

Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas n° 2 (2010) pp. 8-22

ISSN: 2172-8690

Escuela Universitaria de Turismo, Universidad de Murcia.

BENIDORM. UN DESTINO TURÍSTICO DE ALTURA¹.

TOMÁS MAZÓN MARTÍNEZ

Cátedra Pedro Zaragoza Orts

Instituto Universitario de Estudios Turísticos

Universidad de Alicante

RESUMEN

Pocos destinos turísticos son tan denostados como sucede con Benidorm. Bien sea por su urbanismo centrado en potentes rascacielos, por haberse especializado en el turismo de sol y playa o por ser un destino de masas, Benidorm forma parte de los discursos perversos del turismo. Injustamente, en determinados foros se hace difícil hablar bien de Benidorm. El objetivo de este texto es valorar, sin prejuicios previos, lo que realmente es y representa Benidorm en el turismo. Es el tercer centro receptor de turismo en España; el segundo de Europa en ocupación hotelera; una localidad con un ambiente urbano y turístico único en el que anualmente millones de turistas ven satisfechas sus ilusiones y que repiten sus viajes. Un lugar que, desde los inicios del turismo moderno sigue manteniendo el liderazgo pero que resulta incomprensible para muchos.

Palabras clave: Benidorm, urbanismo turístico, sol y playa, turismo de masas

ABSTRACT

Only a few touristic destinations are as insulted as Benidorm is. Benidorm is a part of the tourism perverse speeches due to its urbanism, based on powerful skyscrapers, due to its specialization on sun and beach tourism, or for being a mass destination. Unfairly, it is difficult to speak positively of Benidorm in some forums. The goal of this text is to value, without previous prejudices, what is and represents Benidorm. It is the third tourism receiver in Spain; the second in Europe referred to hotel occupations; it is a place with an urban and touristic ambient where millions of tourists satisfy their illusions annually, and they normally repeat Benidorm as their tourist destination. A place that keeps the leadership from the beginnings of the modern tourism, what is not easily understandable for many people.

Key words: Benidorm, touristic urbanism, sun and beach, mass tourism.

Fecha de recepción 7 de septiembre de 2010. Fecha de aceptación: 22 de octubre de 2010

¹ Este artículo forma parte de un Proyecto de Investigación financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación, con referencia CSO2009-10293, con el título de “La percepción social del turismo en la Comunidad Valenciana. Análisis sociológico y prospectiva”, cuyo investigador principal es el Prof. Tomás Mazón. e-mail: tomas.mazon@ua.es

1. CIFRAS APABULLANTES.

Benidorm es uno de los ejemplos más espectaculares del desarrollo turístico que cabe imaginar. Es el buque insignia del turismo de la Comunidad Valenciana y la fábrica de turismo de masas más eficaz del litoral español. Así lo atestiguan con su visita más de cinco millones de turistas internacionales y que, junto a los turistas españoles y al turismo residencial, representan más de sesenta millones de pernoctaciones anuales. Es la segunda ciudad de Europa en ocupación hotelera. Benidorm se localiza a 40 Kms. al norte de la capital alicantina y a 50 Kms. del aeropuerto internacional de El Altet, con los que se comunica a través de la autopista del Mediterráneo (AP-7) y la N-332; también cuenta, como transporte público, el servicio que ofrece el tren de vía estrecha (FGV) que desde Alicante recorre todo el litoral norte de esta provincia. Su superficie es de 3.550 Has., con 12,3 Km. de litoral, de los que 5,3 son playas, destacando la Playa de Levante y la Playa de Poniente.

Ofrece una de las mayores y más variadas ofertas hoteleras de España, con casi 150 hoteles y 40.000 plazas; decenas de miles de apartamentos; 383 restaurantes; más de 1.000 bares y cafeterías; 60 salas de fiestas, discotecas y salones de juego; 170 disco-pubs; 63 agencias de viaje; 1 cable-ski; 11 campings con cerca de 12.000 plazas; más de 2.000 comercios; 6 consulados; 69 entidades bancarias; más de 200 agencias de la propiedad inmobiliaria; 4.600 hamacas y 1.400 sombrillas. Además de 1 parque acuático, 3 parques temáticos y 6 campos de mini golf. A 1,85 millas de la costa se encuentra la Isla de Benidorm que anualmente recibe 77.000 visitantes. Tiene el Parque Natural de Sierra Helada que todos los años es visitado por unas 150.000 personas. Por último, resaltar que el 39,6 por ciento de su población trabaja de forma directa en el sector turístico.

En el año 1950 la población censada en Benidorm era de 1.720 habitantes y en el año 2010 se sitúa alrededor de los 75.000, aunque en realidad su población de hecho no desciende, en ningún mes de año, de las 150.000 y en los momentos de plena ocupación pueden residir en ella en torno a las 600.000 personas. Este incremento demográfico se debe a que a Benidorm no solamente se desplazan los turistas -algunos a quedarse-, ya que desde el mismo despegue de la industria turística, toda una legión de trabajadores comenzó a acudir a esta ciudad al reclamo de las enormes posibilidades de trabajo surgidas al socaire del turismo, fijando aquí su residencia permanente. Dentro de este proceso de desarrollo demográfico, es de destacar el acicate que supuso la avalancha inmigratoria que se produjo a comienzos de los años sesenta. Con ella se rompió el lento crecimiento demográfico que secularmente venía produciéndose en la ciudad, aumentando desde entonces y de forma significativa su número de habitantes; baste decir que en la actualidad algo más del 85 por ciento de la población censada no ha

nacido en este municipio. A destacar también el hecho de que el carácter cosmopolita de Benidorm la ha convertido en el centro de una amalgama de nacionalidades ya que, actualmente, la población empadronada en Benidorm procede de 121 países diferentes.

2. EL GRAN SEDUCTOR.

A pesar de haber una corriente de opinión que se ensaña contra Benidorm, de que tratan de enturbiarla, de que es denostada y se le acusa de falta de glamur, de que jamás acude a veranear la familia real española ni es punto de encuentro de poderosos, ricos y famosos empresarios, banqueros o deportistas, Benidorm es el principal destino turístico del Mediterráneo. Los datos objetivos son muy testarudos y juegan siempre a favor de Benidorm que, todos los años, recibe tantos o más turistas que Túnez, Marruecos, Croacia, Egipto o Chipre. Desde hace años Benidorm se sitúan en tercer lugar de España en cuanto a recepción de turistas, tanto españoles como extranjeros, solo superado por Madrid y Barcelona, lo que es un gran éxito para Benidorm (Gregori, 2010). Sin embargo, a pesar de ser uno de los destinos turísticos más conocido y consolidado del Mediterráneo, el tiempo ha hecho que sobre Benidorm, y más concretamente sobre su paisaje urbano, atestado de inmensos rascacielos, recaigan valoraciones negativas. Es una ciudad que suele ser denostada por su modelo urbano y por la tipología del turismo que atrae. Su perfil agresivo, su *skyline*, no deja indiferente a nadie y ha marcado de forma determinante a Benidorm. Sus imponentes rascacielos, como modernas torres de Babel, se han erigido en los símbolos del poderío de esta ciudad. Mientras a unos les fascina, a otros les causa un profundo rechazo. A pesar de ello, todos, o casi todos, saben que Benidorm es una magnífica ciudad turística en la que no hay lugar para el aburrimiento. Ha hecho bien las cosas, es uno de esos destinos turísticos que nunca caducan, ya que ha sabido reconstruirse sobre sí misma con múltiples opciones de ocio y adecuadas ofertas complementarias turísticas.

Para entender mejor a Benidorm cabría hacerse unas preguntas: ¿a qué se debe su éxito?; ¿cuál es la causa por la que consigue seducir a tantos turistas?; ¿por qué, a pesar de los juicios negativos, Benidorm sigue funcionando? Es muy llamativo que en estos tiempos en los que no cesan de lanzarse mensajes subliminales sobre importantes y necesarios conceptos como turismo sostenible, capacidad de carga, turistas experimentados, exigentes y sensibles, rechazo a la masificación o búsqueda de lo auténtico, Benidorm sigue rompiendo estereotipos y vaticinios agoreros. Imprescindible es también que nos preguntemos ¿quiénes son estos turistas que se atreven a optar por Benidorm como destino de sus vacaciones?; ¿cómo osan millones de turistas ir a Benidorm? Por si esto no fuera suficiente hay que contar con el agravante de que un buen número de ellos son testarudos reincidentes. ¿Son turistas impermeables al

espíritu de estos tiempos? Todo un misterio. Lo que no se puede, cosa que hacen algunos, es tachar de plano a un lugar al que puntualmente, y desde hace más de medio siglo, acuden legiones de turistas que vuelven a sus casas satisfechos de su elección. ¿Acaso están todos equivocados?; o es que hay que admitir discursos que se repiten hasta la saciedad en los que tachan a sus visitantes como turistas embrutecidos que no merecen nada más y acabar aceptando que la clientela no es buena por pertenecer, en muchos casos, a segmentos con baja capacidad adquisitiva.

A la pregunta de quiénes son los turistas que recurren a este lugar, la respuesta es muy sencilla. Como dice el *Équipe MIT* (2005), todo, o casi todo el mundo. Benidorm está preparado para recibir a todo tipo de visitantes. Desde el público infantil hasta turistas de avanzada edad, pasando por jóvenes, maduros y talludos, de las más diversas nacionalidades, de todo tipo de rentas, ricos y de escasa fortuna, dedicados a las profesiones más variopintas, obreros, empresarios, profesionales o jubilados. Unos se alojan en hoteles de alta categoría -en uno de sus hoteles reciben a los clientes con una copa de cava- y otros se amontonan en minúsculos apartamentos. Y todos disfrutan de Benidorm. No se puede sostener que millones de turistas se equivoquen todos los años. Que caigan en una trampa por ignorancia y que, para mayor escarnio, repitan un año y otro su experiencia. Para aumentar el desconcierto de sus detractores, un porcentaje muy alto de turistas anuncian que volverán a Benidorm, además de recomendárselo a sus familiares y amigos.

3. SALTO A LA FAMA.

Benidorm era un pequeño pueblo donde la vida de sus habitantes estaba ligada al mar, ganándose el sustento gracias a la pesca y la agricultura. En 1950 tenía censados 1.700 vecinos y un joven alcalde de 28 años que se llamaba Pedro Zaragoza -fallecido en abril de 2008- que fue particularmente determinante ya que muy pronto cobró fama de visionario y que se expuso a ser excomulgado por permitir el bikini en sus playas. Pedro Zaragoza fue el artífice de Benidorm, pues por su intuición y su labor Benidorm es, desde hace muchos años, el primer destino turístico de España-, se ocupó de organizar todo tipo de promociones urbanísticas, sociales y empresariales para desarrollar a Benidorm turísticamente.

Hasta entonces, Benidorm era un lugar apacible con grandes playas, en donde el mar se mezclaba entre bancales de limoneros, almendros, algarrobos y olivos. Pero su vocación como centro de vacaciones ya le venía de muy atrás, pues desde mitad del siglo XIX, llegaban aquí familias adineradas del interior de la provincia buscando la paz y el sosiego de sus playas, así como las propiedades curativas del agua del mar que comenzaba a ponerse de moda en esa época. Disponía de dos posadas y una pensión, con un total de diez camas como única oferta de alojamiento. Más tarde, en

la década de los años treinta, ya en el siglo XX, se construyó el primer hotel que fue bautizado con el nombre de Bilbaíno. También en estos años comenzaron a construirse los primeros chalés frente al mar, que desaparecerían con la eclosión urbana de años después. En el periodo estival, los habitantes de Benidorm abandonaban sus casas del pueblo y se trasladaban a la huerta con el fin de alquilárselas a los turistas que comenzaban a desplazarse a este bello rincón del Mar Mediterráneo. Así, estas familias conseguían unas rentas complementarias para mejorar sus magras economías domésticas.

FOTO N° 1. Perspectiva del conjunto edificado en la Playa de Levante



Fuente: Mazón, 2010.

El turismo alteró por completo la situación anterior y aquel apacible pueblo, estancado en el tiempo, sin ningún tipo de relevancia, que ni siquiera figuraba en los mapas, se convirtió en una descomunal ciudad turística, con un gran ambiente turístico, fuertemente equipada, con una poderosa economía que durante décadas ha sido capaz de generar suculentos aportes de divisas al Estado, ofertando multitud de empleos de todo tipo, favoreciendo fuertes procesos migratorios -el índice de aloctonía es en Benidorm del 84,2%- y, por su fuerte promoción, es conocida en casi todos los rincones del mundo. Me aconteció que encontrándome en el extranjero, como a otros también les habrá sucedido, la persona que nos atendía en un restaurante nos preguntó de dónde éramos. De Alicante respondimos; nunca había oído hablar de esta ciudad; de Valencia -fue la segunda contestación-, tampoco. Como tercera respuesta esperando tener más éxito dijimos que vivíamos cerca de

Benidorm ¡Ah! En Benidorm han estado unos amigos, o unos familiares; les gustó mucho; yo también quiero ir en unas vacaciones.

A finales de los años cincuenta el número de turistas comenzó a aumentar progresivamente. La gran demanda de alojamiento provocó una vorágine en la construcción de hoteles y enormes bloques de apartamentos turísticos. Se produjeron cambios tan vertiginosos que transformaron, por completo, la economía benidormí, afectando a todos los aspectos de esta población.

La gran transformación de Benidorm llegó conducida por su Plan General de Ordenación Urbana, promovido por su alcalde Pedro Zaragoza. El Ayuntamiento de Benidorm, percatándose de la realidad que se avecinaba, y para tratar de encauzar a este magnífico fenómeno social llamado turismo, emprendió la elaboración de un Plan General de Ordenación Urbana que afectase a todo su término municipal. Fue aprobado en el año 1956, y contó con la redacción de prestigiosos y reconocidos urbanistas y arquitectos: Pedro Bigador Lasarte, Director General de Urbanismo, Manuel Muñoz Monasterio, Luis Rodríguez Hernández y Francisco Muñoz Llorens. Paradojas de la vida, actualmente, está considerada como una de las planificaciones urbanísticas más vanguardista y revolucionaria de las que se aprobaron en aquella época. Con gran acierto y visión de futuro, el Ayuntamiento de Benidorm consiguió que se le aprobase un Plan General que, hoy día, está considerado como uno de los más vanguardistas y revolucionarios que se redactaron en aquella época, aunque para su aprobación tuvieron que pasar por encima de algunas trabas legales impuestas por la planificación urbanística de aquellos años. Actualmente, el modelo urbanístico de Benidorm es aplaudido por los expertos, al considerarlo como un ejemplo de sostenibilidad. Además de su adecuada planificación, Benidorm que nació contradiciendo las más elementales teorías del desarrollo económico, en una época y en un lugar en los que no había ni tren, ni autopista, ni puerto, ni aeropuerto en sus cercanías, ni agua, es el ejemplo de desarrollo endógeno bastante sostenible. En el Plan General de Ordenación Urbana del año 1956 se dibujó un trazado de grandes avenidas en forma de cuadrícula, constituyéndose en todo un acierto de precisión este modelo de ciudad, por preparar las calles para el aumento del tránsito, de vehículos y de personas.

Una vez planificado el desarrollo urbano y turístico de Benidorm, se realizó un gran esfuerzo para promocionarlo por todos los lugares donde hallar potenciales clientes. Se dispusieron todo tipo de eventos con el objetivo de que Benidorm fuese conocido internacionalmente. En el año 1959 se creó el Festival Español de la Canción que alcanzó un gran éxito en aquellos años. Se organizaron visitas promocionales a Inglaterra, Alemania, Austria, Finlandia, Suecia, Noruega, Holanda, Bélgica, Estados Unidos, Canadá y a otros países del continente americano. Para darle más prestigio se hizo creer al mundo que Franco y sus ministros pasaban sus

vacaciones en Benidorm. Se pidió audiencia a la Reina Isabel II de Inglaterra y se mantuvieron entrevistas con los directores de tour operadores y bancos importantes, a quienes se obsequiaba con turrónes y botellas de vino envasadas en Monóvar, en cuya etiqueta podía leerse un lema con mucho éxito: “Sol de Benidorm embotellado” (Bayón, 1999). En su afán por promocionar su ciudad, cuando en los meses de enero los países del centro y del norte de Europa estaban sumidos en fríos inviernos, en Alicante los almendros florecían anunciando la primavera, lo que era aprovechado por el alcalde; con varias ramas de almendro en flor se iba al aeropuerto de Alicante para dárselas a los tripulantes de las líneas aéreas europeas, con el objetivo de que anunciaran a sus compatriotas que el buen tiempo y la primavera ya había llegado a Benidorm.

“Desde la década de los cincuenta, Benidorm representa el verdadero estandarte del turismo español. El nombre de Benidorm ha llevado generación tras generación el prestigio de España por todos los rincones del mundo, y lo ha hecho con la profesionalidad de sus trabajadores turísticos, con la calidad de sus establecimientos y con la música que significó, en aquellos ya lejanos años, un hito histórico y hoy todavía sigue quedando como ilusión y sentimiento en el recuerdo de los españoles. No es ningún secreto que el éxito y progreso de Benidorm se consiguiera gracias a la coordinación de un pueblo entero: empresarios, trabajadores, administradores, todos. Con objetividad y valentía se llevó a cabo una planificación pensada muy especialmente para el turismo, y decidida a favorecer el alojamiento de la gran clase media que, afortunadamente, se consolidó con un gran número de turistas venidos de todo el mundo. Como cualquier obra realizada por los hombres, Benidorm tiene defectos y problemas que, los actuales administradores, con más y mejores medios económicos y técnicos, pueden y deben resolver para bien tanto de las gentes de esa tierra, como para los millones de turistas que la visitan (...) Defendiendo con uñas y dientes al turismo es la mejor forma de servir honesta y eficazmente los intereses de todos los pasajeros y tripulación de este maravilloso barco llamado: la Villa de Benidorm.” Pedro Zaragoza Orts, Alcalde de Benidorm entre 1950 y 1966 (en Bayón, 1999).

FOTO N° 2: Perspectiva de Benidorm. Al fondo la Playa de Levante



Fuente: Mazón, 2009.

FOTO N° 3. Playa de Levante



Fuente: Mazón, 2009.

4. BENIDORM IS DIFFERENT.

Benidorm es el paradigma de una ciudad de ocio. Su actividad económica se centra, de forma casi exclusiva, en el turismo de

masas. Dentro del contexto turístico mediterráneo, Benidorm sigue manteniendo el liderazgo, prácticamente desde los inicios del turismo moderno, de ser la mayor concentración urbana puesta al servicio del turismo masificado. Es una ciudad turística que está perfectamente preparada para satisfacer las necesidades de los millones de turistas que deciden pasar en ella sus vacaciones. Su oferta turística es enorme. A determinadas horas las terrazas de las cafeterías están abarrotadas de británicos que se concentran para seguir eventos deportivos de su país en las grandes pantallas de televisión habilitadas para ello.

FOTO N° 4. Ambiente en las terrazas de Benidorm



Fuente: Mazón, 2009.

Deambulando por sus animadas calles se ofrecen múltiples pubs y disco-pubs con música en directo, con un amplio abanico de estilos musicales, desde “Los pajaritos” y “Viva España” hasta rock y heavy interpretando éxitos de grupos famosos como Metallica, Pantera, Machine Head, Sepultura, Soulfly, Slipknot, AC/DC, Franz Ferdinand, The Killers o Fito & Fitipaldis. Todo tiene cabida en Benidorm. Una de sus características más evidentes es que posee un ambiente urbano y turístico único, desconocido y envidiado por muchas localidades turísticas. No sucede así en otras poblaciones con un modelo de desarrollo centrado en urbanizaciones turísticas, buena parte de ellas vacías a lo largo del año, que hacen que fuera del periodo estival su imagen se asemeja a una gran “ciudad fantasma”. Benidorm, en la actualidad, incluso en los meses de invierno, cuenta con una gran animación día y noche, pues ha conseguido romper lo que era su punto débil, la estacionalidad de

épocas pasadas que obligaba a cerrar sus puertas a muchos hoteles y, consecuentemente, a otros negocios turísticos y del comercio.

Desde sus inicios Benidorm ha sido diferente a las restantes localidades turísticas que, en aquellos años, iniciaron su singladura como polos receptores de turismo. Su pronta planificación urbana y turística con una adecuada ordenación espacial, así como una clara voluntad política en aquellos años por hacer de Benidorm un gran centro turístico, facilitó que a esta localidad acudieran a invertir en su desarrollo los grandes tour operadores y las grandes empresas intermediarias del turismo internacional, cuyo protagonismo fue decisivo en la gestación de esta ciudad turística. Fue a través de la concesión de sus créditos y fuertes inversiones como pudieron levantarse vastos complejos hoteleros y de apartamentos turísticos. Y éste es el hecho que realmente define a Benidorm y lo que la diferencia de otras muchas localidades turísticas del mediterráneo español. Benidorm cuenta con una enorme oferta hotelera, ya que, en los inicios del proceso de desarrollo supo atraer a los grandes inversores turísticos de la época que fueron los que financiaron la creación de un potente parque hotelero que permite hoy día a Benidorm contar con una oferta de alojamiento mixta, tanto de hoteles como de apartamentos y segundas residencias. Contrariamente, las restantes localidades alicantinas quedaron al margen de estos inversores internacionales, lo que hace que su planta hotelera sea mínima o, en muchas ocasiones, casi testimonial -Jávea tiene 7 hoteles y 830 plazas hoteleras; Teulada 5 hoteles y 249 plazas; Altea 7 hoteles y 1.229 plazas; Villajoyosa 2 hoteles y 424 plazas; Santa Pola 4 y 825 plazas, Torrevieja 12 hoteles y 1.524 plazas y Pilar de la Horadada con 2 hoteles y 87 plazas hoteleras. El desarrollo de estas últimas localidades, como en tantas otras del Mediterráneo español, está centrado en lo que se conoce como turismo residencial, levantándose decenas de miles de viviendas en todo tipo de edificaciones -torres de apartamentos en las primeras líneas de costa, así como urbanizaciones de chalets, bungalows, adosados y pareados diseminadas por todos sus términos municipales y espacialmente escindidos del núcleo urbano principal.

Sin embargo, sobre Benidorm recaen valoraciones peyorativas, pues una de las características de esta ciudad es que no admite dudas, o blanco o negro, o te engancha irremediabilmente o la odias para siempre. Del elenco de argumentos barajados tradicionalmente, cabe destacar que muchos autores consideran abusivo el modelo de desarrollo urbano de Benidorm, por permitir alcanzar altas cotas de densidades, tanto de viviendas como de personas. Otros, con cierto fatalismo de trocha angosta, se horrorizan por su inconfundible paisaje urbano al que califican de jungla de rascacielos. Pero la verdad es que Benidorm creció siguiendo unos planteamientos estudiados de antemano y no cayó en la trampa de actuar sin criterios preestablecidos, como ha venido sucediendo en tantos otros municipios.

En la actualidad, dentro del contexto turístico mediterráneo, Benidorm sigue manteniendo su liderazgo como la mayor concentración urbana puesta al servicio del turismo masificado, no en balde, y desde hace décadas, es uno de los primeros destinos turísticos europeos, en cuanto al número de turistas recibidos y al número de pernoctaciones.

FOTO N° 5. Música en directo en uno de los muchos pubs de Benidorm.



Fuente: Mazón, 2010.

5. UN ROSARIO DE ÉXITOS.

La principal fortaleza de Benidorm es que fue concebida para el turismo. La actividad turística marca toda la vida del municipio, hasta el punto de que en el sector servicios se concentra la práctica totalidad de la actividad económica (Perea, 2010), algo más de 86 por ciento de la población trabaja en este sector. Importante es el que, debido a la tipología urbana, se produce una alta concentración de todo tipo de oferta de ocio y entretenimiento, lo que produce que el visitante que llega a Benidorm tenga la sensación, cualquiera que sea el día del año, de encontrarse en una ciudad viva, donde la práctica totalidad de las actividades funciona para el turismo. El triunfo de Benidorm radica en haber conseguido, por todos los medios y con mucho trabajo e imaginación, convertirse en un lugar donde los turistas pueden disfrutar de una amplia y variada gama de servicios y atracciones y por asegurarles los baños en el mar y el tan anhelado bronceado.

Uno de los éxitos del urbanismo de Benidorm se debe a que las parcelas exigidas de suelo libre rodeando los edificios fueron

destinadas a uso público. Se consiguió, así, crear un ambiente de calle, o lo que es lo mismo, de vida urbana, con establecimientos comerciales, cafeterías, restaurantes, espacios de ocio y distracción, etc., que sirven para favorecer las relaciones sociales. No ocurrió así en otras localidades en las que se llevó a cabo un estilo de urbanismo centrado en la construcción de grandes bloques de apartamentos en altura, sobre unas parcelas aisladas de la calle por toda suerte de muros y de vallados. Encerrados en sí mismos, salvaguardados de las miradas de los desocupados paseantes ofrecen, eso sí, servicios comunitarios privados, como espacios verdes, zona deportiva, piscina y aparcamiento, pero este modelo de ocupación del suelo, al contrario de lo que sucede en Benidorm, obstaculiza el desarrollo de unas condiciones de vida urbana: el peatón se halla totalmente aislado de los edificios, entre los cercados y el asfalto de las vías de circulación (Mazón, 2001). En definitiva, uno de los mayores logros de Benidorm es que, como dice Perea (2010), “la actividad turística es toda la ciudad”.

FOTO N° 6. Ambiente y trasiego en una calle comercial



Fuente: Mazón, 2010.

El comercio no es ajeno al éxito de Benidorm. Todo lo contrario. Además de ser uno de los sectores económicos más importantes de esta localidad, también se ha constituido en una actividad complementaria y en una parte vital del circuito de los turistas que tienen dos citas obligadas en este destino: las playas y el comercio.

Gaviria y Perea (2010: 74) afirman que gran parte de su triunfo se debe a la gente de Benidorm ya que “el éxito económico llega allí donde hay gente que trabaja, son inteligentes, ahorran y

reinvierten en su tierra” debiendo, gran parte de su triunfo a la gente de Benidorm. Y no les falta razón. A lo largo de más de cincuenta años los benidormenses han demostrado ser emprendedores y audaces, al tiempo que siempre han sabido situarse por delante de los acontecimientos.

6. ESCALOFRIANTE, MISTERIOSA E INVISIBLE.

Benidorm es un lugar que “resulta incomprensible” para muchos intelectuales y profesionales que dicen que solamente la conocen de lejos, al pasar por sus inmediaciones circulando con sus vehículos a toda velocidad por la autopista AP-7. Afirman que bajo ningún concepto acudirían a esta ciudad para pasar sus vacaciones. Ya se sienten mal al ver de lejos su perturbadora imagen en el que el escenario urbano, protagonizado por sus potentes rascacielos, propicia que la gente se vea obligada a tener que apretujarse en un lugar caótico en el que reina la vulgaridad y el mal gusto.

Benidorm no engaña a nadie. Difícilmente podríamos encontrar a algún turista, de entre los millones que anualmente recibe, que pueda decir que se siente engañado por este destino turístico. Todos, o casi todos, conocen qué es y qué ofrece Benidorm a sus visitantes. Benidorm es Benidorm, así de sencillo. Cualquier persona que acuda pretendiendo hacer un periplo por museos, catedrales y lugares con sabor añejo o donde se respire el poso dejado por cientos o miles de años de historia podríamos catalogarla como ajena a este mundo, comparable a quien visite las pirámides en pleno mes de agosto y se sorprenda de las altas temperaturas del desierto egipcio o quien en el Restaurante Maxim’s de Paris pida una botella de Château Lafitte para mezclarlo con gaseosa.

Hay un misterio que gravita sobre Benidorm. No se comprende que a pesar de ser un destino turístico desacreditado por las más prestigiosas guías turísticas, incapaces de enseñar una fotografía de esta selva de torres frente a la playa, como Elkar, Guide du Routar, Willgoto, Guide Mondial de Voyage, Colonial Voyage, Lovely planet, Pasión viaje o Guías para viajeros, Benidorm siga siendo uno de los principales polos receptores de turismo del Mediterráneo.

Sobre esta localidad recaen valoraciones peyorativas. Cavestany (2000) dice que Benidorm “sigue siendo un agujero negro en las guías turísticas de prestigio”. Para Iribas (2000) “suele resultar incomprensible para muchos intelectuales y profesionales (...) un lugar con una imagen perturbadora -es la ciudad de los rascacielos- (...) un lugar donde se desprecia descaradamente toda inclinación a la cultura convencional y en el que se propone un uso del tiempo basado en un ritmo enloquecido”. Maas (2000) dice que Benidorm está “infestada de torres, monocultural, arrasada. Comida, bebida, sol, arena y mar (...) una congregación de vulgaridad”. Por su parte, Eduardo Mira (1988) afirma que “probablemente no haya

ciudad española alguna que despierte por un lado, tanto disgusto y, por otro, tanta admiración (...) cualquier amante de veraneos familiares y bucólicos y cualquier adicto al lujo sofisticado y exclusivo nos dirá que Benidorm es un horror. La horda rubia del tatuaje y la pinta de cerveza, el honrado productor que busca una aventura (...) el grupo sediento de beber sol y arena (...) nos dirá ¿Benidorm? ¡Oh Benidorm! (...) porque Benidorm no hay más que uno... afortunadamente”.

7. CONCLUSIONES DE UN MILAGRO INCÓMODO.

Se hace una tarea muy difícil y compleja el tratar de negar lo que es evidente. Aunque a muchos les pese, Benidorm es una magnífica fábrica de hacer turismo que está perfectamente preparada para satisfacer las necesidades de los millones de turistas que deciden pasar en ella sus vacaciones. Su gran atractivo, además de su clima y sus playas, es que posee un ambiente urbano y turístico único, desconocido y envidiado por muchas localidades turísticas.

El ser destino de millones de turistas, tanto extranjeros como españoles, permite que Benidorm oferte miles de puestos de trabajo, en la industria turística y en muchas otras actividades económicas que devienen del turismo y que son permanentes a lo largo de todo el año. Este hecho, que puede parecer una obviedad, hay que destacarlo, ya que no es así en otras localidades supuestamente turísticas en las que el empleo se encuentra ligado al ladrillo y no al turismo.

Sin embargo, y en el capítulo más claramente negativo, como cualquier otra localidad con su actividad centrada en un sólo sector de la economía, Benidorm debe considerar el riesgo que supone someter a un elevado número de personas -la práctica totalidad de empleados- a los ciclos y vaivenes del turismo, una industria propensa a las crisis. Esta total dependencia, la monofuncionalidad pues, de Benidorm puede ser considerada muy expuesta, sobre todo cuando está sujeta, en buena parte, a decisiones adoptadas desde fuera, por los grandes tour operadores internacionales, incontrolables desde cualquier tipo de área de decisión local. Así es que Benidorm, además de tratar de mantener y mejorar su posición hegemónica en el mercado turístico, tiene que abrirse hacia la captación de iniciativas económicas y empresariales, capaces de introducir nuevos modelos productivos.

El gran riesgo de esta gran ciudad de ocio es que oferta miles de puestos de trabajo, casi todos ellos ligados, de forma directa, indirecta o inducida, al turismo -el 87,7% de las empresas y el 86,1% de los empleos pertenecen al sector terciario y, más concretamente, el 21% de empresas y el 36,5% de empleos son del subsector de la hostelería. Benidorm debe considerar, por lo tanto, que su modelo de desarrollo supone someter a un elevado número de personas -la práctica totalidad de empleados- a los ciclos y

vaivenes del turismo, una industria propensa a las crisis y a las presiones que actualmente proceden de otros destinos emergentes que compiten ofertando un producto turístico similar.

BIBLIOGRAFÍA.

- BAYÓN, F. (director). (1999): *50 años del turismo español: un análisis histórico y estructural*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces.
- CAVESTANY, J. (2000): “Benidorm, microcosmos pop”. Diario *El País*, 2 de abril.
- ÉQUIPE MIT (2005): *Tourismes 2 Moments de lieux*. París. Editions Belin.
- GAVIRIA, M. y PEREA, J.M. (2010): *El trasvase del AVE*. Alicante: Gráficas San Roque.
- GREGORI, R. (2010): “Resignarse no es la solución”, en *Diario Información de Alicante*, 8 de agosto.
- IRIBAS, J. M. (2000): “Benidorm, manual de uso”, el MAAS, *Costa ibérica. Hacia la ciudad del ocio*. Barcelona: Actar.
- MAAS, W. (2000): *Costa ibérica. Hacia la ciudad del ocio*. Barcelona: Actar.
- MIRA, E. (1988): “¿Benidorm? ¡Oh Benidorm!””, en *Diario Información de Alicante*, 16 de junio.
- MAZÓN, T. (2001): *Sociología del Turismo*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces