

ARTE Y TURISMO: LA IDENTIDAD ANDALUZA
EN LA CONFIGURACIÓN CULTURAL DE EUROPA

Arte y turismo:
la identidad andaluza
en la configuración
cultural de Europa

Arte y turismo: la identidad andaluza en la configuración cultural de Europa

Coordinación

Luis Méndez Rodríguez
Rocío Plaza Orellana

Diseño editorial

Manuel Zapata Vázquez

Textos

Rocío Plaza Orellana
Ángel Justo Estebaranz
Ana Gómez Díaz
Luis Méndez Rodríguez
Luis Sazatornil Ruiz
María del Carmen Puche Ruiz
Carlos Reyero Herмосilla
Teresa Sauret Guerrero

Imágenes de cubierta y contracubierta:

L'Andalousie au temps des maures. Les Gitanes
(en cubierta) y *Les Arènes* (en contracubierta).
Exposición Universal de París, 1900
(*Le Panorama Exposition Universelle*).

Diseño gráfico

Estudio Manuel Ortiz

Maquetación y tratamiento digital

Antonio Álvarez Bezar

Impresión y encuadernación

Pinelo. Artes gráficas

Proyectos de investigación «Identidad y
construcción cultural de Andalucía:
arte y turismo (1839-1939)».
Ministerio de Economía y Competitividad.

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

Comité editorial:

José Beltrán Fortes (Director de la Editorial
Universidad de Sevilla)
Araceli López Serena (Subdirectora)
Concepción Barrero Rodríguez
Rafael Fernández Chacón
María Gracia García Martín
Ana Ilundáin Larrañeta
Emilio José Luque Azcona
María del Pópulo Pablo-Romero Gil-Delgado
Manuel Padilla Cruz
Marta Palenque Sánchez
José Leonardo Ruiz Sánchez
Antonio Tejedor Cabrera

Reservados todos los derechos. Ni la totalidad ni parte de este libro puede reproducirse o transmitirse por ningún procedimiento electrónico o mecánico, incluyendo fotocopia, grabación magnética o cualquier almacenamiento de información y sistema de recuperación, sin permiso escrito de la Editorial Universidad de Sevilla.

© Editorial Universidad de Sevilla 2019

C/ Porvenir, 27 - 41013 Sevilla.

Tlfs.: 954 487 447; 954 487 451

Fax: 954 487 443

Correo electrónico: eus4@us.es

Web: <<http://www.editorial.us.es>>

© Coord. Luis Méndez Rodríguez

y Rocío Plaza Orellana

© De los textos, los autores

Impreso en papel ecológico
Impreso en España-Printed in Spain
ISBN 978-84-472-2174-5
Depósito Legal: SE 780-2019

Sumario

Introducción	9
<i>Luis Méndez Rodríguez</i>	
Los espacios del baile español y flamenco en la pintura de costumbres andaluzas (1833-1865).....	11
<i>Rocío Plaza Orellana</i>	
Desde América buscando «La Gloria del Arte»: Viajeros Hispanoamericanos del Romanticismo ante la Pintura Barroca Sevillana.....	53
<i>Ángel Justo Estebananz</i>	
La llegada del turismo arqueológico a España: La excursión Carmona y los Castillos de los Alcores	79
<i>Ana Gómez Díaz</i>	
Arquitectura turística y ciudad contemporánea: Los hoteles de Andalucía (1800-1929)	107
<i>Luis Méndez Rodríguez</i>	
<i>L'Andalousie au temps des maures.</i> La explotación de la imagen artística de Andalucía en París, 1900	141
<i>Luis Sazatornil Ruiz</i>	
El sueño de Andalucía en el primer cine francés (1909-1929).....	175
<i>María del Carmen Puche Ruiz</i>	
Fuera andaluzadas: El descrédito de toreros y flamencas como iconos de la vieja patria en Cataluña.....	193
<i>Carlos Reyero Hermosilla</i>	
Outward Andalucía. Marruecos. La construcción de una identidad	213
<i>Teresa Sauret Guerrero</i>	

Introducción

Este libro es el resultado de una fructífera y dilatada experiencia, por parte de los investigadores que lo han hecho posible, en el ámbito del análisis de la identidad andaluza, cuestión que se afronta en este volumen desde planteamientos culturales híbridos y transversales, que ponen la atención en cómo se miró desde Andalucía y en cómo la miraron desde otras regiones y países. Esta publicación parte del proyecto de investigación «Identidad y Construcción Cultural de Andalucía: Arte y Turismo (1839-1939) (HAR2016-79758-P)», del Ministerio de Economía y Competitividad.

Fruto de este proyecto fue la celebración de un encuentro que reúne las ponencias presentadas y que suponen algunas de las más recientes contribuciones historiográficas a este proceso complejo y de una extraordinaria amplitud. Se trata de un ámbito de estudio que relaciona tanto la construcción artística como su influencia en su devenir turístico. Son por tanto un conjunto amplio de temáticas de investigación que afrontan desde un ámbito global la consideración de la identidad andaluza a través fundamentalmente de las consideraciones artísticas que surgen en el primer Romanticismo y que desde su creación fueron manteniéndose y transformándose en una variada gama de procesos artísticos y culturales, presentes en ámbitos tan diversos como la arquitectura, los espectáculos, las artes visuales, la música, el cine, la literatura o las artes decorativas.

Uno de los elementos más característicos fue la conformación desde 1830 de una pintura de costumbres de temática andaluza, en la que se recogen algunos pasos de baile popular, más tarde considerados flamencos. Unas pinturas que se convirtieron en piezas de interés turístico y que reflejarán la evolución del interés del mercado artístico extranjero por los bailes españoles; así como sus influencias en la evolución de los espacios destinados al consumo de los espectáculos de baile en Sevilla.

Otro de los rasgos característicos que se analizan es el desarrollo de una arquitectura orientalista que estará presente por un lado en los nuevos edificios vinculados al turismo en las ciudades, como son las infraestructuras de transportes o los alojamientos hoteleros. Y, por otro lado, este orientalismo continuará con vigencia en el ámbito de las Exposiciones Universales. La identificación de Andalucía con un Oriente inmediato y domesticado queda palpable en la Exposición de París de 1900, con el espectáculo *Andalucía en tiempos de los moros*, que resume muchas de las mitificaciones del siglo

XIX con respecto a la identificación de lo andaluz con lo oriental en Europa. La presencia de la imagen de Andalucía tuvo un protagonismo destacado en Francia a través del cine, como documento y propaganda turística. El cine populariza unos patrones de personajes procedentes del folklore andaluz, a la vez que difunde unos paisajes y unos monumentos orientalistas con el deseo de promocionar turísticamente el país.

El turismo fue evolucionando de un negocio local a un ámbito de control del Estado. En este sentido, veremos cómo la imagen de Andalucía se adaptó a los nuevos mecanismos turísticos de difusión, que se desplegarán con toda su eficacia en el siglo XX y que afectarán tanto al ámbito de lo privado como de lo público, al desarrollar una primera legislación turística que perseguía el fomento del turismo. En este sentido, se estudia por ejemplo la transformación de la Necrópolis de Carmona en un espacio abierto al visitante con la creación del primer museo de sitio de España, gracias a la iniciativa de Jorge Bonsor. O unos años más tarde los esfuerzos por la creación de una infraestructura hotelera con la Exposición Iberoamericana de 1929. La mirada del viajero será un elemento fundamental para comprender la imagen andaluza desde fuera, tanto a nivel europeo como en aquellos viajeros hispanoamericanos que contrastan o perviven aquella identificación romántica del espacio andaluz y de sus realidades y mitos. También se abordan las diferenciaciones internas y asociaciones con lo español, que se producen desde Cataluña como un modelo de rechazo que se construye desde la diferencia.

Los capítulos que se recogen en este volumen analizan una compleja trama de saberes, imágenes y mitos con los que se fue definiendo e identificando Andalucía y lo andaluz, unas veces desde posiciones que la vinculaban con el progreso y la modernidad turística, como materia de consumo, mientras que en otras se asociaba con el atraso y la falta de regeneración. Esta revisión fue particularmente interesante en el campo de las artes plásticas, pues a través de las ilustraciones, de la prensa, de las pinturas, a la que se añadirá rápidamente las nuevas miradas de la fotografía y el cine, se fue reconfigurando un modelo de lo andaluz en construcción continua desde Europa. Esta creación se produjo fundamentalmente desde las grandes urbes capitalistas donde se ordenó y gestó una imagen de Andalucía asociada con estereotipos asociados al orientalismo y a su cultura popular, a la vez que ejercieron como centros emisores de turistas que multiplicaron la difusión de una imagen que se consumió como un producto turístico.

Por último, se indaga en las influencias que la recreación del orientalismo andalusí, particularmente nazaríes, ejercieron sobre las construcciones decimonónicas marroquíes, que continuarán durante el Protectorado, con corrientes de intercambios e interrelaciones que confluyen y se alimentan en una frontera líquida de referencias culturales compartidas.