, abren una segunda, muy diferente tanto en términos cualitativos como cuantitativos, marcada por la eclosión del denominado turismo de masas, que se populariza y expande en la década de los años 60 y que ha marcado el rumbo de los grandes destinos turísticos de esta provincia, hasta la actualidad, con el sol y la playa como recursos naturales aprovechados de forma intensiva. Esta etapa se subdivide en fases que abarcan desde el proceso de despegue del modelo, pasando por momentos de recesión y recuperación, hasta llegar a la actualidad, sobre la base de cambios en los conceptos y formas de entender y practicar el turismo y con los consiguientes ajustes en los modelos de negocio y en la gestión de la actividad.

En el momento actual, cuando el turismo no deja de crecer e incluso vive un verdadero récord en sus cifras, se

observa cómo, en poco más de 50 años, en su vertiente de fenómeno de consumo masivo, ha transitado desde una función incipiente, basada en las motivaciones climáticas y que no pasaba de ser el complemento de rentas domésticas en lugares de costa, hasta llegar a configurar un sistema económico-territorial de notables proporciones e indiscutible importancia en nuestra realidad. Así, el turismo es entendido como una de las principales fuentes de renta y empleo de la provincia, desde el momento en que se estima que el Producto Interior Bruto (PIB) de la actividad turística, medida en precios de mercado, alcanzó ya en 2010 un importe cercano a los seis mil millones de euros en la provincia de Alicante. Se configura, pues, como un sistema que tiene que adaptarse a cambios que permitan mantener la dinámica de los destinos clásicos del sol y playa. Pero que también supone el impulso a nuevos productos para el consumo turístico, en diferentes contextos y entornos territoriales.

En estas coordenadas, el presente número de *Canelobre* está dedicado a analizar una actividad esencial de nuestro entorno social, económico y territorial, su significado en los procesos de transformación de esta realidad y también los horizontes de cambio que se presentan y el consiguiente reto que supone, para las empresas y destinos turísticos, su adaptación a nuevos escenarios, en el marco de las tendencias globales que mueven este sector. El ámbito de análisis es la provincia, en su conjunto, identificada en la promoción turística como la Costa Blanca, ya que la marca global integra también los espacios y productos turísticos del interior.

La distancia entre los orígenes del turismo alicantino y el contexto actual de este sector permite trazar una secuencia de cambios y continuidades. Por lo que se ha tratado de brindar una síntesis de conocimientos, sustentados en trabajos de investigación previos, articulando un texto en el que el turismo y sus cambios son el eje estructurante.

De este modo, el número se organiza en seis bloques temáticos que analizan, en primer lugar, el origen y la configuración de un espacio receptor de turistas, sobre la base del atractivo climático y el papel de los baños de mar. Los albores del turismo permiten reflexionar en torno a proyectos y realidades surgidas hace más de un siglo, como

la residencia de invierno con la que soñaban médicos y prohombres locales, desde las coordenadas de la climatoterapia. Es una primera etapa centrada en el aprovechamiento de las ventajas comparativas que propiciaba el clima, para captar viajeros acomodados, pero también significó la popularización de los establecimientos balnearios. Un periodo que abarca hasta la mitad del siglo XX y que significa el embrión de lo que posteriormente sería el surgimiento de los destinos turísticos.

Desde los años 50 del siglo XX, los grandes cambios y la transformación de la demanda, en el contexto del nuevo marco político y social de Europa occidental, abren una segunda etapa, marcada por la eclosión del denominado turismo de masas. Este turismo de masas es la consecuencia de la reconstrucción y crecimiento económico de Europa posterior a la segunda guerra mundial y abrió un nuevo modelo de relaciones norte-sur, con la implantación de una actividad que, para la provincia alicantina, supone el proceso de cambio más notable de la segunda mitad del siglo XX. De hecho, el crecimiento de la oferta y la demanda turística, a partir de los años cincuenta del siglo XX, es el proceso de la historia reciente de la provincia que más ha contribuido a transformar su realidad económica, territorial y social. La irrupción del turismo internacional y el residencialismo extranjero, como es el caso aquí analizado de la llegada de los primeros suecos, que descubrían lugares –paradisíacos en aquel momento– en nuestras costas; junto con el propio turismo nacional, suponen para Alicante y su franja litoral una transformación física y funcional orientada a albergar miles de visitantes, en consonancia con el incremento de la renta de los países y regiones emisoras y de la democratización del tiempo libre.

El segundo bloque de contenidos se detiene en los aspectos clave que definen un destino turístico consolidado, cuyas magnitudes dan cuenta de la importancia estratégica del turismo para la economía y su impronta en el modelo territorial y urbano.

Un primer indicador clave de su importancia es la demanda, motor que propulsa cualquier espacio receptor de turismo. En este sentido, la provincia de Alicante recibió, aproximadamente, 4,5 millones de turistas de origen internacional en 2014, lo que supone el 55,2 por ciento de todos los turistas extranjeros que visitaron la Comunidad Valenciana. La estancia media de los turistas extranjeros se estima en 11,1 días, alcanzando 49,7 millones de pernотaciones. En atención al origen de estos turistas, el principal país emisor es el Reino Unido, que supone el 42,7 por ciento del total de turistas que visitaron la provincia de Alicante en 2014, seguido de Francia con un 9,2 por ciento del total. Además, en ese mismo año, la provincia de Alicante recibió 6,6 millones de turistas residentes en España que, con una estancia media de 5,8 días, realizaron un total de 38,2 millones de pernотaciones.

Desde el ángulo esencial del impacto económico, el turismo representaba ya en 2010 aproximadamente un 18 por ciento del PIB provincial, cifra superior a lo que suponían sectores como la agricultura, la industria y la construcción, y superior también a lo que el turismo representa en la Comunidad Valenciana [12,54% del PIB autonómico],

España [10,4% del PIB nacional] y el mundo [9% del PIB mundial].

Un apartado clave para garantizar el desarrollo del sector es el de las infraestructuras y el sistema de transportes. Es de destacar que, en 2015, el aeropuerto de Alicante-Elche logró un nuevo récord al superar los 10,5 millones de pasajeros, por lo que se sitúa en el sexto puesto del sistema aeroportuario español. En cuanto al transporte ferroviario, destaca el papel de la línea de alta velocidad Alicante – Madrid, inaugurada en junio de 2013, con un crecimiento continuado del número de viajeros. Si bien en materia de infraestructuras de transporte, también se señalan determinadas deficiencias y limitaciones que afectan al turismo.

La configuración de áreas y espacios receptores se entiende a partir del sistema de oferta creado y su distribución en el territorio. La Costa Blanca alberga, en 2016, alrededor de 350 establecimientos hoteleros, concentrados en su mayoría en Benidorm, junto con otros destinos vacacionales y urbanos, en el marco de una tendencia orientada a la expansión territorial de la oferta hacia otros lugares de la provincia, además de las localizaciones clásicas del modelo turístico. En conjunto, son casi 68 mil plazas, lo que significa prácticamente el 5% de la oferta nacional y más del 50% de la Comunidad Valenciana. A las que se añaden las plazas en apartamentos declarados [más de 117 mil plazas], *campings* [más de 30 mil plazas] y el alojamiento rural, que suma ya en torno a 2000 plazas.

Es relevante el papel del patrimonio cultural como potencialidad, lo que justifica un exhaustivo análisis de los recursos con que cuenta este territorio, así como su diversidad y capacidad para estructurar productos de contenido cultural, en el proceso de diversificación espacial y en consonancia con nuevas motivaciones de demanda.

En este sentido, es un hecho revelador la difusión del turismo en el medio rural, merced a los programas de apoyo al desarrollo rural y de turismo de interior; y la consiguiente introducción de una nueva funcionalidad en estos espacios, que se relaciona con la relevancia que el ocio y el descubrimiento del mundo rural tiene para nuevos modelos de consumidores.

No obstante, en la Costa Blanca, el desarrollo de la actividad turística está relacionado con el intenso crecimiento de las ciudades y, particularmente, con la transformación de gran parte del litoral, donde los procesos de urbanización intensiva han ocupado durante las últimas décadas gran parte del valioso espacio costero. Por tanto, puede afirmarse que turismo, urbanización y planeamiento urbano se han desarrollado paralelamente en este ámbito geográfico. De este modo, por un lado, las ciudades tradicionales han crecido, adaptándose a las nuevas exigencias turísticas y, por otro lado, han surgido nuevos espacios urbanizados específicos para atender dichas demandas. Esta consideración urbana y territorial permite a los autores distinguir dos patrones de implantación de los espacios turísticos del litoral: las ciudades turísticas y los desarrollos suburbanos aislados.

Una buena parte de esos desarrollos suburbanos, aislados de los tejidos convencionales, tiene que ver con el fenómeno del residencialismo, la vertiente residencial del

turismo, ya que los municipios del litoral alicantino apostaron desde los orígenes de su desarrollo turístico por un modelo en el que predominaba el alojamiento en viviendas o apartamentos. Esta realidad ha supuesto que la dinámica del sector turístico se haya visto habitualmente determinada por los intereses del sector de la construcción y de las actividades inmobiliarias. La demanda de las viviendas para uso residencial procede, en primer lugar, del mercado nacional, tanto de zonas próximas como de otras comunidades autónomas. En segundo lugar, los compradores o arrendatarios de estas segundas residencias son europeos procedentes principalmente de Reino Unido y Alemania, que pasan largas temporadas en nuestras costas. Este flujo de movilidad residencial protagonizado por jubilados, o por personas en edades próximas a las de jubilación, se remonta a la década de los 60 y no ha dejado de crecer, hasta el punto de que es una de las facetas con mayor impacto territorial, social y económico, no exenta de notables contradicciones.

Ante tales procesos de cambio, no extraña que, entre las dimensiones del análisis del turismo, resulte absolutamente imprescindible dedicar la atención a los aspectos sociales, sobre todo porque la sociedad alicantina se ve implicada de forma evidente y de muy diversos modos en actividades turísticas reconocibles y no deja de ser un hecho que la ciudadanía ha asumido e interiorizado esa realidad, tras tantos años de desarrollo de la actividad.

La materialización del crecimiento del turismo tiene también una faceta muy visible en la arquitectura derivada de este fenómeno, no siempre reconocida por los propios profesionales, por lo que se dedica un capítulo muy significativo centrado en una síntesis de la arquitectura vinculada al turismo de sol y playa en la costa de Alicante, desde finales del siglo XIX hasta el ciclo del *boom* inmobiliario de 1953-1979.

El bloque temático acaba con la dialéctica de la relación entre el turismo y el medio ambiente, donde no solo se analiza la relación causal y conflictiva entre ambos temas, percibida en la transformación del entorno natural y urbano, sino también en los nuevos enfoques que se fundamentan en la necesaria orientación del turismo hacia parámetros de sostenibilidad, calidad y gestión responsable del medio ambiente, como el capital que sustenta el propio sentido del turismo.

Un tercer bloque está dedicado a las empresas del sector turístico, con dos vertientes esenciales. Una primera, su competitividad, como clave para afrontar el futuro. Si se suma la demanda nacional e internacional, puede estimarse en aproximadamente 11 millones de turistas los que anualmente recibe la Costa Blanca, que son atendidos por aproximadamente sesenta mil empresas, que representan el 55 por ciento de las existentes en la Comunidad Valenciana. La rentabilidad de una buena parte de estas empresas se obtiene fundamentalmente por el mantenimiento de unos elevados grados de ocupación, ya que los márgenes unitarios de la actividad son comparativamente bajos. De este modo, los empresarios apuestan por nuevas estrategias de diversificación, especialización e innovación, tratando de promover la mejora de la competitividad de sus empresas. La otra vertiente está centrada en la

calidad como paradigma y hecho diferencial del turismo en esta nueva etapa, mediante acciones y programas estratégicos orientados a dar un nuevo impulso al turismo y garantizar su futuro.

El cuarto bloque se orienta, con el apoyo de un rico y diverso material gráfico, a comprender el modo en que se ha creado la imagen turística de la Costa Blanca, la marca que resume el conjunto de la provincia, y todos sus atributos. En 1957 nació la marca turística Costa Blanca, aunque su nombre y límites se normalizaron en la Orden de 31 de marzo de 1964, debido al valor propagandístico y descriptivo de ciertas designaciones geográfico-turísticas.

Es sobradamente conocido que esta provincia ha focalizado su imagen en la bondad y benignidad de su clima, de forma que, como se indica en el texto correspondiente, sobre ese referente se creó la primera identidad turística que, en su globalidad, persiste actualmente. El binomio «sol y playa» fue, y es, elemento fundamental en la promoción de su imagen turística. Se analizan también en este bloque los avatares y procesos que, arrancando en acciones que se remontan a los años 50 y 60, llevaron a organizar la promoción institucional y el papel de los Centros de Iniciativas Turísticas y del Fomento Provincial del Turismo.

El bloque quinto está dedicado a la diversificación del producto turístico de la Costa Blanca y los nuevos enfoques que han llevado a una mayor difusión territorial del turismo en el espacio provincial y, por tanto, a la consiguiente generación de nuevos modelos de actividad y negocio. Si toda la etapa anterior supuso una concentración manifiesta de oferta y demanda en el litoral, las nuevas manifestaciones del turismo se diversifican y expanden en el territorio y, aunque se mantiene de manera indiscutible el liderazgo y la primacía de los destinos de sol y playa, el mapa turístico se expande a medida que progresa la diversificación espacial y funcional de la oferta, consecuencia del efecto de las nuevas modalidades de turismo: rural y natural, cultural, gastronómico, enológico, activo y deportivo, entre otros. A la vez que se observa el impulso de productos que sirven para renovar y, a veces, casi reinventar los destinos de sol y playa: náutica, deporte, gastronomía, congresos, cruceros, salud, entre tantos otros analizados en este apartado.

En definitiva, en este apartado se revisan los nuevos productos, renovados, emergentes o en fase de consolidación, y su papel en la reactivación de áreas turísticas clásicas, así como el modo en que se crean nuevos espacios para el consumo turístico, en cualquier entorno territorial.

El último apartado está dedicado a la formación, la innovación y la tecnología, como claves de impulso al conocimiento, el emprendimiento y la mejora de los servicios y productos turísticos. La formación del capital humano otorga a la empresa capacidad para diferenciarse de sus competidores a través de la calidad del servicio. Respecto a la innovación, permite aportar soluciones que, en algunos casos, al ser implementadas con éxito y generar valor, han podido ser consideradas como verdaderos cambios en el sistema turístico. Además, la etapa actual del turismo está marcada por la irrupción tecnológica, entendida como factor clave que afecta tanto al consumidor como a las empresas y destinos, redefiniendo las relaciones e interacciones

entre agentes y procesos. La etapa digital del turismo propicia, entre otros aspectos, la creciente segmentación de la demanda y la economía colaborativa, resultado de un turista digital que produce y consume experiencias y que tiene una presencia activa en Internet. Ante este nuevo factor, los destinos turísticos van adaptando los procesos de planificación y gestión mediante la aplicación de enfoques como el Destino Turístico Inteligente, que permite marcar diferencias entre destinos convencionales y destinos en la vanguardia de los cambios relacionados con la tecnología.

Finalmente, se presenta un anexo documental, facilitado por archivos e instituciones, que nos permite acercarnos a proyectos singulares y textos elaborados por personalidades de su época, en algún caso hace más de un siglo, y que fueron premonitorios sobre lo que podía llegar a ser Alicante como destino turístico. De estos proyectos, algunos nunca llegaron a ver la luz, como el *Sanitarium* de la playa de Babel, de Esteban Sánchez Santana; o el proyecto de urbanización de la playa de San Juan, de Pedro Muguruza. Otros son el testimonio de la importancia concedida al clima y al mar como referentes de la motivación esencial que ha sustentado el turismo en este espacio, como lugar receptor de visitantes. Y también aparece recogido el texto de D. Pedro Zaragoza que explica el modo en que se diseñaba Benidorm, adelantándose a su época, como el destino turístico más emblemático de esta provincia.

Todos los procesos analizados, presentes a través de decenas de fotografías, forman parte de la memoria de nuestras gentes y testimonian cómo el turismo contribuyó a la transformación –a menudo distorsionante– de

nuestros paisajes, a la vez que definía un nuevo modelo económico, convertido hoy en actividad estratégica, y cambiaba pautas en la sociedad alicantina.

En estos momentos, al margen de los éxitos económicos y lo que supone este sector, gracias en parte a fenómenos exógenos, como la recuperación económica de mercados emisores y la inestabilidad política que ha afectado profundamente a nuestros competidores del norte de África, lo que ha contribuido a un repunte espectacular de la actividad turística, no se puede ni se debe caer en triunfalismos, ni posponer por ello los retos pendientes ni el debate ante determinadas cuestiones que serán esenciales para afianzar el liderazgo hacia el futuro: la competitividad de empresas y destinos; la mejora de la calidad del empleo; la lucha contra la estacionalidad; la necesaria colaboración público-privada en las acciones; la coordinación y cooperación institucional; la diversificación de la oferta y la renovación de destinos maduros; la cohesión social y residencial en los municipios turísticos; la valorización y gestión del patrimonio natural y cultural, junto con la atención al paisaje y las áreas naturales, como claves de sostenibilidad; o los nuevos desafíos, no exentos de incertidumbres muy diversas, como los efectos del *Brexit*, o el cambio climático. En definitiva, tras un largo proceso de crecimiento y consolidación, es momento para caminar hacia un modelo renovado para una nueva etapa.

JOSÉ FERNANDO VERA REBOLLO

Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas
Universidad de Alicante

Índice

Orígenes y proceso de desarrollo del turismo

El clima, recurso básico del turismo alicantino	18
<i>Jorge Olcina Cantos y Juan Javier Miró Pérez</i>	
Orígenes y desarrollo turístico en Alicante: del veraneo al turismo de masas	38
<i>Tomás Mazón Martínez</i>	
Los turistas que vinieron del frío: el origen de la colonia sueca en Torrevieja	52
<i>Francisco Sala Anierte</i>	

Un destino turístico consolidado

La demanda y los mercados turísticos	66
<i>Ricardo Sellers Rubio y Juan Luis Nicolau Gonzálbez</i>	
Impacto económico del turismo	76
<i>Ana Ramón, José Francisco Perles y María Jesús Such</i>	
Espacios y destinos turísticos	84
<i>José Fernando Vera Rebollo y Daniel Díez Santo</i>	
Las infraestructuras de transporte y el turismo alicantino	98
<i>Armando Ortuño Padilla</i>	
El patrimonio cultural: recursos y potencialidades para su desarrollo turístico	108
<i>Elisa Rico Cánovas y Rosario Navalón García</i>	
La vertiente residencial del turismo	124
<i>Raquel Huete Nieves</i>	
El turismo en el medio rural alicantino	134
<i>María Hernández Hernández y Antonio Martínez Puche</i>	
El urbanismo y la urbanización del turismo	146
<i>Pablo Martí Ciriquián y Almudena Nolasco Círugeda</i>	

La dimensión social del turismo	156
<i>Alejandro Mantecón Terán</i>	
Arquitectura del <i>boom</i> turístico (1953-1979)	166
<i>Andrés Martínez-Medina</i>	
Turismo y medio ambiente	186
<i>María Paz Such Climent</i>	
 Las empresas del sector turístico	
La competitividad turística: una perspectiva empresarial y territorial	204
<i>José Francisco Perles Ribes</i>	
La gestión de la calidad en las empresas turísticas	216
<i>Juan José Tarí Guilló, Jorge Pereira Moliner, José Francisco Molina Azorín y María Dolores López Gamero</i>	
 La promoción y la imagen turística de la Costa Blanca: una perspectiva evolutiva y actual	
El origen de la imagen turística de la Costa Blanca	230
<i>José Ramón Valero Escandell y María Dolores Fernández Poyatos</i>	
La promoción turística de la Costa Blanca	244
<i>José María Perea Soro</i>	
Nuevas estrategias para la promoción de la Costa Blanca: del producto a los <i>stakeholders</i>	254
<i>José F. Mancebo-Aracil</i>	
 La creciente diversificación y especialización de la oferta turística Productos específicos	
El turismo de sol y playa en una nueva etapa	268
<i>Carlos Javier Baños Castiñeira</i>	
Nuevas orientaciones en el desarrollo de productos de turismo cultural	278
<i>Rosario Navalón-García y Elisa Rico Cánovas</i>	
El turismo de golf	290
<i>Daniel Díez Santo y Armando Ortuño Padilla</i>	
El desencuentro del turismo y la gastronomía en la provincia de Alicante	302
<i>Pedro Nuño de la Rosa</i>	
El turismo de reuniones y congresos	318
<i>Juan Diego Martí Durà</i>	
El turismo de cruceros en Alicante: pasado y presente	326
<i>Gaetano Cerchiello</i>	

El producto náutico-deportivo como elemento dinamizador del turismo litoral	334
<i>Marco Antonio Celdrán Bernabeu</i>	
El turismo de naturaleza en Alicante y su provincia	342
<i>Margarita Capdepón Frías</i>	
El turismo ornitológico en áreas naturales	350
<i>Eduardo Sánchez Salas</i>	
El cicloturismo: un producto emergente	358
<i>Óscar Sánchez Domínguez</i>	
El turismo de salud y su organización	366
<i>Elke Hersch Glass</i>	
El turismo idiomático	374
<i>Pilar Barra Hernández</i>	
Enoturismo y rutas del vino	382
<i>Nacho Coterón</i>	
Turismo accesible	388
<i>Paula Doncel Recas</i>	
Formación, innovación y tecnología	
La formación en materia de turismo: situación y diagnóstico	398
<i>Matilde Brotons Martínez</i>	
La investigación en turismo	406
<i>Josep Antoni Ivars Baidal</i>	
Tecnologías de la información y la comunicación: social media y turismo	416
<i>David Giner</i>	
Nuevos enfoques en la gestión turística: ¿hacia destinos turísticos inteligentes?	426
<i>Josep Antoni Ivars Baidal</i>	
Innovación y turismo: una aproximación inicial al tema	434
<i>Isabel Rodríguez Sánchez</i>	

Anexo. Textos históricos sobre el turismo alicantino [en volumen aparte]



Rascacielos Coblanca-1 en Benidorm, 1963-65, Juan Guardiola Gaya (Fotografía: Eugenio Bañón, Archivo Histórico Municipal de Alicante).

Arquitectura del *boom* turístico (1953-1979)

Andrés Martínez-Medina

Escuela Politécnica Superior
Universidad de Alicante

Estamos asistiendo a los orígenes de una gran megápolis. Es seguro que antes de fin de este siglo las costas mediterráneas serán ocupadas por edificación casi sin solución de continuidad. Una fantástica ciudad lineal de miles de kilómetros se extenderá a lo largo de las costas de España, Francia, Italia, Yugoslavia, Grecia y países del norte de África

Julio Cano Lasso, 1964

TURISMO, VERANEO Y VACACIONES: DE LOS INICIOS BURGUESES AL FENÓMENO DE MASAS

El presente artículo pretende mostrar una síntesis de la arquitectura vinculada al turismo de sol y playas en la costa de Alicante –destacando la función del ocio– desde finales del siglo XIX hasta el ciclo del *boom* inmobiliario de 1953-1979 resumido en la imagen del rascacielos [izquierda], símbolo de la modernidad y del progreso obrados por el milagro del turismo. Pero ¿qué entendemos por turismo?, ¿es distinto del veraneo? El turismo supone un viaje de placer, *tour* que exige de un medio de transporte y de un techo para pernoctar; tres actividades que son atendidas por la arquitectura: ocio, comunicaciones y, especialmente, la residencia. El veraneo consiste en pasar las vacaciones durante el estío en un lugar distinto al que se vive normalmente. Y las vacaciones son el descanso reglado y casi obligatorio de todos los trabajadores. Mientras el turismo ha existido desde siempre y el veraneo también dispone de una larga tradición (ambos restringidos a los sectores más pudientes), las vacaciones son un derecho conquistado por la sociedad occidental en la primera mitad del siglo XX. Resulta obvio que el turismo, inicialmente reseñado a unos pocos burgueses, se transmuta en un fenómeno popular cuando forma tándem con las vacaciones que, de modo estándar, tienen lugar en verano. Y esta alianza supuso un cambio de escala en el turismo como industria el cual se produjo tras la II Guerra Mundial, pasando de ser una oferta elitista a convertirse en un fenómeno de masas.

Turistas y veranenates, a nuestros efectos, vienen a ser lo mismo: gentes de vacaciones gozando de su tiempo libre; un tiempo de relax y diversión que pasaban junto al mar porque el mar, y sus baños, se habían demostrado beneficiosos para la salud física y psíquica. Las primeras instalaciones específicas que se levantaron para atender estas demandas de ocio fueron los balnearios marinos a los que le siguieron los clubes de regatas, ya que se pusieron de moda los deportes náuticos. Desde mediados del

XIX se construyeron balnearios por casi todos los pueblos costeros, desde Torrevieja hasta Benidorm y Denia. Estas edificaciones presentaban el aspecto de un muelle que se adentraba en el mar cuya plataforma, construida de madera primero y de perfiles metálicos después, albergaba casetas para los bañistas y zonas de bar y terrazas para la estancia y el baile. Los balnearios, ejecutados con materiales ligeros (maderas y tejidos), se montaban y desmontaban cada verano a la vez que, año tras año, iban ampliándose ofreciendo más servicios: baño, restauración, espectáculo. Sería la ciudad de Alicante la que más piezas de este tipo llegó a albergar: hasta 16 balnearios [González, 2008] (fig. 1) que, tras la guerra civil, fueron desapareciendo [Mateo, 1998]. Se trataba de arquitecturas desmontables que recogían los gustos eclécticos y *art-déco* del momento. Siluetas llamativas y endeables que contrastaban con los pretendidos aires cultos del club de regatas [1909, P. Lafarga] por sus formalismos neoárabes que sustituía a otro previo. Pero nada queda ya de estas edificaciones modernistas y burguesas, bien porque ya no son necesarias (balnearios), bien porque ya han sido sustituidas por otras (club de regatas), y es que el turismo, en tanto que actividad lista a atender las demandas del ocio, necesita de cambios constantes, incluida la renovación total o la sustitución del negocio. Como tampoco nada resta de las primeras fondas y hoteles para turistas, muy publicitados en prensa y folletos, como el demolido Parador de Ifach en Calpe [1932-ss, M. López González], de volúmenes blancos [López, 1952] (fig. 2), o el Gran Hotel Miramar en Aguas de Busot, heredero del viejo balneario termal, hoy abandonado.

Si hay un proyecto que puede resumir las aspiraciones de esa época de entreguerras, en cuanto a las relaciones entre ciudad, arquitectura y turismo, anticipando el negocio inmobiliario del ocio a través de la transformación del territorio en una urbanización residencial, este sería el concurso internacional para la ciudad de vacaciones Playa de San Juan convocado en 1933 por el Ayuntamiento de Alicante y el respaldo del gobierno de la II República. Resultó ganadora

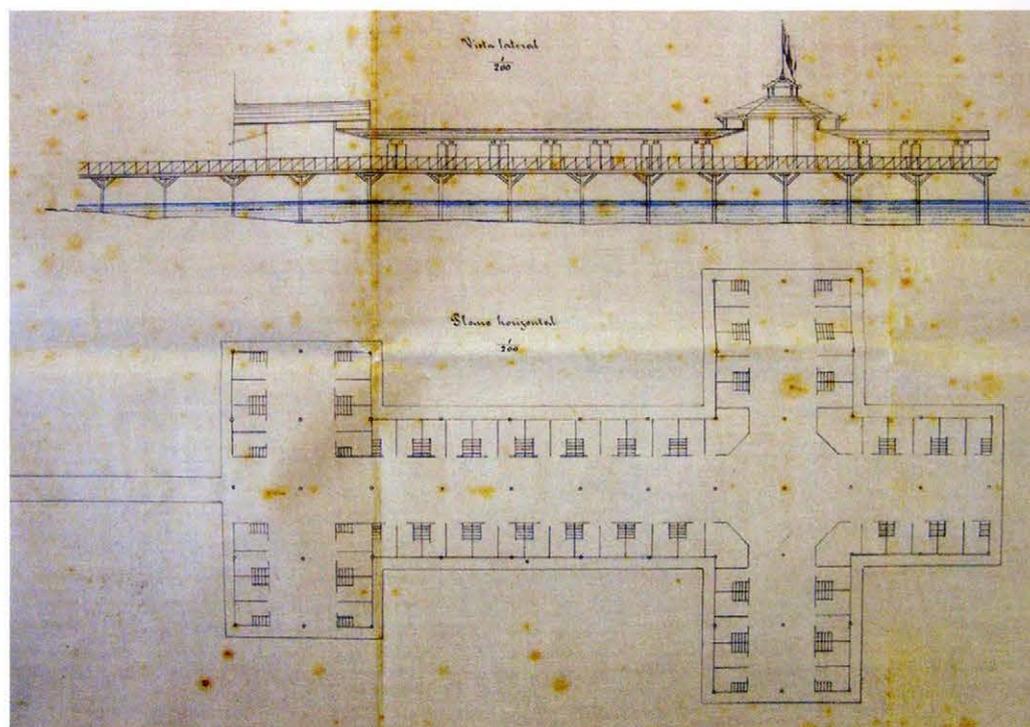


Figura 1.
Balneario La Alianza
Alicante, 1877
[González, 2008].

la propuesta del arquitecto Pedro Muguruza –apoyado por un grupo financiero (Giner, 1985)– que definía una ciudad jardín adaptada a la orografía del cabo de Huertas y de las playas de la Albufereta y San Juan (Muguruza, 1933), organizada en torno a tres focos de atracción constituidos por pares de hoteles (Gran Turismo, Playa e Invierno) y centros deportivos (Club de Golf, Balneario-Casino y Piscinas-Puerto Náutico), además de un campo de golf inspirado en California (Giménez, 1985; Vera, 1987; Martínez 1998, Martínez, Oliver, 2014). Pero la mayor parte de los visitantes, en realidad, no se alojarían en los lujosos hoteles, sino en alguno de los distintos tipos de chalés aislados ya que las bases explicitaban que el principal objetivo era «atraer el turismo [...] llamado de residencia» (Alcaldía, 1933), por lo que esta ciudad reunía todo lo necesario como industria turística. La superficie de la actuación rondaba los 10 km²,

cifra próxima tanto a la propia Alicante como a la coetánea Ciutat de Repós i Vacances que diseñaba el GATCPAC [Grup d'Arquitectes i Tècnics Catalans per al Progrés de l'Arquitectura Contemporània] cerca de Barcelona; en ambas se recurrió a las modernas técnicas del urbanismo funcionalista: el estudio del territorio y el *zoning*. Mientras en esta última hizo aparición la arquitectura de vanguardia del movimiento moderno, en Playa de San Juan los proyectos se inspiraron en una arquitectura más historicista y convencional. A falta de la perspectiva ganadora, traemos la vista aérea del equipo de Amat, Iglesias y Ortemberg (AHMA), retirada de los archivos, que recrea una estampa cosmopolita [entre yates, hidroaviones, puerto náutico y paseo de palmeras] un tanto inspirada en Niza, a la vez que respetaba y protegía el Tossal de Manises (fig. 3). Este proyecto concretaba el sueño, anunciado en los carteles

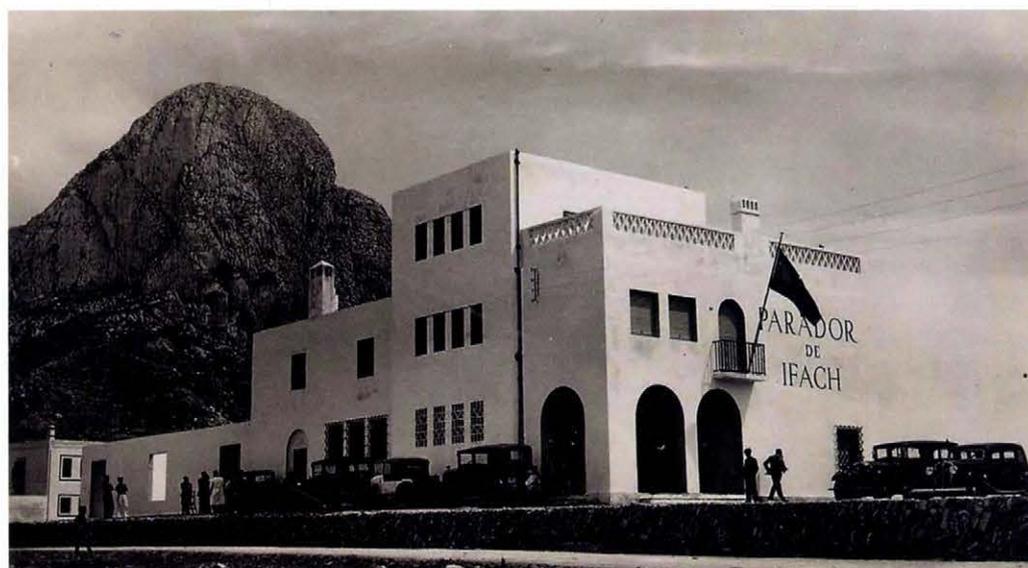


Figura 2. Parador de Ifach
Calpe, 1932-ss,
M. López González
[Colección fotográfica
F. Sánchez Ors,
Archivo Histórico Municipal
de Alicante –AHMA–].



Figura 3. Perspectiva de la propuesta no vencedora del concurso de 1933 para la Ciudad de Vacaciones de Playa de San Juan, de Amat, Iglesias y Ortembach [arqs] (Archivo Histórico Municipal de Alicante).

publicitarios desde la *Belle Époque*, de convertir Alicante en una *Winter Resort* (Bonet, 2010).

Es significativo que de esas décadas solo permanezcan en pie las primeras alamedas marítimas como la Explanada en Alicante, el paseo Vista Alegre de Torrevieja o el Parque de Elche en Benidorm, quizás porque se ejecutaron para la ciudad y eran públicos. En esta línea de zonas verdes de antaño nos sorprende el paraje de las dunas de Guardamar, en parte, porque no fue pensado para el esparcimiento, aunque hoy sea un potente reclamo turístico, y, en parte, porque fue una obra necesaria: la de ponerle freno a la naturaleza para salvar a un pueblo de su enterramiento. También conocida como La Pinada, este enclave no es más que el resultado del empeño por convertir un espacio natural agresivo en un paraje de dunas domesticadas y cuantifica la magnitud temporal (1897-1929) y el esfuerzo humano que se requiere para su obtención: la plantación de más de medio millón de especímenes vegetales (Mira, 1929). Sin embargo, los procesos de urbanización dan cuenta del signo contrario: en qué poco tiempo se modifica o destruye el recurso base sobre el que se sustenta el turismo: el territorio y el paisaje.

LA COLONIZACIÓN DE LA COSTA Y EL BOOM TURÍSTICO

La Guerra de España (1936-39) y la posterior década de Autarquía supusieron, en general, una ralentización de la promoción de las actividades turísticas. Sin embargo, el clima de aislamiento internacional (político y cultural) y de penuria económica de la dictadura de Franco se modificó al iniciarse los años 50 con España decantada del lado occidental. Los aires de renovación tuvieron su reflejo en el colectivo de los arquitectos que optaron por recuperar el tiempo perdido en sueños imperialistas para ser tan modernos como sus homólogos europeos y americanos:

la *Revista Nacional de Arquitectura* pasó a llamarse solo *Arquitectura* en 1959, desde sus páginas se invitaba a visitar la costa de Alicante (Redacción, 1959), se abrió el debate crítico —incluidos los rascacielos—, se montaron monográficos sobre el turismo (AA.VV., 1964) y el ministro del ramo redactaba un editorial (Fraga, 1964); en el sector se impuso una versión comercial del estilo internacional (Hitchcock, Johnson, 1932) ya en decadencia en el horizonte profesional. Arrancó una etapa de desarrollo económico y de prosperidad en la que tuvo lugar el *boom* inmobiliario turístico que se truncaría con la crisis energética (1973-79). De este tiempo abordamos dos grandes temas: cierta instrumentalización del turismo por parte del Estado (y la relaciones entre ciudad y arquitectura turísticas) y las nuevas construcciones que atendían las demandas de techo; uso residencial que sumaría más producción de viviendas y apartamentos que de campings y hoteles, porque la «segunda» residencia se usó como motor de riqueza e inversión. Capítulo aparte merecen las arquitecturas para el relax y la diversión: el negocio del ocio.

El escaparate del regimen: Visit Spain, *Spain is different*

Quienes primero pusieron en práctica el turismo de masas fueron las clases medias europeas que comenzaron a visitar España superada su posguerra. Es evidente que la generalización del automóvil —también llamado turismo— facilitó los desplazamientos, pero los motivos de estas nuevas invasiones bárbaras eran otros más allá del viaje: el paisaje costero, la bondad del clima, el bajo nivel de vida y la hospitalidad de las gentes (AA.VV., 1966: 9-12). Esta presencia de extranjeros fue aprovechada por el Estado para fomentar la industria turística como fuente de divisas y publicitar una imagen de normalización política y social. En 1951 se creó la Subsecretaría de Turismo (en 1957 Ministerio) desde donde se diseñó para el exterior la

campana *Spain is different* [vigente hasta los 70'] que substituyó a la *Visit Spain* de la Autarquía.

Con el fin de estructurar una red hostelera estatal, la primitiva cadena pública de albergues dio paso a la Red Nacional de Paradores, entre los que figuró el Parador Costa Blanca en Jávea [1961-65, J. de Osuna]. Un hospedaje de lujo que se emplazaba frente al mar, no muy lejos de la carretera nacional 332 de la costa –carretera elogiada por Le Corbusier en los años 30 [Le Corbusier, 1932] y redescubierta por la escritora Rose Macaulay en los 40' [Macaulay, 1950]–, que estaba jalonada por estos hoteles desde Francia hasta Portugal bordeando el Mediterráneo: hacia el norte estaban los paradores de El Saler [Valencia] y de Benicarló [Castellón] y hacia el sur los de Puerto Lumbreras [Murcia] y Mojácar [Almería]; una geografía teñida de marcas para su promoción y recuerdo: Costa del Azahar, Blanca, Cálida, del Sol... Todos estos hoteles eran de nueva planta y todos se vinculaban a la arquitectura del *International Styling*, no exenta de referencias a las construcciones populares. El parador de Jávea (fig. 4) se emplazó sobre un lugar privilegiado del litoral, en un extremo de la playa del Arenal. La parcela, una isla entre la trama turística y el mar, se colmató con un jardín [1965, N.M. Rubió i Tudurí] salpicado de palmeras de gran porte por delante de la abstracta retícula de la fachada, ligeramente curvada frente al horizonte azul. El bloque, blanco electrodoméstico, contrastaba su luminosidad mediterránea con la orgánica naturaleza como si de un templo griego se tratara. Los lenguajes de la arquitectura internacional eran el escaparate de un país que intentaba regularizarse con el futuro europeo. Este parador, como todos, protagonizaría cartel del Ministerio de Turismo.

Este establecimiento se vincula tipológicamente con los hoteles panorámicos decimonónicos [Jiménez, 2014], si bien su distribución se organiza por bandas: un bloque de habitaciones contempla el Mediterráneo a la vez que oculta

los servicios, evidenciando su filia funcionalista. La estrategia seguida para su implantación fue un modelo a seguir por los complejos hoteleros destinados a un turismo de élite promovidos por la iniciativa privada. El hotel de Arenales del Sol [1961, F. Muñoz], el hotel de la Zenia [1964 ca.] o el hotel Los Ángeles en Denia [1965, F. Moreno] se colocaban frente al mar, al borde de playas solitarias, emergiendo como máquinas de control del territorio. Culminaría esta estrategia el hotel El Montiboli [1966-72, M. López] que descansa sobre un promontorio, dominando la playa de Bon-Nou en Villajoyosa: un paraje virgen elegido para emplazar un hotel de lujo, años después de abrirse el camping Paraíso [1963-65]. Este hotel juega con la imagen de una *casbah* magrebí encaramada sobre el acantilado, donde las habitaciones definen un estrato ondulado y blanco que «se ha ceñido al máximo a la topografía existente, ya que tiene unas bonitas vistas sobre el amplio horizonte del mar» [López, 1966]. Todos estos hoteles –muchos de lujo–, hitos en sus idílicos sitios volcados al mar, actuaron de imán y provocarían la aparición de asentamientos turísticos a su alrededor.

Otra cuestión interesante es el giro producido en la arquitectura religiosa dado que España era un estado confesional católico y los turistas que nos visitaban, con sus relajadas costumbres, suponían una velada amenaza a la moral imperante. Si la arquitectura española a mediados de siglo se volvió de repente ortodoxamente moderna, esta transformación no dejó inerte a las promociones de la curia: Dios no tomaba vacaciones ni en verano. Los gobernantes intentaron que en los enclaves turísticos no faltara una iglesia que atendiera las necesidades espirituales incluso de los turistas extranjeros. Y en estos nuevos templos para veraneantes la arquitectura alcanzó ciertas cotas de lirismo, sumándose al movimiento de renovación de los espacios sacros católicos afianzado desde la capilla de Ronchamp [1950-55, Le Corbusier].

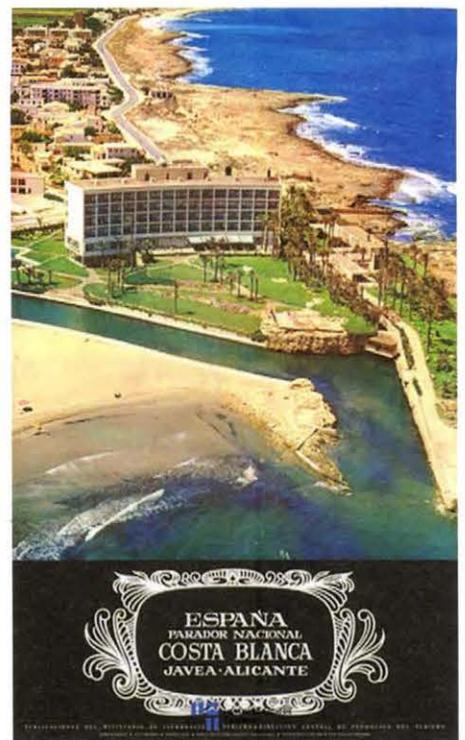
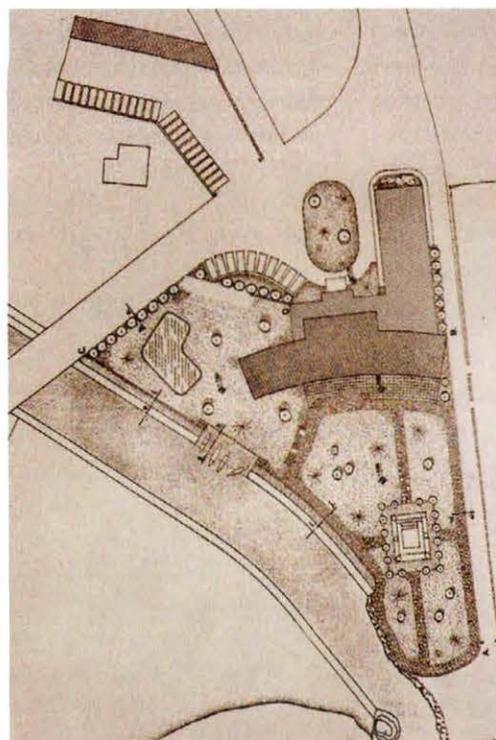


Figura 4.
Parador Nacional
Costa Blanca en Jávea,
1961-65, J. de Osuna Fajardo,
emplazamiento [AA.VV. 2002]
y cartel del M.^o Turismo [1969].

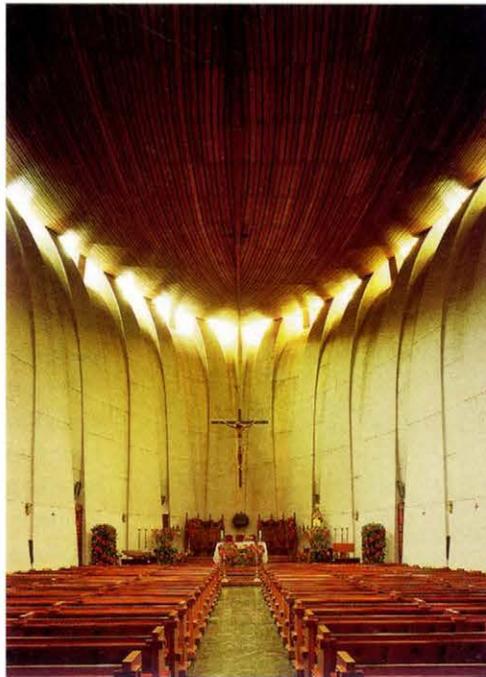
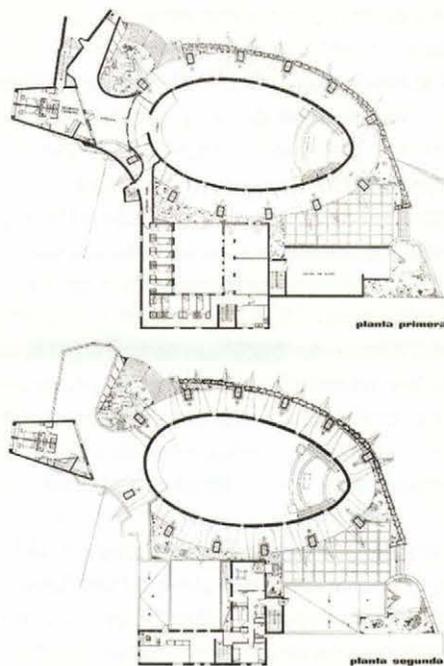


Figura 5. Parroquia del Mar, Jávea, 1967-68, GODB, plantas y espacio interior [Fotografía: Joan Roig, 2002].

El ejemplo más paradigmático es la parroquia del Mar en Jávea [GODB, 1967-68] por su plástica exterior y su metáfora simbólica (fig. 5) que fue propuesta para el premio nacional de Arquitectura. El interior del templo –canónico– sugiere que los feligreses se encuentran en el fondo del mar porque el techo es el casco de la barca de la salvación que surca las olas: su espuma es la luz que desciende rasante desde los lucernarios mientras los apóstoles petrificados sostienen en lo alto la nave [García, 1968]. La estructura es la artífice de la milagrosa flotación de la cubierta: el cielo de la iglesia convertido en la superficie del mar. El hormigón armado se revela portador de cualidades divinas mientras la luz vuelve más humano el espacio sagrado pensado para el contacto entre los creyentes y Dios, aunque este recinto resulte pequeño para las masas de visitantes. Otras iglesias de veraneo, ya más ajustadas a las directrices del Concilio Vaticano II, serían las parroquias de San Pedro en Playa de San Juan (que reinterpreta el espacio de una tienda nómada), la de la Virgen de las Nieves del casco antiguo de Calpe (que se inspira en prismas de la tradición popular) y la de la Virgen del Carmen del ensanche de Levante de Benidorm (que se acopla a la tipología de rasca-cielos sobre plataforma); todas ellas ya ejecutadas a fin de ciclo en la década de los 70 [Martínez, 2003].

Puede que las urbanizaciones turísticas, en sus incios, no contaran con más dotaciones que con las respectivas iglesias. La apertura a Europa pasaba por asumir la modernidad arquitectónica y las iglesias, como los paradores, eran la estampa progresista de una sociedad dirigida. Y si el Estado renovaba su proyección al exterior utilizando la arquitectura de la emergente industria turística estatal y al interior, entre otros, con la nueva arquitectura religiosa –ambas proyectadas por una cierta élite–, las autoridades locales descubrieron en el turismo el motor que impulsara el desarrollo urbano. Son conocidos los intentos por revitalizar las fachadas marítimas y citamos la sencilla transformación que se operó en la ciudad de Alicante a mitad de

siglo y que luego imitarían otras ciudades en sus paseos marítimos como Altea [1961] y Benidorm [1969].

La remodelación de la Explanada [1954-60] se inspiró en el mosaico de orillas serpenteantes del paseo de la playa de Copacabana de Río de Janeiro –destino turístico internacional– y en la fuente de la ONU, cuyo diseño se justificó en el hecho de que su «composición recuerda el movimiento de las aguas del mar» [López, Fajardo, 1957]. El tapiz tricolor contrastaba con las palmeras centenarias y la actuación se completaba con una concha para la música y una fuente luminosa al final de la perspectiva. Lo que debió ser solo una reforma del pavimento derivaría en la imagen más publicitada de la ciudad (fig. 6), ofreciendo una estampa tropical que se plasmó en miles de postales y revistas, promocionando Alicante como un centro turístico en paralelo con la apertura de España al exterior. Ciudad turística significaba sociedad abierta y cosmopolita, como la nueva arquitectura que se construía: receptiva y actual. Turismo y modernidad comenzaban a ser sinónimos, un tándem que intentaba suplantarse la romántica imagen de país atrasado, porque España trataba de no ser tan diferente. El franquismo descubrió en la cantera del turismo y en el filón de la arquitectura moderna uno de los mejores expositores desde los que vender su imagen de progreso. Si el turismo era industria, la arquitectura era una de sus herramientas y la publicidad uno de sus fluidos (¿líquido?). El milagro del turismo hizo progresar el país, a lo que también contribuyó la arquitectura moderna y su difusión, dentro y fuera, de las campañas del Ministerio de Información y Turismo, que dejó de serlo en 1977 al tiempo que fenecía el «Desarrollismo».

Modelos urbanos y arquitecturas residenciales

El régimen franquista, al alcanzar los años 50, apostó por las ciudades. La Ley del Suelo de 1956 –la primera de este tipo– introduciría los principios de la Carta de Atenas de 1933 [Peñín, 1983] y colocó casi todo el suelo en el



Figura 6. Explanada de Alicante, 1954-60, M. López González y A. Fajardo Guardiola [Fotografía: autor, ca. 2000].

mercado, resultando muy atractivo el que rodeaba las urbes y el que se situaba cerca del Mediterráneo. Años después, en 1963, se aprobaría la Ley de Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional (CINT) que, en medio de la vorágine de la segunda residencia, intentaba garantizar un mínimo de calidad urbana con la reserva de plazas hoteleras en los asentamientos turísticos, pero su aplicación estuvo limitada a zonas elegidas por la iniciativa privada. Sin embargo, pocos municipios litorales contaron con planes generales que dirigiesen y regulasen su expansión turística, y muchos nuevos asentamientos litorales obedecieron a planes parciales privados anteriores o posteriores a su ejecución. Las cifras de extranjeros y sus colonias residenciales no explican el *boom* turístico sino se atiende a los movimientos nacionales que desbordaron cualquier previsión. Todos los pueblos dieron cabida a este flujo migratorio construyendo dos tipos de asentamientos: de nueva planta o mediante ensanches de sus tramas (densificando las existentes); el conjunto dio como resultado un modelo de desarrollo lineal salpicando la frontera marítima (Vera, 1987). Muchas familias de veraneantes optaron por adquirir una segunda residencia en propiedad (Navalón, 1995; Luri, Sala, 2005) ya que el sector de la construcción se erigió en motor de crecimiento y la vivienda se consideró un bien de inversión. Así pues, comenzaron a proliferar nuevos paisajes urbanos de pequeñas ciudades y barrios turísticos, bulliciosos y colmatados en verano y fantasmas y vacíos en invierno (Barba, 1994).

Entre los primeros planes generales aprobados estaría el de Benidorm, encargado al arquitecto Francisco Muñoz

Llorens en 1953 por el alcalde del municipio Pedro Zaragoza y que sería aprobado en 1956 un mes antes de la publicación de la Ley del Suelo (Gaviria y Otros, 1977; Nuño, 2013). Otro caso, algo similar, sería el de la ciudad de Alicante, redactado por F. Muñoz y M. López antes de la propia ley, y que sería aprobado por el ministerio de la Vivienda en 1958, si bien, dejando fuera la Playa de San Juan [1959, J. Guardiola]. Ambos planes estuvieron en la publicación de la Delegación del M.^o de la Vivienda que divulgó sus logros de modo inmediato (Ministerio, 1959), avalando el respaldo otorgado por la Administración. Dado que no hay lugar para extenderse en el planeamiento funcionalista impulsado por el régimen, al menos conviene apuntar que el fenómeno del *boom* inmobiliario desbordó las capacidades de las autoridades locales y provinciales, volviéndolas cómplices en su laxitud.

Así pues, no todos los municipios turísticos contaron con planeamiento general y solo algunos tramitaron planes parciales privados. Las tipologías arquitectónicas residenciales de todos estos nuevos desarrollos urbanos que colonizaron los suelos costeros bascularon entre las ordenaciones de viviendas unifamiliares —aisladas o *bungalows*: pareados, adosados, en fila o superpuestos— y los edificios plurifamiliares de hábitats, bien de disposición laminar y horizontal —bloques— o bien de composición prismática y vertical —torres—; los rascacielos se gestarían después. Se impuso una amplia diversidad de tipologías que se implantaron simultáneamente. De un modo general se comprueba que las viviendas aisladas se adaptaron bien a las topografías accidentadas de la costa norte mientras que los bloques se expandieron mejor en los terrenos llanos frente a las playas en la costa sur; pero hubo excepciones. A su vez, y de un modo muy sintético, se podría afirmar que los turistas extranjeros preferían viviendas solitarias mientras que los veraneantes nacionales optaban por viviendas adosadas o dentro de un bloque, tal y como se recogía en las memorias de algún plan parcial cuando este incluía ambas tipologías (López, 1971). No obstante, las diferentes agrupaciones de unifamiliares se dieron por todo el litoral urbanizado.

También de un modo muy resumido cabe afirmar que estas tipologías generan diferentes modelos urbanos que se resumen en dos conceptos que suponen extremos: ciudad horizontal (extensión y superficie) (fig. 7) frente a ciudad vertical (intensidad y altura) (fig. 8), con todas las variantes híbridas intermedias; ambos modelos pueden funcionar como «ciudades de veraneo», con inmuebles en propiedad para la permanencia de largas temporadas, o como «ciudades turísticas», con hoteles y apartamentos de alquiler para las visitas acotadas en el tiempo. Dado lo innumerable de las soluciones y de los casos de promociones residenciales, remitimos a los estudios especializados (Oliva, 1997; Jaén, 1999; AA.VV., 2002; Varela, Calduch, 2001; Ivars, 2003; Oliva, 2005-a; Oliva, 2005-b; Martínez, Oliva, 2008; Centellas y Otros, 2009; Landrove, 2010; Landrove, 2011) que han profundizado en este tema y que recogen la amplia casuística de arquitecturas y urbanizaciones en torno a espacios abiertos comunes destinados al ocio y el descanso, y cuyos modelos se ensayarían en las tramas turísticas y se exportarían a las ciudades de

invierno, las de siempre. Aquí solo citamos tres ejemplos destacados por su calidad urbanística o arquitectónica. Un primero sería el CITN Dehesa de Campoamor [1963-73, A. Orts Orts] que reproduce el viario circular y radiocéntrico de la ciudad-jardín de E. Howard. Un segundo sería la urbanización La Rotonda [fig. 9], en primera línea de playa de San Juan [1965-67, J. Guardiola], que se articula con diferentes bloques aislados, todos con vistas sobre el mar y todos girando alrededor del jardín. Y el tercero sería la fortaleza de la Muralla Roja [1966-68, R. Bofill] (fig. 10) dentro de la urbanización La Manzanera en Calpe, de gran potencia plástica y cromática y cuyos espacios comunes recuerdan algunas perspectivas imposibles del pintor M.C. Escher (AA. VV., 2002; Banyuls, 2003).

Procede, sin embargo, un apunte al nacimiento del rascacielos residencial, por su impacto y trascendencia. En 1961 se solicitan licencias en Alicante para dos edificios singulares: el Hotel Gran Sol [1961-68, M. López] y el Hotel Riscal [1961-71, F. Muñoz], respectivamente, de 30 y 32 plantas y que supondrían los auténticos primeros rascacielos. Dos años después, en 1963, se presentan los primeros proyectos de rascacielos de viviendas y apartamentos: para La Albufereta la torre Vistamar [1963, J. Guardiola] y para Benidorm el Coblanca-1 [1963, J. Guardiola] (fig. apertura), ambos de 29 plantas sobre la cota de acceso. Todos estos rascacielos rondan los 90m de altura y, salvo el hotel Gran Sol, todos ellos adoptan el modelo americano de torre exenta y prismática sobre plataforma pegada a tierra: rascacielos sobre rascasuelos que, además, orientan sus piezas y terrazas al mar como horizonte (Martínez, Oliva, 2015). En Benidorm, ese mismo año de 1963, se aprueba la ordenanza que libera el número de plantas manteniendo el coeficiente de edificabilidad (Gaviria, 1977), lo que equivalía a apostar por los rascacielos (con estructuras metálicas) siempre que estos liberasen espacio libre de parcela. Rascacielos



Figura 7. Vista aérea del CITN Dehesa de Campoamor, 1963-73, A. Orts Orts (postal, ca. 1975).



Figura 8. Vista de la Av. Costa Blanca, Playa San Juan, 1959-ss, J. Guardiola Gaya (postal, ca. 1975).

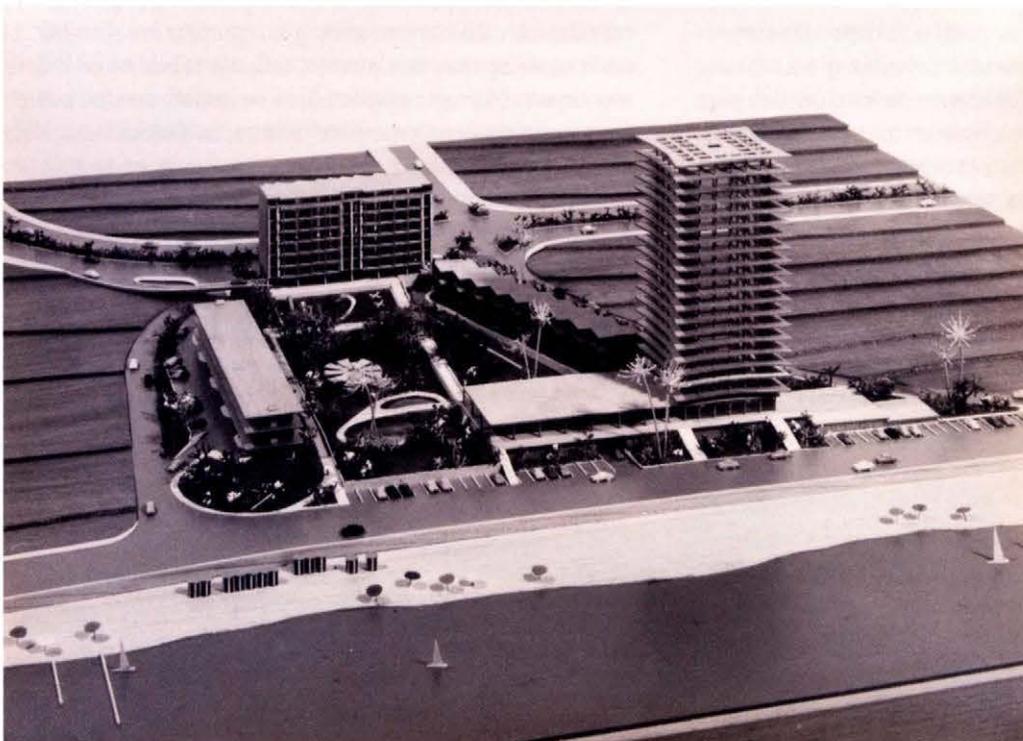


Figura 9. Urbanización La Rotonda, Playa de San Juan, 1965-67, J. Guardiola Gaya (AP-JGG).



Figura 10.
Edificio la Muralla Roja,
Urbanización La Manzanera,
Calpe, 1966-68, R. Bofill Leví
(Fotografía: autor, 2007).

que, en Benidorm, iniciaron una pugna por la singularidad de su forma: basta con ver la torre Coblanca-5 (1971) y la torre Benidorm (1971-75), ambas de Juan Guardiola. La aparición del rascacielos vino arropada por los *mass media* que habían preparado a los profesionales y a la opinión pública: a los primeros desde las páginas de la revista *Arquitectura* una década antes y a la segunda con la prensa que elogiaba la edificación en altura. Desde ese momento, el *skyline* de muchas urbes sería otro y Benidorm, a mediados de los 70', era la ciudad española con mayor número de rascacielos (también en la actualidad). Los documentales y el cine usaban los escenarios del turismo, bien como noticia, bien como plató para filmes españoles.

Establecimientos hoteleros: evolución del tipo al *resort*

Esbozadas algunas propuestas urbanas y enunciadas algunas de las tipologías residenciales de las ciudades para las vacaciones ¿cómo era el alojamiento turístico rotacional, el de hotel? Algo ya se ha esbozado y la respuesta es múltiple y diversa. Hubo una amplia oferta hotelera para las clases medias –al margen de los hoteles panorámicos de lujo al borde del mar– entre las opciones posibles, aunque la cantidad de hoteles es menor que la de edificios de

viviendas: en 1969, año en que se calculaba que la provincia había sido visitada por tres millones de turistas, «Alicante ocupaba el primer lugar en España en plazas hoteleras, con 526 hoteles y 19 985 apartamentos» (Moreno, 1991: 36). Veamos la implantación de establecimientos de hospedaje y su evolución; no hemos de olvidar que el hotel es una de las tres piezas mínimas que el profesor Pié considera como elementales para cualquier desarrollo turístico (Pié, Rosa, 2013). Descubriremos la evolución de la tipología hotelera y cuatro casos sirven para ilustrar este proceso: cuatro hoteles en edificación abierta de arquitectura moderna y funcional.

El primer ejemplo sería el Hostal San Juan en la playa de Muchavista [1955-59, J.A. García Solera] (fig. 11), que contaba con 20 habitaciones y su gestión era familiar. El edificio, de apenas dos niveles, articula la planta en L definiendo un volumen compacto que se remata con las cubiertas a una sola pendiente para reforzar la dirección paralela al mar. La distribución interna anticipa una constante en la tipología hotelera: salones y terrazas públicas en planta baja y habitaciones en planta de piso (y superiores) que, aquí, llegan a situarse también a cota cero; sus servicios complementarios son limitados (aparcamiento) porque la

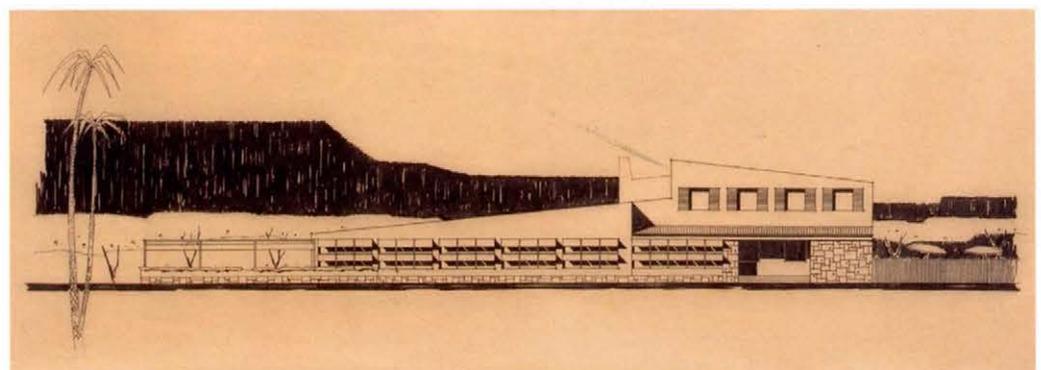


Figura 11.
Hostal San Juan,
Muchavista, El Campello,
1955-59, J.A. García Solera
(AP-JAGS).

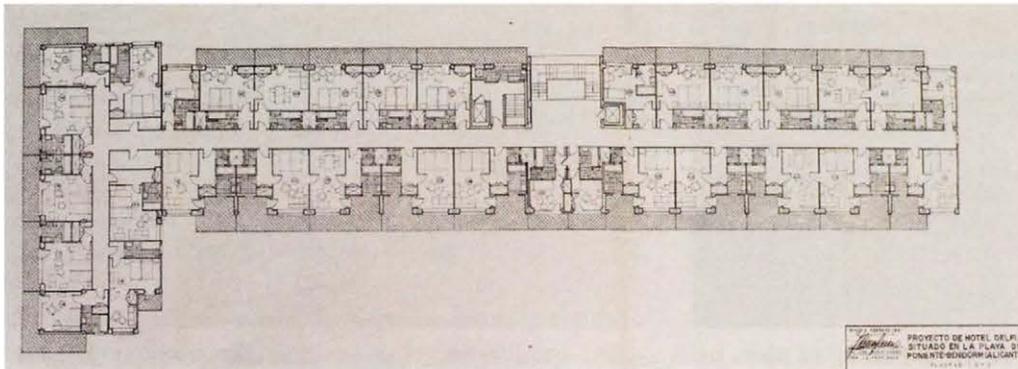


Figura 12. Gran Hotel Delfín, Benidorm, 1958-63, J.M. Garma Zubizarreta, foto época [Chiner, 2005] y planta tipo de habitaciones [Archivo Municipal de Benidorm].

playa está en frente. A pesar de la modestia de sus dimensiones y de sus acabados, quizás por la habilidad en que se supieron conjugar aspectos de la tradición constructiva y hacerlos compatibles con la estética moderna, esta pieza sería publicada en las páginas de la revista *Arquitectura* [García, 1959].

Un segundo ejemplo lo suministra el Gran Hotel Delfín [1958-63, J.M. Garma Zubizarreta], sito en primera línea de la playa de Poniente de Benidorm (fig. 12) y que contaba con 150 habitaciones. El edificio, de cuatro niveles, se estructura en planta de T mediante un prisma casi en perpendicular a la orilla rematado con un bloque paralelo a la playa; el más largo alberga las vistas laterales y el corto las frontales al Mediterráneo. La zonificación interior repite el patrón citado (zona pública bajo, zona privada arriba) y las habitaciones se distribuyen a dos bandas desde un pasillo central. El hotel se erige aislado en medio de su parcela que se destina a terrazas, piscina, jardines y aparcamiento; su publicidad ofertaba, entre otros, «Bar Americano. Taberna Española. Pista de tenis (...). Dos restaurantes con aire acondicionado y vistas al mar. Cenas de verano en la Terraza-Jardín con orquesta y baile» [Chiner, 2005]. A pesar de las reformas, el hotel conserva su volumen nítido, sus vidrieras de colores y su potente testero mural con cuatro grandes delfines que evidencian tanto su filiación moderna y su reclamo comercial como su incipiente iconografía pop. Este establecimiento, como casi todos los levantados en Benidorm en 1954-64 calificados como «los hoteles del

paraíso» [Chiner, 2005], era de tamaño medio (entre 50 y 150 habitaciones) y se identifica con los bloques denominados «tranvía» derivados del primer plan general de este municipio.

Un tercer ejemplo lo aporta el Hotel Don Pancho [1969-71, J.A. García Solera], emplazado en segunda línea sobre la avenida Mediterráneo (la arteria principal del ensanche de Levante de Benidorm, paralela a la playa), que contaba con más de 250 habitaciones (fig. 13). El edificio consta de 19 plantas, hecho solo entendible desde la ordenanza de 1963 que suprimió el número máximo de plantas y las posteriores normativas locales que primaban el uso hotelero. La sección del edificio corresponde a la de un rascacielos con volumen exento sobre plataforma. La base ocupa casi toda la parcela en dos plantas generando multitud de espacios abiertos y cerrados donde, en medio de jardines con vegetación tropical, se ubican piscinas, restaurantes, cafeterías y una sala de fiestas. El volumen superior tiene 17 pisos y la planta ligeramente curva, con un esquema de organización por bandas: núcleo de escaleras, corredor posterior abierto y serie de habitaciones con terrazas con vistas frontales a la isla de Benidorm. Este bloque laminar opone su fachada principal más ligera, por la superposición de estratos horizontales, con el peso y la sobriedad de los testeros ciegos y la parte posterior, contraste no exento de cierto brutalismo. Sin embargo, las reminiscencias mejicanas del nombre del hotel son la excusa para una decoración inspirada en el mundo precolombino que coloniza los vestíbulos y lo

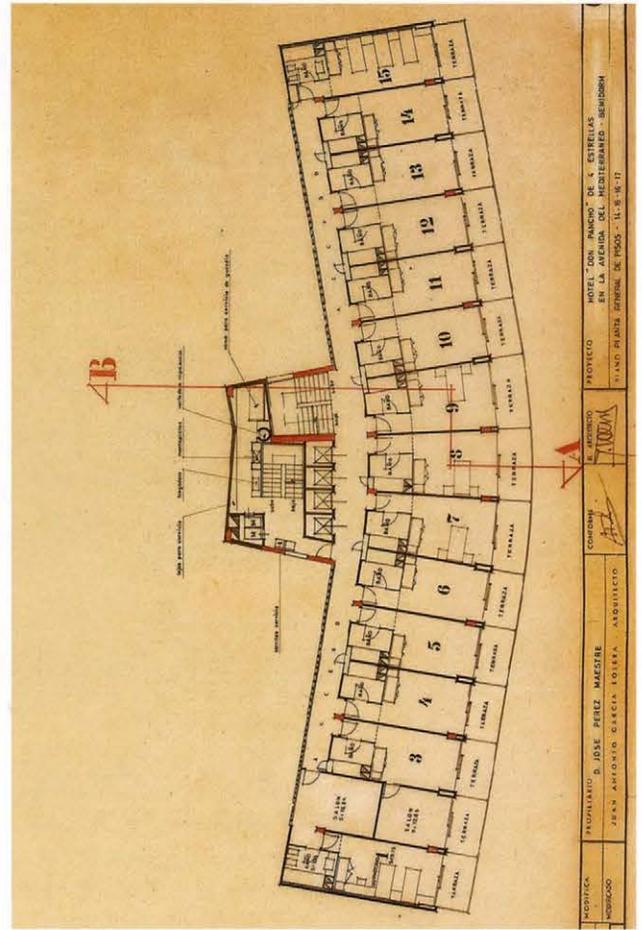


Figura 13. Hotel Don Pancho, Benidorm, 1969-71, J.A. García Solera, postal de época (ca. 1975) y planta tipo de habitaciones (AP-JAGS).

emparenta con otros establecimientos de cadenas hoteleras temáticas por su ambiente y servicios.

El cuarto ejemplo lo constituye el antiguo Hotel Las Ocas [1970-72, L. Marés Feliu], situado en tercera línea de playa de Levante y con 330 habitaciones (fig. 14). El edificio consta de 11 plantas y su perfil, como en el caso anterior, ya responde al tipo de rascacielos sobre un pódium; este alberga los servicios públicos y los espacios abiertos y encima descansan las 10 plantas de habitaciones volcadas a dos bandas dentro de un prisma dispuesto en perpendicular a la playa ofreciendo vistas laterales. Las fachadas acusan estilemas de moda en la arquitectura japonesa del momento a través de los grandes huecos circulares de las terrazas, dando una cierta imagen de arquitectura futurista, en resonancia con la coetánea discoteca Cap-3000. En este punto conviene realizar un apunte relativo a la publicidad de todos estos hoteles (mediante postales, folletos y hojas impresas) donde, junto a sus características, servicios y fotografías de las instalaciones, siempre aparecía un plano que situaba Benidorm en relación a las principales infraestructuras de acceso a la ciudad por tierra (carreteras), mar (ferris) y aire (aeropuertos) desde Alicante, Valencia, Mallorca, Madrid y Barcelona. [Una cosa más: los hoteles tendrían aún recorrido, baste citar el Hotel Tío Chus en Guardamar en 1974 con 1000 habitaciones].

Este último establecimiento no solo responde a la liberación de alturas, sino que forma parte del gran paquete de

hoteles que se construyeron en Benidorm desde la inauguración del aeropuerto internacional de El Altet en 1967 (AA. VV., 1992) y la crisis del petróleo que se abriría en 1973. Los mayoristas del turismo europeo, sobre todo del británico, pasarían a operar más desde El Altet; en este último aeropuerto, en 1971, se preparó una nueva terminal a propósito para vuelos chárter (Moreno, 1991: 40). La prensa de la ciudad anunciaba, con motivo del incremento de la llegada de extranjeros, la construcción de 24 nuevos hospedajes definidos como «hoteles-fábrica» (Chiner, 2006) tanto por su rápida ejecución como por su gran capacidad. Estos complejos se alejaban de primera línea y trataban de ofrecer dentro de su propio recinto todo el relax y la diversión que el turista o el veraneante podía necesitar: residencia, servicios, jardines, deportes, piscina, ocio y sala de fiestas; modelo que se extendió a los conjuntos de miniapartamentos turísticos (como los Playmon, enfocados a un turismo joven). En realidad, cada uno de estos macrohoteles o complejos turísticos se consolidaba como una mini-ciudad de vacaciones –un *resort*– completamente equipada para el relax, insertada en la trama de la ciudad, convertida así en la capital del turismo de la Costa Blanca. Desde 1966, Benidorm sería objeto de los carteles y folletos publicitarios del Ministerio de Turismo en los que se ensalzaban los deportes náuticos, las playas, el paisaje y los rascacielos. Y es que la ciudad o la arquitectura que no salía en los medios de comunicación, ciertamente, no figuraba en los mapas.

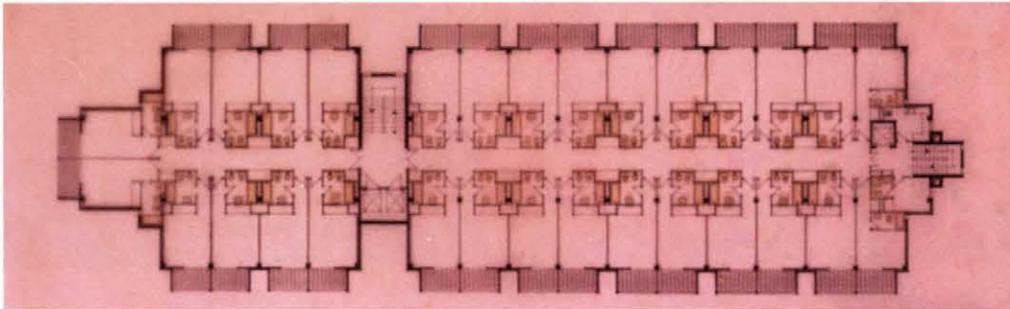
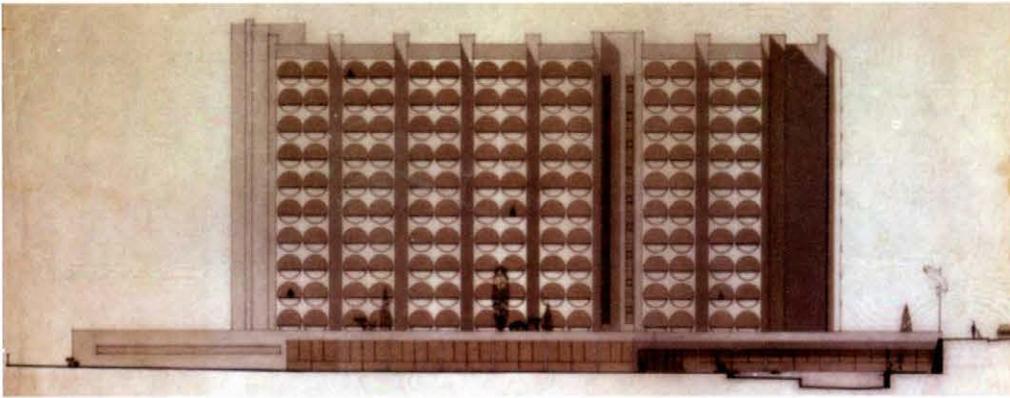


Figura 14. Hotel Las Ocas, Benidorm, 1970-72, L. Marés Feliu, fachada y planta de habitaciones (AP-LMF).

EL NEGOCIO DEL OCIO TURÍSTICO: ARQUITECTURAS PARA EL RELAX Y LA DIVERSIÓN

Hasta aquí hemos visto algunos fragmentos de ciudades turísticas donde convivir en verano así como diversas tipologías para vivir la temporada —viviendas, bloques, torres— o un periodo más corto —hoteles— y puede que intuyamos similitudes con las soluciones urbanas y arquitectónicas dadas en las ciudades de invierno. Procede referir las arquitecturas propias para el tiempo de ocio, ya sea este de relax y descanso o de fiesta y diversión, máxime cuando las cuatro funciones del urbanismo moderno, en el caso de la ciudad turística, se reducen a tres: recrearse, habitar y circular, donde el tiempo libre pasa al primer plano. Permanecer en el *resort* o en la urbanización no era el fin último de las vacaciones. Vacaciones significaba disfrute del tiempo libre y lugar de vacaciones implicaba espacios para el ocio, bien como expansión bajo el calor del sol —diurno— o de diversión bajo la noche templada —nocturno—.

Lugares para el ocio diurno: náutica, deportes y atracciones

Todo lo relacionado con el mar cobró prioridad, ya lo vimos: balnearios y clubes de ragatas, ahora denominados clubes náuticos por su amplitud de actividades deportivas marinas. Con su inserción, el puerto declaraba su vocación recreativa no apta para todas las economías. Algunas de estas instalaciones ayudaron a consolidar la actividad turística de las ciudades, como el club de regatas de Alicante, que se cambió por otro náutico a mitad de los 60', y el club náutico de Denia, que se construyó a finales de década [1968-69, J. Matarredona]; ambos vinculados a formalismos internacionales y construidos con estructura de hormigón armado que les confería mayor resistencia al paso del tiempo. Otros clubes náuticos fueron el reclamo o la

excusa para generar o consolidar un centro turístico como el de la Dehesa de Campoamor [1969-71, J.L. Fernández del Amo], cuyo arquitecto promovió la renovación de las corrientes artísticas en España desde los años 50.

Este club náutico (fig. 15) se ubica próximo al corazón del centro cívico de este CITN, declarando la importancia del mismo, y se dota tanto de almacenes para barcas como de salones-miradores sobre el horizonte [y de un conjunto de piscinas al aire libre no ejecutado]. A pesar de las transformaciones sufridas por este inmueble para estar al día en su uso, es posible apreciar las leyes compositivas de plantas y volúmenes a partir de una malla hexagonal que remite tanto a la arquitectura organicista y metabolista allende nuestras fronteras, como a obras más cercanas como el pabellón de España para Bruselas de 1958. Un hexágono central, donde coinciden vestíbulo y escalera, es la cédula base desde la cual se genera la expansión de este organismo que se va adaptando a la topografía escarpada y a la diferencia de cotas entre la entrada y el muelle. Sus volúmenes blancos entroncan con una cierta imagen vinculada al Mediterráneo y el hormigón le ha permitido llegar hasta nuestros días, superando la fecha de caducidad que se le supone a la arquitectura funcionalista y, más aún, a la del ocio turístico que exige renovaciones periódicas. Prueba de este proceso es el cercano supermercado de 1974 (hoy: cadena Día), obra del mismo autor [Fernández, 1983], donde se podría rastrear la arqueología de las superficies comerciales de la provincia, por ser la primera de ellas (con espacios interiores con rampas y una celosía en malla espacial de gran canto), estar pensada para acceder en coche y contar con playa de aparcamientos (fig. 16).

Los deportes, y no solo los marinos, estuvieron muy presentes, aunque acusaban una deriva de más diversión y mayor esparcimiento que de competición y forma física: piscinas privadas, pistas de tenis, canchas deportivas,

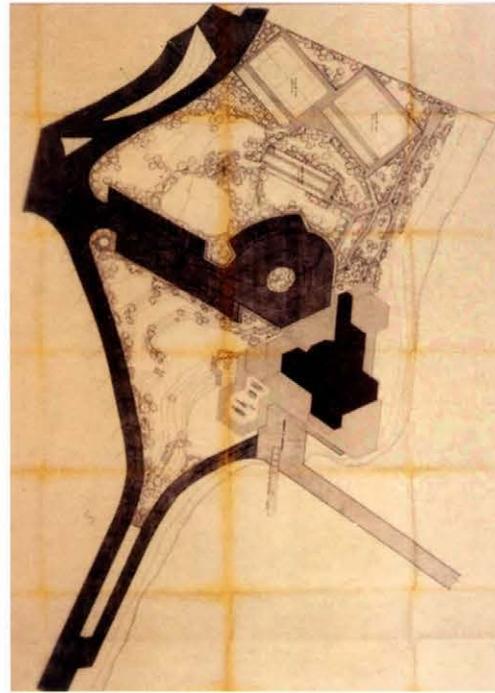
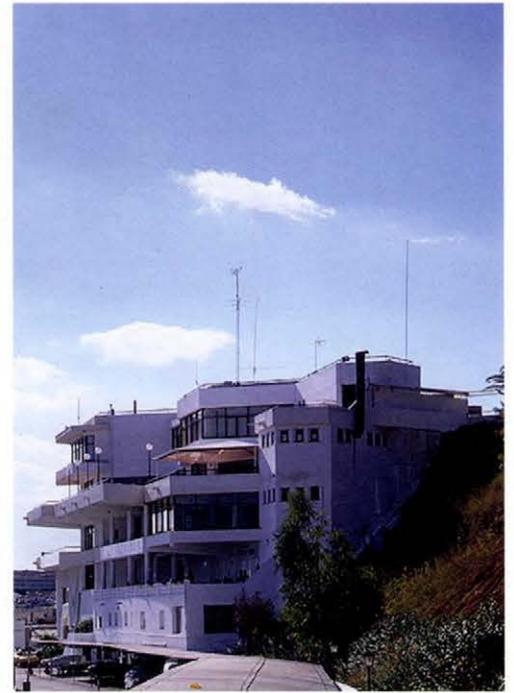


Figura 15. Club Náutico, Dehesa de Campoamor, 1969-71, J.L. Fernández del Amo, plano de situación [Archivo Histórico Municipal de Orihuela] y exterior [Joan Roig, 2002].



mini-golfs, mini-cars, patines de playa, frontones [Eder-Jai] o piscinas olímpicas. Este es el caso del complejo deportivo de Santa Pola del Este [ca. 1969], cuyo centro cívico turístico [restaurante, piscina y minigolf] es en la actualidad una ruina. El máximo nivel y sofisticación de los deportes relajantes se alcanzó cuando la actividad se fundió con la propia urbanización residencial. Esto se logró en el campo de golf Villa Martín, en Orihuela-Costa, inaugurado por el ministro del ramo en 1972 y que abriría una nueva concepción de las ciudades para las vacaciones en su relación con el medio natural y rural.

Bastante sugerentes resultan los parques de atracciones ya que tratan de convertir en estables y permanentes unas instalaciones que, de siempre, fueron provisionales y móviles. El primer ejemplo, aunque ya desaparecido, sería el Manila Park de Benidorm [1958, F. Muñoz Llorens]. Mayor éxito y duración tendría el Europa Park [1977, A. Rey Sancho], también en Benidorm, emplazado junto a la

nacional 332, al principio de la avenida Europa. Se trataba de un amplio solar [12 500m²] donde se colocaban, sueltas, las diversas atracciones mecánicas [montaña rusa, trencitos, cochecitos, pulpo, etc.], las edificaciones para los servicios [oficinas, tiendas, kioskos, jardines...] y el gran delfinario resuelto como un teatro a cielo abierto [fig. 17]. Entre la escasa arquitectura fija, las muchas instalaciones y los enormes carteles, destacan las formas curvas de la marquesina y las dimensiones de las letras de bienvenida, así como el hito vertical del aro atravesado por un delfín que era el logotipo del negocio, elementos que acusan la influencia de la publicidad donde lo novedoso, las formas sinuosas y las imágenes futuristas de la propia propaganda aproximan esta arquitectura a algunas de aquellas características formales de la llamada por J.A. Ramírez: «la arquitectura del relax» [AA.VV., 2012]. Una arquitectura frágil, pero presta a modificarse y renovarse cuando una nueva atracción fuese necesaria: más presencia de la marca y la acción y menos de las formas y su ejecución. Construcciones lúdicas pues, desenfadas y deshinibidas, sin apenas referencias o registros en la tradición de la arquitectura. Edificaciones entendidas más como lenguaje y mercancía, propias de la sociedad de consumo. Arquitecturas un tanto pop inspiradas en imágenes divulgadas en los medios de comunicación de masas, especialmente el cine y la televisión.

Más contundentes en sus formas y volúmenes resultan las arquitecturas para los espectáculos diurnos o nocturnos. Este es el caso de la plaza de toros levantada en Benidorm [1961-62, J.M. Domínguez García] que ofrecía corridas taurinas a los turistas y, ocasionalmente, otros eventos como conciertos, ya que en su diseño se reservaba una parte del graderío para escenario [fig. 18]. La edificación responde a un tipo conocido sancionado por la experiencia, con su rotundo contorno cilíndrico que se descompone en sus elementos de estructura mediante muros y pórticos radiales. El alzado de proyecto incorpora motivos



Figura 16. Supermercado, Dehesa de Campoamor, 1974-ss, J.L. Fernández del Amo y Equipo 70 [Fotografía: autor, 2000].

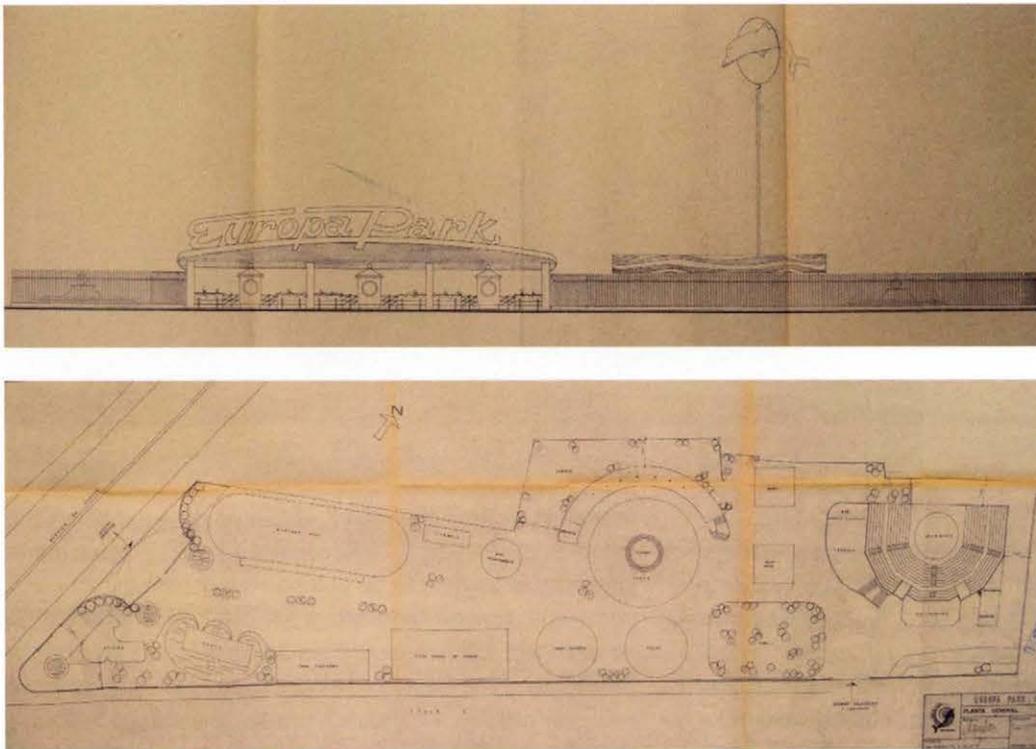


Figura 17. Parque de atracciones Europa Park, 1977, Benidorm, A. del Rey Sancho, planta del conjunto y fachada de acceso [Archivo Municipal de Benidorm].

decorativos casticistas, mientras que la perspectiva muestra un artefacto blanco sostenido en el cielo por un esqueleto de pilares y vigas, afreciendo la estampa de una arquitectura más provisional que tradicional. (Un síntoma del poco interés de esta época por el patrimonio arquitectónico fue el hecho de que, a la vez que se construye esta, otras plazas de toros se abandonaban como las de Orihuela o Villena).

En contraposición a la permanencia de esta tipología está la eventualidad de los espectáculos taurinos y musicales que allí tenían lugar. El de mayor repercusión mediática sería el Festival Español de la Canción que arrancó en 1959 con el ánimo de proyectar Benidorm tanto en España como en Europa. Los decorados de este evento se diseñaban para cada certamen anual, a igual que todo el despliegue gráfico del evento. Uno de los más sugestivos es el diseñado para el XII certamen del festival [1970, J.A. García Solera]: sobre un gran muro plano de fondo se destacan en relieve toda

una serie de círculos y tambores de distintos tamaños con mini-esferas flotando por delante (fig. 19). Esta escenografía, de referencias orgánicas, acusa ecos de cierto arte cinético, pero la arquitectura aquí es más efímera y acontecimiento que nunca: un día, un escenario, un evento; todo retransmitido por la televisión en blanco y negro.

Lugares para el ocio nocturno: cines, discotecas y salas de fiestas

Pero si hubo un espectáculo apto para todos los públicos que tuvo éxito por encima de todas las cosas, y no solo en las ciudades costeras, este sería el cine —el contenido— que se proyectaba por las noches a cielo abierto en los cinematógrafos —los contenedores—. Los cines de verano constituyeron, desde su invención a principios del siglo XX, uno de los pasatiempos preferidos por las masas. Por suerte, todavía quedan en pie algunos de estos recintos, aunque en bastante mal estado y muchos de ellos están cerrados.

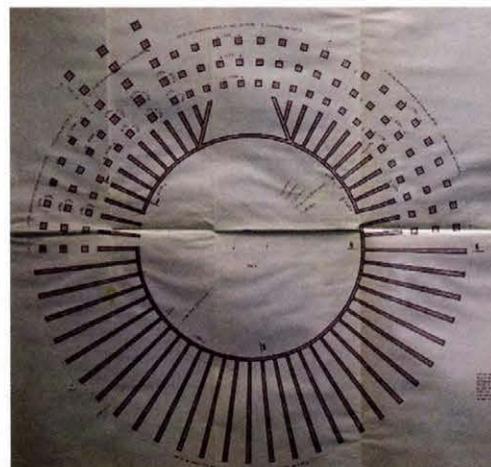


Figura 18. Plaza de Toros, Benidorm, 1961-62, J.M. Domínguez García, vista aérea [Chiner, 2005] y planta estructura [Archivo Municipal de Benidorm].

Figura 19. Escenario del XII Festival Español de la Canción, Benidorm, 1970, J.A. García Solera, Foto: Arjones (AP-JAGS).



Un *rara avis* es el Cine Navia [1966-67, A. Orts Orts] (fig. 20), en la Dehesa de Campoamor, que se mantiene en pie como si de un héroe se tratara frente a la presión que se cierne sobre estos lugares porque ocupan solares donde cualquier otro uso edificado otorgaría un mayor y más rápido beneficio. Este cine, como tantos de verano, se configura como un templo oscuro (atrio-entrada, nave-patio y altar-pantalla), cuya cubierta es la bóveda estrellada y la Vía Láctea, y donde el espectáculo de la luz (en color y cinemascope) proporciona noches de película a los más de 1000 consumidores de celuloide de la sala. Se trata de una arquitectura al límite, sin techo en su mayor parte, tan solo definida por el muro de cierre en su perímetro que acota su sagrado recinto y por la pieza del acceso donde se ubican la cantina, la cabina y los servicios. Con una evidente reminiscencia

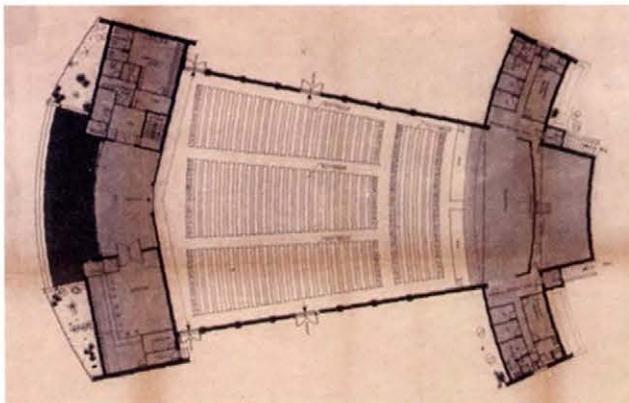


Figura 20. Cine de verano Navia, Dehesa de Campoamor, 1966-67, A. Orts Orts, exterior [foto autor, 2000] y planta [Archivo Histórico Municipal de Orihuela].

teatral en su funcionamiento, el cuerpo de la pantalla tiene volumen para albergar un escenario ante eventuales representaciones en directo. Su estado es, inusualmente, bueno, por lo que deviene candidato a ser catalogado y protegido, en tanto que superviviente de una época dorada del «relax» [Martínez, Oliva, Oliver, 2014].

En el ciclo del ocio la noche, junto al cine para todos los públicos, comenzaron a hacer aparición los *night-clubs*, las *boîtes*, las salas de fiestas y las *discothèques*, locales que amenizaban las veladas con música disco o en directo, ya para mayores (es curiosa la invasión de vocablos ingleses, franceses e italianos que importamos con el turismo). Casi todas las zonas turísticas contaban con estos locales que también llegaron a las ciudades. Las primeras salas de fiesta y los iniciales clubs nocturnos se acoplaron en salones de hoteles o en locales bajos. En Benidorm proliferaron las salas de baile al aire libre desde el inicio de los 60' y desde mitad de década ya estaban abiertas la Sala de Fiestas Sevilla y la Sala de Fiestas Granada [Chiner, 2005], cuya ambientación se cargaba de elementos aerodinámicos en un interior con escenario. En este panorama, son las discotecas de nueva planta alojadas a las afueras de los núcleos turísticos las que suponen un salto arquitectónico en lo espacial y otro social en lo moral; no hay duda de que el turismo, y sus costumbres europeas, ayudaron a cambiar España por contacto directo. Y también se innovó en su arquitectura, con menos referencias cultas y con más atención a la publicidad y la experiencia lúdica de los usuarios; esta arquitectura se adaptó a la diversidad de tramas de las ciudades veraniegas o turísticas [Martí, Oliva, 2004; Martínez, Oliva, 2012; Bru, 2015] donde se testó antes de trasladarla y aplicarla a la ciudad formal de invierno.

A las afueras de Playa de San Juan y de Benidorm, al comenzar los 70', se trazaron circuitos de ocio nocturno abiertos hasta el amanecer. Play-Boy e Il Paradiso (fig. 21a) fueron las dos primeras macro-discotecas en la ruta de la playa; la primera contaba con dos torreones almenados en el acceso mientras que la segunda [1971 ca., J. Blanco Cantó y J. Muñoz], que se publicitaba como «Jardín Tropical», lucía una estética más futurista con la parte cubierta en malla espacial y las plataformas cilíndricas interiores, con el sistema de luces a juego y en las gradas curvas. Igual o más repercusión tendría la zona de discotecas a las afueras de Benidorm con las discos Penélope y Cap-3000. La

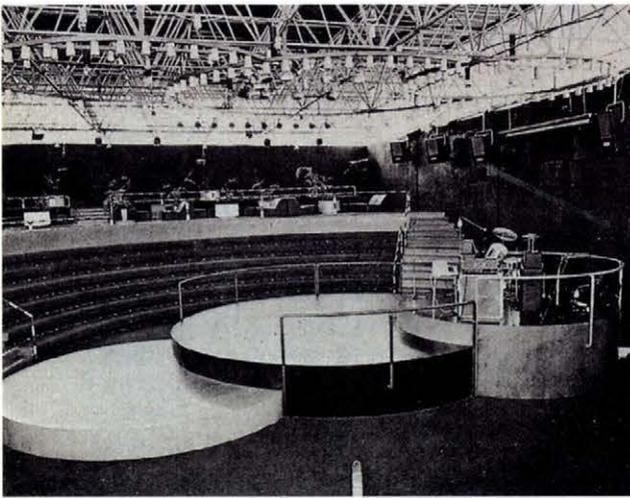


Figura 21a. Discoteca Il Paradiso, Playa de San Juan, 1971 ca., J. Blanco Cantó y J. Muñoz [García, 1985].

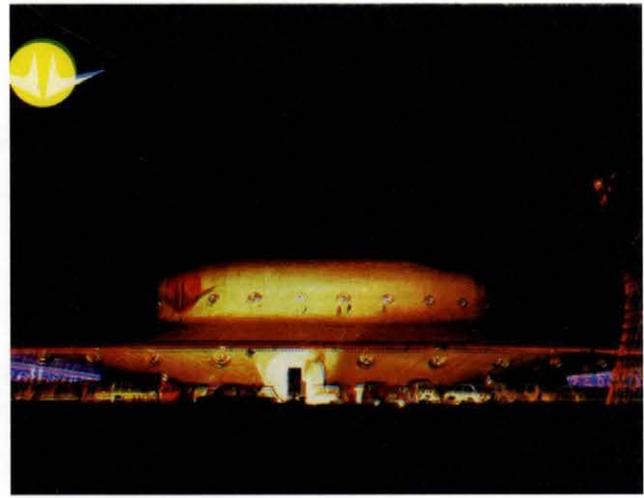


Figura 21b. Discoteca Cap 3000, Benidorm, 1972, E. Román Marlasca [postal, ca. 1975].

discoteca Penélope [1968, M. Chicot Urech], en su inicio, no era más que un patio vallado en su perímetro cuadrado, con una estructura porticada que cubría parcialmente el recinto dejando gran parte a cielo abierto, e incluía una pista de baile en su centro y una barra de bar sinuosa. La discoteca Cap-3000 [1972, E. Román Marlasca], emplazada en la misma carretera nacional 332 hacia Altea, ocupaba una gran superficie con un perímetro irregular en cuyo interior aparecían elementos encerrados en formas contundentes como el escenario elíptico, la zona de reservados redonda y la gran pista de baile circular. El gran patio estaba plantado con vegetación —un jardín, según proyecto— y surcado por toldos y lonas. En el centro emergía una torre en la que se apoyaba la cabina de un helicóptero (para el *disc-jockey*) y toda la parte de la discoteca recayente sobre la entrada se transformaba en un inmenso platillo volante más extraído de las películas sobre invasiones extraterrestres que del imaginario de las utopías futuristas de esas décadas (fig. 21b). Muchas de estas escenografías eran en parte débiles y bastante efímeras ya que cada temporada se introducían cambios en estos paraísos artificiales para disfrutar de la magia de la noche.

Otro tipo de espacios, donde también se podía cenar, conversar y bailar, fueron las ya citadas salas de fiesta. Seguramente la más exitosa y la de mayor capacidad —miles de espectadores para grandes artistas— fue la sala de fiestas Gallo Rojo emplazada en la carretera de la playa en El Campello y operativa desde 1965, pero en su mayor parte al aire libre. Se produjo un cambio cualitativo cuando los espectáculos se alojaron en un contenedor cubierto a propósito; esto habría sucedido con la sala proyectada en 1970 por García Solera para Benidorm (Oliva, 2005-a). Sin embargo, este avance se hizo realidad en el Benidorm Palace [1974, F. Pérez Segura y J.L. Candela Díaz] (fig. 22), situado a espaldas de Sierra Helada, cuyo proyecto se define por una gran caja opaca que se entierra parcialmente y que contiene un anfiteatro de dos niveles con un palco corrido oval desde el que desciende la cávea con pequeñas terrazas curvas volcadas sobre el escenario, que es el centro de atención. De hecho, en las salas de fiesta, asientos y

butacas se sustituyen por mesas con sillas que se disponen próximas a la escena puesto que el espacio de la sala, en lugar de ser perpendicular como en los cines, se desarrolla con el anfiteatro y la platea casi en paralelo al escenario. Mientras en el exterior la arquitectura era bastante parca (muy diferente del actual icono), el interior era muy dinámico por las terrazas cilíndricas, la curvatura del gran balcón y las luces que cambiaban el ambiente. El cartel luminoso era seductor con sus grandes letras: un gran reclamo publicitario por toda arquitectura-anuncio.

El ciclo de este gran boom turístico se cierra con la década de los 70'; por un lado, el dictador ha muerto, la Democracia da sus primeros pasos y las leyes permiten los casinos que habían estado prohibidos. Al levantamiento de la veda responde el casino Costa Blanca [1978, S. Biosca y J. Echenique] (fig. 23) —para refuerzo de la propia marca turística y de su capital: Benidorm— emplazado cerca de Villajoyosa sobre la misma nacional de la costa. Se trata de un edificio que se desarrolla fundamentalmente en horizontal, ante una gran superficie de aparcamiento, y que se articula en función de sus grandes espacios interiores: diversas salas de juego de azar, bares con ambiente musical y discoteca con escenario en el sótano. La planta demuestra sus ascendencias orgánicas en la disposición de amplios contenedores girando sobre un dilatado vestíbulo central. Toda la diversión posible de alto *standing* reunida bajo el mismo techo con cinco falsas cúpulas cónicas que se elevan por encima de su perfil brutalista de estratos macizos aplacados de mármol y que evocan una imagen futurista de esta arquitectura hermética. Porque el lujo de materiales era necesario para indicar el tipo de consumo y gasto que allí tenía lugar y el público selecto al que se dirigía: superficies especulares y brillos centelleantes exigían cierta indumentaria de etiqueta que no era la habitual de las masas, aunque el casino se abría para todos: europeos y españoles. Un inmenso cartel-poste se asomaba a la carretera y, como un hito, señalizaba el lugar y anunciaba sus dominios: los de la diosa Fortuna. La suerte, pues, estaba echada: la arquitectura para el ocio se nutría más desde un imaginario pop y mediático de fácil sustitución dada su escasa tradición.

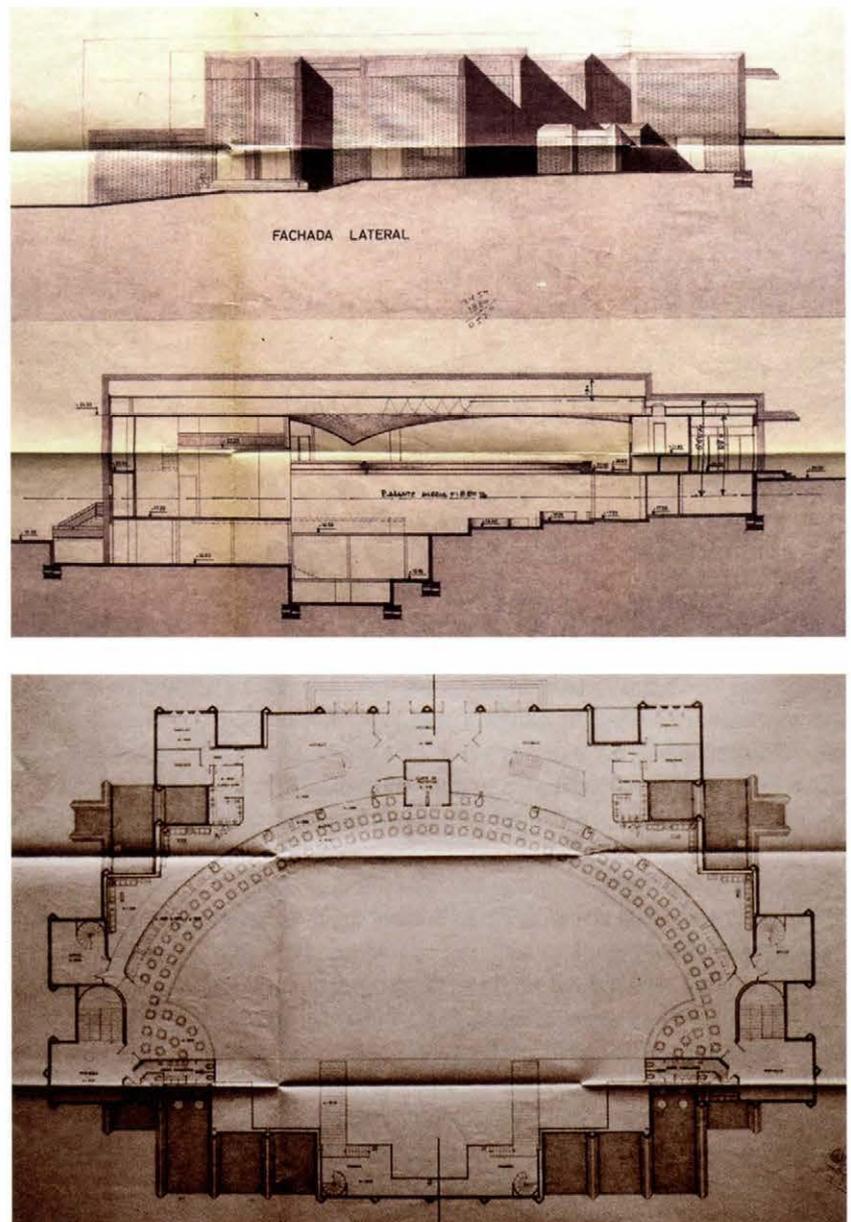


Figura 22. Sala de Fiestas Benidorm Palace, Benidorm, 1974, F. Pérez Segura y J.L. Candela Díaz, sección y planta de acceso [Archivo Municipal de Benidorm].

BALANCE A FIN DE CICLO: CARENCIAS Y EXCESOS

El *boom* inmobiliario que acompañó al fenómeno del turismo de masas de sol y playas estaba saturándose y agotándose, si bien una serie de acontecimientos externos e internos forzaron el fin de ciclo y plantearon la necesidad de reflexión. Por un lado, la crisis del petróleo recorrió toda la década de los 70' alterando toda la economía de Occidente. Por otro lado, en España se abría la Democracia, con una mayor cercanía de los poderes públicos, a la vez que se legislaba la nueva Ley del Suelo de 1975 que se completaba con sus reglamentos (1978-1981), ofreciendo un marco instrumental más completo a los ayuntamientos que tendrían sus primeras elecciones libres en 1979. Al hacer balance de lo sucedido a lo largo de este cuarto de siglo de frenética actividad inmobiliaria y turística (1953-79) se comprobaban varios excesos de los que conviene destacar dos: la colonización de la costa y el caos de las fachadas marítimas.

En este periodo se produjo el mayor crecimiento urbano conocido en nuestro territorio. Todos los municipios

multiplicaron su superficie edificada y la mayoría de esta se dispuso en paralelo a la costa. Los pueblos pasaron de un frente urbano inferior a 1km a una ocupación media de 4-6 km ya que el argumento del turismo fue la conquista de las vistas sobre el mar, se trataba de estar cerca de la playa. El litoral se había colonizado casi cumpliendo la profecía que anunciaba Cano Lasso en 1964 de que se estaba materializando una ciudad lineal a lo largo del Mediterráneo. Sin embargo, estos desarrollos eran fragmentarios, en muchos casos sin orden ni plan, y habían dejado sin resolver el borde de encuentro entre la trama urbana y el mar donde se extiende el espacio público por excelencia de una ciudad turística que es su paseo marítimo, que no había recibido la debida atención. Se imponían dos retos a los nuevos poderes públicos: la revisión del planeamiento para intentar ordenar el mosaico de urbanizaciones inconexas y repensar e invertir en la frontera marítima: playas, puertos y paseos marítimos eran necesarios (Alfosea 1997; Martínez 2001). En el balance negativo también estaba la inmensa cantidad de paisaje destruido, la materia base del turismo.

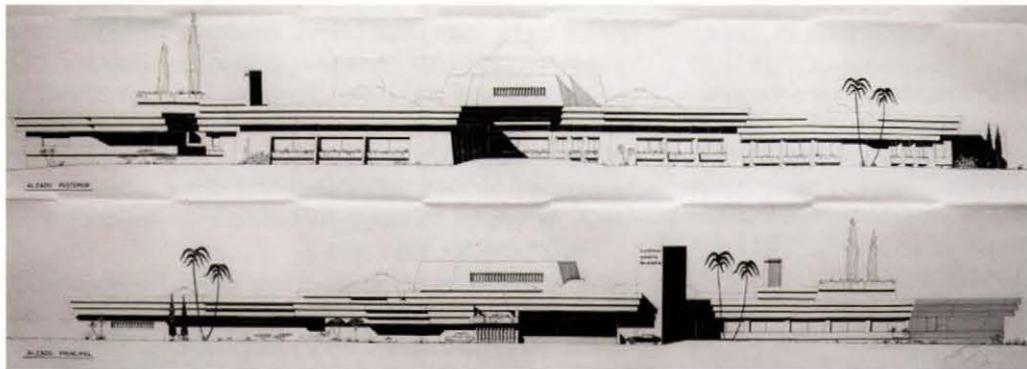


Figura 23.
Casino Costa Blanca,
Villajoyosa, 1978,
S. Biosca y J. Echenique,
Plano de emplazamiento y
alzados
(Archivo Municipal de
Vilajoyosa).

El turismo se había convertido en uno de los pilares de la economía; el sector de la construcción también. De hecho, la dinámica de la segunda residencia fomentó el desdoblamiento de las urbes turísticas en dos: la ciudad de invierno y la ciudad de verano, volviendo trashumante a la clase media que se desplazaba de una a otra en las vacaciones estivales. Gran parte de estos resultados estaban anunciados en el proyecto para la ciudad de vacaciones de Playa de San Juan de 1933 que definía la industria turística en sus elementos esenciales: un tejido residencial de baja densidad, zonas puntuales para la concentración de hoteles, los equipos para el ocio (balneario y casino) y el deporte (puerto y piscinas), y la presencia de la naturaleza: campo y playa (golf y paseos). Todo ello se había desarrollado cambiando la escala del cabo de Huertas por toda la longitud del litoral de la provincia de manera que, a fin de ciclo, se extendía casi un continuo urbanizado de viviendas y bloques del que emergían los núcleos densos de las ciudades con su cénit en la que sería su capital: Benidorm, la ciudad de los rascacielos. Borrosamente parecía proyectarse, en plena crisis,

la sombra urbana y la del imaginario arquitectónico de Los Ángeles (hábitats dispersos) y Las Vegas (*Strip* publicitario) respectivamente. En cualquier caso, la industria turística ya había echado a rodar (construcción residencial, explotación hotelera y negocios del ocio) y la arquitectura le prestó toda su capacidad, con sus aciertos y como producto de especulación.

Una arquitectura que, al servicio del turismo y en sus comienzos, lo hizo con las certezas de los planteamientos objetivos y cerrados de la arquitectura del movimiento moderno, funcionalista, un tanto máquina y electrodoméstico, y que se sirvió para homologar las corrientes españolas con las europeas del movimiento moderno: blanco, geométrico, genérico y abstracto. Obras que ayudaron a proporcionar una imagen normalizada de España y que el Estado promocionó en los carteles del ministerio y otras instituciones. El desarrollo de los rascacielos y de los hoteles, y su evolución, dan muestra de la capacidad de adaptación de esta arquitectura a las nuevas exigencias del turismo. A su vez, una versión comercial y diluida de este *international*

styling y un inventado estilo mediterráneo se apropiaron de la mayoría de la arquitectura residencial que presenta un escaso nivel, pero, sobre el inmenso tapiz construido, destacan ejemplos por su calidad ambiental y plástica o por su pulcra funcionalidad. Una arquitectura que, al alcanzar los 70', se hizo eco de los debates internos de la disciplina que apuntaban a la injerencia de los medios de comunicación y el abandono de las tradiciones cultas haciendo aparición en escena una arquitectura más desahogada (Gausa, 1996). Ante el deterioro causado al paisaje inicial, esperamos al menos que esta arquitectura haya contribuido un poco a la felicidad de las gentes que la usan, quizás no tanto por sus espacios públicos como por el hecho de disfrutarla en el tiempo de vacaciones.

Por último, es significativo que las arquitecturas que sustentan las actividades del ocio hayan sido, en general, las de una vida más corta: la mayoría ya ha sido sustituida. Y llama la atención que estas obras se contaminaran desde los *mass media*, con formas más libres y desenfadadas extraídas del mundo de la publicidad, quizás porque la arquitectura siempre ha sido comunicación, con imágenes y lenguajes. Este es un campo todavía por explorar: el de las

relaciones entre la arquitectura pop y el turismo en la Costa Blanca. Porque, si la arquitectura moderna era aquella cuya forma venía determinada por su función tras cuyo ciclo debía extinguirse, las instalaciones del ocio que hemos estudiado encajan a la perfección aquí, aunque sus formalismos no se ajusten a etiqueta alguna. Sin embargo, esta gran cantidad de obras para el relax y la diversión desaparecidas las podemos recuperar en parte, no ya por sus documentos técnicos primigenios (que sirven de poco), sino por los folletos, carteles, anuncios, publicidad, propagandas, postales, noticieros, películas y demás medios impresos y audiovisuales donde se han registrado. Mientras la arquitectura residencial es el soporte físico inmueble del turismo, las arquitecturas para el ocio suministran la energía necesaria para la activación de esta industria. Pasado un tiempo en el que todas las arquitecturas habrán sido sustituidas por otras nuevas, quizás los únicos vestigios que resten de estas obras lúdicas sea su reproducción en fotografías, imágenes y otros soportes de transmisión de información. Quizás la verdadera arquitectura moderna del siglo XX solo sea la que habita los *mass media*. Es obvio que, entonces, se abre un nuevo horizonte que investigar.

Bibliografía y fuentes consultadas

- AA.VV., «Arquitectura y Turismo», *rev. Arquitectura*, 65, 1964, monográfico.
- AA.VV., «El Turismo en la Costa», *rev. Cuadernos de Arquitectura*, 64, 1966, monográfico.
- AA.VV., «25 Aniversario Aeropuerto El Altet», *per. Información*, Alicante 18-11-1992; 24 pp.
- AA.VV., «Arquitectura en la costa», *rev. Vía-Arquitectura*, 1, 1997; monográfico.
- AA.VV., *La arquitectura del Sol Sunland architecture*, Barcelona, ed. Colegios Arquitectos, 2002.
- AA.VV., *El relax expandido. La economía turística en Málaga y en la Costa del Sol*, Málaga, OMAU y Ayto. Málaga, 2012.
- ALCALDÍA DE ALICANTE, *Concurso (bases del concurso para ciudad-jardín en playa de San Juan)*, Alicante, Tipográfica El Luchador, 1933.
- AP, Archivos Profesionales de Juan Antonio García Solera [AP-JAGS], Juan Guardiola Gaya [AP-JGG], Miguel López González [AP-mLG], Luis Marés Feliu [AP-LMF] y del Archivo del Colegio Territorial de Arquitectos de Alicante [A-CTAA].
- BANYULS I PÉREZ, Antoni, «Arquitectura per al turismo: la utopia urbana de Bofill i el Taller d'Arquitectura a la Manzanera (1962-1985)», *rev. Aguaites*, 19-20, 2002-2003; pp: 163-178.
- BARBA CASANOVAS, Rosa, «Estudio de las formas de planeamiento aptas para el desarrollo del turismo» en Vila Vidal, A.; Pujol Reinés J.L., [coords.], *Turismo y Territorio [Curso 1]*, Mallorca, ed. COAB, 1995; pp: 77-90.
- BONET, Juan Manuel, *Alicante moderno, 1900-1960*, Alicante: Diputación, 2010.
- BRU, Pepe, «La vida breve de la ciudad de veraneo. Análisis de planes para un turismo residencial: Costa Blanca 1959-1973» en Font Arellano, A.; Sabaté Bel, J.; Horrach Estarellas, B., *Quaderns de Recerca en Urbanism. Paisatges del Turisme*, Barcelona, ed. UPC, 2015.
- CENTELLAS, Miguel; JORDÁ, Carmen; LANDROVE, Susana [dirs.], *Vivienda Moderna. Registro Docomomo Ibérico, 1925-1965*, Barcelona: Fund. Caja de Arquitectos, 2009.
- CHINER VIVES, Juan José [com.], *Benidorm. Los hoteles del paraíso, 1954-1964*, Alicante: Ayto. Benidorm, 2005.
- CHINER VIVES, Juan José [com.], *Benidorm: los orígenes de la ciudad vertical*, Alicante: Ayto. Benidorm, 2006 [ca].
- FERNÁNDEZ DEL AMO, José Luis [coord.], *Fernández del Amo. Arquitectura 1942-1982*, Madrid: Ministerio de Cultura, 1983.
- FRAGA IRIBARNE, Manuel, «Arquitectura y Turismo», *rev. Arquitectura*, 65, 1964; pp: 1-2.
- GARCÍA ANTÓN, Irene, «El Arte en el siglo XX» en Forner Muñoz, S. [coord.], *Historia de la Provincia de Alicante [tomo VI]*, Murcia, Ediciones Mediterráneo, 1985; pp: 373-486.
- GARCÍA ORDÓÑEZ, Fernando, «Iglesia en Jávea», *Informes de la Construcción*, 200, 1968; pp: 15-24.
- GARCÍA SOLERA, Juan Antonio, «Hostal en San Juan [Alicante]», *rev. Arquitectura*, 7, 1959; pp: 29-30.
- GAUSA, Manuel, «Ocio y turismo. El paisaje turístico: paisaje al límite» en Costa, X.; Landrove, S., *Arquitectura del Movimiento Moderno. Registro DoCoMoMo Ibérico, 1925-1965*, Barcelona: Fund. DoCoMoMo y Fund. Mies van der Rohe, 1996; pp: 292-299.
- GAVIRIA, Mario; IRIBAS, J. Miguel; SABBABH, Françoise; SANZ ARRANZ, Juan Ramón, *Benidorm, ciudad nueva [2 vol]*, Madrid: Editora Nacional, 1977.
- GIMÉNEZ GARCÍA, Efigenio; GINER ÁLVAREZ, Jaume; VARELA BOTELLA, Santiago, *Sobre la ciudad dibujada de Alicante: del plano geométrico al plan general de 1970*, Alicante: COACV, 1985.
- GINER ÁLVAREZ, Jaume, «El Concurs per a la ciutat Prieto», *rev. Canelobre*, 5, 1985; pp: 121-128.
- GONZÁLEZ AVILÉS, Ángel Benigno, *Catálogo de planos y fotografías de Balnearios de Mar de las costas de Alicante y Murcia*, Alicante, DEA [inédito], Universidad de Alicante, 2008.
- HITCHCOCK, Henry Russell; JOHNSON, Phillip, *El Estilo Internacional. Arquitectura desde 1922*, Valencia: COAATM, 1984 [orig. 1932].

- IVARS PÉREZ, José (coord.), *Arquitecturas del siglo XX*, Pedreguer: rev. *Aguaites*, n.º 19-20, [número monográfico], 2003.
- JAÉN I URBAN, Gaspar (dir.) y Otros, *Guía de Arquitectura de la Provincia de Alicante*, Alicante: Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil Albert y CTA, 1999.
- JIMÉNEZ MORALES, E., *El Hotel Turístico. Viaje a los orígenes de su arquitectura, 1693-1932*, Málaga, tesis doctoral [inédita], dirs: R. Pié y C.J. Rosa, 2014.
- LANDROVE, Susana (ed.), *Equipamientos I. Lugares públicos y nuevos programas, 1925-1965. Registro ocomomo Ibérico*, Barcelona, Fundación Caja de Arquitectos, 2010.
- LANDROVE, Susana (ed.), *Equipamientos II. Ocio, deporte, comercio, transporte y turismo, 1925-1965. Registro Docomomo Ibérico*, Barcelona, Fundación Caja de Arquitectos, 2011.
- LE CORBUSIER, «Le Corbusier en la ruta Valencia», *Valencia-Atracción*, 73, 1932; pp: 136-137.
- LÓPEZ GONZÁLEZ, Miguel, «Parador de Ifach y Hotel Playa en San Juan», *Revista Nacional de Arquitectura*, 127, 1952; pp: 30-33.
- LÓPEZ GONZÁLEZ, Miguel, «Proyecto de Hotel El Montiboli», Alicante: AP-mLG, 1966.
- LÓPEZ GONZÁLEZ, Miguel, «Plan Parcial Arenales del Sol», Alicante: AP-mLG, 1971.
- LÓPEZ GONZÁLEZ, Miguel; FAJARDO GUARDIOLA, A., «Proyecto de Pavimentación Explanada», Alicante: Archivo Municipal, 1957.
- LURI PRIETO, José Luis; SALA JORRO, José Antonio, *Calpe, tierra y almas n.º 3. Crónica de un siglo [1833-1931]. El boom turístico residencial [1962-1975]*, Alicante, Ediciones Calpinas, s/f [ca. 2005].
- MACAULAY, Rose, *Flabed Shore: From the Pyrenees to Portugal*, London, Readers Union, 1950.
- MARTÍ CIRIQUIÁN, Pablo; OLIVA MEYER, Justo, «Algunas intervenciones en la costa mediterránea de Alicante: tres propuestas, tres ideologías, tres actitudes» en Landrove, S., *Arquitectura Moderna y Turismo: 1925-1965*, Barcelona: DoCoMoMo, 2004; pp: 225-230.
- MARTÍNEZ-MEDINA, Andrés, *La arquitectura de la ciudad de Alicante, 1923-1943*, Alicante, Ed. Instituto de Cultura «Juan Gil-Albert» y CTA, 1998.
- MARTÍNEZ-MEDINA, Andrés, «Arquitectura en la frontera. El litoral urbano sur de la Comunidad Valenciana [1975-2000]», rev. *Canelobre*, 44-45, 2001; pp: 122-141.
- MARTÍNEZ-MEDINA, Andrés, «Formigódiví, Llum humana. Religiositat i modernitat en les esglésies d'estiueig al sud valencià», rev. *Aguaites*, 19-20, 2003; pp: 97-128.
- MARTÍNEZ-MEDINA, Andrés; OLIVA MEYER, Justo, *Dibujos y Arquitectura de Miguel López González, 1932.1968*, Alicante: CTAAe, 2008.
- MARTÍNEZ-MEDINA, Andrés; OLIVA MEYER, Justo, «The other cities: urban planning and architecture for tourism: the case of the Spanish Mediterranean [1953-1973]», en AA.VV.: *Proceedings of the 6th Conference of the International Forum on Urbanism*, Barcelona: UPC, 2012.
- MARTÍNEZ-MEDINA, Andrés; OLIVA MEYER, Justo, «Vértigo de altura: elogio de un rascacielos. La torre Coblanca-1, Juan Guardiola Gaya, Benidorm, 1963-1965», en AA.VV., *Pioneros de la Arquitectura Moderna española*, Madrid: M.º Fomento; 2015, pp: 426-437.
- MARTÍNEZ-MEDINA, Andrés; OLIVA MEYER, Justo; OLIVER RAMÍREZ, José Luis; «La protección de la arquitectura moderna» en Galiano, A.; Iribarren V. (eds.), *Foro estratégico Orihuela 2013*, Alicante: Universidad de Alicante y Ayto. Orihuela, 2013; pp: 138-153.
- MARTÍNEZ-MEDINA, Andrés; OLIVER RAMÍREZ, José Luis, «Ciudad de Vacaciones 1933: el concurso internacional para Playa de San Juan [Alicante]» en Fava, N.; García Vergara, M. (dirs.), *Territorios del turismo*, Barcelona: Viguera Editores, 2014; pp: 513-524.
- MATEO MARTÍNEZ, Carlos; MORENO SÁEZ, Francisco, (dirs.), *Memoria gráfica de Alicante y comarca. Un siglo en imágenes*, Alicante: Diario Información, 1998.
- MINISTERIO DE LA VIVIENDA, *Ministerio de la Vivienda. Delegación Provincial de Alicante. Años 1958 y 1959. Realizaciones*, Alicante: Comisión Provincial de Urbanismo, 1959.
- MIRABOTELLA, Francisco, *Repoblación de las Dunas de Guardamar del Segura. Memoria y Láminas*, Alicante: Ayuntamiento de Guardamar, 1995 [facsimil, 1929].
- MORENO SÁEZ, Francisco, *50 años. Medio siglo de historia de la provincia de Alicante a través de las páginas de INFORMACIÓN*, Alicante: Diario Información, 1991.
- MUGURUZA OTAÑO, Pedro, *Proyecto: Construcción y Urbanización de una ciudad satélite en la Playa de San Juan*, Alicante: Archivo Municipal, 1933.
- NAVALÓN GARCÍA, M. Rosario, *Planeamiento urbano y turismo residencial en los municipios litorales de Alicante*, Alicante: Conselleria d'Educació i Ciència e Instituto de Cultura «Juan Gil Albert», 1995.
- NUÑO DE LA ROSA, Pedro, *El visionario que inventó Benidorm. Biografía de Pedro Zaragoza Orts*, Alicante: Ayto. Benidorm, 2013.
- OLIVA MEYER, Justo, «Turismo y arquitectura: la modernidad como respuesta» y «La Rotonda de J. Guardiola», rev. *Vía-Arquitectura*, 1, 1997; pp: 24-43 y 44-51.
- OLIVA MEYER, Justo (ed.), *Juan Antonio García Solera, 1953-2003*, Alicante: CTA, 2003.
- OLIVA MEYER, Justo, «Juan Guardiola Gaya», rev. *Vía-Arquitectura*, Premios, 2005; pp: 144-151.
- PEÑÍN IBÁÑEZ, Alberto, *La Ordenación del Territorio en la Comunidad Valenciana*, Valencia: IEAL, 1983.
- PIÉ I NINOT, Ricard; Rosa Jiménez, Carlos J. (eds.), *Turismo Líquido*, Barcelona: IHTT, UPC y UM, 2013.
- REDACCIÓN, «Viaje por Levante», rev. *Arquitectura*, 5, 1959; pp: 43-46.
- TORRES ALFOSEA, Francisco José, *Ordenación del litoral en la Costa Blanca*, Alicante, ed. Universidad de Alicante, 1997.
- VARELA BOTELLA, Santiago; CALDUCH CERVERA, Juan, «La Arquitectura Alicantina [1960-2000]» en AA.VV., *Arte Siglo XX en Alicante (1960-2000)*, Alicante, ed. Instituto Alicantino de Cultura Juan Gil Albert y CAM, 2001; pp: 80-113 y 321-341.
- VERA REBOLLO, José Fernando, *Turismo y urbanización en el litoral alicantino*, Alicante: Instituto de Estudios «Juan Gil Albert», 1987.

Documentación gráfica y fotografías

Toda la documentación gráfica que se acompaña procede de los distintos archivos que se enumeran: municipales, profesionales y colegiales, o de otras fuentes. A su vez, todas las ilustraciones indican su procedencia así como su fecha [del documento y de la propia imagen]. Especial gratitud deseo manifestar para con mi estimado amigo Justo Oliva Meyer que me ha ayudado en este apartado. También a Santiago Vilella Bas por el tratamiento de las figuras 16, 17, 20, 22 y 23. Por último, quiero rendir un pequeño homenaje a mi amigo que ya falta, **Pepe Miralles**, de Calpe, a quien debo el vuelo para hacer «Arquitectura del Sol».

ISSN 0213046-7



66

9 770213 046003



al GOBIERNO
PROVINCIAL
ALICANTE
La Dipu de los Pueblos