

## Un paseo por los logos y slogans de Xàbia

---

Hoy en día podemos decir que el turismo ha marcado tanto a Xàbia que prácticamente ya forma parte de su historia, y con él, los logotipos y slogans que se han usado a lo largo del tiempo.

El logotipo es un elemento importante de la promoción turística, pues es la marca que lo identifica como producto y en ocasiones propiamente como población. El objetivo es que se reconozca al primer golpe de vista y que llegue a identificarse con el propio destino.

En el caso de Xàbia, apenas ha cambiado desde su origen. Uno de los primeros logotipos, probablemente utilizado a partir de mitad de los 70, consistió en una imagen de color azul que representaba la silueta del Montgó y el Cabo San Antonio de Xàbia junto a las olas del mar.

Sin embargo, en la década siguiente se "reformó" para convertirse en el diseño que ha perdurado tantos años: el Montgó en marrón, la forma de la bahía en azul y la palmera (la naturaleza) en verde, además del pequeño barco en azul oscuro. Este logotipo es, pues, un resumen de la población plasmado gráficamente, una imagen esquemática de lo que es el paisaje de su bahía. Este logo, además, ha ido siempre acompañado del topónimo Jávea, Xàbia o ambos, dependiendo del momento político o de otras circunstancias y modas, cosa que ha llegado incluso a causar alguna confusión para el turista.

Este logotipo tan solo se modificó en 2005, modernizándolo sensiblemente al suprimir los colores originales y aportarle cierta profundidad al dibujo, y en 2006, convirtiéndose en la silueta del Montgó y una ola de mar. En todo caso parece que siempre se han mantenido los principales elementos de identidad de la población: el mar y el Montgó.

Y junto a un logotipo aparece el slogan, esa frase que intenta impactar o simplemente generar interés al visitante, intentando comunicar lo que ofrece la población.

Si bien el escritor Ramón Llidó ya hablaba en 1968 de Xàbia como "Un paraíso escondido", la villa estuvo viviendo desde poco después de los inicios de su boom turístico (a mediados de los 60, muy impulsado por la creación del Parador de Turismo y de la urbanización El Tosalet) y durante décadas del famoso y por todos recordado "Amanecer de España". Éste ha sido desde mitad de los 70 el slogan tradicional, y se refiere a la ubicación geográfica de Xàbia en la Península. Ciertamente siempre queda la duda de si realmente la inclinación de la Península Ibérica sobre el globo terráqueo nos regala este honor o si, como se aprecia en cualquier mapa, la costa catalana al completo recibe antes que nosotros los primeros rayos, pero esto es otro asunto.

Aunque este slogan ha perdurado en la memoria colectiva de los turistas veteranos, seguramente a finales de los 80 apareció "Luz de la Costa Blanca", queriendo destacar un aspecto como es la particular atmósfera de Xàbia, que tan frecuentemente aporta una luz clara y limpia al ambiente, y que fue inspiración para el pintor J. Sorolla.

A partir de los años 90 comienza a hacerse evidente que la promoción del sol y la playa no es suficiente, sino que Xàbia posee otros recursos que pueden ser interesantes para el visitante; es entonces cuando se dice que "Xàbia no sólo es mar", queriendo potenciarse así otros recursos, por aquel entonces

complementarios, pero ahora convertidos en primarios (especialmente el patrimonio histórico, muy presente en la promoción de los años del "no sólo es mar").

En 1997 la imagen turística cambió para comenzar a destacar los aspectos naturales de Xàbia, bajo el lema de "Xàbia, tesoro de la natura", en especial el Parque Natural del Montgó y el paisaje de los cabos y la costa acantilada. También ocurre así en 1999, cuando los "Miradors de Xàbia" elevan a la máxima potencia la importancia del paisaje xabiero, al darse a conocer todos estos puntos privilegiados de la costa. La promoción de los miradores se apoyó en 2000 en parte en la frase de Sorolla "Xàbia es mar y montaña, pero ¡qué mar!", la cual ha significado también un signo de identidad de Xàbia y su paisaje.

Al comenzar el nuevo siglo, Xàbia se da cuenta de que la competencia comienza a ser seria debido a la ampliación de oferta cultural que existe en los municipios turísticos en general y a las nuevas estrategias de promoción y gestión de la actividad turística, con lo que en los últimos 5 años se ha cambiado frecuentemente de slogan: En 2001 y 2002 se utilizó el lema quizás más subjetivo y menos relacionado con los recursos de los que ha tenido Xàbia, "Para seguir soñando", un slogan de difícil interpretación si no lo entendemos como una invitación a seguir eligiendo Xàbia como destino vacacional.

En 2003 se opta por la lucha contra la estacionalización como claro objetivo. Para ello se buscó un lema que invitara a la visita durante todo el año: la frase "un sol en invierno" fue una de las opciones finalmente desechadas, a pesar de la clara invitación a la estancia en esta estación, queriendo destacar el clima templado que existe durante todo el año. Finalmente salió a la luz "Disfrútala todo el año", un mensaje claramente similar al anterior y que llamaba al turismo de fin de semana y "de puentes", en claro auge.

En 2004 se volvió a la fórmula de los slogans de contenido grandioso, como los dos primeros que hubo, y se identifica Xàbia como la "Esencia del Mediterráneo". Un interesante slogan que no sólo se refiere a la costa xabiera como compendio de los paisajes mediterráneos, sino que también puede relacionarse con la cultura y el carácter mediterráneo; es un slogan tan amplio como concreto.

A pesar del aparente acierto en la elección de dicho slogan, poco después se volvió al "Disfrútala todo el año", que se ha mantenido hasta finales de 2006, momento en que se retorna a la potenciación de los valores naturales de Xàbia al crearse el breve slogan "Xàbia naturalmente": para el turista que viene y naturalmente piensa volver o simplemente para el que realmente quiere ver su Xàbia en estado natural. Ojalá sea así.

Marcos Buigues Metola  
Estudiante de Turismo

[Ver artículo original \(815 lecturas\)](#)