

RECONSTRUIR LA HISTORIA DEL TURISMO A TRAVÉS DE LA PRENSA: LA EVOLUCIÓN DEL ESPACIO TURÍSTICO DE SEVILLA (1915-2015)

Resumen

El objetivo de este trabajo es reconstruir la historia del turismo de la ciudad de Sevilla y analizar la evolución de su espacio turístico desde principios del siglo XX hasta la actualidad. Ello será posible gracias al estudio de los siguientes elementos del sistema turístico: accesos y movilidad, alojamiento, demanda, recursos monumentales y oferta complementaria, y política turística. Las fuentes hemerográficas (prensa y revistas) conforman la base de esta investigación. La reconstrucción histórica de la actividad (en 7 grandes etapas) ha permitido describir y cartografiar la trayectoria del turismo en la ciudad. Este artículo es una contribución inédita en Sevilla y una aportación complementaria a estudios análogos en otros destinos urbanos.

Palabras clave: Historia del turismo, espacio turístico, fuentes hemerográficas, Sevilla (España)

Abstract

The aim of this paper is to reconstruct the history of tourism in the city of Seville and analyze the evolution of its tourism area since the early twentieth century. This will be possible thanks to the study of different aspects of the tourism system: accessibility and mobility, lodging, demand, monumental and complementary offer and tourism policy. The newspaper sources (press and magazines) they form the basis of this research. The historical reconstruction of the activity (in 7 main stages) has allowed describing and mapping the trajectory of tourism in the city. We believe that this article is an original contribution in Seville and a complementary contribution to similar studies in other urban destinations.

Key-Words: History of tourism, tourist area, newspaper sources, Seville (Spain)

1. INTRODUCCIÓN Y OBJETIVO

La ciudad de Sevilla representa uno de los destinos turísticos urbanos más significativos de España, ocupando el tercer lugar tras Madrid y Barcelona tanto en oferta (plazas de alojamiento) como en demanda (viajeros alojados). En concreto, el número de plazas regladas en 2014 era de 23.255 (siendo así el segundo municipio de Andalucía tras Torremolinos) (IECA, 2016). Por su parte, el número global de turistas que pernoctaron se cifraba en 2.232.998 y el número de pernoctaciones se disparaba hasta las 4.485.939 (a partir de INE, 2016). Las cifras y la evolución reciente de las plazas y pernoctaciones hoteleras han sido representadas en la Tabla 1.

Tabla 1. Evolución de plazas y pernoctaciones hoteleras en la ciudad de Sevilla. 2000-2014.

Año	2000	2005	2010	2011	2012	2013	2014
Plazas	14.198	16.994	17.987	18.016	18.622	19.319	19.668

Pernoctaciones	3.126.627	3.252.771	3.332.866	3.605.575	3.581.089	3.718.394	4.053.429
----------------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------	-----------

Fuente: Encuesta Ocupación Hotelera (I.N.E.)

Como puede apreciarse a partir de los datos, puede afirmarse que el sistema turístico de la ciudad ha experimentado un notable crecimiento desde comienzos del siglo XXI hasta la actualidad (tomando como último año el 2014 para poder contar con datos oficiales comparables), cifrado en un 38,5% en el número de plazas y en un 29,6% en las pernoctaciones, y ello a pesar de que en estos años se ha atravesado una grave crisis económica a nivel internacional y nacional.

Para ampliar el análisis evolutivo hasta etapas anteriores, es necesario recurrir a los datos del conjunto de la provincia de Sevilla (en la que el peso de la capital se ha estimado superior al 90% hasta el cambio de siglo). Estos datos, ofrecidos en la Tabla 2, muestran el débil crecimiento operado hasta la década del ochenta, registrándose un fuerte incremento del ritmo a medida que nos acercamos a la actualidad (con un destacado protagonismo del gran avance producido por efecto de la Exposición Universal de 1992, como más tarde se ampliará).

Tabla 2. Evolución de plazas y pernoctaciones hoteleras en la provincia de Sevilla. 1955-2000.

Año	1955	1970	1985	2000
Plazas	2.920	3.378	6.192	17.414
Pernoctaciones	s.d.	1.115.140	1.620.294	3.879.828

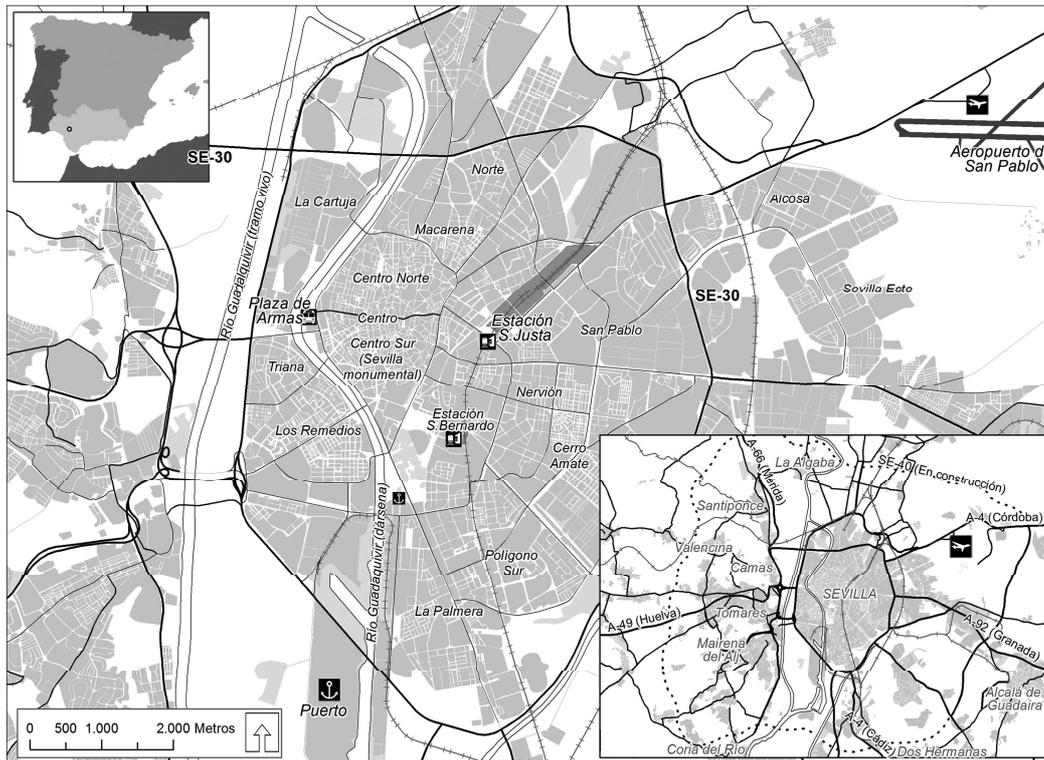
Fuente: Pellejero (2006)

Pese a la relevancia de Sevilla como destino turístico, que demuestran sintéticamente las cifras anteriores, y a la abundancia de bibliografía dedicada a la ciudad, es de destacar la escasa presencia de literatura científica orientada específicamente al turismo en Sevilla. Así, son escasísimas las obras que tratan la temática de forma global (Blancas y Buitrago, 2005), pudiendo citarse un escaso número de aportaciones referidas a diferentes temáticas parciales, tales como las políticas públicas de turismo aplicadas (Marchena y Repiso, 1999; Fernández Tabales et al, 2004), el análisis del atractivo turístico de la ciudad mediante sistemas de indicadores (Calvo-Mora et al, 2011), estudios de segmentación de la demanda (Moreno Pacheco, 2007), de la imagen turística de la ciudad en diferentes formatos y medios, con especial atención a la cinematografía (Hernández Ramírez, 2004; Hernández Ramírez, 2008; Oviedo et al., 2014; Puche, 2015); la consolidación de la cultura popular sevillana, en especial el flamenco, como recurso turístico (Santos, 2004; Thimm, 2014); o la conflictiva dialéctica entre conservación del patrimonio y nuevas iniciativas urbanísticas vinculadas con el turismo (Fernández Tabales y Knafu, 2013). En este contexto, la bibliografía científica sobre la historia del turismo en la ciudad es prácticamente inexistente, salvo algunas breves referencias en las obras ya citadas como antecedentes de sus respectivos enfoques parciales, pudiendo afirmarse que es un campo de estudio prácticamente inédito, lo cual refuerza el interés y oportunidad de la presente investigación.

Con todo ello, el objetivo de este trabajo es reconstruir la historia del turismo de la ciudad de Sevilla (Mapa 1) y la evolución de su espacio turístico desde principios del siglo XX hasta la actualidad. Ello será posible gracias al estudio de los distintos

elementos del sistema turístico: accesos y movilidad, alojamiento, demanda, recursos monumentales y oferta complementaria, y política turística. En primer lugar se detallarán las fuentes de la investigación y el método empleado. En un siguiente apartado se elaborará un relato evolutivo del turismo y, en tercer lugar, se realizará un seguimiento espacial de dicha evolución a partir de una cartografía diacrónica. Finalmente se establecen las principales conclusiones y las vías de investigación futura.

Mapa 1. Localización de la ciudad de Sevilla y de sus principales estructuras territoriales



Fuente: Elaboración propia

2. FUENTES Y MÉTODO

2.1. Fuentes

Este trabajo trata de reconstruir la actividad turística en periodos con un importante déficit estadístico y documental. Para paliar esta carencia se ha recurrido primordialmente a fuentes hemerográficas (prensa histórica). Se han recopilado noticias y anuncios en prensa escrita desde 1915 a la actualidad. El principal repositorio ha sido la Hemeroteca Municipal de Sevilla, que conserva 29.462 volúmenes correspondientes a 8.890 títulos que van desde el siglo XVII hasta la prensa actual¹. Para ello, se ha contado con la colaboración de 7 estudiantes de 4º curso del Grado de Turismo de la

¹ La receptividad y la colaboración de Julia Sánchez López, principal responsable de la Hemeroteca, ha sido esencial para acometer esta investigación. Quede constancia en estas líneas nuestro agradecimiento con carácter póstumo.

Universidad de Sevilla, que culminaron sus estudios con sendos Trabajos Fin de Grado al respecto².

Cuadro 1. Periodos, fuentes consultadas y número de documentos encontrados relacionados con el turismo (Noticias, anuncios, artículos de opinión, reportajes o guía al turista).

Años	Fuentes hemerográficas consultadas	Nº documentos (Total)	Noticias	Anuncios	Reportajes /Opinión	Información para el turista
1900-1919	El Noticiero Sevillano, El Liberal, La Unión	10	6	4	0	0
1920-1929	El Noticiero Sevillano, El Liberal, La Unión, Revista Fiestas de Sevilla	54	26	22	6	1
1930-1939	ABC de Sevilla, La Vanguardia	38	10	17	8	3
1940-1959	ABC de Sevilla					
1960-1969	El Correo de Andalucía, ABC de Sevilla	183	110	56	11	6
1970-1979	El Correo de Andalucía, ABC de Sevilla	160	121	5	34	0
1980-1992	ABC de Sevilla	117	97	12	8	0
1993-2015	ABC de Sevilla	67	60	4	3	0
TOTAL		629	430	120	70	10

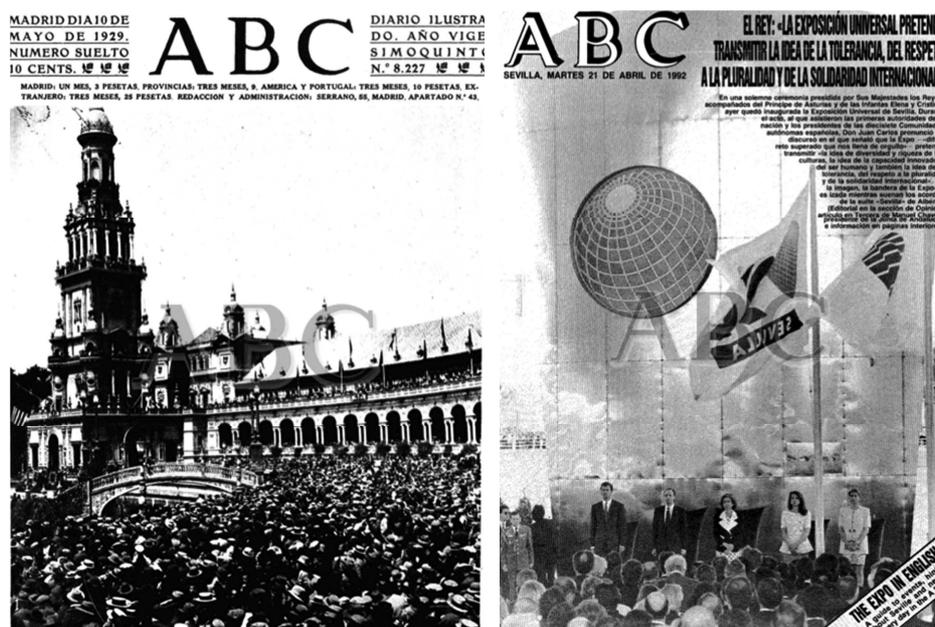
Fuente: Elaboración propia.

El Noticiero Sevillano, El Liberal y La Unión son los diarios que han permitido la reconstrucción del sistema turístico sevillano a principios del siglo XX. Junto a ellos destaca especialmente la revista local Las Fiestas de Sevilla (Cuadro 1). En 1929, coincidiendo con la inauguración de la Exposición Iberoamericana, nace el Diario ABC de Sevilla (Imagen 1). Este periódico se convertirá desde entonces en un recurso esencial hasta la actualidad, junto a La Vanguardia (Años 30) y El Correo de Andalucía (Años 60 y 70).

Junto con la prensa, la literatura científica ha permitido generar el marco de referencia de la investigación en base a dos temas principales, la historia contemporánea de la ciudad y el análisis territorial del turismo.

² Ordenados cronológicamente según la etapa que abordaron, los estudiantes son los siguientes: Alba Troya (1915-1929 y sondeos previos), Sara López (1920-1939), Isabel Galán (1940-1949), Maribel Ríos (1940-1959), Irene Mena (1960-1969), Macarena Román (1970-1979), Lidia Durán (1980-1992) y Lucía Ocaña (1993-2015).

Imagen 1. Portadas del diario ABC con las inauguraciones de las Exposiciones Iberoamericana (1929) y Universal (1992) de Sevilla.



Fuente: Diario ABC.

Finalmente se ha contado con otras fuentes de información complementaria que se detallan a continuación:

- Las estadísticas o las cifras sobre turismo, ausentes o escasas durante la mayor parte del periodo de estudio, irrumpen a partir de los años ochenta, completan el análisis hemerográfico y, lógicamente, permiten un análisis más fino de la evolución posterior a la Exposición de 1992. Por otra parte, el acceso a los datos del Registro de Turismo de Andalucía ha permitido conocer el año de inscripción y la dirección postal de los hospedajes desde mediados del siglo XX.
- Las décadas de los 40 y los 50 fueron poco proliferas en noticias sobre turismo. Por ello, a la recopilación hemerográfica debe sumarse la utilización de dos recursos adicionales: la memoria viva de 4 octogenarios³ y el archivo familiar de Don Andrés de la Oliva y de M^a Teresa Agulló. La voz y la documentación de estos cinco personajes, muy ligados al pulso económico, político y social de la ciudad del momento, fueron clave para ayudar a reconstruir el modelo turístico de aquellas décadas.
- Los blogs sobre la *Sevilla antigua* recogen testimonios, fotografías y documentos, y nos han permitido ilustrar el pasado de algunos rincones emblemáticos de la ciudad (véase en las referencias bibliográficas).

³ Entrevista abierta y con clima relajado, no estructurada, con un listado de áreas a explorar pero sin cuestionario fijo y con preguntas que a veces se adaptaban a las respuestas previas. Las áreas eran transporte, paisaje urbano y social, hoteles y turistas, y viajes propios.

2.2. Método

La tarea de sintetizar cien años de historia del turismo en Sevilla se presentaba como complicada, y que exigía una planificación previa. El método de trabajo puede dividirse en dos fases: la primera se centra en la consulta de las fuentes, la recopilación y la explotación primaria de los datos; la segunda consiste en elaborar el relato histórico del turismo en Sevilla y en construir la evolución del espacio turístico:

- 1ª Fase: Compilación, selección, organización y análisis de la prensa. Lógicamente, no se consultaron los diarios de todos los días del periodo de estudio (38.325 días). En vez de eso, se seleccionaron intencionadamente los meses en los que, tradicionalmente, se produce una mayor afluencia de viajeros: aquellos que coinciden con la celebración de las fiestas primaverales en la ciudad (abril y marzo o mayo) y alguno de los meses de verano (julio y agosto o septiembre). Se recopiló un total de 629 documentos en forma de noticias, anuncios y artículos de opinión, además de secciones monográficas o dirigidas al turista. Fueron organizados por décadas y grandes temáticas: accesos y movilidad, alojamiento, demanda, recursos monumentales y oferta complementaria, y política turística. El tratamiento de cada documento ha consistido en elaborar una ficha con las ideas y palabras clave, así como, en su caso, la ubicación geográfica del hito comentado.

- 2ª Fase: Análisis histórico y geográfico del turismo en la ciudad. Los documentos compilados y tratados permiten establecer 7 etapas diferenciadas en la evolución del turismo y, gracias a los sistemas de información geográfica, es posible ilustrar cartográficamente el espacio turístico vinculado a cada una de ellas (para lo cual era indispensable la aludida *georeferenciación* de los hitos reflejados en las noticias).

3. LA HISTORIA DEL TURISMO EN SEVILLA

La historia del último siglo en Sevilla posee dos fechas clave que coinciden con sus grandes exposiciones: la Exposición Iberoamericana de 1929 y la Exposición Universal de 1992. Estos dos acontecimientos se traducen, a tenor de las fuentes consultadas, en los grandes motores del cambio del sistema turístico en la ciudad. Sin embargo, no son los únicos. Además de los factores locales, Sevilla no vive ajena a las circunstancias políticas y económicas del país, así como tampoco al contexto turístico del momento. Estas externalidades también condicionan el modelo turístico de la ciudad y su traducción en un determinado espacio turístico. A través de la explicación de los principales aspectos del sistema turístico, en los siguientes epígrafes se trata de caracterizar cada una de las 7 etapas detectadas:

- Los precedentes: La Sevilla del viajero romántico
- Hacia la Exposición Iberoamericana de 1929: Los felices años 20
- El periodo oscuro del turismo sevillano: De los 30 a los 50
- Sevilla en el “boom” turístico español: De los 60 a los 80
- El nacimiento del sistema turístico actual: la EXPO’92
- La etapa post-Expo: La consolidación de un modelo (1993-2001)
- La etapa actual, ¿hacia una ciudad turistificada? (2001-2015)

3.1. Los precedentes: La Sevilla del viajero romántico

Sevilla era, junto a Granada, Córdoba y Ronda, una de las joyas del *Grand Tour* andalusí en el siglo XIX. Estos viajeros románticos, escasos y de procedencia extranjera, accedían a la ciudad generalmente en carruaje a través de la red de caminos: el camino a Córdoba desde el norte llegaba al templo de la Macarena y a la calle San Luis⁴, desde el este procedía el camino desde Granada (hoy promocionada como Ruta de Washington Irving) y al sur estaba el camino desde Cádiz —muy peligroso según algunos testimonios de la época— que desembocaba en la Puerta de Jerez. Con la llegada del siglo XX, la inauguración de las estaciones ferroviarias denominadas “de Córdoba” y “de Cádiz” (1901, 1902), el desarrollo de las líneas de vapores hasta Sevilla desde Sanlúcar (*Vapores San Telmo* y *Vapores Sanlúcar*) y otros puertos europeos (Ybarra y Compañía) mejoran la accesibilidad turística y generan nuevos vestíbulos de entrada a la ciudad (El Noticiero Sevillano: 9/4/1921).

A finales del siglo XIX Sevilla tenía cierto desarrollo del “ramo de la hostelería”, existiendo incluso una marcada jerarquía con “35 mesones, 9 fondas sin hospedaje, 4 fondas que dan posada y de comer y 56 casas de pupilos” (Extraído de un reportaje de El Correo de Andalucía: 29/07/1973). Los principales alojamientos se situaban en el suroeste de la ciudad, en las calles más comerciales y en torno a las principales plazas (Plazas de la Magdalena, de la Campana, del Duque y Nueva). Se ha podido comprobar, ya en la prensa del siglo XX, la presencia de anuncios de un buen número de establecimientos ya autodenominados como “hoteles”: Hotel de Madrid, Gran Hotel de París, Hotel Roma, Hotel Inglaterra (originalmente Fonda de Londres), Gran Hotel Francia, Hotel Simón, entre otros (Revista Las Fiestas de Sevilla: abril de 1922). Los nombres de países o ciudades europeas de referencia parecían transmitir profesionalidad e internacionalización para atraer a los viajeros. El Hotel Simón se anuncia como una empresa que ofrece alojamientos (“sucursales”) en las principales vías de diversas urbes españolas, un precedente de cadena hotelera en la ciudad (Imagen 2). La consulta de la prensa ha permitido descubrir que a la planta hotelera de principios del siglo XX le sigue acompañando un conjunto de casas de huéspedes (o “de pupilos”) con un emplazamiento algo más disperso (La Unión, Anuncios Económicos: 14/8/1923, 15/5/1923).

Cabe señalar que este auge en la construcción de hoteles se sustenta, además de en la afluencia de visitantes foráneos, en la costumbre adquirida por la burguesía sevillana de alojarse durante varias semanas en verano en hoteles de la propia ciudad, para disfrutar de sus instalaciones y comodidades (ventiladores, jardines, salones, etc.) (Parejo, 2008: 102)⁵.

⁴ Esta calle, hasta la denominación actual que se le da a mediados del siglo XIX, era la Calle Real. Era el lugar por donde las familias reales hacían su entrada en la ciudad. Así, Alfonso XI, los Reyes Católicos, Carlos I y su futura mujer Isabel de Portugal y Felipe IV entraron por esta puerta (Nogales, 2013: 706). Entendemos que la inauguración de la Estación de Córdoba en 1901 modifica este patrón y el carácter de “real” pasa a la calle Alfonso XII.

⁵ El autor de la obra citada, Carlos Parejo Delgado, ha facilitado a los autores varias referencias literarias que atestiguan esta costumbre de veranear en hoteles de la propia

Imagen 2. Noticias sobre el alojamiento y el excursionismo

<p>Hotel Simón Volázquez, 12, Sevilla — SUCURSALES EN ALICANTE, CORDOBA Y MALAGA Situados en las vías principales</p>	<p>Cádiz Expedición de turistas Cádiz.—El día amaneció diluviando; pero al mediodía despejó, animándose extraordinariamente las calles, especialmente las de Duque de Tetuán, Victoria, Plaza de la Constitución, Isabel II y sitios principales donde la fiesta de Carnaval tiene mayor animación. Esta es extraordinaria y han llegado muchos forasteros. Las máscaras vistosas han escaseado. De Fernando Póo y Canarias llegó a ésta el trasatlántico «Ciudad de Cádiz». En él ha regresado de Canarias la compañía de Carmen Cobeña. Llegó de Hamburgo el trasatlántico alemán «General San Martín», conduciendo una extraordinaria expedición de turistas. Estos recorren la población en carruajes. Los turistas, que desembarcaron después del mediodía, se muestran entusiasmados con el clima y con el aspecto que tiene la población, con motivo de las fiestas del Carnaval. En tren especial marcharán a Sevilla para visitarla. Regresarán al anochecer, embarcando de nuevo con rumbo a Ceuta.</p>
<p>Hospedajes HOTEL DE ROMA. REFORMADO. Duque de la Victoria, 6. Sevilla. HABITACION AMUEBLADA, en familia. Otumba, 18. CASA PARTICULAR ADMITE dos en familia. Tintas, 15. HUESPEDES, CON SIN. — Conde Barajas, 32. Medicinas</p>	

Fuente: La Unión (14/8/1923) y El Liberal (4/3/1924)

Las noticias constatan que, además del binomio Catedral y Alcázar, los viajeros se interesaban fundamentalmente por el Hospital de la Caridad, la Casa de Pilatos y el Palacio de Dueñas, recursos que en décadas posteriores carecieron de una frecuentación acorde con su importancia patrimonial (a estos hitos se le unen el recinto ferial en el Prado de San Sebastián y la plaza de toros, que serían focos de atracción en las fiestas primaverales de la ciudad). En este periodo comprobamos la temprana aparición del excursionismo, principal debilidad del sector hasta finales del siglo XX. Son varias las noticias que relatan la llegada de viajeros en buque a Cádiz y las excursiones que, puntualmente, realizan a Sevilla (Imagen 2). Y es que la irrupción del turismo de salud y balneario a principios del siglo XX —cuando las costas empiezan a tomar ventaja sobre las ciudades históricas andaluzas— agudiza dicha práctica.

En definitiva, puede decirse que es una etapa *prototurística*, aún en transición desde el Grand Tour elitista del siglo XIX hacia la consolidación del turismo como actividad económica significativa ya en el XX.

3.2. Hacia la Exposición Iberoamericana de 1929: Los felices años 20

ciudad a principios del siglo XX, entre las que figuran “Los Dueñas” (1956) de Manuel Halcón, o “Novelas sevillanas” (1918) de José Mas.

La Exposición Iberoamericana de 1929 supone una transformación urbanística y una ampliación del espacio turístico sin precedentes. Para ello, la ciudad disponía de grandes fincas al sur de la ciudad amurallada, junto al río Guadalquivir⁶. El río y el antiguo camino a Dos Hermanas serían los ejes sobre los cuales diseñar la nueva ciudad, más extensiva y abierta, con monumentos, jardines y pabellones que serían posteriormente integrados en la Sevilla monumental (Plaza de España, Parque de María Luisa, Plaza de América, entre otros). El barrio de Santa Cruz, mediante su reforma y su intencionada *turistificación*, se integra en el epicentro turístico junto a la Catedral y el Alcázar. De hecho, la Exposición de 1929 se configura como el momento en el que culmina la acuñación definitiva de la imagen de Sevilla, con todos los rasgos de “tipismo” que en lo sucesivo van a identificar la ciudad en su proyección hacia el exterior y hacia sí misma.

A la oferta de alojamiento del periodo anterior se le suman ahora nuevos y grandes hoteles. A diferencia de aquellos, más integrados en el caserío del casco histórico, los nuevos alojamientos ocuparán manzanas completas y resaltarán en el nuevo paisaje de la ciudad: Hoteles Alfonso XIII, América Palace, Cristina, Majestic, Palace Eritaña (Imagen 3). La mayoría vendrán a ocupar parcelas junto al recinto de la exposición, como bisagra entre la ciudad antigua y la nueva. En el confín del ámbito de la exposición se construirán los denominados “Hotelitos del Guadalquivir”, posteriormente mutados a uso residencial y vendidos como viviendas particulares en el barrio conocido como Heliópolis.

Imagen 3. Los nuevos hoteles vinculados a la Exposición:
Hotel América Palace, Hotel Cristina y Hoteles del Guadalquivir.



⁶ Estas fincas habían sido donadas a la ciudad en 1893 por la Infanta M^a Luisa Fernanda de Borbón, Duquesa de Montpensier.

Fuente: Blog de Julio Domínguez Arjona (2015).

En lo que respecta a la demanda se intensifica el papel de la atracción de la aristocracia como mecanismo publicitario. Destaca el interés por la exposición y las numerosas visitas del rey Alfonso XIII, la estrecha relación con Sevilla de la familia Orleans, la visita de los Príncipes de Egipto (1924) o la estancia del Rey Jorge de Grecia (1928). Esta importancia se constata en los propios negocios de hospedaje y restauración, ya que en sus anuncios aparecen expresiones como “Único cuya mesa ha sido honrada por el Rey Alfonso XIII” o “Patrocinado por las familias reales y la aristocracia española y extranjera” (Revista Las Fiestas de Sevilla: abril de 1927).

Los vestíbulos de entrada a Sevilla se consolidan: las estaciones de Córdoba y Cádiz y el puerto. El creciente uso del ferrocarril se confirma en los numerosos anuncios que informan de la apertura de nuevas líneas y servicios. A los vapores procedentes de Sanlúcar se consolidan ahora grandes buques que llegaban, como hacen hoy, para las fiestas de la ciudad — como el buque María Cristina y el Cabo Quilates en abril de 1927 (La Unión: 5/4/1927) —. También aparece Sevilla como escala en líneas regulares a Bilbao, Gijón, Marsella, Rotterdam, entre otros, así como viajes transatlánticos a Nueva York en la empresa de navegación Ybarra y Compañía (El Noticiero Sevillano: varios años). Se multiplican también las conexiones por la red de carreteras hacia Jerez y Algeciras y hacia la sierra de Huelva (Firmas Bussing & Pullman, Autos de la Sierra y Compañía Internacional de Coches-Camas) (El Noticiero Sevillano: varios años).

A finales de la década de los años veinte se plantea uno de los más ambiciosos proyectos de infraestructura de transportes que ha conocido la ciudad, consistente en ubicar en terrenos cercanos al actual aeropuerto de San Pablo (Finca de Hernán Cebolla) la única gran terminal de Europa de grandes dirigibles transatlánticos, construidos en las propias instalaciones, que se previeron para una extensión de más de 200 Ha. Esta terminal, a ubicar en Sevilla por razones geográficas y meteorológicas, tendría por finalidad la creación de una línea estable Sevilla-Buenos Aires, y llegó a contar con una empresa fundada al efecto, la “Colón Transaérea Española” (R. D. 14-2-1927); sin embargo, el ocaso de este medio de transporte en favor del avión imposibilitó la continuación de este proyecto, que concitó buena parte de las esperanzas de progreso de la ciudad, y que recibió gran atención en la prensa del momento (ABC de Sevilla, 20/08/1972).

En este periodo la prensa confirma el éxito del turismo de salud con anuncios que resaltan la belleza de las playas de Cádiz (Inauguración del Gran Hotel Atlántico), El Puerto de Santa María (“Playa limpia y segura con pabellones para baños de mar caliente”) o la publicidad de los balnearios de Tolox (Málaga) y Marmolejo (Jaén). Finalmente se comprueba el amanecer turístico de la Sierra de Huelva y su vínculo con Sevilla. Concretamente se subraya Aracena, la Gruta de las Maravillas y la peña de Arias Montano. Este éxito se constata con los anuncios de autobuses a la zona (*Autos de la Sierra*), relatos de excursiones, anuncios de casas en venta (“Hay buen número de casas para veraneantes”) y, como no podía ser de otra manera, se refrenda con un viaje real a la zona en octubre de 1929. De esta forma, la Sierra de Huelva, merced a la relativa suavidad de sus temperaturas estivales, se consolida como el destino veraniego

preferido de la burguesía sevillana, aún no captada por las nuevas tendencias turísticas europeas orientadas hacia el litoral.

A medida que transcurre este periodo llama la atención la aparición sistemática en la prensa escrita de la palabra “turismo” o “turista”, a diferencia de la etapa anterior. De hecho, la Exposición dispondrá de un “Programa de Turismo”⁷ así como un Pabellón específico sobre Turismo, hoy desaparecido, donde en 7 salas se exponía una muestra de libros de viaje, carteles, fotografías e información de hoteles en importantes destinos de la época.

Para finalizar este periodo, es imprescindible hacer referencia al relativo fracaso del acontecimiento central del mismo, como fue la ya citada Exposición Iberoamericana. Al coincidir con el comienzo de la gran crisis económica mundial de 1929, las expectativas de visitantes se vieron notablemente defraudadas —pese a registrarse 160.000 viajeros extranjeros hospedados a lo largo de la Exposición (Rodríguez, 1994)—, generando unas deudas en las administraciones públicas y una sucesión de quiebras empresariales que explican en parte el convulso clima social que viviría la ciudad en los años posteriores.

3.3. El periodo oscuro del turismo sevillano: De los años 30 a los 50

A diferencia de las décadas anteriores, este periodo se caracteriza por una carencia importante de noticias o anuncios, especialmente desde 1936. El contexto económico era nefasto y a Sevilla vuelven, en la posguerra, hambrunas que no se conocían desde los primeros años del siglo XX. Las circunstancias políticas eran igualmente funestas para la actividad turística: convulsión durante la 2ª República (1931-1936), guerra (1936-1939), aislamiento internacional y autarquía (1939-1959).

3.3.1. La etapa post-exposición: los convulsos años 30

A principios de los años treinta el turismo sevillano está marcado por la crisis de sobreoferta de alojamiento y el cierre de negocios vinculados a la Exposición. Algunos hoteles se adaptaron, a veces rebautizándose con nombres más acordes a la República (El Hotel Alfonso XIII pasa denominarse Andalucía Palace). A pesar de este declive, se trata de un periodo muy interesante porque se observa una intensa reflexión colectiva sobre la actividad. Esta reflexión se canaliza por 2 vías: la labor de la administración y la opinión de los intelectuales, ambas reflejadas en la prensa.

En el seno de la administración se constata, por un lado, la intensa labor promocional del Patronato Nacional de Turismo⁸ y la prioritaria posición de Sevilla en sus catálogos

⁷ El propio programa del certamen señala: “una exposición muy interesante de turismo, en la que, a más de exhibirse gráficamente las bellezas de la región andaluza, existirán dependencias apropiadas para toda clase de informaciones y para la organización de las excursiones que patrocina la entidad directora del certamen” (Méndez *et al.*, 2010: 252).

⁸ Real Decreto 745, de 25 de abril de 1928, por el que se crea el Patronato Nacional de Turismo, dependiente del Consejo de Ministros y estructurado a partir de un complejo organigrama que giraba en torno a un Comité Directivo y Ejecutivo (nombrado por Real

(fichas de monumentos y lugares interesantes, cartelería, hojas sintéticas de ciudades, itinerarios culturales). Por otra parte la prensa da fe de la viva labor de la denominada Federación de Sindicatos de Iniciativa y Turismo, constituidos en Asambleas periódicas desde principios de siglo (González, 2005). A escala local ABC publica diariamente una “Guía del Turista” donde se señalan los principales monumentos y museos de la ciudad, con sus horarios y precios⁹, la localización de teléfonos, correos y telégrafos, la tarifa de taxis y carruajes, las líneas y horarios de trenes y autobuses y una serie de excursiones a otros destinos próximos (Itálica y San Isidoro del Campo, Alcalá de Guadaíra, Utrera, Carmona, Aracena, Osuna, Écija, Marchena, Jerez y La Rábida). Además, señala la ubicación y los horarios de la Oficina de Información del Patronato de Turismo donde, dice, se atiende en español, inglés, francés y alemán (Imagen 4).

En la prensa aparecen los primeros artículos de opinión dedicados monográficamente al turismo. Luis Franco de Espés, que escribe periódicamente secciones al respecto en el diario ABC, se preocupa por la débil explotación de algunos recursos turísticos, expone la carencia de carteles informativos en la ciudad o en las carreteras, y se hace eco de iniciativas en otros lugares de Europa. Explica, por ejemplo, la iniciativa suiza Travel Plan, “una auténtica revolución turística” (...) “un carnet que permite, desde el momento que alguien penetra en territorio suizo hasta el momento de salir, disfrutar de todas las necesidades del viaje sin desembolsar ni un solo céntimo”. En su discurso se observa una crítica al modelo de gestión de su momento y se lamenta de la falta de confianza en esta actividad: “Pese a inconcebibles detractores, el Turismo debe y ha de llegar a ser la primera fuente de riqueza” (ABC de Sevilla: 18/8/1935).

En la Guerra Civil (1936-1939), en Sevilla triunfa el golpe militar y es incorporada en pocos días al bando “nacional” (Salas, 1990; Ortiz, 2006). Como es comprensible, esta relativa paz por el alejamiento de los frentes durante el resto del conflicto no se traduce en la continuidad de la actividad turística; así, en el proceso de recopilación hemerográfica, se observa que apenas aparecen noticias o anuncios al respecto. A la par, asistimos a un empobrecimiento de la prensa, a su uso como medio de propaganda política y a la reducción del volumen informativo y publicitario. La escasa información compilada puede sintetizarse en las siguientes ideas:

- Se constata en Sevilla el rol del turismo como medio de propaganda política a través del Servicio Nacional de Turismo¹⁰. En 1938 realizan una visita a Sevilla un grupo de periodistas de Siria y Líbano, dentro del programa de propaganda internacional del régimen (Imagen 4): “Han quedado muy bien impresionados de cuanto han visto en la España nacional, lo que ha servido para que modifiquen conceptos resultantes de las propagandas de nuestros enemigos” (...) “De Sevilla marcharán al Norte para presentar sus respetos al

Decreto) compuesto por un presidente y tres vicepresidentes-delegados: de Arte, de Propaganda y de Viajes.

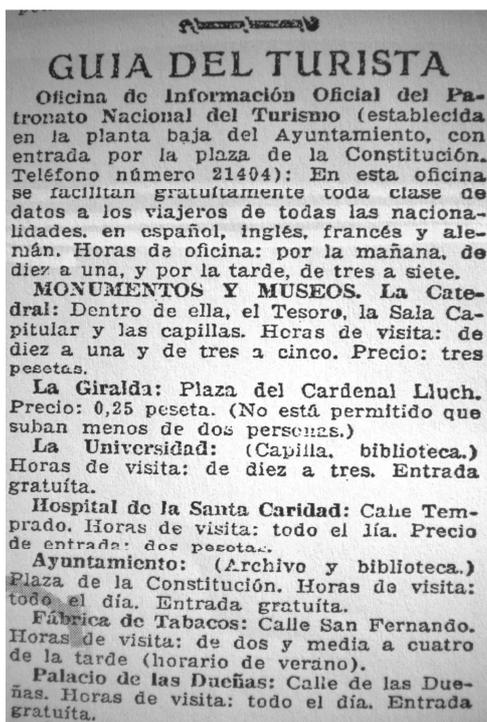
⁹ Así como algunas normas relativas a la visita. Obsérvese la deliciosa anécdota de la prohibición de subidas individuales a la Giralda, como intento de prevenir los numerosos, y tradicionales, suicidios desde la misma.

¹⁰ Se crea a partir de la Ley de 30 de enero de 1938 y de su artículo 9, otorgándole las siguientes funciones: propaganda, información y guía, mejora de alojamientos y de transportes, estímulo del deporte y fomento de iniciativas de desarrollo turístico.

Generalísimo y ver algunas huellas de la barbarie marxista en poblaciones que estuvieron bajo el dominio rojo”.

- Persiste la actividad de algunas agencias de viajes que, puntualmente, siguen anunciándose en la prensa (p.e. Viajes Bakumar).
- Se observan numerosos anuncios de compañías italianas y alemanas. De hecho en Sevilla irrumpen nuevas compañías italianas de transporte marítimo como Flotas Italia o Lloyd Triestino. Esta mayor afinidad con las Potencias del Eje se traduce incluso en el cambio de nombre de algunos negocios turísticos, como mejor forma de no generar suspicacias ni perder popularidad. Así el Hotel Francia pasa a llamarse Hotel Italia y el mítico Café de París es rebautizado como Café de Roma.
- Algunos de los hoteles abiertos en la etapa anterior formarán parte de la geografía trágica de la Guerra Civil en Sevilla. El Hotel Inglaterra se convierte en una de las piezas claves de la batalla de la Plaza Nueva, punto estratégico para la toma de la ciudad; ya que fue utilizado como lugar de resistencia de los milicianos, hasta que es bombardeado y asaltado por los sublevados. El Hotel Simón parece ser un referente en la memoria de la guerra, ya que fue utilizado por Queipo de Llano para descansar, gestionar, contactar, reunirse y, en definitiva, perpetrar el golpe en la ciudad. Finalmente, el Garage Hotel (inaugurado para la Exposición de 1929 y se ubicaba en la periferia de la ciudad, junto al prado de Santa Justa) perdió inmediatamente su uso hotelero y se transformó en cuartel de la Guardia Civil. Se utilizó como centro de detención y se bautizaría popularmente con el nombre de “Fábrica de las tortas”, por las palizas recibidas por los presos políticos de la época (López Fernández, 2014; Morón Hernández, 2014; Sánchez-Barriga Morón, 2014).

Imagen 4. Sección de “Guía del Turista” en ABC (1929-1930) y uso turismo como propaganda política (1938).



Fuente: ABC de Sevilla (22/10/1929 y 23/3/1938)

3.3.2. Posguerra y autarquía: Los años 40 y 50

En el periodo 1940-1959 el turismo sevillano vive un prolongado letargo. La Posguerra Española y la Segunda Guerra Mundial no propiciaban viajes turísticos. La relación entre turismo y propaganda política se estrecha con la puesta en marcha del programa “Las Rutas de la Guerra”, especialmente dirigido a periodistas extranjeros. Sevilla formará parte de la “Ruta del Sur”¹¹ junto a Algeciras, Ronda, Málaga, Granada y Córdoba. En estos años toman protagonismo noticias generales sobre el turismo a nivel español, básicamente centradas en los trabajos de la Dirección General de Turismo¹², y especialmente en su esfuerzo legislativo: regulación del alojamiento hotelero, reglamento de guías e intérpretes, nacionalización de los transportes (Iberia y Renfe), creación del sindicato de hostelería, regulación de las agencias de viajes... (Véase Correyero, 2004).

Dado el contexto nacional e internacional, apenas hay rastros de actividad turística en Sevilla. Sí aparecen numerosas noticias sobre la movilidad urbana y acerca de la sociedad sevillana de la época, dos vectores de suma importancia para el sistema turístico posterior. Por un lado se asiste al desarrollo de los autobuses urbanos, que supondría el desmantelamiento de la red de tranvías a lo largo de los años 50. En la crónica social destaca el gran impulso de la tapa, atractivo gastronómico esencial de la oferta turística de Sevilla: “La necesidad obligaba a servir pequeñas cantidades, pues era lo que se podía pagar y lo que los bares podían ofrecer en sus cocinas” (González, 1996). Entre las clases acomodadas se asiste a una ampliación de la oferta lúdica mediante el impulso de los clubes sociales y deportivos.

El auge de la canción española y el folklore (Concha Piquer, Juanita Reina, Estrellita Castro), así como la conocida sinécdoque propagandística del régimen al presentar a Andalucía como imagen unitaria de España, convierten a Sevilla en un escenario perfecto para la industria cinematográfica, promocionando a la ciudad nacional e internacionalmente. Aquello suponía, además, gastos en alojamiento, traslados y manutención de operarios y artistas. Más de una veintena de largometrajes se rodaron en Sevilla entre 1939 y 1955 dejando innumerables horas de grabación, tanto de paisajes como de costumbres y tradiciones que incidirán en esa imagen de Sevilla como lugar *mágico* (Imagen 5).

Imagen 5. Películas rodadas en Sevilla entre 1940 y 1955

¹¹ Las Rutas de Guerra se crean en el seno del Servicio Nacional de Turismo mediante Decreto de 25 de mayo de 1938. La Ruta del Sur se incorpora a través del Decreto de 29 de octubre de ese mismo año.

¹² A través de la Ley de 8 de agosto de 1939 de Jefatura del Estado se modifica la denominación de los Servicios Nacionales. El Servicio Nacional de Turismo pasa a denominarse en lo sucesivo Dirección General de Turismo.



Fuente: Compilación de cartelera

3.4. Sevilla en el “boom” turístico español: De los 60 a los 80

La mejora de las condiciones sociales y económicas, la mayor estabilidad política, la disponibilidad de tiempo y dinero para el ocio (ahora también entre las clases medias) y la revolución de las comunicaciones y los transportes son los conocidos factores del gran desarrollo turístico de mediados del siglo XX (Figuerola, 1999; Vera et al, 2011). En este contexto España se convertirá en uno de los principales destinos del turismo europeo¹³.

También es sabido que el litoral centraría el protagonismo en este nuevo escenario. Los datos disponibles sobre oferta, demanda y transportes confirman este hecho, así como los incentivos desde la Administración Pública (Ley de Centros y Zonas de Interés Turístico Nacional, 1963)¹⁴. El papel de Sevilla en este nuevo paradigma turístico era, como ocurría con otros destinos urbanos, claramente secundario. Algunas frases aparecidas en prensa son bastante clarificadoras: “Sevilla se lleva las migajas de la Costa del Sol” (ABC de Sevilla: 24/8/83). Sin embargo, se comprobará también la existencia de algunos indicios que apuntan hacia la creciente *turistificación* de la ciudad, la progresiva ampliación del espacio turístico y, de forma embrionaria, la conformación de un destino.

3.4.1. Los años 60 y 70

En este periodo Sevilla pierde definitivamente el rol de centralidad turística en Andalucía. Adquiere una nueva función, antes desconocida, como ciudad de paso hacia las costas y en un destino para las excursiones desde la Costa del Sol. El Correo de Andalucía, a partir de los datos de afluencia al Tesoro de la Semana Santa, en verano

¹³ El Plan de Estabilización de 1959 materializa el cambio del Régimen hacia su apertura internacional, algo que se traducirá en la flexibilización de sus fronteras, el fomento de la inversión extranjera y, en definitiva, la apuesta por el turismo como gran instrumento financiador de las políticas desarrollistas.

¹⁴ A este respecto, en la provincia de Sevilla se declaró un único Centro de Interés Turístico Nacional, el de Los Lagos del Serrano, en el término municipal de Guillena, del que sólo se desarrolló una pequeña parte.

de 1965, se expresa en estos términos: “un éxito si se tiene en cuenta que no es una época propicia para las visitas, época en la que el turismo pasa por nuestra ciudad en dirección a las playas sin apenas detenerse” (24/8/1965). Otras afirmaciones que refrendan este hecho son las siguientes: “No es nuestra capital de las ciudades que más se benefician del turismo” (El Correo de Andalucía: 30/7/1971), “tenemos que aprendernos de una vez nuestra lección turística, y es que Sevilla siempre será ciudad de paso” (11/7/74), “el turismo que llega a Sevilla es, en gran parte, de paso, y diariamente llegan a Sevilla 5 ó 10 autocares que no hacen más que pasar una jornada” (7/7/1972), “Sevilla es ciudad interior y los visitantes vienen, ven los principales monumentos y enseguida buscan las playas” (22/7/1973). Junto a los meses de las fiestas primaverales, el verano se convertirá en el periodo de mayor afluencia de visitantes. Sin embargo, en esta estación la pernoctación no se realizaba en Sevilla sino en las costas: La demanda veraniega era, principalmente, turistas de sol y playa que se convertían puntualmente en excursionistas culturales.

Durante este periodo la prensa refleja una mejora en las estadísticas oficiales y, de hecho, aparecen los primeros estudios sobre la demanda en Sevilla; el correspondiente al año 1972 es bastante completo y cifra en medio millón el número de viajeros anuales en la ciudad, con 187.000 alojados: 91.000 españoles y 96.000 extranjeros (El Correo de Andalucía: 7/7/1972). Incluso aparecen las nacionalidades más comunes entre los turistas —estadounidenses, españoles, franceses, portugueses, ingleses, alemanes e italianos— y que se corresponden con los principales mercados en la actualidad. Un reportaje de 1973 destaca la irrupción de los turistas de Europa del Este — yugoslavos, polacos, checos, húngaros y búlgaros— y, de alguna forma, antecede a posteriores tendencias de nuevos segmentos (22/7/1973. Imagen 5). Se habla de dos perfiles contrastados: el visitante de cierto poder adquisitivo, de edad adulta y que rara vez se hospeda (cuando lo hace se aloja en los principales hoteles de la ciudad); frente al turismo “barato”, “popular” o “pobre” (se usan estos términos). En este último grupo se destaca el segmento joven —muchos norteamericanos— que sí pernoctan alguna noche pero demandan alojamientos económicos como albergues o campings (18/4/1970).

Imagen 5. Nuevas tendencias en la demanda turística

Desde hace un año, se advierte una gran afluencia de turismo del este de Europa



♦ Son checos, búlgaros, yugoslavos, húngaros y alemanes orientales que vienen y que piden información postal
 ♦ Otra característica de nuestro actual turismo es la llegada de grupos jóvenes y estudiantiles transoceánicos

♦ LLEGAN CARGADOS CON SUS MOCHILAS Y PIDIENDO "CAMPINGS" Y ALBERGUES DE TIPO ECONOMICO QUE NO DESEQUILIBREN SU PRESUPUESTO
 ♦ POR NACIONALIDADES NOS VISITAN: AMERICANOS, ESPAÑOLES, FRANCESES, PORTUGUESES E INGLESES
 ♦ LA CAPACIDAD HOTELERA AUMENTO EN UN CINCUENTA POR CIENTO EN CUANTO A ESTABLECIMIENTOS DE TRES ESTRELLAS

Fuente: El Correo de Andalucía (22/7/1973)

Asistimos a un desarrollo lento de la planta hotelera, con escasos anuncios de nuevos hoteles e inauguraciones. Los nuevos hospedajes se asentarán en los bordes de la ciudad histórica —como el Hotel Fleming y el Hotel Macarena— o en la periferia —como el Camping Sevilla—, lejos de la zona donde tradicionalmente se concentraban los alojamientos. Geográficamente se asiste a un salto hacia fuera de la ciudad amurallada. Ello se confirma con una serie de macro-proyectos para construir complejos al modo costero: Hoteles de 5 estrellas, apartoteles, restaurante-mirador giratorio, jardines, piscinas, etc.¹⁵. Estas aspiraciones no llegarán a materializarse, entre otras cosas, por la crisis económica y la fuerte caída de la demanda a nivel internacional en los primeros años de esta década. Se cierran algunos negocios míticos como el Hotel Cecil-Orient, el Hotel de Francia y el Hotel Cristina, y aparecen nuevos alojamientos, mayormente de 3 estrellas (22/7/1973), junto a otros de menor nivel como albergues o campings) para dar hospedaje al turista “pobre”. Otros establecimientos se reinventan para adaptarse a la nueva demanda. En este sentido resalta un tema que aparecerá de manera recurrente: la necesidad de dotar a los hoteles con piscinas como ventaja competitiva, como manera de diferenciarse y salvar la aludida debilidad del excursionismo (Imagen 6).

Imagen 6. Renovación, creación y proyectos de oferta de alojamiento

CAMPING SEVILLA
(CARRETERA DE CARMONA)

Nos complacemos en poner de nuevo a disposición de nuestra distinguida clientela, tras grandes reformas, los servicios de

BAR-RESTAURANTE

Así como el

PARQUE INFANTIL
que ustedes esperaban

Anunciándoles la próxima apertura de nuestra

GRAN PISCINA

— Y —

BUNGALOW

Desean crear en Sevilla un centro hotelero y de animación turística

HOTELES SIN PISCINAS

Nos solemos lamentar del exiguo tiempo que los turistas en Sevilla. Ciertamente, no es nuestra culpa, sino la falta de un plan económico que esto es debido a que no están explotadas todas las posibilidades turísticas. No obstante, se nos asegura que, en los próximos meses, de todos los turistas que vienen a España, los más numerosos serán los que vayan a Sevilla. Yaya, algo es algo. Pero, ¿no se ha dicho que estos turistas cultos se quejan, y con mucha razón, de que el hotel sevillano cuenta con piscina? Y esto, precisamente, es el problema. En la zona de la arca, juntamente con Córdoba, la máxima de calor. No obstante, se le lleva a efectos una eficaz publicidad de nuestros atractivos, pero también es imprescindible que los hoteles de Sevilla, para ser atractivos, si queremos que los turistas permanezcan entre nosotros más de veinticuatro horas.

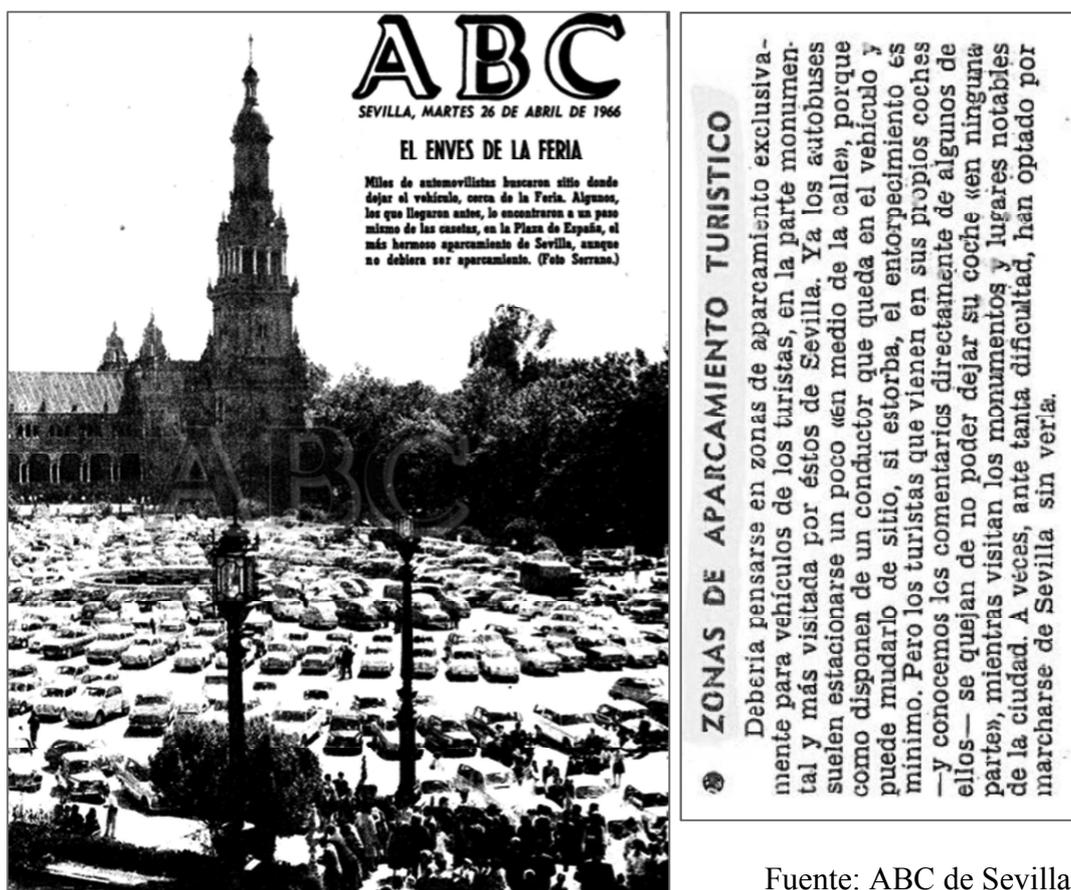
Fuente: El Correo de Andalucía (6/4/1968, 20/7/1972, 30/7/1971).

Pese a cierta descentralización del espacio turístico, el interés seguía estando centrado en el casco antiguo. Así lo confirma la sección “Visita la Ciudad” (El Correo de Andalucía: varios números) con información práctica de precios y horarios, así como el cuadro sociológico de la demanda recogido por ABC en 1982. En este estudio se comprueba que el *triángulo* Catedral-Alcázar-Barrio Santa Cruz, junto al binomio Plaza de España y el Parque de María Luisa, apenas se enriquecía con alguna visita a la Iglesia de San Gil o el Hospital de la Caridad.

¹⁵ Según la noticia, Meliá y Lucentia pretenden construir en los terrenos de la Enramadilla un complejo con un total de 1200 habitaciones (2 hoteles, de 5 y 3 estrellas, salón de convenciones y otros servicios) “que permita canalizar el flujo de turistas a las playas próximas”. Por otra parte, en el ámbito de San Pablo y próximo a la entonces futurible estación de San Justa, se proyecta un “Gran Centro Hotelero y de Animación Turística”, un resort con un hotel de 162 habitaciones, un apartotel con 440 apartamentos y un restaurante giratorio, y otros servicios.

Con el desarrollo de la carretera y la movilidad privada, así como de la navegación aérea¹⁶, las estaciones de tren iban a perder poco a poco su rol como grandes nodos turísticos. En el año 1962 ya se plantea la voluntad de suprimir las estaciones de Córdoba y Cádiz, de hacer un vial que pase por fuera de la ciudad y de centralizar el servicio en una gran estación central en el Prado de Santa Justa (inversión irrealizable hasta la Exposición de 1992). Al ritmo del desarrollo de la red y de la maquinaria ferroviaria (Trenes Talgo, Locomotoras Tar), la conectividad de Sevilla mejoraba con la apertura de nuevos servicios, esencialmente con Madrid. De la misma forma, el tráfico aéreo regular se centra en la capital de España, aunque puntualmente se negociaban vuelos *charters* con otras capitales (por ejemplo, la Agencia Universal negociaba vuelos de este tipo en 1963 con Londres).

Imagen 7. Los problemas de tráfico y su afección al sector turístico



Fuente: ABC de Sevilla
(26/4/1966), El Correo de

Andalucía (14/7/1971)

¹⁶ El aeropuerto de Sevilla multiplica por 17 su volumen de pasajeros entre 1960 y 1990 (96.933 y 1.630.833 respectivamente). En 1945, año de su implantación en los terrenos actuales había registrado 10.598 pasajeros (Parejo Barranco et al, 2002).

Respecto a la movilidad interna, las calles se habían puesto al servicio de la movilidad privada¹⁷, incluso los lugares turísticos sucumben al poder del automóvil. La Catedral y el Alcázar, por ejemplo, convivirán con una de las avenidas de mayor tráfico, polución y ruido de la ciudad. La Plaza de España, por su parte, serviría como aparcamiento provisional en los días de feria (Imagen 7). El tráfico rodado encontraría un gran condicionante en los pasos a nivel de las vías ferroviarias, que estrangulaban los accesos y dificultaban el funcionamiento de la ciudad. Este problema es una constante en los diarios de la época y trascienden el turismo. Se llega a plantear la creación de un aparcamiento exclusivamente turístico que, si bien no soluciona el problema de la no pernoctación, facilitaría el acceso y la visita. Por su parte se constata el proceso de crisis de los coches de caballo como medio de transporte y su reconversión en vehículos turísticos (ABC de Sevilla: 10/8/1980).

Los mecanismos de propaganda se enriquecen, aunque siguen centrados en la riqueza monumental y en las fiestas primaverales. Se mantienen mecanismos pasados como las visitas ilustres, que propician la difusión de la Sevilla de la Semana Santa, la Feria y el espectáculo de los toros (Francisco Franco y Carmen Polo, Juan Carlos y Sofía de Grecia, Príncipe Rainiero y Grace Kelly o Jacqueline Kennedy). En las décadas anteriores el cine español y el Nodo ya habían proyectado la imagen de Sevilla pero, a partir de estos años aparece una herramienta nueva: la televisión en directo (Televisión Española emite por primera vez en vivo desde Sevilla en la Semana Santa de 1962¹⁸).

La política turística oscilará entre actitudes más afables y otras prácticas poco cuidadosas con el sector. Entre las primeras destaca la celebración del “Día del Turista”. En estas jornadas se agasajaba con regalos a los visitantes en los principales accesos de la ciudad, la entrada a los principales monumentos era libre y los guías ofrecían sus servicios de manera gratuita. Las segundas se concretan en la portada de ABC del 28 de agosto de 1981. Bajo el titular “Los Turistas, mal atendidos”, el diario refleja el cierre de la oficina de Turismo y de algunos museos las tardes de este mes. El hecho de que la prensa refleje este hecho —y lo convierta en portada—denota la creciente importancia social y económica del sector¹⁹.

En definitiva, Sevilla seguiría teniendo, hasta los cambios acaecidos a finales de siglo, una imagen muy concreta, identificada con sus monumentos o sus famosas

¹⁷ Entre 1968 y 1990 el parque de vehículos de la provincia de Sevilla registra un incremento del 342% (de 121974 a 539.105) (Parejo Barranco et al, 2002).

¹⁸ La Semana Santa siempre ha estado en el centro de la proyección mediática de la ciudad al exterior, tanto es así que una de las primeras grabaciones de los Hermanos Lumière fue la Semana Santa de 1898, tres años después de la invención del cine (<http://www.abc.es/sociedad/20150405/abci-gracbaion-procesion-lumiere-201504051331.html>).

¹⁹ El artículo de opinión del 27 de septiembre de 1983 de ABC, bajo el título “El turismo, primer sector de la economía andaluza”, constata el carácter estratégico que empezaba a adquirir esta actividad. Escrito por Francisco Venegas, presidente entonces de la Federación de las Agencias de Viajes, empezaba argumentando que el único sector de la economía nacional que en aquellos momentos no estaba en crisis era el turismo, a pesar de las coyunturas más o menos desfavorables.

manifestaciones populares. Esto se concreta, salvo pequeños casos aislados, en un espacio turístico que apenas se amplía, reducido en torno al área monumental del sur del casco histórico. Estos casos aislados van a tener más importancia de la que parece, ya que serán el germen del la futura ampliación del espacio turístico de la ciudad. El turismo experiencial y el turismo de negocios serán los principales vehículos de dicha ampliación. Triana, ante la carencia de grandes recursos monumentales, empieza a vender su patrimonio intangible desde finales de los años cincuenta a través del folklore — flamenco en el Cortijo El Guajiro (El Correo de Andalucía 14/4/1961)— y de la artesanía — anuncio “Forastero, visite Triana! El barrio alfarero por excelencia” (14/4/1969) —. Por su parte se empieza a tener constancia, ya desde los años 60, de la celebración de un buen número de congresos²⁰ que no se traducirá, todavía, en la creación sistemática de una oferta específica al efecto.

3.4.2. Los años 80

Comienza un nuevo contexto histórico de democratización, europeización, desarrollo de las autonomías y progresiva incorporación de la política turística dentro de la nueva organización administrativa. Respecto a los años anteriores la década de los ochenta incorpora dos vectores de cambio en el sistema turístico: las modificaciones urbanísticas vinculadas a la Expo 92 y la irrupción del turismo de reuniones; a ello se suma un factor coyuntural pero que recibió una gran trascendencia en la prensa del momento, como fue el aumento de la delincuencia.

Especialmente visible a final de la década, la imagen de Sevilla será la de una ciudad en profunda metamorfosis, con grandes y dilatadas obras. Fundamentalmente se trata de la gran transformación de los accesos y la movilidad, junto a la creación de nuevos espacios urbanos, como se verá en el siguiente apartado. La prensa de estos años dedica numerosas páginas a estas grandes mutaciones y constatan lo esperanzador del evento para relanzar a la ciudad como destino turístico.

En segundo lugar, junto al crecimiento de Sevilla como destino cultural, se observa el despegue de Sevilla como ciudad de congresos con la construcción de espacios para tal fin. Este hecho motivará la primera gran expansión del espacio turístico. El ensanche y la periferia serán las zonas de expansión de este segmento, ya que las superficies que necesita raramente disponibles en la Sevilla monumental. El Palacio de Congresos — que tiene su origen en 1980 y se inaugura en 1990— tendrá un emplazamiento remoto y sin embargo inducirá a la creación de oferta privada en su entorno. Por otra parte, en los barrios de Nervión y Viapol, sedes hoy del turismo congresual, se asiste a la génesis de los primeros hoteles especializados (Los Lebreros, Meliá Sevilla y Hesperia Sevilla).

Junto a los problemas derivados de la acentuación del excursionismo en el periodo anterior, se constata que la delincuencia fue percibida como una importante debilidad para el desarrollo turístico. Los robos a turistas aparecen recurrentemente en la prensa y

²⁰La prensa hace referencia a un buen número de congresos en la ciudad: Congreso Internacional de Americanistas (1964), Congreso Internacional de Oftalmología (1965), Asamblea de Médicos de San Juan de Dios (1966), Jornadas Internacionales de Pediatría (1967), Congreso de Historia Marítima (1967), Congreso de Higienistas y Técnicos Municipales (1967), entre otros.

se traduce irremediabilmente en las encuestas de satisfacción y fidelización de la demanda (Imagen 8). Desde el punto de vista territorial, la zona norte del centro presenta altos niveles de exclusión social y degradación urbana (puntos de venta y consumo de droga), hecho que dificulta la puesta en valor de su patrimonio y la expansión del espacio turístico hacia esta parte de la ciudad histórica.

Imagen 8. La delincuencia y su afección sobre el sector turístico

Balance de cinco meses	
MAS DE DOSCIENTOS TIRONES, CON QUINCE MILLONES DE BOTIN, DESDE COMIENZOS DE AÑO	
<ul style="list-style-type: none"> ● En el noventa por ciento de los casos registrados las víctimas han sido turistas extranjeros 	
MIÉRCOLES 8-2-89	SEVILLA
El ochenta y ocho por ciento de los turistas se quejan de la inseguridad ciudadana	
Más de dos millones y medio de personas visitaron Sevilla en 1988	

Fuente: ABC de Sevilla (2/6/1981, 8/2/1989)

3.5. El nacimiento del sistema turístico actual: la EXPO'92

Puede afirmarse que la celebración de la Exposición Universal de 1992 significa el nacimiento del sistema turístico de Sevilla tal como lo conocemos actualmente, representando un nítido momento de cambio respecto a la realidad inmediatamente anterior. Las razones que sustentan esta afirmación, que han podido extraerse de las fuentes hemerográficas, se exponen a continuación.

Se acomete la mayor inversión en infraestructuras de comunicaciones de y hacia Sevilla de toda su historia contemporánea, transformando definitivamente el sistema de comunicaciones del sur de la Península Ibérica. Las plasmaciones de esta política fueron:

- La construcción de la primera línea de ferrocarril de Alta Velocidad (AVE) conocida en España, esta línea Madrid-Sevilla se adelantó en once años a la segunda construida (Madrid-Zaragoza-Lérida). Además se acompaña de la erección de una nueva estación central de ferrocarril en Sevilla, Santa Justa. El AVE se convirtió en todo un símbolo icónico de la Exposición, con una proliferación de noticias al respecto en la prensa del momento y, desde el punto de vista turístico, significó la innovación más relevante del momento, al conectar Sevilla con Madrid en dos horas y media, con lo que ello implicó de mejora sensible en la accesibilidad al principal punto de distribución de flujos turísticos del Estado.
- La renovación integral del aeropuerto de San Pablo, con un nuevo edificio obra de Rafael Moneo, multiplicando por cuatro su capacidad anterior.
- La construcción de toda una red de autovías y autopistas confluyentes en Sevilla: A-4 Madrid-Sevilla; A-92 Sevilla-Granada-Puerto Lumbreras; A-49 Sevilla Huelva; así como la autovía de circunvalación de Sevilla SE-30 y

algunos tramos de conexión con la corona metropolitana. En total se construyeron unos 1.000 km. de vías de alta capacidad en un plazo de 18 meses, con el mayor esfuerzo inversor en carreteras conocido en Andalucía hasta el momento.

En la escala urbana se acomete la mayor transformación de la segunda mitad del siglo XX, eliminando las vías férreas que constreñían el crecimiento de la ciudad, abriendo un frente de expansión hacia la Isla de la Cartuja, lugar de celebración de la Exposición que queda integrado en la ciudad, y construyendo seis nuevos puentes sobre el río que junto con las ya citadas autovías transformaron por completo el sistema de articulación metropolitano.

Desde el punto de vista de la oferta, se produce una renovación integral de toda la oferta turística de la ciudad, siendo el aspecto más significativo el gran incremento registrado en la planta hotelera, que casi duplicó su número de plazas en los años previos a la apertura del evento (de 8.153 plazas en 1988 a 14.809 en 1992); en los últimos meses previos a la muestra la proliferación en la prensa de noticias y publicidad sobre la apertura de nuevos establecimientos turísticos puede calificarse de abrumadora.

Se constata una extraordinaria promoción de la imagen y el nombre de la ciudad, tanto a nivel nacional como internacional, enmarcable en el gran esfuerzo realizado a nivel estatal para proyectar ante el mundo la imagen de una nueva España abierta al futuro; esfuerzo en el que se integra en el mismo año la celebración de la Expo'92 en Sevilla, los Juegos Olímpicos en Barcelona y la Capitalidad Cultural de Europa en Madrid. Este impulso promocional de Sevilla, con unas posibilidades presupuestarias nunca superadas antes o después, significó un aspecto intangible del cual el turismo de la ciudad se vio beneficiado en los años posteriores a la celebración del evento que le dio lugar.

Por último, no puede dejar de señalarse, como herencia de la Exposición incidente en el sistema turístico de la ciudad, la propia urbanización de la Isla de la Cartuja como ámbito físico del evento, en el que la calidad arquitectónica de algunos de los pabellones erigidos los convierte en recursos turísticos tras la muestra. A lo que se suma que la mitad del recinto se reutilizará posteriormente para la creación de un parque temático, Isla Mágica, que se integrará a partir de 1997 en la oferta turística sevillana.

Por todas estas razones puede afirmarse que la Expo'92 significa algo más que una nueva etapa en el turismo sevillano, en la práctica se refunda todo el sistema turístico anteriormente conocido, alumbrando una realidad diferente que pone las bases del sistema turístico tal como llega hasta hoy.

3.6. Etapa post-Expo: La consolidación de un modelo (1993-2001)

Los años posteriores a la celebración de la Exposición Universal, incluso los últimos meses del propio año 1992, vinieron marcados por lo que la prensa del momento denominó la “crisis post-Expo”, con una coyuntura caracterizada por las dificultades empresariales y el incremento del desempleo en el conjunto de las actividades y en concreto en el turismo. Dicha situación se originó en dos factores:

- Con carácter general, desde finales de 1992 se vivió un periodo recesivo en el conjunto de las economías occidentales, que se reflejó en un descenso generalizado de los flujos turísticos, así como de restricción de inversiones para los proyectos planteados.
- En el caso concreto de Sevilla, la ingente tarea de creación de plazas de alojamiento de cara al evento se tradujo tras éste en una evidente sobreoferta, situación que se había previsto pero sin llegar a valorar la gravedad que alcanzaría debido a la caída general de demanda, originada por el primer factor citado.

El reflejo en la prensa de esta crisis se hace muy evidente, con continuas noticias relativas a los problemas por los que pasaba el sector turístico en la ciudad, éstos se pueden agrupar en tres temáticas fundamentales:

- La crisis de rentabilidad de la planta hotelera, en especial la generada con ocasión de la Exposición, que se traduce en estrategias de supervivencia tales como el descenso en el número de estrellas (Hotel Plaza de Armas), intentos de reconversión del edificio con otros fines (Hotel Al-Andalus Palace), o directamente en el cierre de establecimientos. En este sentido el caso más relevante, con amplio seguimiento mediático, fue el cierre del Hotel Príncipe de Asturias, dado su carácter emblemático por haber sido el único edificado en la Isla de la Cartuja y destinado al alojamiento de visitantes ilustres de la muestra (años después fue reabierto con la nueva denominación de Hotel Renacimiento).
- La frustración generada por la evidencia de que los principales proyectos previstos para la etapa post-Expo no se concretaban, ante la restricción de inversiones y dificultades empresariales. A este respecto fueron continuas las referencias a la tardanza en la puesta en marcha de las dos iniciativas proyectadas en los propios suelos de la Isla de la Cartuja: el Parque Tecnológico Cartuja 93 y el parque temático Isla Mágica, que no vieron la luz hasta años después de lo inicialmente previsto.
- El escaso aprovechamiento para Sevilla de algunas de las grandes inversiones públicas realizadas en la etapa anterior, con especial énfasis en la infrautilización del renovado aeropuerto (si bien hay que señalar que en las fuentes hemerográficas del momento también se refleja durante todo el periodo la consciencia existente del éxito del tren de alta velocidad, que en buena medida explicaba la citada infrautilización del aeropuerto).

Todo ello dio lugar a un estado de opinión en la ciudad de desencanto colectivo, ante la frustración de las grandes expectativas creadas años antes, planteándose incluso paralelismos con la Exposición Iberoamericana de 1929; lamentándose que en las dos principales ocasiones del siglo XX en las que la ciudad cobró un fuerte impulso de progreso, coincidieran con dos escenarios globales negativos (la Gran Depresión de 1929 y la recesión de 1993) que impidieron el cumplimiento de las esperanzas generadas.

Tras estos años de crisis, la tendencia va cambiando en los últimos años del siglo, pudiéndose detectar un predominio de noticias de carácter positivo. El comienzo

simbólico de este periodo puede situarse en 1997, con la inauguración del parque temático Isla Mágica, tras años de sucesivos aplazamientos, acontecimiento que es saludado en los medios locales (junto con la progresiva ocupación de los suelos del Parque Tecnológico Cartuja 93) como el punto de partida definitivo de la optimización del espacio físico de la Expo.

Este cambio de tendencia se confirma y consolida en los años siguientes, constatándose entre 1998 y 2001 un incremento incesante y muy acelerado tanto de la oferta como de la demanda, llegando a ser calificado en la prensa local como “años de oro del turismo en Sevilla”. Este auge puede interpretarse como resultado de la explotación de las excelentes potencialidades generadas por la Expo años antes (infraestructuras, establecimientos, imagen proyectada), que no pudieron ofrecer sus frutos en años precedentes, como se había previsto, dadas las malas condiciones generales del contexto económico nacional e internacional.

3.7. La etapa actual, ¿hacia una ciudad turistificada? (2001-2015)

En esta fase el aspecto más destacado desde el punto de vista hemerográfico es la proliferación de noticias relativas al turismo en la prensa local, como una muestra más del creciente papel que el sector ha ido adquiriendo en el escenario económico, social e incluso físico de la ciudad. Esta abundancia de fuentes, así como la existencia de datos estadísticos actualizados y la vigencia de las actuaciones iniciadas, hace que el análisis pueda realizarse con un gran detalle y extensión, no siendo este artículo la ocasión para afrontarlo por obvias razones de limitación de espacio. Sin embargo, sí pueden extraerse unos aspectos esenciales que permiten subdividir la etapa en varios periodos; éstos serían:

- 2001-2003: Marcado por el hito inicial de los atentados del 11 de Septiembre de 2001 en EE.UU., que significaron el colapso en la afluencia de visitantes estadounidenses (el segmento de demanda internacional que aportaba mayor número de pernoctaciones a la ciudad en ese momento), mercado que tardaría años en recuperarse. Este acontecimiento mostró el grado de internacionalización de los procesos económicos inherente a la Globalización, por el cual un acontecimiento dramático pero puntual acaecido en otro continente puede incidir en la coyuntura económica de la ciudad. A ello se sumaron otros factores parciales (fortaleza del euro frente a otras divisas, recesión en Japón, descensos en la afluencia de visitantes alemanes, etc.) que generaron un clima de inestabilidad en cuanto a la afluencia de demanda, con altibajos en las cifras de pernoctaciones anuales. Sin embargo, la oferta siguió creciendo a buen ritmo, lo cual generó un cierto clima de tensión en los agentes turísticos de la ciudad, que veían descender la rentabilidad de sus establecimientos, hasta el punto de que en 2003 la Asociación de Hoteles de Sevilla llega a solicitar de los poderes públicos una moratoria que impidiera la apertura de nuevos hoteles en Sevilla durante unos años, para evitar una crisis del sector por sobreoferta, medida que no llegó a adoptarse.

- 2004-2007: Se trata de un periodo marcado por la superación de las tensiones anteriormente citadas, ya que, aunque la apertura de nuevos hoteles (en todas sus categorías y segmentos) incrementó aún más su ritmo, la afluencia de visitantes aumentó con unas tasas de crecimiento anual como no se habían conocido desde el año

1992. El factor decisivo para ello fue la llegada al aeropuerto de San Pablo de nuevas conexiones aéreas de compañías de bajo coste que, al igual que ocurrió en toda Europa en ese periodo, significaron una auténtica revolución en las prácticas turísticas. Esta nueva realidad fue rápidamente detectada y debatida en la prensa local, con una fuerte presencia mediática de la Asociación Empresarial de Agencias de Viajes de Sevilla, que veía peligrar las bases de su actividad tradicional y advertía de las negativas consecuencias para el sistema turístico de Sevilla de la llegada de un nuevo tipo de pasajero, teóricamente de menor nivel adquisitivo; ante el significativo silencio del resto de agentes turísticos locales, lógicamente beneficiados por el explosivo incremento de viajeros y pernoctaciones.

- 2007-2009: El sector turístico se resiente de la grave crisis socioeconómica sufrida en España y el mundo en estos años, registrándose los mayores descensos de pernoctaciones en la ciudad de las últimas décadas. Sin embargo, cabe destacar que en el periodo no se registra ningún cierre de hotel (únicamente algunas crisis empresariales solventadas por cambios en la propiedad de los establecimientos, en todos los casos originadas por conexiones de los grupos empresariales con inversiones inmobiliarias fallidas). Este fenómeno contrasta con los cierres experimentados en la crisis post-Expo de la década anterior, en una clara muestra de la solidez de las bases sobre las que el sector turístico se había consolidado en la ciudad; aspecto que fue resaltado en las fuentes hemerográficas, con repetidas referencias al sector turístico como refugio del empleo en la ciudad frente al grave retroceso de otras actividades económicas (construcción, industria, comercio, etc.).

- 2010-2015: Son años de continuo y acelerado incremento de la actividad turística en la ciudad, que rápidamente supera la crisis y aún hoy continúa, en abierto contraste con la postración de otros sectores. De hecho, se afirma que Sevilla experimenta un denominado “boom turístico” con máximos históricos de pernoctaciones, apertura incesante de nuevos establecimientos, incorporación a todas las nuevas modalidades y tendencias turísticas nacidas en estos años (fórmulas de economía colaborativa, generalización de las TIC’s, peatonalización de los cascos históricos, etc.), y ampliación de los usos turísticos a espacios y recursos anteriormente ajenos a los mismos. En este sentido, es de destacar que el debate público pasa a orientarse hacia los peligros de una excesiva “tematización” o “monocultivo productivo” de la ciudad, con riesgo de perder sus elementos de identidad; debate éste que aún está lejos de ser resuelto.

2. Expo29 (1920-1929)	3. 1930-1959	4. Boom turístico español (1960-1989)	5. Expo92	6. Post-Expo (1993-2001)	7. Etapa actual (2001-2015)
Estaciones de Córdoba y Cádiz; antiguo puerto y aeródromo de Tablada	Accesos viarios, puerto y construcción del nuevo aeropuerto.	Accesos viarios y aeropuerto de San Pablo	Mejora de los accesos viarios (autovías), AVE, estación de Santa Justa y ampliación del Aeropuerto de San Pablo	Accesos viarios, estación de Santa Justa y Aeropuerto de San Pablo	Ídem anterior. (+) Finalización autovía de la Plata. Acondicionamiento del Muelle de las Delicias como puerta de entrada para los turistas de cruceros
Ídem anterior. Red de tranvías.	Desarrollo de la red de tranvías e inicios autobuses urbanos	Desarrollo de la red de autobuses; servicio de taxis; recuperación del coche de caballos (como paseo turístico)	Autobús, servicio de taxis y coche de caballos	Autobús, servicio de taxis y coche de caballos.	Autobús, bus turístico, servicio de taxis, coche de caballos, tranvía, metro y movilidad en bicicleta (servicio municipal y empresas que incluyen visitas guiadas)
Ídem anterior (+) Grandes hoteles extramuros <i>Estancias amplias</i>	Ídem anterior (-) Cambios uso hoteles Expo'29. Desaparecen anuncios sobre casas de huéspedes <i>Estancias amplias</i>	Ídem anterior (+) Hoteles de tamaño medio extramuros, pequeñas pensiones y albergues (megaproyectos hoteleros que no llegan a materializarse) <i>Excursionismo</i>	Ídem anterior (+) Grandes hoteles para congresos, densificación de hoteles en el centro. Establecimientos en corona metropolitana. <i>1-2 noches</i>	Ídem anterior (-) Cierre de algunos alojamientos (crisis post-expo) (+) Proceso de cualificación turística (hacia el pequeño hotel con encanto) <i>1-2 noches</i>	Ídem anterior (+) Gran incremento hotelero en todas las modalidades y espacios. Irrupción de la oferta ilegal de apartamentos de uso turístico (AirBnB, Wimdu...) <i>1-2 noches (2014: Se alcanzan las 2 noches de pernoctación media)</i>
Hospitalidad: Implantación de una Oficina de Turismo, aparición de una guía en prensa para el turista con horarios y tarifas...	Gran esfuerzo normativo a escala estatal, turismo como propaganda política. Sevilla como sinécdoque de España.	Grandes resorts al modelo costero, construcción de piscinas, primeras miradas al río, turismo de congresos.	Renovación integral de la oferta (incentivos), proyección internacional, macro-inversión en infraestructuras	Paliar sobreoferta, renovación planta hotelera, desestacionalización (Isla Mágica)...	Turismo experiencial, consolidación del río como eje turístico, nueva catalogación de recursos, reto de la oferta ilegal, nuevas tecnologías, calidad total...
Catedral, Alcázar y Barrio de Santa Cruz. (+). Sevilla del 29.	Ídem anterior	Ídem anterior (+) Inicio de Nervión como ámbito de congresos (hoteles) y Triana (patrimonio intangible) (-) Hitos casco norte.	Ídem anterior (+) Primera gran apuesta por el río y Sevilla Este como espacio congresual (Palacio de Congresos)	Ídem anterior (+) Proceso de turistificación del casco Norte y Triana	Ídem anterior (+) Consolidación del casco norte como espacio turismo experiencial y de ocio. (+) Turismo metropolitano?

4. La evolución del espacio turístico

En el siglo XIX el espacio urbano se correspondía con la ciudad amurallada, el barrio portuario del Arenal y los arrabales de Triana y San Bernardo. Como ya se apuntó, las “Puertas” y el antiguo puerto eran los vestíbulos de la ciudad. El espacio turístico — marcado en la serie cartográfica por los hitos de alojamiento, recurso y punto de atención o información al turista — era reducido en relación con su evolución posterior (Mapa 2). Los lugares visitados eran principalmente la Catedral y el Alcázar, unido a otros recursos ubicados entre este espacio y el río en torno al Arenal (Torre del Oro, Plaza de Toros, Hospital de la Caridad y Puente de Triana). A ello se le suman cuatro hitos más distanciados: el Museo de Bellas Artes, la Iglesia de San Gil, la Casa de Pilatos y el Palacio de Dueñas; de los que cabe destacar que en fases posteriores perderán relevancia en cuanto a frecuentación de visitas, en un proceso paralelo de intensificación de la actividad turística y desplazamiento de la misma hacia el sur de la ciudad. La pernoctación y la interacción de los viajeros con la sociedad sevillana tenían lugar en las principales fondas y cafés de la ciudad, situadas en torno a las principales plazas del momento y conformando un eje entre las actuales Plaza Nueva, Plaza de la Magdalena y Plaza del Duque. Este ámbito se irá reforzando a lo largo del siglo XX por la construcción, a poca distancia, de la Estación de Córdoba.

La Exposición Iberoamericana de 1929 supone una expansión de la ciudad hacia el sur. Las dos estaciones ferroviarias, de Córdoba (1901) y Cádiz (1902), y el aeródromo de Tablada se suman a los anteriores accesos a la ciudad. El espacio turístico también se amplía, en tres sentidos (Mapa 3):

- El certamen supuso la incorporación de un nuevo ámbito turístico complementario al centro monumental. Se trata de la hoy denominada “Sevilla del 29” (Parque de María Luisa, Plaza de España y Plaza de América, entre otros), lo cual supondrá una ampliación del espacio turístico sin precedentes.
- El ámbito monumental tradicional se refuerza con la incorporación del barrio de Santa Cruz, diseñado en el contexto de la Exposición para mostrar a los visitantes la cristalización de un “barrio tradicional andaluz”.
- Los grandes hoteles vinculados a la Exposición se ubicarán, principalmente, en los bordes de la ciudad consolidada y en la zona de influencia del evento (Hoteles Alfonso XIII, América Palace, Eritaña...). Con ello se infiere cierta descentralización y basculación hacia el sur del alojamiento que, por otra parte, seguirá focalizado entre las principales plazas de la ciudad y la estación de Córdoba.

Durante las décadas posteriores el espacio turístico no sufre modificaciones reseñables. Como ya se ha comentado, la convulsión y la crisis de aquellas décadas trae consigo una paralización del crecimiento económico y físico de la ciudad, así como el colapso de su actividad turística. A partir de la década de los 50 la recuperación económica se traduce en una fuerte expansión de la ciudad. Sin embargo, el incipiente regreso de los visitantes en el contexto del “boom turístico” español, no se traduce en una ampliación del espacio turístico (que de hecho seguirá sin grandes transformaciones hasta la década de los 80) (Mapa 4). Aunque los ámbitos seguirán siendo los mismos — la Sevilla monumental junto a la Sevilla del 29 — cabe resaltar las siguientes observaciones:

- Una densificación del alojamiento en el centro histórico, principalmente en el barrio de Santa Cruz y en torno a la Estación de Córdoba. Proliferan también algunos alojamientos (hostales y pensiones) desde la Plaza del Duque hacia la Alameda.
- El inicio del barrio de Nervión como foco del turismo de congresos, con la construcción de varios hoteles especializados (Hoteles Hesperia y Lebreros).
- La incipiente incorporación de Triana mediante la promoción de su patrimonio intangible, principalmente el flamenco (Cortijo el Guajiro) y la artesanía (Cerámica Santa Ana).

Como se ha comprobado, la Exposición Universal de 1992 supone la mayor transformación urbana de Sevilla en la segunda mitad del siglo XX y, a su vez, el gran punto de inflexión de su sistema turístico. Desde este momento y hasta nuestros días se observa una creciente ampliación del espacio turístico, tanto por la expansión de los preexistentes como por la irrupción de nuevos focos de atracción (Mapa 5):

- Se comprueba la consolidación del área monumental en el casco sur como ámbito de pernoctación y afluencia; la densidad de hitos turísticos es máxima en Santa Cruz, Arenal y San Bartolomé.
- Se confirma el entorno del barrio de Nervión como espacio para el turismo de negocios mediante la aparición de nuevos hoteles de ese ramo (NH Viapol, NH Collection Sevilla, Sevilla Center). Del mismo modo aparece un nuevo foco de turismo congresual en torno al Palacio de Congresos, en Sevilla Este y próximos al aeropuerto.
- Se evidencia que el ámbito de la isla de la Cartuja, recinto de la Expo92, se incorpora, aunque muy parcialmente al espacio turístico de la ciudad mediante el Monasterio de la Cartuja (Centro Andaluz de Arte Contemporáneo), el parque temático Isla Mágica y el Hotel Renacimiento.
- Se constata la conquista definitiva del río por parte de las actividades lúdicas y el turismo. En los años 80 se habla de la recuperación del río como objetivo indispensable para potenciar el turismo, a la par que se inauguran los primeros mini-cruceros. En los últimos años el planeamiento urbanístico y la planificación turística local han focalizado su atención en el río, se han recuperado-reurbanizado sus orillas y se han generado hitos turísticos a lo largo de su curso. En este sentido cabe destacar los siguientes hitos: el nuevo Centro de Atención Integral al Visitante, en el Paseo Marqués de Contadero, entre la Torre del Oro y el Puente de Triana (su apertura se prevé para finales de 2016); el nuevo Muelle de las Delicias, convertido en nuevo espacio turístico como puerta del turismo de cruceros y como atractivo por sus recursos de ocio (Acuario de Sevilla, Noria, cine de verano, restauración); la instalación de pantalanés a lo largo de la dársena, que permiten el atraque de pequeñas embarcaciones; y, finalmente, la turistificación de otros edificios o espacios próximos al Guadalquivir (Mercado Gourmet Lonja del Barranco, Castillo de San Jorge, Muelle de Nueva York, Pabellón de la Navegación o Museo de la Cerámica de Triana).
- Se constata la incorporación del casco norte de la ciudad como ámbito de patrimonio intangible, ocio nocturno y actividades creativas, esencialmente en la Alameda de Hércules y las calles Feria y San Luis (Imagen 9). Los procesos de gentrificación de estos barrios desde los años 80 (Díaz Parra, 2011) se han ido

traduciendo en su turistificación, especialmente en la última década²¹. En este sentido, además de la proliferación de alojamientos reglados, se ha comprobado la multiplicación de apartamentos de uso turístico comercializados fuera de la oferta regulada (Airbnb, Homeholydays, Windu).

Imagen 9. Casco norte: Turistificación y nuevos usos culturales

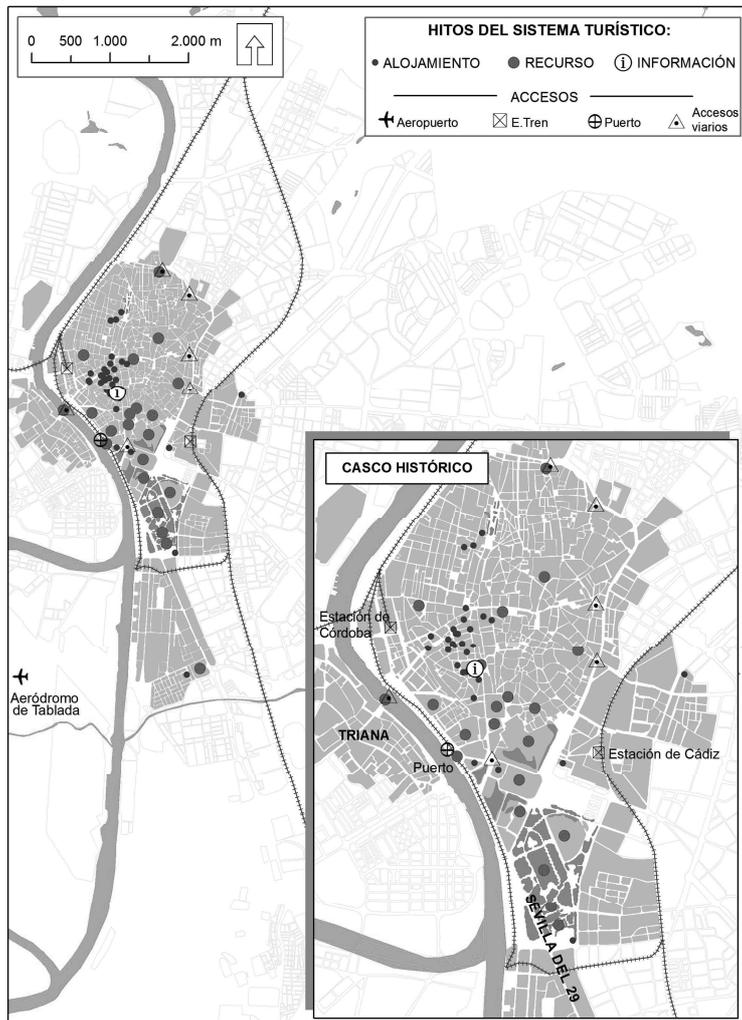


Fuente: Los autores.

Igualmente, aunque fuera de la escala de la cartografía aquí expresada, cabe señalar que a partir de la Expo'92 el espacio turístico de Sevilla pasa de una dimensión urbana a otra metropolitana. Las nuevas autovías de circunvalación y de conexión con el entorno de la aglomeración urbana permiten ubicar en municipios de la corona metropolitana elementos integrantes del sistema turístico, tanto de la oferta de alojamiento (hoteles como el Alcora en San Juan de Aznalfarache, Abades en Benacazón, Vértice-Aljarafe en Bormujos, o Hacienda la Boticaria en Alcalá de Guadaíra) como de oferta complementaria (Gran Casino Aljarafe en Tomares, Hipódromo en Dos Hermanas, Puerto Deportivo en Gelves, Centro de Convenciones Torreón de la Juliana en Bollullos de la Mitación, y diversos campos de golf). Todas estas instalaciones integran una unidad funcional con las ubicadas en el municipio de Sevilla, realidad escalar de indispensable consideración para todo diagnóstico de la situación actual o propuesta de estrategias para el Sistema Turístico de Sevilla, que puede sintetizarse en la afirmación de que Sevilla ha pasado de una fase de turismo urbano a otra de turismo metropolitano, en un proceso que parece irreversible de cara al futuro.

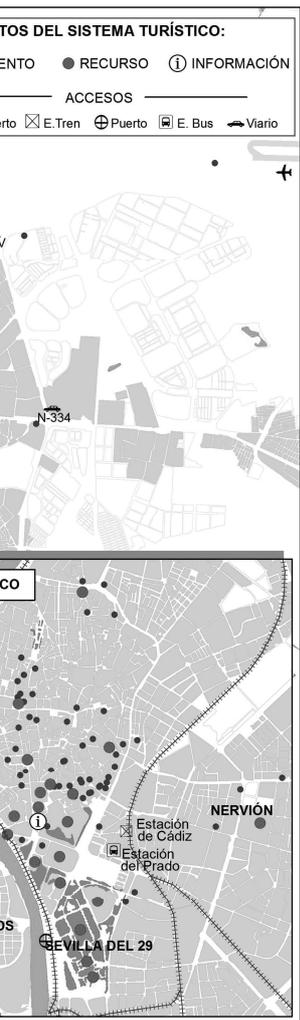
²¹ Para constatar definitivamente la incorporación de este espacio cabe decir que las empresas de autobuses turísticos incluyeron en sus nuevas rutas la Alameda de Hércules como hito de la ciudad (Véase en las Webs de Bus Turístico de Sevilla y City Sightseeing).

Mapa 3. El espacio turístico de Sevilla con la Exposición de 1929

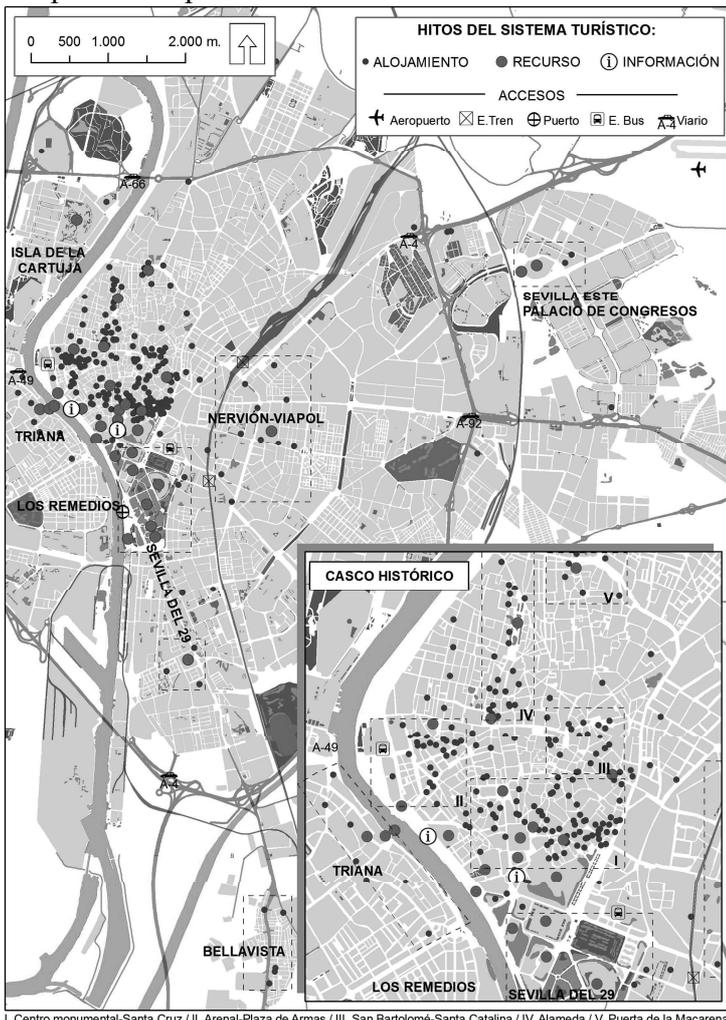


Fuente: Elaboración propia

Sevilla en los años 80



Mapa 5. El espacio turístico de Sevilla en la actualidad.



Fuente: Elaboración propia.

5. Conclusiones

Mediante un profundo análisis hemerográfico se ha podido comprobar que la ciudad de Sevilla tiene una rica y dilatada historia turística. A continuación se exponen las conclusiones más importantes de la presente investigación en relación con la imagen de la ciudad, la evolución de su espacio turístico, la planificación del turismo y, finalmente, la evaluación del método implementado.

Sobre la imagen de Sevilla, se observa su progresiva acuñación hasta cristalizar en la que puede denominarse “imagen establecida” o “tradicional”, que es proyectada tanto al exterior, como instrumento de promoción turística, como hacia la propia población local, que acaba asumiendo esa imagen como propia. A través del análisis hemerográfico destacan dos periodos decisivos en la construcción de dicha imagen:

- La década de los años veinte, culminando en la Exposición Iberoamericana de 1929. Etapa en la que intelectuales, arquitectos y artistas plásticos, próximos al estilo regionalista y la Generación del 27, forjan en buena medida la imagen posterior desde un enfoque de síntesis entre lo tradicional o popular y las vanguardias europeas del momento (siendo la popularización del turismo parte de esas orientaciones vanguardistas). Desde el punto de vista hemerográfico dicha síntesis se aprecia en una “Edad de Oro” del periodismo sevillano, que aborda y difunde al exterior visiones innovadoras de rasgos que ya formaban parte de la imagen turística de la ciudad, tales como el mundo del toreo (Manuel Chaves Nogales, 1935) o la Semana Santa (Antonio Núñez de Herrera, 1934).
- Las primeras décadas del franquismo. En las que se retoman algunos rasgos anteriormente creados pero ahora desde un enfoque tópico, superficial y basado en la alienación de las bases culturales populares. En esta imagen, conformada como un instrumento de propaganda del régimen político, se consolida definitivamente la sinécdoque según la cual Andalucía pasa a representar la totalidad de España, con Sevilla como hito referencial de la misma. Este proceso se aprecia, desde el punto de vista hemerográfico, en la repetición en prensa de noticias referidas a un corto número de rasgos iconográficos o identitarios relacionados con el turismo (Semana Santa desde una visión piadosa e institucional, visitas a la Feria de personajes célebres, el toreo bautizado como “fiesta nacional”, o el flamenco en sus manifestaciones más superficiales y acríticas).
- En relación a la imagen proyectada por la ciudad, cabe destacar el esfuerzo realizado en torno a la Exposición Universal de 1992 para renovar la misma (fácilmente perceptible en los anuncios promocionales en prensa del evento), con incorporación de elementos icónicos vinculados al desarrollo tecnológico o al progreso en los transportes (con el Tren de Alta Velocidad como símbolo de modernidad más repetido). Sin embargo, pese a que el estudio realizado no llega a la actualidad, puede percibirse que tras esta etapa se ha ido regresando a los rasgos más tradicionales y tópicos, aspecto éste que será de interés abordar en futuras investigaciones.

Del análisis realizado sobre el espacio turístico de la ciudad, cabe señalar que durante décadas la actividad turística se concentra en una muy reducida superficie del casco histórico, el triángulo Catedral – Alcázar – Barrio de Santa Cruz, con dos líneas de

prolongación de flujos turísticos de menor intensidad (Plaza de España – Parque de M^a Luisa, por una parte, y Torre del Oro – río Guadalquivir – Plaza de Toros, por otra). La actividad turística ha ignorado en la práctica otras áreas de la ciudad con recursos patrimoniales de gran valor, en especial en la mitad norte del casco histórico y Triana, en parte por el proceso de degradación urbana y social sufrido por ésta en la segunda mitad del siglo XX. De hecho, será únicamente en las etapas más recientes cuando pueda detectarse una incorporación de estos sectores al espacio turístico de la ciudad; si bien esta expansión es simultánea a una gran intensificación de la actividad en el microcentro monumental de la ciudad, que continúa siendo el núcleo de dicha actividad, a partir del que dimana un gradiente concéntrico de usos cuyo radio se ha ido ampliando progresivamente.

A lo largo de todo el análisis realizado destaca la carencia o irrelevancia (con la excepción de la Exposición de 1929) de una planificación turística propiamente dicha para la ciudad. No aparece en ninguna de las etapas analizadas una iniciativa encaminada a diseñar un modelo turístico para Sevilla, pese a la indudable importancia que la actividad fue alcanzando. Por el contrario, se aprecia una sucesión de iniciativas privadas parciales que por adición van construyendo la realidad turística que llega a la actualidad, sin unas líneas directrices fijadas por la administración pública que orientara a las mismas. En este sentido, resulta significativo que ni siquiera de cara a la Exposición Universal de 1992 se elaborara y aprobara un Plan Turístico, que contemplara de forma integral el futuro del sector en Sevilla. Finalmente, sólo en 2004 se aprueba una aproximación a unas líneas estratégicas para la actividad a escala municipal, en el documento denominado Pacto por el Turismo de Sevilla (Ayuntamiento de Sevilla, 2006), aunque sin financiación ni programa de actuaciones; y habrá que esperar a 2007 para la aprobación del Plan Turístico de Sevilla, con actuaciones circunscritas al eje del río Guadalquivir.

Desde el punto de vista metodológico, se ha puesto de relieve la utilidad del tratamiento de fuentes hemerográficas para analizar el turismo en etapas históricas, en las que la actividad carece de fuentes estadísticas homogéneas y continuadas para la escala local; o bien sólo existen referencias parciales en estudios sobre la historia local en los cuales el turismo representa un aspecto secundario o tangencial. Por ello, el levantamiento de información hemerográfica y su tratamiento estructurado en temáticas claves, tal como se ha realizado en este artículo, aparece como un enfoque insustituible para la necesaria reconstrucción de la historia del turismo en los espacios urbanos.

Bibliografía

Ayuntamiento de Sevilla (2006): *Pacto por el Turismo de Sevilla*. Sevilla: CEADE Editorial y Consorcio Turismo de Sevilla.

Blancas Peral, Francisco Javier y Buitrago Esquinas, Eva María (2005): *Estructura y política turística de Sevilla*. Edición electrónica: www.eumed.net/libros/2005/bpbe/

Calvo-Mora, Arturo; Berbel-Pineda, José Manuel; Periañez, Rafael y Suárez, Eva María (2011): "Determining factors of a city's tourism attractiveness". *Tourism & Management Studies*, 7, 9-23.

Chaves Nogales, Manuel (1935): *Juan Belmonte, matador de toros. Su vida y sus hazañas*. Sevilla: Ediciones Renacimiento (reeditado en 2013).

Correyero Ruiz, Beatriz (2004): "La Administración turística española entre 1936 y 1951: El turismo al servicio de la propaganda política". *Estudios Turísticos*, 163-164, 55-79.

Díaz Parra, Rubén Ibán (2011): "Segregación, intervención urbanística y cambio social en Sevilla: la gentrificación del sector San Luis-Alameda en el Marco del Planeamiento General de 1987". Tesis Doctoral. Universidad de Sevilla.

Fernández Tabales, Alfonso; González Gómez, José Ignacio y Santos Pavón, Enrique (2004): *Manual de Gestión Local del Turismo. Directrices para agentes públicos de la Provincia de Sevilla*. Sevilla: Turismo de la Provincia de Sevilla, Diputación Provincial.

Fernández Tabales, Alfonso; Knafo, R. (2013): "La Torre Pelli en Sevilla: la dialéctica entre la renovación de los paisajes urbanos y la conservación del patrimonio". *Via@ Tourism Review*, 3, 2013.

Figuerola, Manuel (1999): "La transformación del turismo es un fenómeno de masas. La planificación indicativa (1950-1974)". En Pellejero, Carmelo (Director) *Historia de la economía del turismo en España*. Madrid: Civitas, 77-134.

González Morales, Juan Carlos (2005): "La Comisión Nacional de Turismo y las primeras iniciativas para el fomento del turismo: la industria de los forasteros 1905-1911". *Estudios Turísticos*, 163-164, 17-30.

González Turmo, Isabel (1996): *Sevilla, banquetes, tapas, cartas y menús, 1863-1995*. Sevilla: Área de Cultura, Ayuntamiento de Sevilla.

Halcón, M. (1956): *Los Dueñas*. Madrid: Editorial Fermín Uriarte.

Hernández Ramírez, Javier (2004): "Turismo Inducido. La configuración de la imagen turística de Sevilla a través del cine comercial". En Navarro García, A. (coord.) I Congreso Internacional de Patrimonio, Desarrollo Rural y Turismo, Volumen 2. 503-515. Osuna (Sevilla): Escuela Universitaria Francisco Maldonado.

Hernández Ramírez, Javier (2008): *La imagen de Andalucía en el turismo*. Sevilla: Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces.

López Fernández, Rafael (2014): "Hotel Simón ¿Lugar de memoria?". En López Fernández, Rafael (Coord.) *Lugares de la memoria*. Sevilla: Editorial Aconcagua. 69-72.

Marchena, Manuel y Repiso, Fernando (1999): “Turismo cultural: el caso de Sevilla”. *Cuadernos de Turismo*, 4, 33-50.

Mas, J. (1918): *Novelas sevillanas*. Sevilla: Fundación Luis Cernuda, Biblioteca de Autores Sevillanos (reedición de 1994).

Méndez Rodríguez, Luis; Plaza Orellana, Rocío y Zoido Naranjo, Antonio (2010): *Viaje a un Oriente Europeo. Patrimonio y turismo en Andalucía (1800-1929)*. Sevilla: Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces.

Moreno Pacheco, Pilar (2007): *La segmentación de la demanda de turismo. Aplicación a la provincia de Sevilla*. Departamento de Economía Aplicada I. Universidad de Sevilla. Tesis doctoral (inédita).

Morón Hernández, Concha (2014): “El cuartel de la Calzada”, en López Fernández, Rafael (Coord.) *Lugares de la memoria*. Sevilla: Editorial Aconcagua. 171-175

Nogales Márquez, Carlos Francisco (2013): “La Calle de San Luis de Sevilla”. En Campos y Fernández (coord.). *Patrimonio Inmaterial de la Cultura Cristiana* (Recoge los trabajos presentados al Simposio de Investigaciones Históricas y Artísticas). 703-718.

Núñez de Herrera, Antonio (1934): *Sevilla. Teoría y realidad de la Semana Santa y otros escritos*. Sevilla: Almuzara (reeditado en 2015).

Ortiz Villalba, Juan (2006): *Del golpe militar a la Guerra Civil: Sevilla 1936*. Madrid: RD Editores.

Oviedo-García, M. Ángeles; Castellanos-Verdugo, Mario; Trujillo-García, M. Antonia y Mallya, Thaddeus (2014): “Film-induced tourist motivations. The case of Seville (Spain)”. *Current Issues in Tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2013.872606

Parejo Barranco, José Antonio; Zambrana Pineda Juan Francisco; Fernández Paradas Mercedes y Heredia Flores, Victor Manuel (2002): “Transportes y Comunicaciones”. En Zambrana Pineda, Juan Francisco (coord.) *Estadísticas del siglo XX en Andalucía*. 679-760.

Parejo Delgado, C. (2008): *El casco histórico de la Sevilla del siglo XXI: estilos clásicos y modas nuevas*. Sevilla: Padilla Libros Editores.

Pellejero Martínez, Carmelo (2006): *Estadísticas históricas sobre el turismo en Andalucía. Siglo XX*. Sevilla: Instituto de Estadística de Andalucía.

Puche Ruiz, M. Carmen (2015): <“Appelsinpiken” y el turismo experiencial en Andalucía: Geografía de la emoción>. *Via@ Tourism Review*, 8.

Rodríguez Bernal, Eduardo (1994): *Historia de la Exposición Ibero-Americana de Sevilla de 1929*. Sevilla: Ayuntamiento de Sevilla.

Salas, Nicolás (1990): *El Moscú Sevillano. Sevilla la Roja, feudo del comunismo español durante la República y símbolo triunfal del frente popular en 1936*. Sevilla: Universidad de Sevilla.

Sánchez Barriga, Ana (2014): “La batalla de la plaza Nueva”, en López Fernández, Rafael (Coord.) *Lugares de la memoria*. Sevilla: Editorial Aconcagua. 43-50.

Santos Pavón, Enrique (2004): “Flamenco y actividad turística: aproximación al perfil de la demanda extranjera interesada por el aprendizaje del flamenco”. En Navarro García, A. (coord.) I Congreso Internacional de Patrimonio, Desarrollo Rural y Turismo, Volumen 2. 559-567. Osuna (Sevilla): Escuela Universitaria Francisco Maldonado.

Thimm, Tatjana (2014): “In Geschäftsmodell Tanztourismus Sevilla und Buenos Aires – Bedeutungsdimensionen immaterieller Kulturgüter im Destinationsmanagement”. *Via@ Tourism Review*, 6.

Vera Rebollo, Fernando; López Palomeque, Francesc; Marchena, Manuel y Antón, Salvador (2011): *Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos*. Valencia: Tirant lo Blanch.

Páginas WEB:

Blog El pasado de Sevilla. <http://elpasadodesevilla.blogspot.com.es/> [Consulta: 22 de febrero de 2016]

Blog La Sevilla que no vemos. <http://www.galeon.com/juliodominguez/> [Consulta: 10 de enero de 2016]

Blog Postales y fotos antiguas de Sevilla. <http://postalesyfotosantiguasdesevilla.blogspot.com.es/> [Consulta: 15 de enero de 2016]

Bus turístico de Sevilla. <https://sevilla.busturistico.com/itinerarios.html> [Consulta: 2 de abril de 2016]

CitySightseeing Sevilla: <https://www.city-ss.es/es/seville> [Consulta: 2 de abril de 2016]

Puerto de Sevilla. http://portal.apsevilla.com/web_2015/index.php [Consulta: 17 de marzo de 2016]

Blog Sevilla Insólita. <http://sevilla-insolita.blogspot.com.es/> [Consulta: 22 de febrero de 2016]

Encuesta de Ocupación Hotelera. Instituto Nacional de Estadística (INE): <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eoh&file=inebase> [Consulta: 2 de abril de 2016]

Encuesta de Ocupación en Apartamentos Turísticos. Instituto Nacional de Estadística (INE):

<http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft11%2Fe162eoap&file=inebase>
[Consulta: 2 de abril de 2016]

Sistema de Información Multiterritorial de Andalucía (SIMA):

<http://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/sima/index2.htm>
[Consulta: 2 de abril de 2016]