

# 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 Torreveja; 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 Hospitalares; INVAT.TUR, Instituto Valenciano de Tecnologías Turísticas; Francisco David Lucha Djeda; 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 Quiñoner; 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; Turopaña; 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*.



Cartel sobre Alicante, editado en varios idiomas por el Patronato Nacional de Turismo, 1929. Litografía Ortega, Valencia [Fuente: <http://www.tourspain.es/es-es/inteligenciamercados/CD/ConsultaCatalogos/Paginas/Acceso%20PAC.aspx>].

# El origen de la imagen turística de la Costa Blanca

José Ramón Valero Escandell

María Dolores Fernández Poyatos

Instituto Universitario de Investigaciones Turísticas  
Universidad de Alicante

En 1929, el Patronato Nacional de Turismo comenzó a publicar carteles de los distintos territorios españoles, para fomentar la difusión del patrimonio español en un momento en que las grandes exposiciones Universal de Barcelona e Iberoamericana de Sevilla hacía prever una llegada de numerosos visitantes extranjeros. Nunca hasta entonces se había planteado una campaña de promoción turística semejante en nuestro país. A diferencia de lo que reflejan los carteles de algunos otros lugares, el cartel referido a Alicante, dibujado por Antonio Vercher, contiene ya los elementos clave en los que se fundamentará la imagen turística alicantina. El cartel, que se editó en varias lenguas, se titulaba en español «Alicante, donde no hay invierno, la playa de las palmeras», representaba el paseo marítimo de la ciudad en un jornada primaveral, que igual podía corresponder a un buen día de invierno; por detrás de quienes pasean tranquilamente —una señora con un carro de bebé, un militar charlando con una dama, un par de chicas elegantes...— el mar en absoluta calma, surcado por barcos veleros y el edificio arabizante del Club de Regatas. Todo estaba enmarcado por palmeras y un cielo luminoso; en su conjunto, parecía transmitirse una versión hispana del Paseo de los Ingleses de Niza y la intención subliminal de que el espectador asumiera que no era necesario viajar a otros países para disfrutar de algo que tenía al alcance de la mano.

El cartel no surgió de la nada, no fue una ocurrencia estrafalaria o una visión repentina y sorprendente; más bien era el resultado de muchos años de formación de una identidad turística en nuestro territorio, de la difusión social de una serie de factores positivos que la sociedad local había ido asimilando como un patrimonio colectivo, de la labor de algunas élites vinculadas a la prensa, a la ciencia o a la política. Durante décadas se había ido construyendo una identidad territorial, asumiendo como verdades indiscutibles una serie de rasgos característicos de la ciudad de Alicante y de ese mosaico diverso de lugares, gentes, costumbres, paisajes o peculiaridades climáticas: ya estaba madura la imagen turística de lo que más adelante dio en llamarse la Costa Blanca.

La imagen turística de un territorio es un concepto ineludible que se deriva del conocimiento que se logra a

través de la experiencia tanto como de su plasmación en los materiales comunicativos y promocionales. Son diversos los factores que influyen en la creación de la imagen de



Cartel anunciador de las fiestas de invierno de 1911, de Lorenzo Aguirre (Archivo Histórico Municipal de Alicante: carteles).



Imagen sacada del libro *Alicante, sus bellezas y su clima*, de Prospero Lafarga...[et al.]; E. Tomaseti y J. Coloma [Fundación Caja Mediterráneo].

un destino; asimismo, se reconoce que una imagen fuerte, diferenciada y bien posicionada contribuye a la selección de un destino. La representación mental que de él se posee, la imagen que un territorio proyecta, ejerce una gran influencia en el comportamiento del consumidor cuando se plantea un viaje, un momento de ocio o una actividad lúdico-cultural. *Grosso modo*, «la imagen global que puedan tener los individuos de un lugar es el producto de la información que hayan adquirido en el pasado a través de un conjunto de filtros que están relacionados con las fuentes de información y con factores culturales y psicológicos» (Beerli, Martín, 2002: 6).

Entre las piezas comunicativas más importantes para la promoción turística se hallan los carteles, cuyo objetivo esencial ha sido el de transmitir los valores de un territorio a fin de forjar su identidad turística. Frente a las imágenes que en la actualidad se crean sobre conceptos en extremo simbólicos y en ocasiones frívolos, en aquellas primeras formas de comunicación turística, la imagen se sustentaba en rasgos identitarios donde se reconocían los grupos sociales o ideológicos mayoritarios, favoreciendo aquellos

beneficios que podían ser atractivos a los potenciales o fieles visitantes.

Desde finales del siglo XIX —cuando el turismo comienza a ser— fueron diversos los medios que se utilizaron para promocionar los destinos: guías, folletos, monografías, libros, álbumes, revistas ilustradas, carteles, publicidad, postales, exposiciones universales (Londres, París), boletines de asociaciones (excursionistas, alpinistas...).

En esos primeros años del siglo XX, la publicidad —en su vertiente comunicativa comercial— empezó a orientarse hacia su conformación moderna, lo que significaba abandonar (para algunos incluso renegar) la vieja publicidad huera, grandilocuente y, en demasiadas ocasiones, falaz. Se pretendía una publicidad racional, que convenciera con argumentos verídicos y significativos para sus consumidores. La publicidad turística buscó, fiel a la verdad, destacar de los territorios lo más sobresaliente y atrayente para captar turistas; en un principio, lo más destacado fueron los reclamos histórico-culturales o paisajísticos y climáticos. La provincia de Alicante abundaba en lo segundo, sobre todo focalizado por la bondad y benignidad de su clima; con él se creó la primera identidad turística que, en su globalidad, es la actual; con el tiempo, otros motivos —fiestas, monumentos, paisajes, pueblos, gastronomía— fueron recurrentes en el repertorio icónico de la comunicación turística (Mira, Baeza: 2015), sobre todo, a partir de los años sesenta.

Unos años antes —en 1957— nació turísticamente la marca Costa Blanca, cuando la industria aeronáutica británica inauguró el vuelo Londres-Valencia (Moreno, 2007). No obstante, 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. Aunque en la actualidad comprende solo la provincia de Alicante, Costa Blanca abarcaba también el litoral de las provincias de Murcia y Almería.

En su marca, se aprecian algunos de los elementos intrínsecos a su imagen turística: «el concepto sol situado en la zona superior del conjunto y por el color azul claro elegido para la tipografía —redondeada y sin cierres abruptos—, que lo vincula con el color del mar» (Fernández, 2015: 128). Esta iconografía, y la forma del logotipo, apelarán directamente a la imagen del destino representado. La marca Costa Blanca «se compone de una forma singular irregular que representa los atributos más significativos de la Costa Blanca: Un clima cálido excepcional, la hospitalidad y mente abierta de sus gentes y la creatividad mediterránea»<sup>1</sup>. El binomio «sol y playa» fue, y es, elemento fundamental en la promoción de su imagen turística.

En este artículo vamos a analizar cómo se fueron configurando los elementos básicos de la imagen turística de la Costa Blanca, entendiendo como tal no sólo el litoral alicantino, sino también el traspais más próximo, que en algunos casos —como en Elche o en Orihuela— se refiere a ciudades situadas algo alejadas del mar, pero que cuentan con una amplia franja costera, en muchos casos superior a la

1. <http://www.grupocamaleon.com/es/?s=2&a=5&e=113>.

de algunos municipios cuyo núcleo urbano se encuentra al borde del mar. Estos elementos los vamos a agrupar en tres aspectos básicos: el clima, el paisaje litoral y otros aspectos patrimoniales, materiales o no.

### EL CLIMA: LA BENIGNIDAD HECHA MITO

El clima es, sin duda, el principal patrimonio territorial de la Costa Blanca desde mucho antes de que existiera el turismo como fenómeno social significativo. Ya aparece destacado en las primeras muestras de promoción turística sobre Alicante, que se recogen en guías, monografías y artículos esporádicos en reputados periódicos de la capital de finales del siglo XIX, cuando no existía el «turismo de masas», sino el turismo elitista, practicado por las clases sociales acomodadas.

Estos incipientes testimonios ya ponderaban las bondades de nuestra provincia: bajo el sugerente titular «Una residencia de invierno», se publicó en la portada de *El Imparcial* [23-10-1880] un atractivo artículo sobre las excelencias de nuestro clima; son Alicante y Málaga «poblaciones risueñas del Mediterráneo, desposadas de la primavera», que poseen los dos climas mas dulces del litoral. Sobre todo Alicante, porque unía a la igualdad de la temperatura su benignidad excelente.» El objetivo que justificaba este texto era el de atraer visitantes y residentes para el invierno.

No fue este el único diario que en dicho año se hizo eco de las excelencias climáticas de Alicante. *La Época* celebró en varios números la indulgencia del clima, alentando a sus lectores a hacer de nuestra tierra su residencia de invierno [31-10-1880, p. 5 y 21-11-1880, p. 3]. Lo recomendaba a personas que huían de la rigurosidad del invierno en otras zonas, pero también a «ciertos enfermos», sirviéndose del concepto de residencia médica para recuperar la salud, razón capital en aquellos años.

El origen de esta excepcional apreciación del clima de nuestro litoral por sus propios habitantes hay que buscarlo básicamente en dos momentos más o menos preciosos; por un lado, en el conocidísimo poema *Adagio Alicantino*, que el Marqués de Molins, Mariano Roca de Togores, dirige en abril de 1841 a su buen amigo el también escritor Bretón de los Herreros, que no había podido venir a disfrutar con él de una estancia en Alicante. En dicho poema, archiconocidísimo en la ciudad, pueden encontrarse estrofas como las siguientes:

*Mientras que a vos embozado  
por las mañanas de enero,  
a la orilla del brasero  
os da un dolor de costado,  
yo me voy desabrochado  
desde el Muelle al Malecón;  
que es sin disputa Alicante  
la millor terra del món. [...]  
¡Vos en remojo y no es cuento,  
en una sartén de estaño,  
mientras tengo el mar por baño  
y por todo el firmamento...*

El citado poema no sólo pondera las excelencias climáticas de la ciudad, sino todo su amplio patrimonio territorial, desde el paisaje –parece ser que el poema se escribió en su residencia próxima al palmeral de la playa de Babel– hasta la gastronomía o las costumbres.

Frente a esta apreciación lírica y subjetiva del poeta, los datos científicos, objetivos, medibles. Desde el año 1858 el primer Anuario Estadístico de España ofrece datos de los principales observatorios metodológicos del país, que en aquellos momentos eran los procedentes del Real Observatorio de Madrid, del de Alicante –que probablemente inició sus actividades en 1855, siendo el tercero oficial tras el capitalino y el de la Armada en San Fernando– y de las mediciones que habían iniciado también las distintas universidades españolas de la época, en concreto, las ubicadas en Barcelona, Granada, Oviedo, Salamanca, Santiago, Sevilla, Valencia, Valladolid y Zaragoza. A partir de



Cartel «Alicante (España) residencia de invierno», de autor desconocido y aproximadamente de 1905. El cartel ofrece una detalladísima información escrita y gráfica sobre las virtudes de la ciudad (Archivo Histórico Municipal de Alicante: carteles).



Folleto divulgativo de 1909: «Alicante. Estación de Invierno. Winter Resort» (Fundación Caja Mediterráneo).

estas mediciones, por lo general, el clima alicantino, especialmente durante la estación invernal, era el más benigno de todos, aunque también tuviese algunos rasgos menos favorecedores, como las precipitaciones máximas en un solo día.

Las series meteorológicas continuadas en el tiempo, el chauvinismo local ligado al concepto de *millor terreta del món* y el deseo patrio de demostrar que nuestro litoral mediterráneo podía competir ventajosamente —al menos, en sus cualidades físicas— con las principales estaciones balnearias invernales entonces tan en auge en la Costa Azul francesa o en la Riviera italiana, hicieron posibles los artículos antes citados. A partir de entonces, serán abundantes las publicaciones alicantinas que reivindican la benignidad de su clima, especialmente en la época invernal; en un primer momento, se trata de publicaciones más o menos eruditas y elitistas, pero en poco más de una década empezarán a surgir guías y folletos publicitarios que, casi siempre, se copian unos a otros, se repiten, inventan incluso, pero que dan por sentada la superioridad de nuestro clima frente a cualquier otro del país, de Europa e incluso del mundo.

Así, en 1883, dos publicaciones alicantinas de muy diferente cariz proclaman las excelencias del clima alicantino

y su idoneidad como estación invernal para cualquier visitante, especialmente si este es una persona enferma, débil o anciana. Una de estas publicaciones es *Estudios sobre la topografía médica de Alicante*, del doctor Evaristo Manero, la primera publicada en su género en la ciudad, que en su descripción pormenorizada de las condiciones higiénicas locales considera que el clima local puede definirse como «ocho meses de primavera por cuatro de verano» (1883: 42). El frío alicantino es descrito como especialmente moderado:

*El invierno en Alicante es tan benigno, como raras son igualmente en él las escarchas y nevadas, sosteniéndose el termómetro a la altura media de 11°, llegando al mínimo de 2° en excepcionales casos. El uso de las prendas de abrigo es más bien para ostentar lujo; sólo tiene aquí verdadera y justa aplicación, al salir del teatro, cafés u otras habitaciones, donde se respira ambientes más altos que el de la calle. La primavera suele empezar con temperaturas variables y vientos fuertes, dejándose sentir en algunos días el calor propio de la estación que le sigue. Durante el verano, es soportable el calor, que favorece grandemente la transpiración, mientras reinan las brisas marinas; pero es de todo punto insoportable, en los días de calma y cuando sopla el viento Oeste. Felizmente, la calma y el expresado viento, pocas veces imperan. La estación autumnal, en su principio, no es más que la prolongación del verano, e insensiblemente se baja la temperatura, hasta constituir otra primavera menos fija en sus grados termométricos...* (1883: 43)

En el mismo año, 1883, la *Guía de Alicante. Manual del alicantino y del forastero*, de otro Roca de Togores, José Alfonso, premiada en 1882 por la Sociedad de Amigos del País alicantina, desde su inicio reconoce la importancia de la llegada de visitantes a Alicante, especialmente en la temporada estival —no hay que olvidarlo, el impacto de los trenes llegados desde Madrid estaban modificando la vida cotidiana de la ciudad durante el verano— pero también reivindica que la ciudad debe desarrollarse «no solo como estación balnearia sino también como residencia de invierno por sus excelentes condiciones climatológicas».

La estima ciudadana por las condiciones meteorológicas invernales y el intento de buscar una alternativa invernal a la llegada de visitantes estivales, a fin de evitar una estacionalidad que limitaba la rentabilidad de los ya numerosos establecimientos vinculados a la acogida de visitantes o al servicio a los bañistas, llevó incluso a la creación de un organismo para ponderar el clima: la Comisión para la Propaganda del Clima de Alicante, presidida por el doctor Gadea, como alcalde de la ciudad, que en 1898 editó el cuadernillo *Alicante. Residencia de invierno*, donde destacaba numerosos elementos atractivos de la ciudad y de su provincia, pero se centraba especialmente en las características climáticas del periodo invernal alicantino, en buena medida, refiriéndose a las características destacadas por Evaristo Manero o por el artículo citado de *El Imparcial*, ligándolas especialmente al tratamiento de determinadas enfermedades crónicas. El folleto incluía básicamente





Postal coloreada donde se puede apreciar el muelle, la Esplanada y la Casa Alberola (Archivo Histórico Municipal de Alicante).

fotografías de lugares ligados al posible disfrute de ese clima benigno, como una vista general con el castillo al fondo, el paseo marítimo, el puerto y la playa del Postiguet, además de alguna de los principales hoteles, próximos al mar; curiosamente, la única fotografía no referida a la capital es una de Elche, del palmeral, un espacio que ayudaba a argumentar la benignidad del clima.

El objetivo de aquella comisión, atraer hacia Alicante visitantes invernales que pudiesen encontrar aquí mejora para su salud, ha prevalecido con el tiempo. El alcalde de Alicante durante la dictadura de Primo de Rivera, el general Elizaicín también definió a Alicante como estación de invierno. El reciente Plan de Competitividad Urbana Alicante 2020, encargado por el ayuntamiento, también considera que uno de los puntos fuertes consiste en promover este producto turístico: «Una de las mayores fortalezas que dispone Alicante es su clima, que proporciona una mayor calidad de vida a los ciudadanos y puede contribuir a la cura de enfermedades respiratorias» [69]; aunque también por la ubicación de centros de salud y clínicas de prestigio internacional reconocido: «Esta combinación, ha provocado la necesidad de centrarse en este sector para obtener el mayor rendimiento posible, ya que la salud ha aparecido como un activo de futuro» [88].

El proyecto de que Alicante fuera una residencia de invierno nunca se consiguió, pero sí se logró intensificar la temporada de baños en verano. A lo largo de todo el primer tercio del siglo XX continuaron las iniciativas para atraer residentes y veraneantes; en ellas, el clima siempre sobresale como el valor seguro. Este turismo histórico, de minorías que residían los meses del verano en villas de

vacaciones y frecuentaban los hoy desaparecidos balnearios (Vera: 1985), siempre trató de incentivarse y, para ello, se crearon algunas sociedades y organismos como Alicante Atracción (1910-1930) y la Oficina de Información de Turismo (1936). Siguió editándose guías y folletos: *Guía de Alicante* (1900), *Indicador de Alicante* (1910), *Alicante. Sus bellezas y su clima* (1913). Una de las iniciativas más interesantes fue la publicación del *Indicador de Alicante*, una completa guía que buscaba ser cicerone de los miles de forasteros que visitaban la ciudad. Se decía «obra de propaganda de las excelencias de este clima siempre benigno, siempre acariciador, siempre seguro...» [1910: 7]. Como puede comprobarse, estas publicaciones tuvieron un momento cumbre en torno a los años 1909-1911, cuando el rey Alfonso XIII coloca la primera piedra e inaugura el Real Club de Regatas, un elemento que se consideraba clave para atraer al invierno alicantino a un importante sector del distinguido turismo invernal europeo; por ello, también se promovieron en torno a dichas fechas unas fiestas invernales en Alicante, mucho más ligadas al ámbito oficial que a las clases populares locales. En los años veinte, las guías turísticas locales, como la de Bonell y Bernadés, *Alicante turístico. Anuario ilustrado de la riqueza industrial de Alicante y su provincia*, publicada en 1928 y continuada en los años siguientes, ya han asumido totalmente, de forma mimética, todas las cualidades climáticas positivas divulgadas a partir de 1880. La imagen de una ciudad marítima de clima privilegiado había calado ya hondo en el conjunto del país; así, una de las guías turísticas más importantes del país en la década de los veinte, las *Guías Regionales* de la editorial Calpe, en su tomo tercero, dedicado a Levante,



Postal donde aparecen distintas casas de baño de principios del siglo XX, observadas desde el Paseo de Gomis (Archivo Histórico Municipal de Alicante).

de 1923, escrito por Elías Tormo, comienza sus itinerarios urbanos por Alicante con el titulado «Junto al mar».

En síntesis, todas las guías y estudios citados, se centran en una serie de aspectos climáticos —una presión adecuada, una temperatura bastante constante a lo largo del año, unas lluvias escasas...—, que se resumen básicamente en un clima benigno, especialmente en el periodo invernal. En algunas ocasiones se llevan a realizar comparaciones respecto a otras estaciones balnearios invernales, por ejemplo, *Alicante. Estación de Invierno*, lo hace con Málaga (el rival español) o Niza, la ciudad de referencia en tantos aspectos. En un capítulo de *Alicante. Sus bellezas y su clima*, el doctor Formigós, no sólo compara sino que ya rechaza cualquier alternativa futura que los franceses pudieran ofrecer, y afirma que:

*No temamos competencias, pues si en el extranjero Niza, población similar a la nuestra, teniendo una muralla natural en los Alpes, está libre de los vientos fríos, en cambio aquellos macizos rocosos, con nieves perpetuas, hacen su temperatura variable y alejan a los valetudinarios.*

*Los franceses, convencidos de ello, quieren arrastrar la corriente de su Costa Azul a Argel; pero se estrellarán si trabajamos con fe, porque las fiebres intermitentes africanas, de forma perniciosas, muy comunes de allí, siempre gravísimas, les ponen en condiciones desventajósísimas para la lucha... (1913:23)*

La benignidad del clima se enfocará en dos direcciones: la presencia moderada de los rigores estivales, aminorados por la brisa marina; y, especialmente, la benignidad de un clima invernal donde las nevadas son excepcionales —Manero habla de dos de cierta importancia en un periodo de más de sesenta años—, los días fríos muy limitados, escasos los cielos cubiertos y pocos días de vientos fuertes y molestos, algo que se relaciona con el papel moderador de las montañas cercanas y la orientación en torno al Benacantil, que resguarda a la ciudad de los peores vientos del norte.

La benignidad del clima de la Costa Blanca estuvo totalmente asociada durante el final del siglo XIX, e incluso durante las tres primeras décadas del XX, a la propia capital. Las razones de esta exclusividad son variadas: por un lado, era, con mucha diferencia, el principal centro de atracción turístico de la provincia, dada su conexión ferroviaria con Madrid, con trenes especiales veraniegos incluidos, como el famoso Tren Botijo, ya que el automóvil particular fue una rareza en nuestro país, al menos, hasta bien avanzados los años veinte; además, la capacidad propagandística de la ciudad, mediante la edición de guías turísticas por ejemplo, era absolutamente inalcanzable para los pequeños pueblos costeros, pobres, con escaso presupuesto y casi nula capacidad de acogida de viajeros; finalmente, los datos meteorológicos, como se ha indicado, salvo excepciones esporádicas no siempre fiables, sólo estaban disponibles en la capital.

Poco a poco, la benignidad del clima se fue asociando al conjunto del litoral provincial. Así, en su guía de 1923, Elías Tormo, califica como «sano, de gran templaza» (1923: 288) al clima de Dénia, a partir de las informaciones de la Sociedad de Atracción de Forasteros local. En 1935, la construcción por el Patronato Nacional de Turismo del Parador de Ifach, facilitó la publicación al año siguiente de *Itinerarios de turismo por la provincia de Alicante*, ligados a dicho establecimiento hotelero en los que también se resaltaban las características climáticas de la comarca de La Marina. Ya comenzaban, hacia el norte y hacia el sur, a despuntar municipios litorales como Torrevieja y Benidorm, ligados a sus características litorales pero también a su clima privilegiado.

### UN PAISAJE ENMARCADO EN SOL Y MAR

En la imagen de Alicante, clima y paisaje se encuentran perfectamente imbricados, como si de un todo inseparable se tratase. Sol y palmeras, clima cálido y orilla del mar se encuentran absolutamente unidos a la hora de caracterizar la Costa Blanca como un posible destino turístico.

En el origen de la construcción de la imagen paisajística ofrecida por nuestro territorio, estamos también obligados a centrarnos en la propia ciudad de Alicante. «Castillo, puerto y sol. Tales son en síntesis las características de

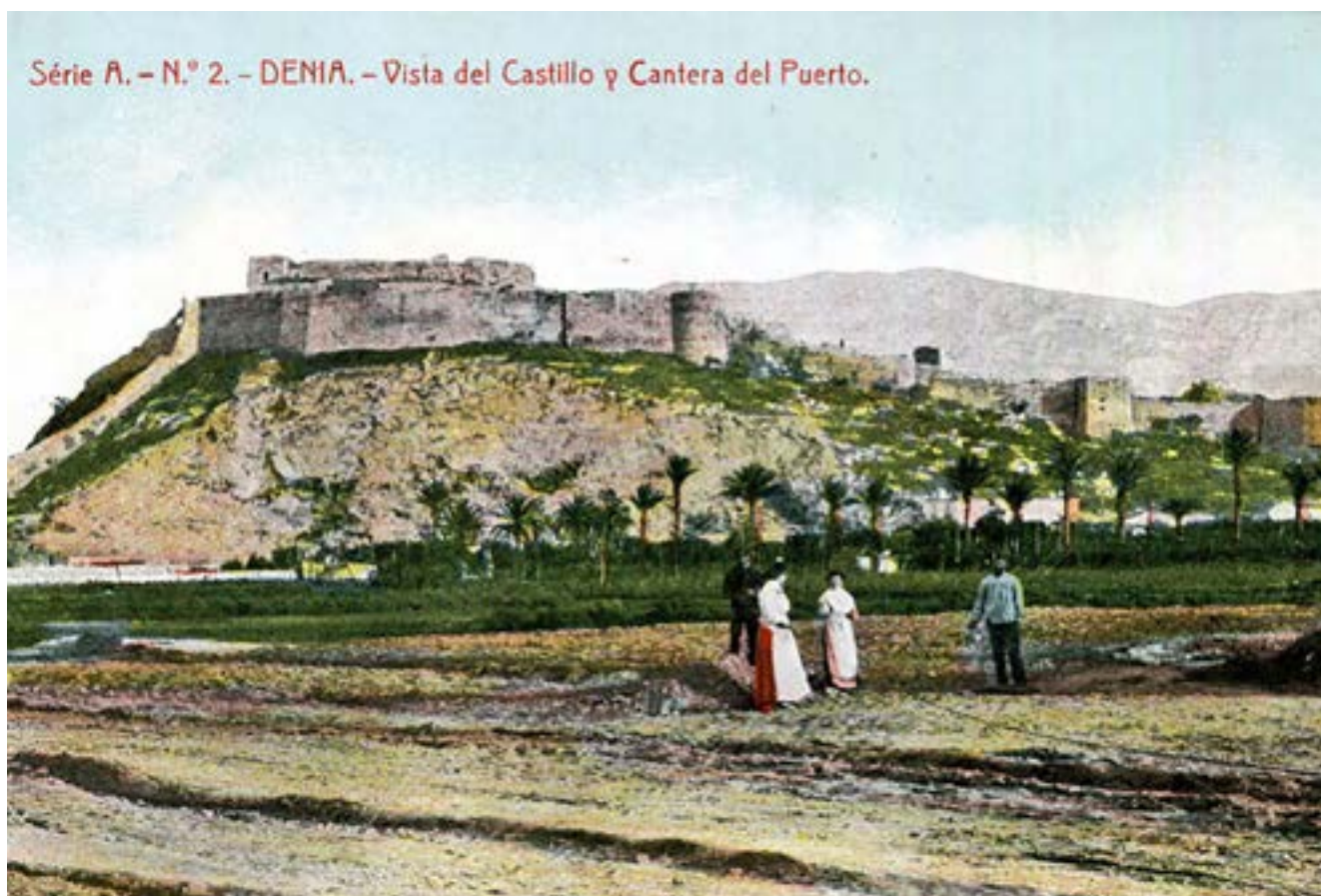
nuestra urbe. Ellos explican su aparición en la historia, su existencia en los siglos pasados y su destino en los futuros», explicaba Figueras Pacheco en un texto de 1928 (Bonells: 117) Era una imagen simple, sencilla, pero que condensaba claramente el significado de la ciudad; el castillo es en ella, más que un monumento notable, más que un patrimonio de carácter histórico, un marco territorial: a la falda de un castillo, resguardada de los vientos, volcada hacia el mar que constituyó desde antiguo su principal fuente de riqueza.

La imagen que la ciudad quiere brindar al visitante decimonónico, junto a su clima benigno, es la de una ciudad volcada al mar. La mayoría de las fotografías más antiguas que de Alicante conservamos, por ejemplo, las de Laurent de los años sesenta del siglo XIX, se centran fundamentalmente en estos aspectos: la vista de la ciudad desde el mar, el puerto, casetas de baños, el castillo, los tinglados, aunque también las casas consistoriales o Santa María... en realidad, no demasiada diferencia respecto al dibujo que desde el puerto había tomado unas dos décadas antes Alfred Guesdon, aunque ahora aparecían ya dos casetas de baños en el Postiguet.

Fue en aquellos años finales del reinado isabelino cuando la playa alicantina comenzó a considerarse un lugar a proteger y un elemento esencial para la atracción de visitantes, especialmente cuando el ferrocarril unió a la ciudad con Madrid a partir de 1858. A partir de ahí, la imagen de



Elche: fotografía de Laurent de la década de los setenta del siglo XIX (¿ 1870-1886?) en la que se observan el palmeral, el molino harinero y el palacio de Altamira [Fuente: Biblioteca Nacional de España, <http://bdh-rd.bne.es/viewer.vm?id=0000019172>].



Postal coloreada de Dénia en la que se observa la vieja fortaleza y la huerta

(Fuente: <http://www.denia.com/postales-centenarias-de-denia-para-el-pergamino-2013-de-la-falla-darrere-del-castell/>).

una ciudad balnearia veraniega –pero también invernal– aparecerá en todas las guías y folletos propagandísticos de la ciudad.

Playa, baños, puerto y paseos junto al mar. Esa será la imagen dominante en todas las publicaciones aparecidas en Alicante en el medio siglo largo comprendido entre 1880 –fecha de publicación del artículo citado de *El Imparcial*– y la Guerra Civil. Es una imagen que ya Zorrilla, que nunca había visitado la ciudad como él mismo reconoce en su poema Alicante: «y el mar te baja y el rojo sol te dora [...] entre horizontes siempre risueños,/ radiando siempre luz y alegría/ cercada de aires siempre abrileros,/ y un mar que tiene siempre en bahía/ de extraños climas y extraños dueños/ mil barcos llenos de mercancía» (Bonells, 1928: 23). Una imagen similar será la ofrecida por los hermanos Quintero en su obra *La ciudad cristalina*, estrenada en el Teatro Principal por Margarita Xirgú, también citada en la guía anterior. Era una imagen basada en los textos previos del Marqués de Molins y también en la obra del doctor Manero: «A la orilla misma del mar se extiende una pared de palmeras, como anuncio de aquel clima dulce y apacible: otro paseos hermosos y de purísima atmósfera avanza mar adentro, mostrando a ambos lados la perspectiva intensa del mar». [1883: 48] La descripción muchas veces se extiende a todo el conjunto urbano, como en Alicante, estación de invierno: «Ciudad vasta y elegante, de hermosos paseos junto al mar, que rivalizan con los más famosos de orillas del Mediterráneo...» (1909: 6); otras, por el contrario,

se concentran en un solo paseo, que siempre suele ser el que hoy conocemos como Explanada:

*...bella Explanada, paseo el más hermoso  
de mi ciudad querida; el más majestuoso,  
el que más dignamente te logra retratar [...]  
En mañanas de invierno, cuando el astro-rey dora  
El verdor de tus palmas en la serena hora  
Del mediodía, a cuantos buscan la salud,  
Les dices el consuelo de una amable «Dolora»  
Que les trae la risueña visión de juventud.*

Rodolfo de Salazar, (Tomaseti, 1913: 55-56)

En el proceso de fijación de esta imagen de la ciudad, el Benacantil y el castillo apenas suponen un contrapunto para enmarcar, para cerrar, para fijar el fondo de esta imagen. Muchas veces, sirven para explicar cómo resguardan la ciudad y le protegen de los vientos más crudos. Apenas se detienen las guías o los folletos en describir el barrio antiguo alicantino, del que sólo se citarán sus principales monumentos artísticos; tampoco se detienen en los áridos alrededores de la ciudad, de los que Manero lamenta su lastimoso estado, su casi nula vegetación o el pobre espectáculo que ofrecen al visitante que llega a la ciudad. Sólo en algunas ocasiones, como prolongación del frente marítimo, algún autor se detiene en la imagen modesta y alegre de las blancas casitas de pescadores del Raval Roig (por ejemplo, en *Alicante. Sus bellezas y su clima*).

El resto del paisaje provincial se fue revalorizando poco a poco. Si las primeras guías sólo hablaban de Elche y de Busot como lugares de visita recomendada, poco a poco se amplían los lugares que resulta imprescindible conocer: es un paso, lento pero inexorable de ampliación de la imagen de Alicante como ciudad balneario a la de la Costa Blanca como conjunto litoral abierto al turismo.

Como culminación de este proceso, en 1936 se publican, desde la Oficina de Información de Turismo alicantina los *Itinerarios de turismo por la provincia de Alicante*, claramente centrados en el entonces recién inaugurado Parador de Ifach, en Calpe, la primera intervención turística del Estado en nuestra costa, que pone ya claramente el acento en la comarca de La Marina, la que acabaría siendo en los años sesenta el principal destino de los turistas extranjeros en nuestra provincia; el inicio del folleto es toda una reivindicación de aquellos lugares: «...rutas que han de llevarle a los lugares más encantadores de La Marina alicantina, de clima delicioso, playas y montañas, campo y mar».

Los cuatro itinerarios planteados son significativos del protagonismo que había comenzado a adquirir el litoral norte provincial y del intento de generalizar los recorridos por un territorio turísticamente virgen pero al que ya se le adivinan indiscutibles posibilidades: de Alicante a Ifach, de Ifach a Dénia, de Ifach a Alcoi –que suponía internarse por carreteras difíciles de transitar– y al Coll de Rates, una ruta ya claramente senderista. Mar y montaña, pueblos de pescadores y el interior ajeno a las rutas ferroviarias, al proceso de industrialización y casi a la economía de intercambio generalizado.

La ubicación del propio parador en Ifach es una prueba evidente de cómo, poco a poco, algunos enclaves singulares de La Marina fueron crecientemente apreciados por los viajeros que a ellos llegaban. Ifach, el peñón, una imponente mole metida en el mar, es tal vez el más destacable en el horizonte; pronto se le representó asociado a unas formas de vida –la pesca, la salina, la vegetación xerófila...–. También Benidorm, «la famosa playa» según los itinerarios de 1936, o la población «cuya orilla del mar es la más bella de España», según la *Descriptive Guide of Alicante*. Y Dénia, cuya imagen publicitada a partir de numerosas postales o de guías como la de la editorial Calpe muestra un cierto parecido con la que ofrecía Alicante: un pueblo recostado sobre una montaña junto al mar, con castillo en su cima, con un puerto pesquero y comercial, aunque con unas huertas vecinas muchísimo más fértiles y una imagen de pequeña población. Paulatinamente, distintos enclaves de la Marina comienzan a asociarse a la imagen de nuestro litoral y sus lugares próximos: «Castell de Guadalest, pueblo de águilas, situado encima de elevada cumbre. La visita al pueblo, abierto entre rocas, es de inolvidable recuerdo. Confrides, con amenísimos valles», puede leerse en los itinerarios desde Ifach. También Altea, el Mascarat, las fuentes del Algar o los cabos próximos a Xàbia van convirtiéndose en parajes singulares de una comarca que aparece como un conjunto bastante homogéneo, bellísimo, que todavía espera una mejora de las comunicaciones que la haga fácilmente accesible a los visitantes.



*Itinerarios de turismo de la provincia de Alicante*, editados por la Oficina de Turismo de la ciudad de Alicante en 1936. Se observa la valoración del paisaje de La Marina [Fundación Caja Mediterráneo].

El protagonismo de Busot –en realidad, de la actual Aigües– está marcado por la construcción en un paraje montañoso cercano a la capital de un balneario preventivo y de un hotel anexo, el Miramar. Por ello, todos los folletos publicitarios de principio de siglo harán referencia a este enclave situándolo por encima de casi todos los alicientes de los pueblos provinciales: «bosques misteriosos, llenos de balsámicos perfumes, desde sus cúspides se descubren horizontes dilatados...» [Bonells: 1929-135]; «su topografía es eminentemente montañosa, dando lugar a numerosas perspectivas variadas y deliciosas: las cimas del Garroferet, Peña Rocha [Aller, 1900: 92]. Casi siempre se invita a realizar una excursión hasta allí, pasando por alto las más que obvias dificultades entonces existentes: «las tres horas escasas que dura el viaje transcurren rápidamente ante la contemplación del hermoso panorama...» [Alicante. *Estación de invierno*, 1909: 20]

El palmeral de Elche, ese paisaje africano en Europa que constituye además el principal emblema del carácter benigno de nuestro clima frente a los rigores invernales de otros países europeos, suele ser valorado como el más singular enclave paisajístico de la provincia, y no suele pasarse por alto en ninguna de las guías. Por ejemplo, en la editada por la Comisión para la Propaganda del Clima del ayuntamiento alicantino, la única fotografía ajena a la ciudad es una del palmeral ilicitano, un espacio al que *Alicante, residencia de invierno* describe como «espeso, infinito y revuelto, se

yergue cerca invadiéndolo todo como un mar» Con mayor o menor extensión, la mayoría de las guías se centran en tres aspectos: el creciente número de viajeros extranjeros interesados en conocer aquel paraje, en la originalidad de la entonces conocida como Palmera del Capellán Castaños y hoy como Palmera Imperial del Huerto del Cura y en la consideración como ciudad de las palmas o como Jerusalén europea. La fascinación por aquellos parajes atraerá muy pronto a los fotógrafos: Laurent, en periodos diferentes del siglo XIX, sabrá reflejar la imagen y la vida de aquellos huertos exuberantes, sus caminos, sus alquerías, el trabajo de sus gentes.

### UNA ESCASA AUTOESTIMA AL PATRIMONIO CULTURAL

El clima aparece como la gran ventaja comparativa de la ciudad de Alicante en los primeros folletos divulgativos sobre las excelencias del lugar, y del conjunto del litoral provincial en los posteriores; el paisaje que puede contemplarse y disfrutarse aquí, fundamentalmente de carácter natural aunque también debido a transformaciones humanas ligadas a las necesidades de la vida cotidiana, se considera a la altura del que pueda ofrecer cualquier otro para el turista que busca un lugar de esparcimiento, tranquilidad y gozo; sin embargo, el patrimonio cultural de nuestras poblaciones de costa, o del interior más accesible no creemos que fuese apreciado de la misma manera por nuestros antepasados próximos.



*Itinerarios de turismo de la provincia de Alicante*, editados por la Oficina de Turismo de la ciudad en 1936. Distancias al parador de Ifach [Fundación Caja Mediterráneo].

Así, Ceferino Rocafort, en el tomo I del *Porfolio fotográfico de España*, que para la provincia de Alicante debió publicarse a finales de la primera década del siglo XX, afirma sobre la ciudad que «Aún cuando carezca de notables monumentos, ya que solamente pueden calificarse como tales la casa consistorial y la iglesia de San Nicolás de Bari, del siglo XVII, no obstante produce excelente efecto...» [1906: s.p.]. Tampoco el encargado de loar los monumentos alicantinos en *Alicante. Sus bellezas y su clima*, Francisco Montoro parecía tener una mayor consideración sobre los mismos: «En realidad de verdad no carece Alicante de edificios dignos de llamar la atención, así por su grandiosidad como por sus condiciones arquitectónicas...» [Tomaseti, 1913: 69].

De las guías y folletos propagandísticos analizados, los monumentos y edificaciones que merecen su atención no son demasiados y pueden resumirse de manera muy sencilla: los monumentos de carácter histórico se reducen al castillo de Santa Bárbara –considerado más como un valor paisajístico y una defensa militar y climática que como un monumento cultural–, las dos iglesias principales –San Nicolás y Santa María– y el magnífico edificio barroco de las casas consistoriales; los debidos a la obra edificadora del siglo XIX, es decir, el Teatro Principal, la Estación, las estatuas a Quijano y Maisonnave y poco más. Y, como complemento, toda una serie de comodidades que pueden disfrutarse en la ciudad, como la referencia al Casino y, especialmente, en torno a 1911-1920, al nuevo edificio del Real Club de Regatas, una construcción en la que la ciudad basaba buena parte de su atractivo para conseguir los ansiados visitantes invernales distinguidos que pudieran hacer de ella una nueva Niza o una San Remo española, objetivo bien presente en la mayoría de publicaciones alicantinas del primer tercio del siglo XX. No es de extrañar que en el mencionado cartel de Vercher, seleccionado en 1929, sólo utilizase un edificio, el del Club de Regatas, para reforzar la imagen de ciudad elegante, moderna y distinguida que ofrecía de la ciudad. Curiosamente, cuando tantas viviendas excepcionales estaban surgiendo en torno al paseo marítimo, pasan desapercibidas para la mayoría de autores o, como mucho, son un ingrediente más, un fondo, para destacar el paseo marítimo. Nunca faltan, sin embargo, por su carácter práctico, por su vertebración con el clima benigno y el paisaje litoral, las referencias a los establecimientos balnearios ubicados –de manera permanente o en temporada estival– en la playa del Postiguet, sobre todo a los baños de Diana y de la Alhambra.

Esta escasa consideración hacia los grandes hitos constructivos de la capital puede ser interpretada en función de que, en la gran época de los nacionalismos europeos, cuando cobran especial significado los escenarios ligados a las grandes gestas de las patrias, no tiene Alicante ninguno que aportar a los que constituían la solemne memoria nacional. No hay aquí una Alhambra, un Escorial, una catedral de Burgos o un Palacio Real que transmitan las grandes glorias del pasado español y de sus monarquías. Pese a todo ello, no todo es desidia ante los encantos de la ciudad ubicados más allá del frente marítimo: ya en 1910 el hotel Iborra proponía tres itinerarios urbanos, siempre con



Vista exterior del Real Club de Regatas de Alicante, de influencia arabizante, inaugurado en 1911 (Archivo Histórico Municipal de Alicante: postales).

salida y llegada en el propio hotel, para conocer más a fondo el conjunto urbano.

Tampoco existe un excesivo aprecio hacia el patrimonio cultural del resto de la provincia; como hemos comprobado, las excursiones propuestas iban hacia la montaña de Busot, el palmeral de Elche o el litoral de La Marina. Sólo la guía editada por Calpe en 1923, cuyo tomo de Levante fue encargado a Elías Tormo —historiador y crítico de arte entre otras ocupaciones— parece interesarse por las riquezas artísticas de las distintas poblaciones, con una atención detallada a Orihuela, Denia, Alcoy y Elche, además de a la capital, pero también a otras numerosas localidades. Es, sin duda, la guía más completa y en ella el elemento publicitario o vacacional prima menos que los aspectos históricos o culturales. En el resto de guías y folletos, sólo merecen atención, y no demasiada, lugares como la Alcudia ilicitana, el palacio episcopal y las iglesias oriolanas y pocos más.

Planteamiento autónomo, y por ello, poco centrado en un litoral que ellos veían totalmente alejado a sus intereses económicos, es el de la ciudad de Alcoy, donde también se editaron distintas guías y álbumes para publicitar la ciudad, sus encantos y sus actividades fabriles. Se trata de publicaciones para el consumo interno o para el de los viajeros o viajantes que llegan a ella por intereses comerciales. Destacan especialmente *Alcoy artístico e industrial*, de 1916, publicado por Juan Barrera y la *Guía de Alcoy*, de Remigio Vicedo, de 1925. En ellos, un paisaje de chimeneas, de fábricas, de puentes modernos, de nuevas

construcciones; pero también referencias monumentales, por ejemplo a la vieja Santa María, y atención notable a un paisaje que tiene en la Font Roja y en el Barranc del Sinc sus principales referentes.

Casi nula atención se prestaba en aquellos años al patrimonio inmaterial o menos ligado a consideraciones artísticas o paisajísticas. Así, la referencia a las fiestas populares tradicionales se reduce a las celebraciones de Moros y Cristianos y al Misteri d'Elx. Las fiestas de Moros, ya contaban entonces en con una notable difusión publicitaria propia en Alcoi, donde los carteles ya habían forjado una identidad festera muy clara: el castillo, el enfrentamiento, la ciudad enmarcando la fiesta...

El Misteri sólo merece la atención de algunas guías, casi siempre con una simple cita. Sólo la guía Calpe de 1923 se vuelca en su descripción, en su importancia pasada y en el renacido aprecio que se brindaba recientemente a aquellos dramas litúrgicos medievales que todavía se mantenían vivos; la importancia de la basílica de Santa María se relaciona con la acogida de aquella celebración, capaz de convertirla en el principal teatro provincial durante unos días. En la época republicana, claramente laicista en tantos aspectos, se revalorizará el Misteri como gran patrimonio cultural inmaterial y en los primeros carteles aparecerán símbolos característicos de la festa, pero también de otros motivos de la identidad ilicitana, como Calendura, ese campesino local que marca la hora a los vecinos.

Las fiestas capitalinas apenas se valoran, salvo cuando los folletos han sido publicados para potenciar alguna



El cartel de las Fogueres de Sant Joan de 1929 incluye elementos como el mar, el fuego, la música o la Dama (Archivo Histórico Municipal de Alicante: carteles).

celebración local, como las fiestas invernales, que nunca pasaron de ser un programa de actos pensados para atraer a visitantes distinguidos; las Fogueres de Sant Joan no existían todavía cuando se editaron la mayoría de las publicaciones citadas y sólo alcanzarán una importancia destacable en la época republicana, como atractivo inicial de la temporada de baños estivales pero en este caso las fiestas sí acabaron arraigando absolutamente entre la población local.

Más allá de las fiestas, en aquellos años iniciales del siglo, apenas se presta atención a otros aspectos no arquitectónicos que posteriormente se incorporarán a la identidad de nuestro litoral, como la gastronomía o productos característicos de cada lugar. Sólo de pasada se habla de algunos vinculados a ciertos municipios: el turrón de Jijona, las pasas de Denia, las naranjas de Orihuela, los dátiles ilicitanos o los vinos del interior. Jamás aparece ningún anuncio de posibles visitas ligadas a ellos; tampoco a las producciones industriales, tan variadas. En Alicante, las guías hablan muchas veces de la Fábrica de Tabacos, hoy recordada por el complejo industrial de Las Cigarreras, que ocupa su lugar; se dice que dan ocupación a entre tres mil y seis mil mujeres, según las fechas, lo que la convertía en la principal oferente de empleo en la ciudad; se habla de la conveniencia de establecer un tranvía en Alicante, porque tendría el éxito garantizado sólo con transportar a las trabajadoras de los pueblos... pero no hay ninguna referencia a las posibilidades turísticas que pudiera albergar el complejo.



*Alcoy artístico e industrial*, guía de la ciudad publicada en 1916, en cuya portada aparecen elementos identitarios como el paisaje industrial, los puentes, Santa María o el Barranc del Cint (Arxiu Històric Municipal d'Alcoi).



Finalmente, casi todas las guías dedican un cierto espacio a ciertas ventajas alicantinas, que sin ser rasgos identitarios que el lugar pueda ofrecer al visitante, sí pueden ayudarle a decidirse a acudir a nuestras tierras. Así, ya en la propia *Topografía Médica* de Manero se comenta el bajo coste de la vida en la ciudad, comparado con el de las principales estaciones balnearias europeas con las que aspira a rivalizar la ciudad. Otra ventaja importante, a la que de una manera u otra hacen referencia todos los folletos divulgativos, es la cercanía a Madrid, gracias a la línea de ferrocarril inaugurada en 1858: Alicante es, desde aquel momento, el puerto de mar más cercano a la capital de España, la playa de los madrileños. Si repasamos algunos itinerarios propuestos, casi todos ellos se organizan a partir de las redes ferroviarias, como las visitas al litoral norte, siempre hasta Dénia, o al sur provincial, siguiendo la ruta hacia Murcia, que atraviesa Elche u Orihuela; curiosamente, nada se destaca de las poblaciones situadas en la propia línea que conduce a Madrid, aquella claramente más utilizada por los visitantes, tal vez para no demorar la llegada de los viajeros al destino que se defiende.

## Bibliografía

- ALLER, José, *Guía de Alicante para el año 1900*, Alicante, Est. Tip. de Such, Sánchez y Cía. 1900.
- BEERLI PALACIO, Asunción y MARTÍN SANTANA, Josefa D. «El proceso de formación de la imagen de los destinos turísticos: una revisión teórica», *Estudios Turísticos*, n.º 154 (2002), pp. 5-32.
- BONELLS I BERNADÁS, Manuel, *Alicante turístico. Anuario ilustrado de la riqueza industrial de Alicante y su provincia por...*, Alicante, Dirección y Administración, 1928.
- CARRASCO URGOITI, María Soledad, «Aspectos folclóricos y literarios de la fiesta de moros y cristianos en España», *PMLA*, vol. 78, n.º. 5 (1963), pp. 476-491.
- COMISIÓN PARA LA PROPAGANDA DEL CLIMA DE ALICANTE, *Alicante. Residencia de invierno*, [s.n.], 1898.
- Época, La (31-10-1880 y 21-11-1880)
- FERNÁNDEZ POYATOS, M.ª Dolores, «Alicante a través de sus campañas turísticas», *Canelobre*, n.º 65 (2015), pp. 124-133.
- Imparcial*, El (23-10-1880).
- IMPULSA ALICANTE, *Plan de Competitividad Urbana Alicante 2020*, Alicante, Ayuntamiento, 2013.
- MANERO, Evaristo, *Estudios sobre la topografía médica de Alicante*, Alicante, Imprenta de Carratalá Gadea, 1883.
- MIRA, Enric; BAEZA, Vicenta, «Hacia fuera, hacia dentro: aproximación de la imagen de Alicante y su provincia a través de la fotografía», *Canelobre*, n.º 65 (2015), pp. 35-43.
- MORENO, Ana, *Historia del turismo en España en el siglo XX*, Madrid, Síntesis, 2007.
- S.F. *Itinerarios de turismo-Alicante*, Alicante, Oficina de Información y Turismo, 1936.
- PERLES RIBES, José Francisco, «Análisis del impacto económico de eventos: una aplicación a fiestas populares de proyección turística», *Cuadernos de Turismo*, n.º 17 (2006), pp. 147-166.
- ROCA DE TOGORES, José Alfonso, *Guía de Alicante. Manual del alicantino y del forastero*, Alicante, Sociedad Económica de Amigos del País, 1883.
- ROCAFORT, Ceferino, *Portfolio Fotográfico de España, Alicante, Cuaderno n.º 13*, Barcelona, A. Martín, Editor, 1907.
- S.F. *Alicante. Estación de invierno. Winter Resort*, Alicante, Ediciones artísticas de turismo y publicidad, 1909.
- S.F. *Descriptive Guide of Alicante*, Madrid, Album Nacional, 1921 (?)
- S.F. *Indicador de Alicante*, Alicante, Artes gráficas, 1910.
- SAÑUDO, Pedro, *Alicante. Estación invernal*, Alicante, Imprenta de Manuel y Vicente Guijarro, 1899.
- TOMASETI, Eustaquio y COLOMA, José, *Alicante. Sus Bellezas y su clima* [Edición de propaganda], Alicante, Imprenta y litografía de T. Muñoz, 1913.
- TORMO, Elías, *Guías regionales III Levante*, Madrid, Calpe, 1923.
- VERA, José Fernando, «Las condiciones climáticas y marítimas como factores de localización del turismo histórico alicantino», en *Investigaciones geográficas*, n.º 3 (1985), pp. 161-178.