

I

# EL TURISMO Y LA EXPOSICIÓN IBEROAMERICANA DE SEVILLA



ÍNDICE

PÁGINA DE  
CRÉDITOS

RESEÑA

*Oportunidades, promoción, imagen  
e identidad*

AMPARO GRACIANI GARCÍA  
(COORD.)

Editorial Universidad de Sevilla





EL TURISMO  
Y LA EXPOSICIÓN IBEROAMERICANA DE SEVILLA



AMPARO GRACIANI GARCÍA  
(COORDINADORA)

EL TURISMO  
Y LA EXPOSICIÓN IBEROAMERICANA  
DE SEVILLA

VOLUMEN I

OPORTUNIDADES, PROMOCIÓN, IMAGEN  
E IDENTIDAD



Sevilla 2019

Colección: Cultura viva

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  
María del Pópulo Pablo-Romero Gil-Delgado  
Manuel Padilla Cruz  
Marta Palenque Sánchez  
María Eugenia Petit-Breuilh Sepúlveda  
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.

Motivo de cubierta:

Postal número 115 (*Exposición Iberoamericana. Sevillanas*) de la serie *Sevilla*, impresa en Barcelona, por el fotógrafo francés Lucien Roisin Besnard (L. Roisin).

Edición digital de la primera edición impresa de 2019

© 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>>

© Amparo Graciani García, (coord.) 2019

© De los textos, los autores 2019

ISBNe: 978-84-472-2185-1  
DOI: <http://dx.doi/10.12795/9788447221851>

Diseño de cubierta: ed-Libros

Digitalización y realización interactiva: ed-Libros

## ÍNDICE

ANTONIO JIMÉNEZ RUIZ Prólogo.....	9
AMPARO GRACIANI GARCÍA Preámbulo .....	11
MARÍA LUISA MENÉNDEZ ROBLES El marqués de la Vega Inclán y la Exposición Iberoamericana de Sevilla .....	15
REYES ABAD-FLORES, JOSÉ MARÍA CALAMA-RODRÍGUEZ Y VICENTE FLORES-ALÉS El Plan de Fomento del Alojamiento para la Exposición Iberoamericana. Integración, flexibilidad y diversidad arquitectónica: el Hotel América Palace .....	35
LUIS MÉNDEZ RODRÍGUEZ Los hoteles de Sevilla para la Exposición Iberoamericana de 1929: una nueva imagen para una nueva ciudad .....	49
GUIDO CIMADOMO Y EDUARDO JIMÉNEZ-MORALES Instalaciones hoteleras en la Sevilla de la Exposición Iberoamericana. Su impacto sobre el turismo urbano y la ciudad .....	69
ROCÍO PLAZA ORELLANA Imagen, arte e identidad de la Semana Santa sevillana de la Exposición Iberoamericana de 1929.....	81
JESÚS ROJAS-MARCOS GONZÁLEZ Castillo Lastrucci entre la Exposición Iberoamericana y la Semana Santa de 1929 .....	99

ANA GÓMEZ DÍAZ	
Arqueología y turismo arqueológico en la Exposición Iberoamericana de Sevilla. Jorge Bonsor y el Castillo de Mairena del Alcor.....	129
IVANNE GALANT	
La Exposición Iberoamericana de Sevilla en las guías de viaje francesas y españolas (1927-2017): promoción, imagen y memoria .....	151
JOÃO PAULO MARTINS	
A Exposição Iberoamericana de Sevilha e o turismo em Portugal .....	167
Bibliografía general .....	201



## PRÓLOGO

ANTONIO JIMÉNEZ RUIZ  
*Director Gerente de Turismo de Sevilla*

El proceso de posicionamiento y de creación de marca de Sevilla como destino turístico estuvo impulsado por las celebraciones de la Exposición Iberoamericana del 1929 y la Exposición Universal de 1992. Ambos acontecimientos se convirtieron, además, en motores de modernización y desarrollo económico de la ciudad.

La exposición del 29, enmarcada en la Exposición General Española promovida por el rey Alfonso XIII, fue la primera gran labor que debió acometer el Patronato Nacional de Turismo, que acababa de crearse a partir de la Comisaría Regia del marqués de la Vega Inclán. Éste había sentado las bases para que el Estado asumiera las políticas generales de Turismo, con una perspectiva de gestión moderna que se ocupaba de las infraestructuras, la promoción y la protección de nuestro patrimonio. Fueron los primeros pasos de la actual Turespaña. El aristócrata volcó sus esfuerzos en conseguir que esta exposición fuera una herramienta publicitaria para todo el país, dando pie para ello a reformas fundamentales.

La transformación de la ciudad se alargó durante años (inicialmente, la entonces Exposición Hispanoamericana estaba prevista para 1914) con la participación de los poderes públicos y la iniciativa privada.

Se acometió un cambio urbano radical, que conllevó desde la mejora del sistema de abastecimiento de agua y alcantarillado hasta el diseño ordenado de un gran ensanche de la ciudad hacia el sur, uniendo el centro histórico por la avenida de la Constitución y la calle San Fernando al espacio expositivo, creando el espacio turístico fundamental que llega hasta nuestros días: Plaza de España, Plaza de América, Parque de María Luisa...

La construcción de los pabellones de exposición, los recintos para el ocio, teatros, jardines... transformó la ciudad, modernizándola, alcanzando su cota máxima la arquitectura regionalista que se convierte en emblema de Sevilla.

Espacios urbanos como el Barrio de Santa Cruz, la actual Puerta de Jerez, Heliópolis, El Porvenir, Ciudad Jardín, La Palmera o el propio campo del Real Betis tienen su germen en la muestra.

La necesidad de viviendas populares y de ampliación de la capacidad hotelera supuso igualmente la adquisición de edificios singulares a nuestro patrimonio: el Hotel Alfonso XIII, los desaparecidos hoteles Cristina y América Palace... El impulso del aeropuerto de Sevilla también coincide en el tiempo, aprobándose su proyecto en 1929.

La exposición fue esencial para la creación de parte de nuestro *history telling* más conocido. El carácter historicista de la muestra y el interés por resaltar nuestro papel en el relato del Descubrimiento de América contribuyeron a reforzar el discurso turístico de Sevilla como urbe universal unida a valores unidos a la imagen de España y lo español en el extranjero.

Un papel reforzado por la imagen de la muestra, casi siempre positiva, que daban las guías turísticas de viajes contemporáneas a la muestra y las actuales.

La relación entre este evento con las Fiestas Mayores de la ciudad, con las diversas corrientes artísticas existentes, la labor para la recopilación del patrimonio que llevaron a cabo... son aspectos destacados que conforman el inmenso poliedro de relaciones que existe entre este evento y la Sevilla que hoy vivimos.

Si la Exposición Iberoamericana fue la base para consolidar una urbe urbana y un destino turístico de interés internacional, la Universal del 92 mostró al mundo la versión más moderna y transgresora de Sevilla, una ciudad abierta al mundo que ya no se anclaba exclusivamente en su esplendoroso pasado para ser atractiva. Sirvió para ganar el espacio de la Isla de la Cartuja y dotarnos de nuevos hoteles e infraestructuras clave como la Estación de Trenes de Santa Justa y la conexión vía AVE con Madrid. Influyó en nuestra imagen internacional y, especialmente, en el propio espíritu de la ciudad, demostrando que podíamos hacer frente a estos grandes eventos internacionales con notable éxito.

La herencia de estos dos acontecimientos, las peatonalizaciones, el carril bici, el tranvía y el metro, la apuesta por ser una ciudad tecnológicamente innovadora, industrial y mejor conectada con el mundo, los grandes eventos internacionales de los que estamos siendo sede... y, sobre todo, la labor desarrollada por el sector turístico de la ciudad, han conseguido que Sevilla sea en la actualidad un referente turístico mundial. Ya estamos donde queríamos estar, dónde el marqués de la Vega Inclán soñaba.

Y ahora, debemos afrontar otras dificultades. Tenemos que abordar los problemas ligados a la sostenibilidad y a la convivencia de la ciudad real y sus habitantes con una ciudad-escaparate ideada para el turista. Buscando el equilibrio entre ambas conseguiremos que Sevilla siga siendo un destino atractivo y de calidad y que este sector siga siendo motor de nuestra economía.

Para conocer a dónde vamos es fundamental estudiar nuestro pasado. Por ello, es encomiable la labor de recopilación de estudios y autores que coordina Amparo Graciani en este primer volumen.

Muchas gracias a todos por ofrecer al lector una visión tan amplia e interesante de la historia reciente de Sevilla.

## PREÁMBULO

AMPARO GRACIANI GARCÍA

Uno de los principales argumentos para anunciar la iniciativa de celebrar una exposición internacional es el de los beneficios que, en razón del turismo generado, repercutirán previsiblemente sobre la ciudad que hubiera de albergarla; unas expectativas que se proyectan incluso para la fase –más o menos prolongada– de sus preparativos, pero que se focalizan especialmente en el desarrollo del evento y, por supuesto, en la fase posterior a su clausura, por la transformación que este conllevaría en las infraestructuras urbanas, territoriales y de comunicación, y por los nuevos recursos que generaría.

Aun pudiendo existir razones de índole muy diversa, no cabe duda de que los gobiernos locales entienden las exposiciones como la mejor oportunidad de resolver problemas que, por su magnitud y complejidad, resultarían imposibles de solventar sin un apoyo económico estatal. Una exposición es una magnífica vía para promocionar la ciudad y su imagen ante un público más o menos extenso en función de la envergadura del evento. La idea genera una actitud optimista entre los gestores, que comprenden que la mejora de la actividad turística va indisolublemente unida a la renovación de las infraestructuras, no solo para optimizar las posibilidades que ya –de por sí– la ciudad ofrece, sino también para crear nuevos entornos de promoción. En esencia, entienden la exposición como la mejor forma de promover el turismo: el turismo del presente y el del futuro.

Estos intereses estaban implícitos en la propuesta que en 1909, durante la fiesta *España en Sevilla*, Rodríguez Caso enunció de celebrar en la capital hispalense una Exposición Internacional Ultramarina, Hispanoamericana, que en 1922 pasaría a ser Iberoamericana. En realidad, en los ambientes regeneracionistas de comienzos de siglo, el turismo se veía ya como una fuente de ingresos y progreso, elementos necesarios para la ciudad de Sevilla que, por sus múltiples problemas, precisaba de una amplia serie de reformas urbanas. La relación entre la promoción turística y la regeneración urbana, aspectos que hoy se consideran íntimamente asociados, era a comienzos de siglo una evidencia en Sevilla, donde entre las clases dirigentes y las élites culturales existía

el convencimiento de que para promocionar el turismo era necesario acometer importantes reformas urbanas. La mejor prueba de ello es el hecho de que en 1900 el Ateneo de Sevilla, en el Programa de los Juegos Florales, contemplara un concurso de propuestas bajo el título «Sevilla, estación de invierno: plan de reformas y mejoras necesarias para la consecución de este fin». Así, en el trabajo ganador, Luis Lerdo de Tejada, después de abordar cuestiones climatológicas y de salubridad, planteaba un Plan de Reformas centrado fundamentalmente en asuntos urbanísticos, como también haría Vicente Narbona, igualmente premiado.

La aprobación por parte del Gobierno de celebrar esta Exposición –en inicio, Hispanoamericana– debe entenderse en el marco de una campaña de promoción del turismo en España, sobre todo el internacional, aprovechando el camino iniciado por una amplia serie de artistas decimonónicos. Son los años en que Alfonso XIII crea la Comisión Nacional de Turismo, bajo el Ministerio de Fomento al mando del conde de Romanones.

No es objeto de este prólogo marcar los hitos clave de la relación entre el turismo y la Exposición Iberoamericana a lo largo de los veinte años de preparación del certamen, ni durante su desarrollo, que tuvo lugar entre el 9 de mayo de 1929 y el 21 de junio de 1930. Tampoco lo es en lo que se refiere a lo acontecido desde entonces hasta nuestros días.

Lo será de los trabajos que se vayan sumando a los diferentes volúmenes de la obra que aquí prologamos; una publicación que surge con el deseo de comenzar a tejer, entre muchos, y poco a poco, en obras diversas que irán viendo la luz, un panorama aún pendiente de abordar. Conllevaría un análisis desde facetas muy diversas: la promoción turística –las vías, los mecanismos, las estrategias y las herramientas–; la evolución del concepto del turismo en los veinte años que tardó en materializarse el proyecto, desde la propuesta inicial hasta el diseño de ese escaparate al mundo que, con carácter propagandístico, Primo de Rivera quiso ofrecer; los créditos y los réditos; las oportunidades, los éxitos, los logros y los fracasos; la imagen y la promoción de la ciudad, su cultura, arte y fiestas; la relación entre el arte y el impulso turístico; las posibilidades que se abrían a los países participantes...

Esta obra se plantea como una ocasión para reflexionar sobre la relación del turismo y la Exposición Iberoamericana, la que existió en el pasado, la que existe actualmente y la que deberíamos procurar.

Abordar desde el pasado esta reflexión nos permitirá, de un lado, comprender las realidades local, nacional e internacional y, de otro, entender la verdadera magnitud del certamen durante el cual, Sevilla y Barcelona, como escenarios de la Exposición General Española –Sevilla, de la Iberoamericana, y Barcelona, de la Internacional–, se convirtieron en el centro del mundo. Podremos acercarnos a las nuevas infraestructuras hoteleras y de comunicación, a los gestores y a sus iniciativas turísticas, a las diferentes vías de promoción y

los recursos divulgativos gestionados desde el Comité de la Exposición o desde los órganos nacionales, primero la Comisión Nacional de Turismo, luego la Comisaría Regia de Turismo y finalmente el Patronato Nacional de Turismo.

Pero es también una oportunidad para comprender Sevilla y sus fiestas primaverales y para divulgar y dar a conocer al gran público en qué medida nuestro legado inmaterial se vincula estrechamente a la Exposición Iberoamericana. Transmitir con claridad la relación entre los atractivos recursos turísticos de la ciudad de Sevilla, concienciar al público sobre la importancia del certamen y promover entre los ciudadanos el conocimiento de este legado son acciones clave para evitar el vandalismo y favorecer su conservación, facilitando con ello la visibilidad de estos recursos turísticos y su reconocimiento patrimonial.

Esta publicación se plantea como una oportunidad para realizar un necesario análisis de conciencia y para considerar en qué medida podemos optimizar el legado de la Iberoamericana, crear nuevos recursos, promocionar el turismo y divulgar una imagen amable y atractiva de nuestra ciudad; una oportunidad para aunar los intereses de investigadores de áreas diversas y los de nuestros gestores; una oportunidad para ofrecer propuestas de futuro, en beneficio de la ciudad de Sevilla, que es lo que nos une.

Entendemos –y defendemos con convicción– que la expectativa de celebrar en 2029 el centenario de la Exposición Iberoamericana debe ser un acicate para promover este tipo de reflexiones y sobre todo para sacar provecho e implementar las conclusiones que de ellas se deriven.

Este primer volumen incluye trabajos que miran al pasado, y que se concretan en algunos de los muchos aspectos que, desde esta perspectiva, podrían haberse abordado. El capítulo de María Luisa Menéndez Robles revisa la implicación del gobierno de España en los inicios de los preparativos de la exposición, mostrándonos la relación entre el marqués de la Vega Inclán y el certamen. Distintos autores analizan la cuestión del alojamiento, para cuya resolución se creó un Plan de Fomento: Reyes Abad, José María Calama y Vicente Flores, contextualizan dicho plan, considerando la integración en el proyecto urbano y la flexibilidad estilística y arquitectónica que los autores concretan en el Hotel América Palace. Luis Méndez ofrece un panorama general sobre los hoteles de la ciudad en la época del certamen, desde la perspectiva de la renovación de la imagen de Sevilla, mientras Guido Cimadomo y Eduardo Jiménez Morales se centran en su impacto sobre el turismo urbano y la ciudad.

La relación entre el turismo y la fiesta se concreta en este volumen en dos trabajos relativos a la Semana Santa sevillana. De una parte, el de Rocío Plaza Orellana, que habla de la imagen, el arte y la identidad local manifestada en la celebración de la Semana Santa de la exposición; de otra, Jesús Rojas-Marcos González se centra en la producción de Castillo Lastrucci para la Semana

Santa de 1929, ampliando sus investigaciones a otras obras que el artista realizó para el certamen.

El trabajo de Ana Gómez Díaz es una buena muestra de las grandes expectativas que la iniciativa de celebrar la exposición generó no sólo en el ámbito local sino en el entorno. Su estudio evidencia la multiplicidad de facetas de la exposición, abordando la relación entre la Arqueología y el turismo arqueológico marcada por el proyecto de Jorge Bonsor para la promoción de la ruta de Los Alcores y con ello del Castillo de Mairena del Alcor; una propuesta, la del inglés, que aún nuestros gestores podrían acometer.

Ivanne Galant, de la Universidad de París 3 Sorbonne Nouvelle, dirige sus investigaciones hacia la proyección que la Exposición Iberoamericana ha tenido en Francia desde sus preparativos hasta nuestros días. Su trabajo, centrado en la promoción, la imagen y la memoria de la exposición en las guías de viaje francesas y españolas entre 1927 y 2017, refleja la dimensión europea del certamen ya en la época y el reconocimiento actual del legado de la exposición.

En el último capítulo, João Paulo Martins expone los intereses turísticos del gobierno de Portugal para concurrir a la Exposición (base de la transformación de su carácter, de Hispano a Iberoamericano) y aborda la repercusión posterior de las nuevas infraestructuras y recursos.

Estos trabajos no son más que una muestra de las amplias posibilidades que ofrece el análisis del papel que, en sus distintas manifestaciones, la promoción turística tuvo en el desarrollo del evento y de los beneficios que una correcta gestión de su legado tendrá para el turismo de la Ciudad de Sevilla.