

Els canvis en el paisatge lingüístic als punts d'atracció comercial de les ciutats turístiques. El cas de Benidorm.

**Àngels Doménech Garcia (adg3@alu.ua.es)
Universitat d'Alacant**

1. Introducció

La comarca de la Marina Baixa és un clar exponent de destí turístic de “sol i platja” dins de la regió turística mediterrània. El turisme és l'activitat econòmica que més ha transformat aquest territori i no sols per impulsar el creixement econòmic, sinó per actuar a més com agent de canvi del model social i cultural, a la comarca en general i a Benidorm en particular (Doménech i Llorca, 2015).

La principal ciutat turística de la comarca és Benidorm. La seva configuració urbana és el resultat del model de planejament marcat pel Pla General d'Ordenació Urbana aprovat inicialment en 1956, modificat parcialment en 1963 i el Pla General de 1990, vigent en l'actualitat.

El marc de planificació que suposa el Pla General de 1956 resulta essencial per a entendre la relació entre el Benidorm com a destinació turística i la pròpia ciutat, és a dir, les activitats comercials i recreatives propulsores de la destinació turística, però que a més han convertit la ciutat en nucli de les activitats administratives, comercials i de serveis del seu entorn més proper: la comarca de la Marina Baixa.

Fins al moment quasi no hi ha estudis en profunditat de l'estructura i dinàmica comercial de la ciutat de Benidorm (Gaviria, 1977; Costa, 1997) i els que hi ha són, sobretot, quantitatius i no entren a valorar la seva distribució i influència en el paisatge urbà, obviant per tant, entre altres, l'impacte en el paisatge lingüístic malgrat que el comerç, incloent l'oferta de restauració i empreses de serveis, juguen un paper essencial en l'entramat urbà i en l'estructura socioeconòmica de la ciutat.

Per tant, amb aquesta anàlisi es pretén posar de manifest els impactes que sobre la toponímia urbana, en concret, i sobre el paisatge lingüístic urbà, en general, s'ha produït als punts d'encontre entre turistes i població local, és a dir les zones comercials de la ciutat de Benidorm.

2. Anàlisi dels canvis en el paisatge lingüístic als punts d'atracció comercial de Benidorm

2.1 Marc teòric

El comerç és una de les activitats més representatives de les ciutats turístiques per la seva implicació, tant econòmica com psicosocial, en l'experiència tangible del turista (Snepenger *et al.*, 2003), i, a més, col·labora de manera indiscutible en la dinamització de l'economia local.

El fet que el comerç es localitzi en un espai determinat de les ciutats turístiques fa que els turistes i la població local es troben i es relacionen en aquests espais, realitzen les seves compres en els mateixos llocs i, fins i tot, arriben a aparèixer conflictes entre ells.

Yüksel (2007b) defineix la zona urbana on es produeix la trobada entre residents i turistes com *tourist shopping habitat*. Es tracta, doncs, dels llocs on compren, es relacionen, passegen els turistes, que solen coincidir amb els centres històrics de les ciutats, els carrers per als vianants, les zones properes a les platges, etc., i on els conflictes poden ser tant per l'ocupació de l'espai, per la propietat i preu del sòl o el tipus de producte que es ven, però també pel xoc cultural que es produeix en la mateixa interacció i evolució i adaptació del tipus de comerç al turista obviant fins i tot la demanda de la població resident del municipi.

Diversos autors han tractat la relació entre comerç i oci, com a activitat que es realitza en el temps destinat a l'oci, i entre comerç i turisme i relacionant les formes de comerç amb el turisme (Ponce, 1998; Esteban, 2002; Ferreres i Abdelouahab, 2010), però escassos són els treballs en els quals es tracta d'explicar l'evolució del comerç en una destinació turística consolidada, com és el cas de Benidorm, des d'una perspectiva territorial i urbana explicant la importància que l'activitat comercial ha tingut per a l'enfortiment de la destinació i el seu desenvolupament urbà i molt menys els canvis culturals i impactes en el paisatge urbà i lingüístic amb el canvi del tipus de comerç, de les retolacions per la substitució lingüística al voler captar l'atenció del turista, al canvi en la denominació de carrers, etc.

2.2 Anàlisi del cas

A Benidorm, la distribució dels punts d'atracció comercial està relacionada amb la disposició viària principal, la trama urbana, la manera d'ocupació i la tipologia de l'edificació (Costa, 1997). La zona comercial més coneguda de la ciutat és l'anomenada com "el centre", és l'àrea funcional tradicional, on històricament s'han concentrat les principals activitats desenvolupades en la ciutat i la seva importància arriba fins a l'actualitat conformant la principal àrea comercial, financera i de serveis.

Aquesta zona estaria constituïda pel centre històric. Es tracta d'un espai de carrers estrets d'edificació tancada on les plantes baixes estan dedicades en la seva majoria a l'ús per a restauració i oci (bars, pubs, tavernes, etc.). Encara que cal destacar les vies que el circumval·len, passeig de la Carretera i el carrer de l'Alameda, ja que connecten les dues platges principals de Benidorm i tenen un alt valor de centralitat comercial. L'extensió cap a l'est es tracta de l'espai conformat entre el barri antic (carrer de l'Alameda), la plaça de la Creu i la plaça Triangular, destacant els carrers de Martínez Alejos, Gambo i la pròpia plaça Triangular, on la tipologia constructiva és tancada amb edificis de 4 a 6 altures i amb un traçat viari regular.

L'extensió nord (primer eixample), configurada per un triangle amb base en passeig de la Carretera, un costat en l'Aigüera i l'altre en l'avinguda Jaume I, amb un viari irregular i on destaquen els carrers de Tomás Ortuño, Russafa, Ametlers i l'espai conegut ara com "el cruce", amb un comerç més dirigit als residents que als turistes.

El carrer més comercial de tota aquesta trama urbana és passeig de la Carretera, carrer per a vianants que uneix la platja de Llevant amb la platja de Ponent, el port i el centre històric de la ciutat. És, per tant, el punt d'encontre per excel·lència entre els turistes que visiten la ciutat i els residents.

El turista se sent part del paisatge i estableix complicitats amb el llocs que trepitja (Nogué, J. 2008), així, mitjançant l'observació i presa de fotografies en el passeig de la Carretera i limítrofs, s'aprecia els canvis toponímics i de denominacions que el turisme ha provocat en un intent de fer propis es llocs per on habitualment es mou el turista, fent-los referents de la seva experiència a la ciutat anomena els punts d'encontre de manera diferent a la tradicional o a l'establerta administrativament, arribant a ocasionar veritables conflictes socials i culturals.

Així, es comença l'anàlisi amb el cas més destacable per la seva característica, repercussió mediàtica i que ha esdevingut en un conflicte social important entre turistes i residents. Passeig de la Carretera (Fotografia 1), carrer que els turistes, amb poca sensibilitat, anomenen com "la calle del coño"¹. I tot açò, malgrat els conflictes amb la població local i els intents per part de l'administració local de recuperar la denominació tradicional d'un carrer que era la carretera nacional 332, intents que a l'any 2013², per exemple, es van traduir en la penjada al carrer de banderoles amb el nom del carrer per evitar que els turistes continuaren denominant així a aquesta arteria comercial. Però que al no fer-se en la llengua catalana sinó en la castellana, per anar dirigides al turista, fomentà que la població local castellanitze encara més el topònim urbà.



Fotografia 1. Passeig de la Carretera (Benidorm). 28/04/2016.

¹ L'explicació que es dona és perquè és el lloc on els turistes es retroben amb els seus i es saluden: "Tu por aquí, coño".

² Exemple de notícia apareguda al Diario Información:

<http://www.diarioinformacion.com/benidorm/2013/04/11/usado-turistas-odiado-vecinos/1362227.html>
(11/04/2013)

Un altre exemple de com la denominació que el turista fa de l'espai urbà ha canviat el topònim tradicional es produeix al carrer Sant Domènec, carrer que és perpendicular al passeig de la Carretera (Fotografia 2). En aquest cas és l'especialització i homogeneïtzació de l'oferta de restauració basca i la denominació dels establiments ("Pintxos Aurrera", "Tamboril", "Gaztelutxo", "Bar Atxuri", "Toxoko", etc) la que ha fet que els turistes denominen al carrer com "los vascos" o "calle de los vascos" i que la pròpia població local haja acabat anomenant així al carrer.



Fotografia 2. Carrer de Sant Domènec (Benidorm). 28/04/2016.

Un altre exemple de substitució es troba a la Plaça de la Creu (Fotografia 3). Punt de confluència de les arteries per a vianants més importants del centre de la ciutat (passeig de la Carretera i carrer de l'Alameda) i punt d'encontre tant per a la població local com per a turistes. En aquest cas ha passat a denominar-se "la Palmera" i hi ha un exemplar d'aquest arbre al bell mig dels carrers. Palmera que esdevé el referent i lloc de trobada d'adoslescent i no tant adolescents.



Fotografia 3. Plaça de la Creu (Benidorm). 28/04/2016.

La fotografia 4 seria l'exemple d'un espai de la ciutat on s'ha mantingut en el comerç i restauració les denominacions tradicionals. Ací tenim el restaurant "Mal pas" i el "Sant Jaume" al carreró del Mal Pas. El topònim "Mal Pas" feia referència a un pas cap a la mar, "l'esgolador del Mal Pas", molt perillós per la tipologia del sòl i la pendent de l'indret, que hi havia al pujol sobre el qual es construí el castell de Benidorm per baixar fins els peus del penya-segat i "Sant Jaume" és un dels patrons de la ciutat i el sant al que està dedicada l'església del poble.



Fotografia 4. Carreró del Mal Pas (Benidorm). 28/04/2016.

Finalment, en la fotografia número 5 es veu la barreja lingüística entre el català, el castellà, l'anglès o l'italià, que es pot trobar un vianant pel centre de Benidorm. Podem observar com el comerç tradicional manté el seu nom en català ("Contalles") i la retolació dels seus productes ("llibres", "detalls", "joguets"), però també com els comerços i establiments de restauració, més orientats als turistes, s'adapten tant en producte que ofereixen com en els seus noms i retolacions al potencial client ("The blue bell bar", "Ristorante l'Originale", "Ristorante la Cantoniera") o, fins i tot, barrejant en la mateixa denominació varies llengües ("Jamonería Pig").



Fotografia 5. Carrer de Sant Roc (Benidorm). 28/04/2016.

3. Conclusió

L'anàlisi evidencia com el paisatge urbà, i en concret el cultural i lingüístic, dins d'un destí turístic de "sol i platja" madur, com és el cas de la ciutat de Benidorm, ha estat modificat i s'ha organitzat en funció de la pròpia evolució turística i de l'adaptació de les activitats socioeconòmiques que li són associades, com el comerç, la restauració i l'oci. El resultant és un procés de canvi variable, dinàmic i molt complex. En el fons, un reflex de la societat multicultural i heterogènia que hi habita i transita la ciutat.

4. Annex

Fotografia 1. Passeig de la Carretera (Benidorm). 28/04/2016.



Fotografia 2. Carrer de Sant Domènec (Benidorm). 28/04/2016.



Fotografia 3. Plaça de la Creu (Benidorm). 28/04/2016.



Fotografia 4. Carreró del Mal Pas (Benidorm). 28/04/2016.



Fotografia 5. Carrer de Sant Roc (Benidorm). 28/04/2016.



5. Bibliografia

- ALMIÑANA, P. (2001): *Els topònims de Benidorm (1321-1955)*. Benidorm. Ajuntament de Benidorm.
- COSTA, J. (1997): "Interacción y conflicto entre estructura urbana y uso comercial. El caso de Benidorm". A: *Dinámica Litoral-Interior*. Actas XV Congreso de Geógrafos Españoles, Universidad de Santiago de Compostela, A.G.E., vol. I, pàg. 313-319.
- DOMÉNECH, A. i LLORCA, F.X. (2015): "La construcció de segona residència: impacte en la toponímia i la identitat de la Marina Baixa (País Valencià)". A: *Onomàstica i identitat. Un repte universal i multiescalar*. Actes del II Congrés de la Societat d'onomàstica i XVII Jornada d'Antroponímia i Toponímia de la Universitat de les Illes Balears. Palma. Pàg. 64- 71.
- http://slg.uib.cat/digitalAssets/375/375495_ii_jornades_onomastica_web_final.pdf
- ESTEBAN, A. (2000): "Comercio, ocio y turismo. Interacciones e implicaciones". A: *Distribución y Comercio*, nº enero-febrero 2002, pàg. 30-37.
- FERRERES, J.B. y ABDELOUAHAB, O. (2010): "La evolución de las formas de comercio y ocio en los destinos turísticos litorales: el caso de Benicassim (Castellón)". A: *Renovación de Destinos Turísticos Consolidados*. Actas XIII Congreso Internacional del Turismo, Universidad y Empresa, Castellón, Universitat Jaume I, pàg. 209-222.
- GAVIRIA, M. (1977): *Benidorm. Ciudad Nueva*. Madrid. Editorial Nacional.
- LLORCA, F. X. (2010): "De l'Albir a l'Arabí. Hipòtesi sobre una interferència balear". A: *Societat d'Onomàstica. Butlletí Interior*. Barcelona: Societat d'Onomàstica, Núm. 117-118, pàg. 243-249.
- MIRANDA, M. J. (2000): "La toponímia del ocio: El valor de una imagen". A: *Estudis de toponímia valenciana*. València: Denes Editorial, pàg. 275-287.
- NOGUÉ, J. (2008): "Paisaje, territorio y sociedad civil". A: "Retorno al Paisaje", pàg. 222-241. Editores: Mateu Bellés, J. y Nieto Salvatierra, M. Edit. EVREN, Evaluación de Recursos Naturales, S.A., Valencia. España.
- PONCE, M.D. (1998): "Estructura del terciario económico en la periurbanización gemela del mar menor". A: *Cuadernos de Turismo*, nº2, 1998, pàg. 159-167.
- SNEPENGGER, D.; MURPHY, L.; O'CONNELL, R.; GREGG, E. (2003): "Tourists and residents use of a shopping space". A: *Annals of Tourism Research*, vol. 30, nº3, pàg. 567-580.
- YÜKSEL, A. (2007b): "Tourist Shopping habitat: effects on emotions, shopping value and behaviorus". A: *Tourism Management*, nº28, pàg. 58-69.