

## **LA PLAZA DE ESPAÑA DE SEVILLA. DE DECORADO SIMBÓLICO A TESORO TURÍSTICO- CINEMATOGRAFICO**

María José Romero-Ternero<sup>1</sup>

Maria C. Puche-Ruiz<sup>2</sup>

### **Resumen**

La presente comunicación tiene por objeto el análisis turístico-patrimonial de un entorno altamente significativo para la ciudad de Sevilla: la Plaza de España. Paradigma del Patrimonio Arquitectónico legado por la Exposición Iberoamericana de 1929, se trata de uno de los primeros espacios de la ciudad destinado a un uso eminentemente turístico, aunque su creador español Aníbal González, contemplara la reconversión del conjunto de edificios en “Universidad Obrera” tras el gran evento. A día de hoy, la Plaza de España acoge a una multitud heterogénea de visitantes y sirve a diferentes propósitos, por una parte, constituye el decorado para turistas amantes de la arquitectura regionalista, por otra parte, un entorno urbano susceptible de iniciativas locales y ciudadanas, e incluso, un plató de rodaje único.

Este trabajo propone una perspectiva novedosa, por cuanto que la Plaza de España ha sido siempre analizada desde aspectos concernientes a su construcción en el marco de la Exposición o a su capacidad de atracción de rodajes cinematográficos. Este estudio, sin embargo, pretende indagar en su historia turístico-patrimonial, mostrando los entresijos de su construcción social por parte de residentes y turistas. En ese sentido, cabe destacar que las diferentes visiones en torno a este conjunto arquitectónico se aúnan para conformar tanto un espacio vivido (por medio de las prácticas ciudadanas), como un espacio idealizado por el cine (apareciendo en películas internacionales desde la década de 1950), o un espacio de prestigio turístico en redes sociales (“TripAdvisor” la reconoció como el segundo monumento del mundo más valorado, “Traveler’s Choice 2018”).

**Palabras Clave:** gestión de espacios, significados, gobernanza, prestigio turístico, historia turística y patrimonial, itinerarios urbanos, residentes

---

<sup>1</sup> Universidad de Sevilla, Sevilla, España. E-mail: mariajose.romero.t@gmail.com.

<sup>2</sup> Universidad de Sevilla, Sevilla, España. E-mail: mpuche@us.es.

## **THE PLAZA DE ESPAÑA IN SEVILLE. FROM BEING CONSIDERED A SYMBOLIC SETTING TO BECOME A TOURISTIC AND CINEMATOGRAPHIC TREASURE.**

María José Romero-Ternero<sup>3</sup>

Maria C. Puche-Ruiz<sup>4</sup>

### **Abstract**

The aim of this article is to understand, by means of a touristic and heritage analysis, how the Plaza de España has become a highly significant setting for the city of Seville. Paradigm of the Architectural Heritage bequeathed by the Ibero-American Exposition, held in 1929, it is one of the first spaces of the city destined for an eminently touristic use, even though his Spanish creator, Aníbal González, contemplated the conversion of the whole set of buildings in Universidad Obrera (Labor University) after the great event. Nowadays, the Plaza de España welcomes a heterogeneous crowd of visitors and serves different purposes. On the one hand, it constitutes an ideal scenery for tourists who love Regionalism Architecture; on the other hand, an urban setting susceptible to host local and civic initiatives, including a unique film shooting set.

In this vein, adopting an innovative perspective is of growing importance to the extent that it is necessary to understand the Plaza de España not only as a space constructed within the framework of the Exposition or as an international film shooting set, but also as a lived space with different meanings. To do so, we have investigated its touristic and heritage history, showing the ins and outs of its social construction by residents and tourists. The findings support the different visions about this architectural monument, which encompasses a lived space (through civic practices), an idealized space for cinema (appearing in co-productions since the 1950s), and a space of tourist prestige in social media (“TripAdvisor” recognized it as the second most valued monument in the world, “Traveler's Choice 2018”).

**Keywords:** Space management, meanings, governance, tourism prestige, touristic and heritage history, urban itineraries, citizenry

---

<sup>3</sup> Universidad de Sevilla, Sevilla, España. E-mail: mariajose.romero.t@gmail.com.

<sup>4</sup> Universidad de Sevilla, Sevilla, España. E-mail: mpuche@us.es.

## 1. INTRODUCCIÓN. LA PLAZA DE ESPAÑA DE SEVILLA Y EL REGIONALISMO COMO PARADIGMA DE LA ARQUITECTURA TRADICIONAL

Convertido en arquitecto principal de la Exposición tras presentar su proyecto a concurso en 1911, Aníbal González *“consiguió entusiasmar a todos al desarrollar sus edificios con un estilo historicista que [...] calaba en las preferencias artísticas de los sevillanos”* (Rodríguez Bernal, 2006: 75). Aníbal González triunfó porque, en palabras del jurado, *“en el momento histórico en que se celebra la Exposición Hispano-Americana hemos de procurar por nuestra parte... que Sevilla se muestre muy sevillana, apareciendo engalanada a los ojos de los huéspedes con las fastuosas galas propias, no con ajenas estofas, aun cuando éstas pudieran ser más deslumbrantes”*.

Se trataba de la materialización del “estilo sevillano” que el arquitecto *“[...] justificó en su memoria mediante el uso de elementos y materiales genuinamente locales que estaban presentes hasta en los más pequeños detalles, como focos de luces, bancos [ver Fotografía 1], fuentes, puertas, jardines, etc.”*. Así, *“[...] la abundante ornamentación prevista para todo el conjunto se basaba en la cerámica vidriada, los artesonados de madera y la forja de hierro”*, constituyendo *“[...] la mejor prueba de su acierto en plasmar el sentir popular indefinido del estilo sevillano en algo concreto”* como el conjunto arquitectónico de la Plaza de España (2006: 76-77). De este modo, según Storm (2013: 4), *“el concurso fue un gran éxito y en unos pocos años el regionalismo se convirtió en el estilo dominante de Sevilla, y no solamente en el Barrio de Santa Cruz. Entre aproximadamente 1916 y 1932 alrededor de la mitad de los edificios construidos en la ciudad se podrían clasificar como regionalistas. Así, gracias a los arquitectos y los artesanos, Sevilla se hizo más sevillana que nunca”*.

**Fotografía 1.** Detalle de banco de cerámica diseñado por Aníbal González.



Fuente: Colección de las autoras.

En cualquier caso, si bien González puede ser considerado vanguardista en su promoción de lo autóctono, hay que reconocer que también será el impulsor de una tendencia anclada en el

pasado, convirtiendo en estilo oficial las recreaciones neomudéjares, neoplaterescas y neogóticas, como teorizó Alejandro Guichot. Porque conviene destacar que este estilo ha sido acusado de falsear la realidad, pues supone una reconstrucción de la autenticidad y, según algunos académicos de Bellas Artes, la glorificación de una arquitectura destructora, máxime cuando se erigió en canon y se reiteró a posteriori como si fuera el único modelo arquitectónico andaluz, un decorado turístico ideal.

Porque, como recuerda Colón Perales, *“el cuidado con que los arquitectos sevillanos Aníbal González o Juan Talavera resucitaban viejas artesanías para recrear en una Sevilla –en la que la ciudad real se hacía decorado- su ideal de la fusión de estilos históricos (mudéjar, plateresco, barroco y romántico) y de lugares de habitación (la arquitectura ciudadana y el urbanismo inspirado en las haciendas rurales), se corresponde en todo con el cuidado con que en Hollywood se recreaban los decorados de inspiración hispánica”*(1993: 76 ). Un decorado de ensueño que, tras la Guerra Civil, se convertiría en sede de la Capitanía General, con entrada principal por la Plaza del Ejército Español, situada frente al Prado de San Sebastián y, por tanto, dando la espalda a los turistas que, cada vez más numerosos, paseaban entre sus bancos de cerámica.

### **1.1 Metodología de análisis**

Nuestro análisis se ha basado en técnicas analítico-descriptivas (Calderón Bailón, 2018; Conill, 2019) para configurar el marco de referencia y centrar la investigación en torno a tres niveles: la Plaza de España como plató cinematográfico, como recurso turístico y como punto de encuentro de residentes y visitantes.

Por un lado, se ha llevado a cabo el análisis de 20 films a través de la herramienta NVivo (Puche-Ruiz, 2019; ver Figura 1), empleando técnicas mixtas: segmentación de escenas y referenciación de las apariciones del bien cultural, con el fin de detectar tendencias a lo largo del periodo 1923-1975, y conocer cuál ha sido la imagen proyectada por el monumento, tanto a nivel interno como externo, durante tres etapas (“El cine como propaganda”, “Años de plomo” y “El turismo es un gran invento”).

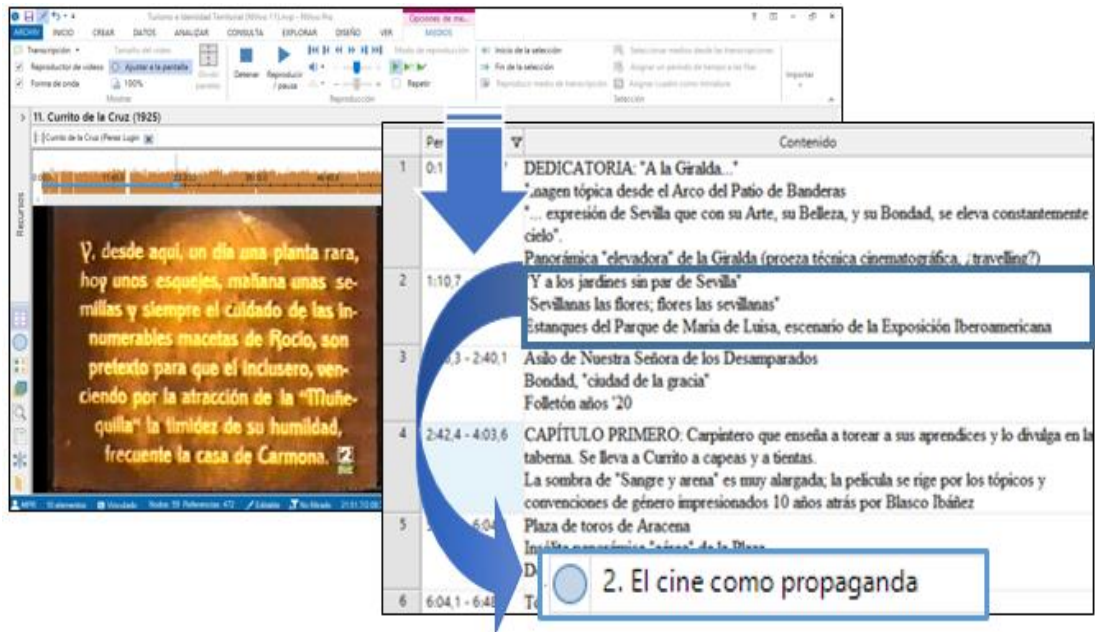
Por otro lado, se han estudiado los rasgos característicos de su gobierno y gestión turística a través de la etnografía visual (Pink, 2008; Romero-Ternero, 2017), esto es, la fotografía, el video y los medios electrónicos disponibles, tanto físicos como en red, así como las relaciones establecidas por residentes y turistas en el marco del conjunto arquitectónico, por medio de una búsqueda sistemática en hemeroteca y redes sociales, destacando las performances culturales más importantes que se dan cita en el recurso turístico.

Los objetivos perseguidos se encaminan a visibilizar la gran complejidad que entraña gestionar este espacio de forma integral, en co-creación con los diferentes miembros de la comunidad receptora y con otros agentes interesados en el uso del mismo. En este último caso, se destacan los rodajes de obras cinematográficas, narrativas, que tratan de sucesos y personajes imaginarios (turistas), afectando todo ello, en cierto grado, al mundo de los significados y lo simbólico, penetrando poco a poco en el imaginario colectivo. Se incluye en esa visibilización el uso simbólico del espacio como espacio legítimo y hegemónico de comunicación por parte del

poder político, imprescindible para comprender la optimización de su gobernabilidad.

Los resultados del análisis han llevado a las autoras a unas conclusiones que se lanzan de forma propositiva al final del artículo.

**Figura 1.** Procedimiento de análisis de películas a través de segmentos de metraje y contenido. Ejemplo de codificación en la etapa “El cine como propaganda (1923-1939).”



Fuente: Elaboración propia.

## 1.2 Breve historia de su construcción y simbología

En la guía editada para la inauguración de la Exposición Iberoamericana de Sevilla (15 de marzo de 1929, aplazada hasta mayo, sin embargo) se describe la Plaza de España como “[...] un amplio semicírculo de más de doscientos metros de diámetro con una extensión superficial de emplazamiento que se aproxima a los cincuenta mil metros”, dando cuenta de sus cifras espectaculares y concluyendo que “[...] el conjunto de la edificación, es realmente grandioso y produce a todos los visitantes un justificado sentimiento de admiración” (1929: 5).

Pérez Escolano (1986: 27) recuerda que “[su] modelo de implantación responde a los deseos de monumentalidad habituales en las grandes exposiciones desde la Colombina de Chicago de 1893”. Sin embargo, su popularidad turística no será inmediata. En la “Guía de Sevilla” editada por el Patronato Nacional del Turismo en 1930 concluido el gran evento, el plano de la ciudad queda restringido de nuevo a su centro histórico tradicional y solamente se propone una imagen aérea de la Plaza de España, como vestigio de la magna Exposición (ver Fotografía 2).

Porque la Plaza de España resulta una plaza atípica. Iniciada en agosto de 1914 y emplazada fuera del casco urbano de Sevilla, como prolongación de la ciudad-jardín propuesta por el Comisario Regio de Turismo (Benigno de la Vega-Inclán) y del propio Parque de María Luisa,



siempre se ha admitido que Aníbal González la concibió como un inmenso “abrazo” de España y sus provincias a Latinoamérica. Sin embargo, la realidad de su construcción fue más prosaica...

**Fotografía 2.** Imagen aérea de la Plaza de España, en la que se puede apreciar su emplazamiento, entre el Parque de María Luisa y el Prado de San Sebastián.



Fuente: Aviación Española y Patronato Nacional del Turismo

Tras planear tempranamente la Plaza de América, González necesitaba ocupar un gran espacio vacío frente a la entrada de la Exposición, teniendo “[...] presente que las nuevas construcciones habrían de permitir una funcionalidad similar a la del Estadio, es decir, que pudieran albergar una gran masa de público y cualquier tipo de espectáculo” (Rodríguez Bernal, 2006: 86), aspecto que también recalcan Pérez Escolano (1986) y Solís Burgos (2000). De este modo, “el elemento fundamental del proyecto era el gran espacio libre semicircular [...]”, en el que “el público situado en las terrazas podría contemplar la masa verde del Parque de María Luisa como telón de la representación” (Rodríguez Bernal, 2006: 86-87). Así, se puede afirmar que la Plaza de España responde a una concepción espectacular desde los primeros momentos de su creación, sirviendo como “[...] plasmación programática de cómo debía entenderse el Regionalismo arquitectónico” (Medianero, 1992). En definitiva, la Plaza de España es “[...] el reflejo de una sociedad y de una mentalidad: la de comienzos de siglo en Sevilla. Haber hecho otra cosa hubiese sido una falsedad artística [...]”.

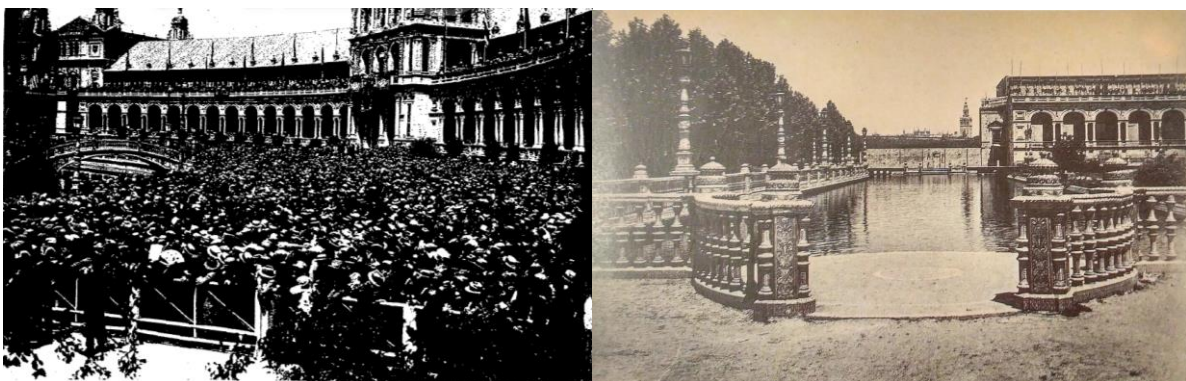
Con González al frente de las obras, el presupuesto se disparó. Tal como apunta el autor mencionado, “[...] fue la obra más larga, de mayor enjundia y más costosa, con catorce millones de pesetas aproximadamente, de todas las emprendidas en el gran Certamen”, y dado que este se contemplaba como escaparate artístico frente a la pujanza industrial de la Exposición de Barcelona, “[...] ha pasado a ser uno de los conjuntos arquetípicos de la imagen estereotipada de ‘lo sevillano’”. Así, “el paseo tenía una anchura de 25 metros, una leve pendiente para

*facilitar la visión de los espectadores [...]. Todo él estaba jalonado por cuarenta y ocho bancos, ‘dispuestos como si fuesen palcos’, en forma de ‘U’” (Rodríguez Bernal, 2006: 87-88), dedicados a las provincias españolas y dotados de estanterías para albergar material promocional (“guías, mapas, planos, folletos, fotografías y toda clase de periódicos”, según Pérez Escolano, 1986: 24).*

En cuanto a los edificios, su funcionalidad osciló hasta que, en 1918, el Comité acordó su destino como futura Universidad Obrera, sede de la Escuela de Artes e Industrias Aplicadas, dándose al conjunto una dualidad local-global, intimista-espectacular que perdura a día de hoy. De ese modo, en el exterior, “*las edificaciones en la línea curva eran continuas y se articulaban a partir de una galería elevada, de seis metros de profundidad [...], y con una terraza superior que la recorre en su totalidad. Ambas permitían su ocupación por el público para contemplar los espectáculos de la explanada*” (Bernal Rodríguez, 2006: 88). En el interior, el propósito del proyecto definitivo era “[...] *construir con el conjunto de sus edificios una Universidad Obrera, compuesta de un gran edificio central (Escuela de Artes y Oficios) y naves laterales, destinadas a talleres [...]*” (Solís Burgos, 2000: 1059).

Sin embargo, como se comprobó desde su inauguración (ver Fotografía 3), el público siempre prefirió situarse en la explanada, convirtiéndose en protagonista del propio espectáculo. Morales Martínez recuerda que “*la conclusión del conjunto tuvo lugar en 1928, cuando hacía tres años que Aníbal González ya no estaba al frente de las obras*” (2006: 133), hecho que contribuyó a que el nuevo arquitecto responsable, Vicente Traver, desvirtuara el significado de la Plaza al construir la fuente monumental que ocupa su centro, obstaculizando su funcionalidad incluso a día de hoy (García Parody, 2016). Rodríguez Bernal concluye que “con ello, la mayor y más significativa obra pública de la Sevilla contemporánea quedó fundamentalmente como una obra ornamental” que ver desde el exterior (2006: 90).

**Fotografías 3 y 4.** Perspectiva de la explanada de la Plaza de España durante la inauguración de la Exposición Iberoamericana y de la Giralda, cuando aún no se había construido la Torre Norte.



Fuente: Hemeroteca ABC y Publicaciones del Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Sevilla. Obra Cultural.

La construcción, a cada uno de sus extremos, de dos exóticas torres, supuso también motivo de controversia, ya que ambas superaban la altura de la Giralda (de hecho, como se puede comprobar en la Fotografía 4, eclipsarían completamente la visión de la misma desde el conjunto).

Rodríguez Bernal comprende que se inspiran en la Torre del Reloj de la Catedral de Santiago de Compostela y, muy probablemente, en la Torre de la Catedral de Córdoba. Medianero afirma que “Aníbal González no quiso siquiera emplear un ladrillo especial para las torres, sino el tradicional, valorando la destreza de los albañiles sevillanos y tratando de remontarlos a los ejecutores de la Giralda y los alarifes mudéjares”. Su versatilidad estilística las llevaría a representar ciudades como El Cairo y Damasco en una producción cinematográfica tan alabada como “Lawrence de Arabia” (David Lean, 1962).

La Plaza de España demanda constantemente conservación y mantenimiento, dada la fragilidad de los materiales que la adornan (ver Fotografía 5), aspecto que se une a las críticas de arquitectos posteriores “[...] que la tachan de una gran ‘tarta’ inservible” (Rodríguez Bernal, 2006: 92). Sin embargo, este autor admite que “[...] se debe reconocer que [...] ha sido y es una obra muy aceptada por la sociedad sevillana que la utiliza como lugar de esparcimiento y que constituye un reclamo turístico nacional de primer orden” (Fotografía 6). Se trata, en definitiva, “[...] de una arquitectura llena de mensajes visuales que nos invita a pasear sosegadamente por su exterior e interior” (Mora Piris, 2018: 21).

**Fotografías 5 y 6.** Las restauradoras de los paños cerámicos explican su fragilidad. Publicidad de las películas Kodak con turistas en la Plaza de España.



Fuente: Colección de las autoras y Comisaría de la ciudad de Sevilla para 1992.



## 2. LA CONFIGURACIÓN DE LA IMAGEN CINEMATOGRÁFICA EN EL ESPACIO PATRIMONIAL SEVILLANO

Este epígrafe pretende arrojar luz sobre la representación cinematográfica de la Plaza de España de Sevilla y comprender que su vinculación con el turismo va mucho más allá de su aparición en superproducciones hollywoodienses como “Lawrence de Arabia” (David Lean, 1962) o “Star Wars. Episodio II: El ataque de los clones” (George Lucas, 2002). Así, este apartado se centrará en una muestra de 20 películas en las que se detecta la figura del turista visitando la ciudad (ver Tabla 1). Los films serán analizados según su condición de películas nacionales o coproducciones, con el fin de comprobar cuáles fueron las diferentes visiones, internas y externas, propuestas sobre este espacio hasta el momento previo a la *Transición* democrática.

**Tabla 1:** Películas con turistas del periodo 1923-1975 que componen la muestra.

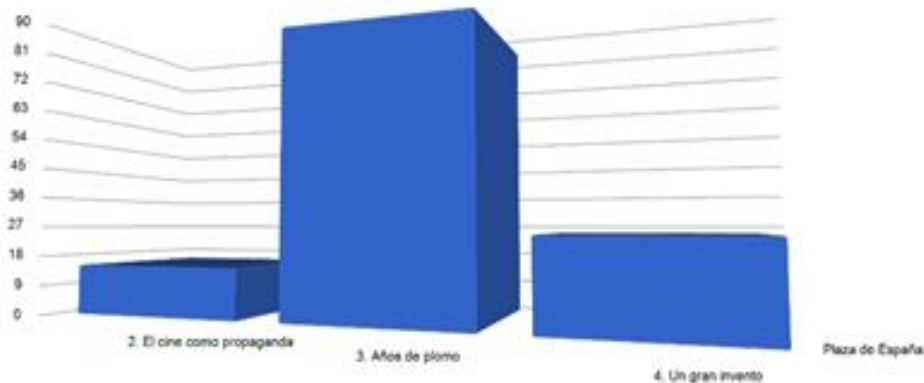
Plaza de España en films	
020. María de la O	049. Congreso en Sevilla
021. La reina mora (1937)	055. Saeta del ruiseñor
025. Tierra y cielo	056. La mujer y el pelele (Duvivier)
029. Ídolos	057. Pan, amor y Andalucía
030. Olé torero	062. El hincha
032. Jalisco canta en Sevilla	065. Tommy the Toreador
037. La hermana San Sulpicio (1952)	067. Esencia de misterio
045. Sucedió en Sevilla	069. La fuente mágica
046. La Cruz de Mayo	075. Los duendes de Andalucía
047. La reina mora (1955)	093. La novicia rebelde

Fuente: Elaboración propia.

Conviene recordar que las panorámicas tópicas de la Plaza de España fueron moneda corriente en el cine del primer franquismo, dado que los cineastas se recrearon en la arquitectura regionalista como símbolo de tradición. Las películas con turistas acusan idéntica influencia y, tal como se aprecia en la Figura 2, el mayor número de referencias a la Plaza de España se concentra en el período intermedio (los “Años de plomo” del primer franquismo, comprendidos entre 1940 y 1959). De este modo, se comprueba que las apariciones del espacio objeto de estudio se inician tras la celebración de la Exposición Iberoamericana, pero alcanzan su apogeo con el turismo cultural de las décadas de 1940 y, sobre todo, de 1950, para volverse a desplomar en la siguiente, cuando el turismo de “sol y playa” se convierte en tipología casi hegemónica.

**Figura 2.** Representatividad de la Plaza de España en los films con turistas durante los períodos “El cine como propaganda” (1923-1939), “Años de plomo” (1940-1959) y “El turismo es un gran invento” (1960-1975).

**La Plaza de España de Sevilla según su aparición por etapas durante el periodo 1923-1975**



Fuente: Elaboración propia.

### 3.1. La visión autóctona de la Plaza de España

Las primeras apariciones de la Plaza de España en el cine coinciden con films posteriores a la celebración de la Exposición Iberoamericana, y presentan la obra de Aníbal González como un espacio de modernidad para la ciudad de Sevilla, en oposición a centros de tradición (por ejemplo, el Barrio de Triana en “La reina mora”, 1937), y vinculando siempre el espacio a la “ciudad-jardín” del Comisario Regio de Turismo (“María de la O”, 1936; ver Fotografía 7).

Este hecho vendría a corroborar que la Plaza de España tardó algo más en integrarse como recurso turístico que otros espacios de la Exposición (como por ejemplo, la Plaza de América, que ya aparecía en “La España trágica”, 1918). Además, las visitas a la ciudad de “Tierra y cielo” (1941) o “Ídolos” (1943), rodadas ya bajo la dictadura franquista (cuando el edificio central se convierte en Capitanía General), ponen de relieve lo que será una constante de la Posguerra: la utilización deliberada de la arquitectura regionalista como elemento tradicional. Algunos films de la época emplearán transparencias intercambiables (y bastante rudimentarias) para dar al espectador la ilusión de que el rodaje se verificó, efectivamente, en la capital sevillana (ver Fotografía 8).

**Fotografías 7 y 8.** De la lejanía de las torres en el vergel sevillano a la inmersión del turista en un decorado tradicional (“María de la O” e “Ídolos”).



Fuente: Fotogramas de los films.

Tan interiorizado se encuentra ya el espacio que nos ocupa, que en “Olé torero” (1948) el turista acaba sufriendo el engaño de un calesero, pagando una cantidad desorbitada por hacer la ruta completa del Barrio de Santa Cruz y el Parque de María Luisa (Plaza de España). Este aspecto se reitera en la tercera adaptación cinematográfica de “La hermana San Sulpicio” (1952), film en el que Jorge Mistral lleva a cabo un paseo canónico en coche de caballos por la ciudad de Sevilla, profundamente admirado de la diferencia con su Galicia natal.

A principios de la década de 1950, la Plaza de España empieza a usarse en los films con turistas como localización privilegiada para encuadrar la acción (“La Cruz de Mayo”, la tercera versión de “La Reina Mora”, de 1955; ver Fotografías 9 y 10). La aparición de la Plaza en los títulos de crédito de ambos films denotará su carácter tradicional y su capacidad de identificación de la ciudad (y de Andalucía, en general) con uno de sus recursos más reconocibles a nivel nacional. El río, por su parte, se caracteriza como eje vertebrador del espacio urbano, vía de separación de Triana con Sevilla y marco para exhibir el legado de la Exposición de 1929 (“Sucedió en Sevilla”, 1955; “Saeta del Ruiseñor”, 1957).

**Fotografías 9 y 10.** Los títulos de crédito se llenan de imágenes de la Plaza de España, como recurso narrativo para situar la trama del film en Sevilla (“La Cruz de Mayo” y “La Reina Mora”).



Fuente: Fotogramas de los films.

Los protagonistas de “Congreso en Sevilla” (1955) y “El hincha” (1958) también pasearán por la Plaza de España. Cabe destacar que ambos films presentan la ciudad como espacio incontaminado, en contraste con las sociedades industrializadas de las que provienen sus turistas. En el caso de la primera, la sueca “Doctora Petersen” será embaucada por un cicerone local que pretende que “paladee los encantos de Sevilla”:

-Sí, todo es precioso. Tan distinto a mi tierra. El sol en los muros encalados, las flores...” (Segmento 9, 1:19:24,3 – 1:24:26,0).

En cuanto a “El hincha”, muestra la visita de una peña de aficionados futbolísticos a la ciudad, siguiendo a su equipo en autobús desde Madrid. Aprovechando su viaje a la capital hispalense, los “hinchas” visitan la Plaza de España como centro representativo de la misma, admirando su límpida atmósfera:

"-Bueno, yo creo que ya es hora de que nos sentemos en alguna parte, porque llevamos andando toda la mañana...

-¿Y no vale la pena? ¡Fíjate qué hermoso es todo esto!

-¡Y qué atmósfera tan pura! Parece que en vez de aire se respira, qué sé yo...” (Segmento 3, 39:54,6 – 44:51,1).

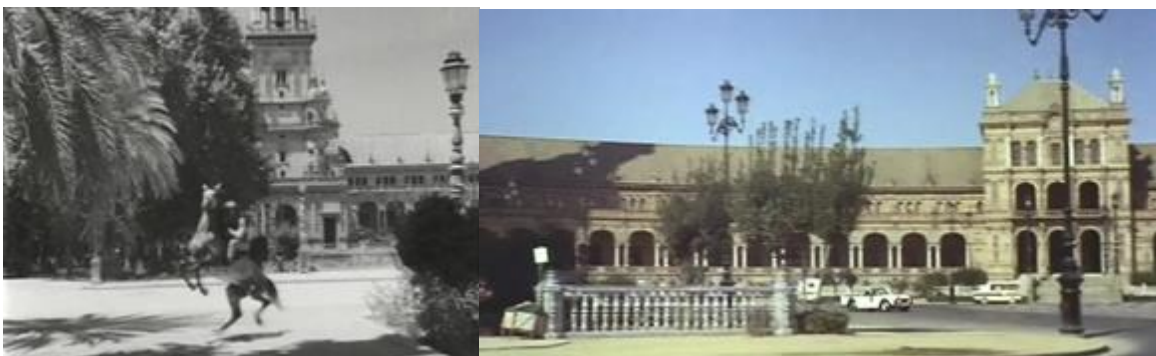
El último film nacional del periodo que nos ocupa se sitúa en la etapa tardofranquista (“Los duendes de Andalucía”, 1966). Dirigido por Ana Mariscal, este film se inserta en el movimiento de reacción de los cineastas frente a la deriva de los turistas a la Costa del Sol. De este modo, “Los duendes de Andalucía” reivindican la Andalucía “auténtica” y, aunque la película no deja de mostrar los esplendores turísticos de Marbella, trata de adentrarse en el verdadero universo andaluz. Uno de los signos de autenticidad que se desplegarán ante el turista será la Feria de Abril. Su todavía celebración en el Prado de San Sebastián, vinculan el evento al Parque de María Luisa y la Plaza de España



### 3.2. La visión internacional de la Plaza de España

La internacionalización de la Plaza de España en el cine llega de la mano de la primera coproducción España-Latinoamérica, tras los pactos del II Congreso Cinematográfico Hispanoamericano (1948): “Jalisco canta en Sevilla” (1949). Este film une los dos tópicos más reconocibles de ambos países (el charro cantor y la sevillana típica), que mantienen su primer encuentro en este espacio-abrazo entre España y sus naciones hermanas (ver Fotografía 11). Hay que destacar que la última coproducción con Latinoamérica de la muestra también utilizará el mismo espacio, pero ya para mostrar a una “motorizada” hermana San Sulpicio, que derrapa con su coche en una Plaza de España abierta al tráfico (“La novicia rebelde”, 1972; ver Fotografía 12).

**Fotografías 11 y 12.** Los charros pasean por la Plaza de España y se encuentran con Araceli a caballo (“Jalisco canta en Sevilla”, 1949), mientras que la hermana San Sulpicio viaja a Sevilla con su moderno coche (“La novicia rebelde”, 1972).



Fuente: Fotogramas de los films.

“Pan, amor y Andalucía” (1958) revela la innata capacidad de la Plaza de España para convertirse en escenario de grandes números musicales de prestigio para el cine español. Este aspecto ya se había puesto de relieve en una coproducción con la Columbia tres años antes (“Good-bye Sevilla”, 1955<sup>5</sup>), en la que Pedro de Córdoba y Maruja Díaz se unían a un nutrido grupo de bailaoras traídas de toda la provincia de Sevilla para protagonizar un espectacular número que culmina en la Plaza de España (ver Fotografía 13).

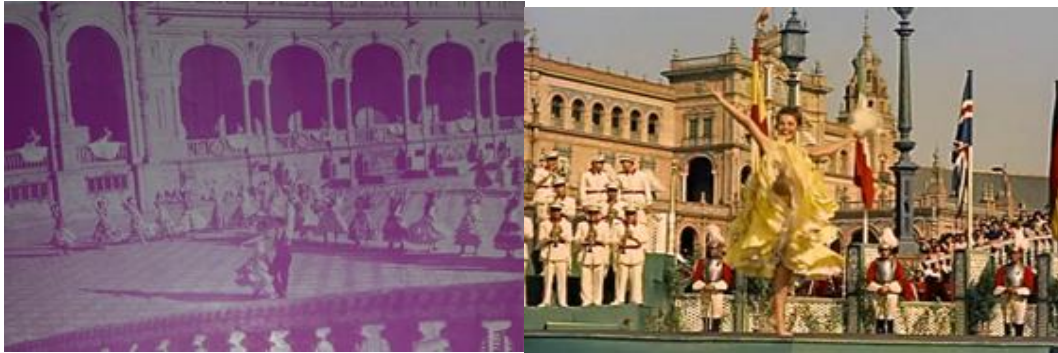
En “Pan, amor y Andalucía”, por su parte, serán Vittorio De Sica y Carmen Sevilla los que actúen, junto a la Banda Blanca de Sorrento, en el certamen de bandas que tiene lugar en la ciudad. El público, numerosísimo, se agolpa en los bancos que representan cada una de las provincias españolas para contemplar a Carmen Sevilla bailando la “Tarantella” de Rossini, convertida en “un sueño; no, mejor un símbolo: la encarnación viviente, palpitante, de Andalucía en flor”

---

<sup>5</sup> Este film, prácticamente inencontrable a día de hoy, ha sido analizado a través de material promocional de la época y, por este motivo, no forma parte de la muestra inicial.

(Segmento 9, 1:12:12,1 – 1:21:28,7; ver Fotografía 14).

**Fotografías 13 y 14.** Números musicales de “Good-bye Sevilla” y “Pan, amor y Andalucía”.



Fuente: Pressbook y fotograma del film.

Tal y como sucede en las producciones españolas con turistas, a principios de la década de 1960, la Plaza de España aparece en los films internacionales vinculada a la celebración de la Feria de Abril, cuyo Real se situaba entonces en las inmediaciones del Prado de San Sebastián. Así, en la segunda versión francesa de “La femme et le pantin” (1959, coproducción entre el país galo e Italia), la estrella Brigitte Bardot pasea por el Real de la Feria y persigue al protagonista masculino hasta la Plaza de España (ver Fotografía 15), donde este pasea en barca por el canal artificial con una de sus conquistas femeninas.

En el film británico “Tommy the Toreador” (1959) sucede otro tanto. La película comienza con una panorámica aérea de la Feria de Abril en el Prado de San Sebastián, con las torres de Plaza de España al fondo, seguidas por el animado ir y venir de sevillanos en el Real de la Feria que viven las fiestas y todos sus tópicos: caballistas, trajes de flamenca, colorido, bailes, atracciones, mujeres andaluzas, etc.

La producción norteamericana “Esencia de misterio” (1960), por su parte, constituye uno de los films pastiche más notables rodados en Andalucía. En Sevilla, los protagonistas disfrutaban de un magnífico castillo de fuegos artificiales entre la multitud en Feria. La gente baila sevillanas y flamenco sobre los puentes de la Plaza de España (ver Fotografía 16) y las calles de la ciudad, entre guirnaldas, serpentinas y atracciones. Como anécdota, cabe mencionar que la protagonista desaparece entre el gentío y, sorprendentemente, acaba entrando en la Mezquita de Córdoba y corriendo entre sus columnas.

**Fotografías 15 y 16.** La Plaza de España, vinculada a la Feria de Abril (“La femme et le pantin” y “Esencia de misterio”).



Fuente: Fotogramas de los films.

La coproducción España-EE.UU “La fuente mágica” (1963), por su parte, propone la imagen de la Avenida del Cid (que también aparecía en el film nacional “Los duendes de Andalucía”; ver Fotografía 17), así como con las torres de la Plaza de España y el Real de la Feria (caballistas, carruajes, trajes vistosos).

**Fotografía 17.** Las torres de la Plaza de España y el monumento al Cid, como entrada a la Exposición Iberoamericana y alrededores de la Feria de Abril (“La fuente mágica”).



Fuente: Fotograma del film.

### 3.3. La Plaza de España como plató de suplantación geográfica

Ya se ha hecho alusión al abandono de la Plaza de España a mediados de la década de 1960 por parte de las producciones nacionales, cuyos equipos de rodaje desembarcaban directamente en la Costa del Sol. A este le sucederá otro fenómeno, ya que, a partir de ese momento, la Plaza de España pierde su papel como símbolo de Andalucía en las producciones extranjeras y se convierte en escenario ideal para la suplantación geográfica.

Así, como bien indica Hernández Ramírez (2004: 508), “[...] las películas extranjeras que fueron rodadas en Sevilla [...] no se centra[ro]n en historias costumbristas y románticas sobre Andalucía”, sino que “los filmes hicieron uso de los principales monumentos de la ciudad como el escenario adecuado para ambientar aventuras que en la ficción discurrían en alejadas tierras árabes”. El ejemplo más destacado por la literatura académica y el imaginario popular ha sido

“Lawrence de Arabia” (1962), pero también cabe recordar el estimable film “El Viento y el León” (1975); producciones que, afianzando el imaginario maurofílico de la región, contribuyeron a convertir Andalucía en un plató de cine y a eclipsar las producciones con turistas en la Plaza de España.

La primera, además, protagoniza uno de los casos más relevantes de suplantación geográfica, por cuanto que la Plaza de España sirve tanto para localizar el Cuartel General británico en El Cairo en su edificio central, como para decorar con minaretes exóticos la ciudad de Damasco utilizando las dos torres regionalistas diseñadas por Aníbal González. Asimismo, la bibliografía especializada ha obviado el rodaje en uno de los espacios interiores más característicos de la Plaza. Así, se admite popularmente que el Club de Oficiales, en el que tienen lugar escenas cruciales para el protagonista, se trata de la cafetería del Hotel Alfonso XIII cuando, realmente, se rodó en el patio del edificio principal (ver Fotografías 18 y 19). Un estudio detallado de ambas localizaciones permite corroborar el error, extendido tanto en trabajos académicos como en internet.

**Fotografías 18 y 19.** Patio del edificio central de la Plaza de España, donde se localizó el “Club de Oficiales” de El Cairo (“Lawrence de Arabia”, 1962) y fotograma del film.



Fuente: Material promocional de la Exposición Iberoamericana de 1929 (colección de las autoras) y fotograma del film.

Otra producción que marcaría un antes y un después a la hora de concebir el imaginario turístico-cinematográfico de la Plaza de España es “Star Wars. Episodio II: El ataque de los clones” (George Lucas, 2002). En ese sentido, Hernández Ramírez (2004: 513) aprecia que *“el estilo neo-mudéjar de la Plaza de España y de otros edificios de la Exposición del 29 es seleccionado reiteradamente por las productoras internacionales como exótico decorado no sólo de entornos orientales sino incluso de mundos extraterrestres”* (Hernández Ramírez, 2004: 513). De este modo, las películas pasan de escenificar la visita del turista en la Plaza de España a incitar la visita de un turismo motivado por geografías de ficción. Porque *“para muchos turistas [...] pasear por la Plaza de España son experiencias que justifican el viaje, pues al poder mirar y palpar lo que antes ha sido presentado virtualmente en la gran pantalla se produce “el milagro” que convierte en realidad una quimera”* (Hernández Ramírez, 2004: 504). El “milagro” de la transformación que va desde la arquitectura “tradicional” del cine franquista a los futuristas palacios de una galaxia muy, muy lejana. El “milagro” que le ha valido ser nombrada “Tesoro de



Journal of Tourism and Heritage Research (2020), vol, nº 3, nº1 pp.427-453. Romero-Ternero.M & Puche-Ruiz. M “The Plaza de España in Seville. From being considered a symbolic setting to become a touristic and cinematographic treasure”

---

la Cultura Cinematográfica Europa” por parte de la Academia de Cine Europeo y continuar siendo utilizada por producciones Bollywood como “Akhil” (V.V. Vinayak, 2015) o “Mister” (Sreenu Vaitla, 2017).

### **3. RESEÑA SOBRE LA GOBERNANZA Y LA GESTIÓN DEL TURISMO DEL CONJUNTO ARQUITECTÓNICO**

Tras realizar un apunte histórico de la sociedad que la construyó y de su patrimonialización el celuloide durante los periodos “El cine como propaganda” (1923-1939), “Años de plomo” (1940-1959) y “El turismo es un gran invento” (1960-1975) hasta llegar a nuestros días, se percibe necesario indagar más allá, con el fin de identificar el enfoque aplicado en relación a su gobierno y la atención prestada a la Plaza de España dentro de las políticas y la administración turística local.

Cabe recordar que, actualmente, el conjunto monumental acoge instituciones tan dispares como el Cuartel General de la Fuerza Terrestre, el Museo Histórico Militar de Sevilla, o diferentes áreas de la administración periférica del Estado: la Delegación del Gobierno en Andalucía (Ministerio de Política Territorial y Función Pública) o la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir (Ministerio para la Transición Ecológica). La implantación de estas áreas provoca la imposibilidad de la Junta de Andalucía para incoar un expediente de declaración patrimonial, dado que se trata de un enclave de titularidad estatal, afectado por servicios públicos del Gobierno de España

La práctica turística, sin embargo, pertenece a un ámbito mucho más intangible: la industria de los viajes y el ocio, base para crear realidades múltiples, físicas y virtuales, que transforman la cultura en mitos, disfrute y espectáculo, un mundo ficcionado (Baudrillard, 2009) y configuran el viaje imposible (Augé, 1998). Tal y como afirma Barreto (2007: 12), “*el turismo incluye, de un lado, la planificación y, del otro, la comercialización, que en determinado momento deben interactuar pero que deben ser separados desde el punto de vista conceptual*”. La dicotomía entre uso material y significado simbólico se acentúa, por tanto, en el espacio que nos ocupa.

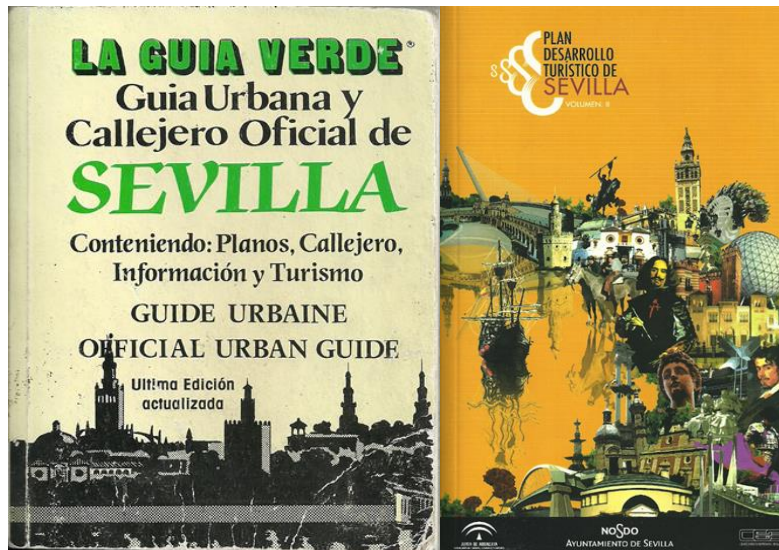
Esta dificultad de gestión condujo a un deterioro evidente de la Plaza de España a principios del siglo veintiuno. Y sin embargo, nunca dejó de aparecer en el inventario de recursos turísticos más atractivos de la ciudad; aspecto que corrobora su fuerza icónica. De ese modo, hay que señalar que, a pesar del abandono institucional, la Plaza de España fue representada en guías de turismo con la misma intensidad que el resto de atractivos turísticos de Sevilla. Ejemplo de ello es la Guía Urbana de la década de 1980, en la que sus dos torres acompañan a las otras torres famosas de la ciudad: la Torre del Oro y la Giralda (Fotografía 20).

Es en ese momento de declive patrimonial cuando el gobierno local decide actuar, en su deseo de integrar oficialmente el espacio en el sistema turístico sevillano, a través del Consorcio “Turismo de Sevilla” (actual Agencia de Turismo de Sevilla). Así, el Plan de Desarrollo Turístico de Sevilla (2006-2009; ver Fotografía 21) contemplaba “*un itinerario piloto: la Sevilla del 29*”, en el que se incorporaba tanto el entorno de la Plaza de España como sus alrededores.

Journal of Tourism and Heritage Research (2020), vol, nº 3, nº1 pp.427-453. Romero-Ternero.M & Puche-Ruiz. M “The Plaza de España in Seville. From being considered a symbolic setting to become a touristic and cinematographic treasure”

---

**Fotografías 20 y 21.** Portadas de “La Guía Verde. Guía Urbana y Callejero Oficial de Sevilla” (1985) y del Plan de Desarrollo Turístico de Sevilla. Volumen II. Donde se recoge “*un itinerario piloto: la Sevilla del 29*”.



Fuente: Material bibliográfico. Colección de las autoras.

Por un lado, su inclusión en el inventario de recursos indica la permanencia extraoficial de este espacio como icono simbólico sevillano. Por otro, en el documento todavía se advierte de la “*insuficiente explotación de los recursos patrimoniales y monumentales, y reducida dinamización turístico-cultural del patrimonio*” (Ayuntamiento de Sevilla, Diputación Provincial de Turismo, Junta de Andalucía, Confederación de Empresarios de Sevilla, Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Sevilla). Cabe indicar que el plan recogía un aumento en la “*concienciación de las autoridades locales y de la ciudadanía de la importancia del turismo para la ciudad*”, así como la voluntad de buscar una mayor implicación de la sociedad civil y sostenibilidad en el impulso turístico (Arcarons Simón & Miralbell Izard, 2012).

Por todo ello, desde el punto de vista de su mantenimiento por parte de la Administración, se aprecian incongruencias y desajustes entre la ficción y la realidad, dada la complejidad del espacio; complejidad que subraya tanto su valor monumental, como la infrutilización del conjunto arquitectónico para el disfrute turístico. Así, se entrevé un claro déficit en el enfoque de su gobernabilidad, que afecta especialmente a la manera en que se atiende a la Plaza de España como recurso y espacio social, con el trasfondo subyacente de la sensibilidad aplicada en la toma de decisiones, la actitud política y la forma en que se integran todos estos elementos. Porque, más allá de su vertiente espectacular para el turismo, se trata de un espacio que habría que gestionar desde múltiples perspectivas: la cuestión antropológica, el epifenómeno de lo simbólico (historia, época, cultura...), la didáctica, lo lúdico, lo universal...

#### 4. IMPRESIÓN DE SIGNIFICADOS EN ITINERARIOS URBANOS: TURISTAS Y RESIDENTES

Hoy en día, el gobierno del espacio interesa mucho más por lo que se puede experimentar a través de él que por la lógica de su logística e infraestructura, transformando a los receptores o anfitriones en emisores. Esto convierte a la Plaza de España en uno de los elementos que definen tanto la identidad turística como la de los residentes. En la Plaza se condensa, por un lado, la fijación del tiempo a través de la política local de preservación y transformación cultural frente a lo fugaz y lo fragmentario del viaje turístico. En el presente epígrafe se analiza una amalgama de producciones culturales locales manifestadas recientemente en la Plaza de España por parte de turistas y residentes.

En primer lugar, se percibe un *Yo colectivo* dentro de los discursos y las narrativas de identidad por parte de los residentes. Esta práctica se puede reconocer en noticias vinculadas a eventos como la “Carrera de la Mujer” o la celebración del Orgullo LGTBI. Así, cobran relevancia noticias como “La marea rosa vuelve a las calles de Sevilla” (El Correo de Andalucía; Fotografía 22) o “La Delegación del Gobierno en Andalucía iza por primera vez la bandera arcoiris LGTBI en la Plaza de España de Sevilla” (Europa Press; Fotografía 23).

**Fotografías 22 y 23.** Fotonoticias Europa Press y El Correo de Andalucía (2019)



Fuente: Internet

De este modo, a día de hoy se proyecta la transformación cultural en torno a la temática de identidad LGTB en un espacio tan emblemático de la ciudad de Sevilla como es la Plaza de España, una realidad que, décadas atrás, no era posible ni visible en las agendas políticas y públicas, y que en la contemporaneidad ha cobrado importancia desde lo glocal (Robertson, 2012). Este efecto se produce como resultado de las tensiones producidas alrededor de la diversidad y de los derechos humanos, marcando un modelo de sociedad más transgresor y abierto

(UNESCO). Asimismo, esta lógica se expresa en un proceso de re-significación de las identidades en función de un espacio específico y singular para los residentes, cercano a lo legítimo, incluyendo esa proyección en la organización social de la ciudad.

Otro ejemplo sería el vínculo cultural asociado a nuestro objeto de estudio a través del desfile de personajes de *Star Wars* desde el Casino de la Exposición hasta la Plaza de España, con un objetivo solidario. Así lo narra el canal de televisión autonómico Canal Sur bajo el titular “*Las tropas imperiales toman las calles de Sevilla*” (ver Fotografía 24): “*Miles de personas salieron a la calle para vivir el X Training Day Sevilla - 501st Legion-Spanish Garrison el pasado Sábado 27 de Octubre [2018]. Un gran desfile solidario con cerca de 300 participantes donde se recaudaron fondos para Fundación Pequeño Deseo y PROEM - AID*”.

Uno de los participantes afirmaba que: “*es como un recuerdo de la infancia que une generaciones, las generaciones antiguas con las nuevas, y...algo mítico del cine...[que significa] muchísimo, he visto todas las películas y los recuerdos de cuando era pequeño y revivirlo, navidad tras navidad...¡con la familia!*”. En ese sentido, hay que destacar que las instituciones, los residentes, los turistas o los medios de comunicación utilizan las nuevas tecnologías como forma de imprimir significados (a través el uso del hashtag, #), y promocionar eventos asociados a un tema en concreto en redes sociales como Instagram, Facebook y Twitter. No es de extrañar, por tanto, que durante el desfile solidario abundara la terminología sobre las tropas imperiales de *Star Wars*, vinculándolas con la ciudad de Sevilla: #501stLegion #SpanishGarrison #BadGuysDoingGood #StarWars #TrainingDay #TrainingDaySevilla #StarWarsSevilla”.

**Fotografía 24.** Imagen de la noticia. “*X Training Day Sevilla 2018 — Canal Sur, Facebook*”.



Fuente: Internet

Otro ejemplo del uso que actualmente se hace de las nuevas tecnologías es la promoción de espacios como marcos excepcionales para la celebración de eventos planetarios. Tal fue el caso de la plataforma Twitter anunciando el #MTVWorldStage en la Plaza de España de Sevilla (ver



Journal of Tourism and Heritage Research (2020), vol, nº 3, nº1 pp.427-453. Romero-Ternero.M & Puche-Ruiz. M “The Plaza de España in Seville. From being considered a symbolic setting to become a touristic and cinematographic treasure”

Fotografía 25), a través de la cuenta oficial de Formula TV (portal líder de televisión en español). La celebración de este evento remite tanto al uso primigenio de la Plaza de España como sede inaugural de la Exposición Iberoamericana como a su condición de privilegiado plató musical durante la década de 1950.

Sin embargo, conviene tener en cuenta que estos grandes eventos o encuentros culturales pueden entrar en conflicto con la gestión de las infraestructuras, dada la capacidad de carga del lugar, dificultando incluso el acceso al conjunto patrimonial (ver Fotografía 26, de un usuario que lamenta la decepción de los visitantes al no poder visitar la Plaza). Es interesante enfatizar lo necesario de gestionar la posición de los residentes (que desean hacer uso de un espacio convertido en icono cultural de la ciudad) y de los turistas (que empuja al negocio local, a la idea de explotar la Plaza de España como recurso). ¿Se preocupan los turistas por ver detrás de la escena? ¿Establecen barreras simbólicas los residentes? (MacCannell, 2003).

**Fotografías 25 y 26.** Las dos caras de los premios MTV en Sevilla. Imágenes de las cuentas de twitter mencionadas.



Fuente: Internet

Otra referencia de producción cultural que afecta a lo local es la forma en que se materializa el propósito de satisfacer las necesidades de información que tienen los turistas y visitantes a la hora de configurar sus itinerarios. Por ello, en este análisis resulta crucial recoger la perspectiva sobre la Plaza de España como monumento clave en la dinámica de los viajeros actuales, tras ser declarada como espacio de prestigio turístico en redes sociales:

*“TripAdvisor ha anunciado los ganadores de sus premios Travellers’ Choice Sitios de Interés turístico 2018, que revelan los lugares más espectaculares del mundo teniendo en cuenta los comentarios y las clasificaciones de sus usuarios durante un periodo de 12 meses. En esta edición, se han otorgado reconocimientos a 759 sitios de interés en 68 países y 8 regiones... A nivel europeo, España cuenta... con la Plaza de España de Sevilla en primer lugar... en la lista de ganadores de Europa... España presenta su listado de los 10 lugares más apreciados por los usuarios de TripAdvisor según los premios Travellers’ Choice 2018: 1 – Plaza de España, Sevilla (Smart Travel News, 2018).*

En este contexto, que favorece su difusión gráfica y audiovisual, llama la atención el

desarrollo de la actividad artística que despierta el monumento andaluz. No extraña que sus visitantes la fotografíen y den rienda suelta a su instinto creativo, colgando sus obras en la red. Ejemplo de ello resulta la plataforma de la comunidad viajera *Minube*. El viajero de la Fotografía 27 expresa lo siguiente: “*It's no coincidence that the Plaza de España has been the set for many movies (Lawrence of Arabia, Star Wars, etc.) thanks to its masterful architecture... It's simply so photogenic that I never get tired of snapping it from all angles*”<sup>6</sup>.

**Fotografía 27.** Plaza de España "PanHDR".Sevilla.



Fuente: Usuario plataforma <https://travellers.minube.net/jesussanchezgonzalez>.

## 5. DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

Tras casi un siglo de uso intenso por parte de sevillanos y turistas, se reconoce a la Plaza de España como espacio espectacular, con una capacidad funcional diversa que aporta gran complejidad a su gestión. Este trabajo, necesariamente limitado por tratarse de una primera aproximación, confirma la patrimonialización colectiva del objeto de estudio e intenta transmitir la necesidad de gestionar el espacio como fenómeno en su conjunto, aunando las diferentes visiones de su realidad social.

Las fuentes bibliográficas indican que su gestación responde a un modelo en el que se imponía el deseo de monumentalidad, y al mismo tiempo, ponen de relieve la transgresión que supuso la adscripción de su creador al movimiento regionalista. También se ha visto que, aun a pesar de esa transgresión, de su majestuosidad y belleza, el monumento pasaría a convertirse en canon arquitectónico y a quedar condicionado por un uso distinto al que inicialmente se destinó. Sin duda, estas circunstancias han complicado la gobernanza y la gestión del turismo en dicho espacio, dada su consideración como patrimonio cultural colectivo y, a la vez, su utilización como dependencias técnicas de la administración del Estado.

En ese sentido, hay que tener en cuenta que la Plaza es lugar de encuentro de convocatorias públicas en las agendas ministeriales, de la Junta de Andalucía y del gobierno local, verificándose

---

<sup>6</sup> No es casualidad que la Plaza de España haya sido escenario de muchas películas (Lawrence de Arabia, Star Wars, etc.) gracias a su magistral arquitectura... Es simplemente tan fotogénico que nunca me canso de capturarlo desde todos los ángulos”. Traducción de las autoras.

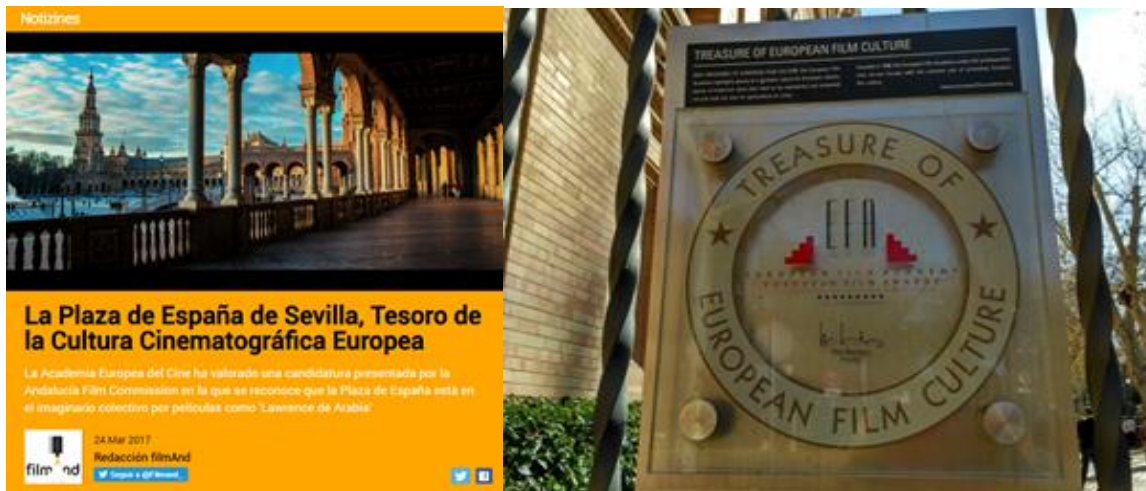
como espacio de comunicación consagrado, donde existe un uso simbólico para transmitir lo legítimo y lo oficial. Cabe recordar, a este respecto, que uno de los fines del proyecto arquitectónico era utilizarlo “*a manera de stadium, para celebrar toda clase de espectáculos al aire libre*” (Pérez Escolano, 1986). Pero este hecho encierra una desventaja, dado que su carácter de instrumento político también lo convierte en controvertido punto de disputa entre sensibilidades diferentes.

Esta realidad fragmentada y poco cohesionada entre sectores y administraciones requiere de un gobierno en cooperación, más comprensivo e integrador, que provea de coherencia cultural a las relaciones sociales que se dan en el espacio. De este modo, la legitimidad del valor simbólico de la Plaza de España en el marco de la política local se debería fundamentar en su valor como recurso (didáctico, turístico, patrimonial y lúdico, incluido en ello el recurso fílmico o cinematográfico), sin dejar atrás el compromiso y la sensatez del cuidado de tal patrimonio colectivo. En ese sentido, este trabajo aporta algunos apuntes clave para la implementación de políticas eficaces en el futuro, si bien se percibe necesario indagar en estudios posteriores en torno a su transformación como espacio vivido.

Como recurso y fenómeno socio-cultural para la ciudad de Sevilla, hay que hacer hincapié en el hecho de que la Plaza de España, tras unos inicios turísticos titubeantes, ha aparecido insistentemente tanto en guías y planes de desarrollo turístico como en producciones fílmicas, dentro de la configuración de la imagen cinematográfica en el espacio patrimonial sevillano y la creación de un mundo ficcionado a través del tiempo. Así, la Plaza de España se convierte en símbolo de tradición y exotismo hollywoodiense, a través de las producciones cinematográficas del siglo veinte, y en espacio de vanguardia y tesoro turístico-cinematográfico en el veintiuno, articulando nuevas ideas inclusivas de europeidad, creando historia y memoria, ya no únicamente local, sino europea, y jugando un papel constitutivo con su espacio en la producción y en el imaginario colectivo europeo.

De este modo, “*la Academia Europea del Cine ha reconocido a la Plaza de España de Sevilla como Treasure of European Film Culture (Tesoro de la Cultura Cinematográfica Europea), a partir de una candidatura presentada por la Andalucía Film Commission, y respaldada por la Junta de Andalucía, el Ayuntamiento de Sevilla, la RTVA y el Festival de Cine Europeo de Sevilla... [L]a Plaza de España entra así en una selecta nómina en la que hasta ahora solo estaban otros ocho lugares europeos*” (Redacción FilmAnd, 2017; ver Fotografías 28 y 29).

**Fotografías 28 y 29.** Plaza de España de Sevilla, Tesoro de la Cultura Cinematográfica Europea. Impresión de pantalla [1] Fotografía: Treasure of European Film Culture. Placa conmemorativa en Plaza de España, Sevilla. Fecha exposición: 29.12.19 [2].



Fuente: Internet [1] Autoras [2].

Porque la Plaza de España de Sevilla ha sido y es un espacio que refleja una serie de dimensiones sociales, simbólicas, estéticas y económicas, ligadas absolutamente a un proceso social; un lugar donde convergen múltiples fenómenos, y ello se ha traducido durante décadas en la creación de itinerarios urbanos y producciones culturales, que hoy en día buscan apoyarse en las nuevas formas de relacionarse de la red virtual.

Sin duda, desde el punto de vista de las tendencias contemporáneas que afectarán al desarrollo, tanto del turismo cultural como de las producciones locales en la Plaza de España, habrá de destacar la innovación, que influye de manera decisiva en la provisión de servicios locales y turísticos. Solo a través de ella puede quedar abierta la búsqueda de mediación para los conflictos dentro de su gobernanza, con el fin de canalizar lo que se comunica desde un punto de vista glocal, para atender a nuevos conceptos y dispositivos capaces de garantizar el logro de un gobierno holístico en su manera de gestionar el turismo y la cultura local.

## BIBLIOGRAFÍA

Anónimo (1929). *Exposición Ibero Americana (15 de marzo de 1929)*. Sevilla: Talleres Tipográficos A. Padura.

Anónimo (1929). *Sevilla. Exposición Ibero-Americana*. Barcelona: Oliva de Vilanova, Impresor.

Augé, M. (1998). *El viaje imposible: el turismo y sus imágenes*. Barcelona: Gedisa.

Barretto, M. (2007). Turismo y cultura. Pasos. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 176.



Journal of Tourism and Heritage Research (2020), vol, nº 3, nº1 pp.427-453. Romero-Ternero.M & Puche-Ruiz. M “The Plaza de España in Seville. From being considered a symbolic setting to become a touristic and cinematographic treasure”

---

Baudrillard, J. (2009). *La sociedad de consumo: sus mitos, sus estructuras* (Trad.) Alcira Bixio; estudio introductorio de Luis Enrique Alonso. Madrid: Siglo XXI de España.

Calderón Bailón, J. (2018). La importancia del Citybranding en el turismo. *Journal of Tourism and Heritage Research*, vol 1 (1), 1–14.

Colón Perales, C. (1993). *Sevilla: ciudad de deseo (De Pierre Louÿs a Joseph Von Sternberg)*. Sevilla: Productora Andaluza de Programas.

Conill M. (2019). Analysis of the touristic-cultural mediation in all’aperto heritage sites of Barcelona: the case of ciutat vella and Sarrià-sant Gervasi. *Journal of Tourism and Heritage Research*, vol. 2 (3), 176–194.

El Correo de Andalucía (6 de octubre de 2019). “La marea rosa vuelve a las calles de Sevilla”. Recuperado el 5 de enero de 2019 a partir de <https://elcorreoweb.es/agenda/la-marea-rosa-vuelve-a-las-calles-de-sevilla-YN5870212>.

Europa Press (28 de junio de 2019). *La Delegación del Gobierno en Andalucía iza por primera vez la bandera arcoiris LGTBI en la Plaza de España de Sevilla*. Recuperado el 17 de diciembre de 2019 a partir de <https://www.europapress.es/andalucia/sevilla-00357/noticia-delegacion-gobierno-andalucia-iza-primera-vez-bandera-arcoiris-lgtbi-plaza-espana-sevilla-20190628090742.html>.

Facebook, X Training Day Sevilla - Canal Sur: <https://www.facebook.com/501stspanishgarrison/videos/x-training-day-sevilla-canal-sur/1062802367232498/>. Fecha consulta: 20.12.19

FilmAnd (24 de marzo de 2017). “La Plaza de España de Sevilla, Tesoro de la Cultura Cinematográfica Europea”. Recuperado el 30 de diciembre de 2019 a partir de <http://filmand.es/la-plaza-espana-sevilla-tesoro-la-cultura-cinematografica-europea/>.

García Parody, M.A. (2016). La Exposición Iberoamericana de 1929. *Arte, Arqueología e Historia*, 22, 83–92.

Hemeroteca AI. *PATRIMONIO Reclama un plan urgente de conservación para revertir el “olvido” municipal. Pimentel pide actuar en la Plaza de España*. <https://andaluciainformacion.es/hemeroteca-pdf/>. <https://andaluciainformacion.es/andalucia/867094/cs-reclama-un-plan-urgente-para-la-plaza-de-espana/>. Fecha consulta: 22.12.19

Hernández Ramírez, J. (2004). “Turismo inducido. La configuración de la imagen turística de Sevilla a través del cine comercial”. En *Actas del I Congreso Internacional Patrimonio, Desarrollo Rural y Turismo en el siglo XXI*, Vol. II (pp. 503-515). Sevilla: Universidad de Sevilla. Escuela Universitaria Francisco Maldonado de Osuna (Sevilla).

La Vanguardia (28 de junio de 2019). La Delegación del Gobierno en Andalucía iza por primera vez la bandera del Orgullo. Recuperado el 17 de diciembre de 2019 a partir de <https://www.lavanguardia.com/local/sevilla/20190628/463144826822/andalucia-sevilla-delegacion-gobierno-parlamento-bandera-lgtbi.html>.

Journal of Tourism and Heritage Research (2020), vol, nº 3, nº1 pp.427-453. Romero-Ternero.M & Puche-Ruiz. M “The Plaza de España in Seville. From being considered a symbolic setting to become a touristic and cinematographic treasure”

---

MacCannell, D. (2003). *El turista: Una nueva teoría de la clase ociosa*. Sociología. Barcelona: Melusina.

Macdonald, S. (2013). *Memorylands heritage and identity in Europe today*. London ; Routledge.

Martínez Velasco, J., Rodríguez-Sañudo, F., Vela, A. (1984). *Postal de Sevilla*. Sevilla: Publicaciones del Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Sevilla, Obra Cultural.

Medianero Hernández, J.M. (1992). “La opción por el pasado en la orientación artística de la Exposición Iberoamericana”. En VV.AA.. *Recuerdos de la Exposición Ibero-Americana (1929-1930)*. Sevilla: Ayuntamiento de Sevilla y Comisaría de la ciudad de Sevilla para 1992.

Montoto, S. (1930). *Sevilla*. Madrid: Patronato Nacional del Turismo, Espasa-Calpe.

Mora Piris, P. (2018). *Idea, lenguaje y simbolismos en la Plaza de España de Sevilla*. Sevilla: Punto Rojo Libros S.L.

Morales Martínez, A.J. (2006). Sevilla, la Exposición Ibero-americana de 1929 y la Exposición Universal de 1992. *Artigrama*, 21, 125–145.

Patronato Nacional del Turismo (1929). *Sevilla (230 láminas)*. Santander: Aldus S.A. de Artes Gráficas.

Pérez Escolano, V. (1986). La Plaza de España Monografía. *Aparejadores: Boletín del Colegio Oficial de Aparejadores y Arquitectos Técnicos de Sevilla*, 17, pp. 23–30.

Pink, S. (2008). Mobilising Visual Ethnography: Making Routes, Making Place and Making Images. *Forum: Qualitative Social Research*, 9 (3).

Puche-Ruiz, M.C. (2019). *Imagen e Identidad Territorial. El cine cómo instrumento de análisis del turismo en Andalucía (1905-1975)* (Tesis doctoral inédita). Sevilla: Universidad de Sevilla.

Rodríguez Bernal, E. (2006). *La Exposición Ibero-Americana de Sevilla*. Sevilla: Instituto de la Cultura y las Artes (ICAS).

Romero-Ternero, M.J. (2017). *Turismo y Patrimonio Etnológico. Aplicación dialógica al caso de procesos sobre dinamización ciudadana* (Tesis doctoral inédita). Sevilla: Universidad de Sevilla.

Smart Travel News. “TripAdvisor revela los lugares de interés mejor valorados en todo el mundo”. Recuperado el 22 de diciembre de 2019 a partir de <https://www.smarttravel.news/2018/05/22/tripadvisor-lugares-interes-2018/>.

Solís Burgos, J.A. (2000). La Plaza de España de la Exposición Iberoamericana de Sevilla. El proceso de ejecución. En Graciani, A., Huerta, S., Rabasa, E. Tabales, M. (eds.), *Actas del Tercer Congreso Nacional de Historia de la Construcción* (pp. 1057-1068). Madrid: I. Juan de Herrera, SEDHC, U. Sevilla, Junta Andalucía, COAAT Granada, CEHOPU.

Storm, E. (2013). “Una España más española. La influencia del turismo en la imagen nacional”. En Moreno Luzón, J., Núñez Seixas, X.M. (Eds.), *Ser españoles. Imaginarios nacionalistas en el siglo XX* (pp. 530-560). Barcelona: RBA.

Journal of Tourism and Heritage Research (2020), vol, nº 3, nº1 pp.427-453. Romero-Ternero.M & Puche-Ruiz. M “The Plaza de España in Seville. From being considered a symbolic setting to become a touristic and cinematographic treasure”

---

UNESCO. Socios sobre la violencia homofóbica y transfóbica en el contexto educativo <https://es.unesco.org/themes/homophobic-and-transphobic-violence-education/partners>. Fecha consulta: 17.12.19

UNESCO. Nuestra diversidad creativa: informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo, versión resumida: [https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000105586\\_spa](https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000105586_spa). Fecha consulta: 30.12.19.