

## **ANDALUCÍA: UNA IMAGEN EN EUROPA.**

**Luis Méndez Rodríguez. Universidad de Sevilla.**

**Rocío Plaza Orellana. ESAD: Sevilla.**

El Romanticismo y su nueva percepción del mundo y del hombre, los cambios tecnológicos que deparó la industria, la incorporación de nuevos medios de transporte como el ferrocarril y el barco a vapor, junto con importantes cambios sociales, políticos, y económicos, hicieron que el concepto de viaje fuese mutando a lo largo de las décadas del siglo XIX. Un mundo que por primera vez se ponía literalmente en movimiento. De tener unas características educativas y culturales, el viaje se identificará a partir de la década de 1820 con el mundo del turista, y, por tanto, asociado a la diversión y al ocio. Si a este fenómeno le sumamos un cambio de mentalidad con la aparición del Romanticismo, que va a ensalzar por encima de todo a los sentidos, tendremos la base de lo que sería el nacimiento del turismo, que tendrá un desarrollo espectacular con la revolución del transporte.

La introducción de los ferrocarriles y de los barcos de vapor transformaron las oportunidades de viajar, de manera más rápida y cómoda. A partir de los años cuarenta hay una explosión en el número de viajes hasta convertirse en un hábito social, que convierte al viaje de recreo en una actividad de ocio relativamente nueva. A esto hemos de sumar la bonanza económica que repercutió en un rápido crecimiento de la población y de la riqueza. La burguesía se sumó al mundo del viaje. Lo hizo en su búsqueda de los monumentos, atraídos por el exotismo de Oriente, por las emociones y por los paisajes. Se exploran lugares recónditos, cuando todo está descubierto, se busca precisamente lo que no se conoce, lo diferente, lo que asombra, lo pintoresco. Es el viaje del hombre moderno, que busca aventura, la tragedia y la emoción. Desde la década de 1850 los viajeros acudían en mayor número hasta Andalucía, gracias sobre todo a las ventajas que ofrecían los nuevos medios de transporte como eran el ferrocarril. También comenzó a concentrarse los visitantes ante determinados eventos que cobran una enorme popularidad en algunas ciudades. Fue el caso por ejemplo de las fiestas de primavera en Sevilla, que entre Semana Santa y Feria de Abril comenzaron a reunir a un



mayor número de visitantes. El propio Eugène Poitou llegó en Semana Santa a la capital hispalense:

Las celebraciones de Semana Santa atraen a Sevilla a un gran número de extranjeros. Vienen de treinta lenguas alrededor. Los hoteles están completos y los precios se han duplicado. (...) Nos explicaron que las ceremonias religiosas y las procesiones inundan Sevilla los tres últimos días de la Semana Santa. Durante estos tres días, la vida cotidiana está como suspendida en toda la ciudad, las tiendas están cerradas, los museos cerrados, en las iglesias los cuadros tapados e invisibles, y tampoco se pueden visitar los monumentos públicos. Por esta razón tomamos medidas para aprovechar el tiempo que nos quedaba antes del comienzo de las fiestas. Entre hoy y los dos días siguientes nos propusimos visitar el Alcázar, el Museo, la Caridad y la Fábrica de Tabacos (Poitou, 2004, 50-51).

Unos años más tarde, la empresa de viajes de Thomas Cook organizó el primer tour turístico a la península ibérica. En 1872 el grupo de turistas recorrió el país detrás de las huellas de los tópicos creados por los viajeros románticos. El tour se detenía especialmente en Madrid, para seguir hasta Andalucía, que sería con creces la estancia más dilatada. El grupo realizó paradas en Sierra Morena, Córdoba, Granada y Sevilla, para después seguir hasta Valencia y Barcelona. Tradición, progreso y exotismo se funden en un destino anhelado por estos nuevos viajeros que visitan ciudades como Córdoba, Sevilla, Granada o Ronda, que comienzan entonces una andadura turística, cuyos rasgos básicos se mantienen en la actualidad. La imagen de su patrimonio se revitaliza constituyendo el principal recurso turístico de las ciudades históricas andaluzas aún hoy en día. Así, lo pone de manifiesto los testimonios de algunos de los viajeros que hicieron el viaje con esta compañía. En 1873, J. B. Stone publicó un libro de viajes, *A tour with Cook through Spain*, donde había reunido las cartas escritas durante el primer viaje de Cook a España. En estas epístolas da cuenta de la importancia de estas ciudades históricas y de los paisajes andaluces. Cada relato va su vez ilustrado con fotografías tomadas por el propio autor, siguiendo el proceso del autotipo. Stone destaca entre los monumentos que visitaron aquellos que habían formado parte del imaginario del viajero de la primera mitad del XIX: la Catedral de Córdoba, la Alhambra, la Giralda o el Alcázar de Sevilla (Stone, 1873).



No puede resultar extraño que a medida que se fue consolidando la imagen estereotipada de Andalucía, los andaluces la asumiesen y la comercializasen como un producto turístico. La “venta” de Andalucía se produjo a través de sus principales monumentos, surgiendo los primeros pasos de una industria turística que comienza a establecerse de forma intuitiva hasta comercializarse. Desde la década de 1830 se accedía a los principales monumentos con autorización. En el caso de la Alhambra, los visitantes debían contar con un permiso por escrito del contador que se entregaba al portero, que hacía las veces de guía.

Resulta muy interesante que a la llegada de los viajeros a Granada fuesen abordados tanto por guías locales para explicarles los monumentos como por los propietarios de los cercanos hoteles para que se instalasen en sus establecimientos. Incluso, en el interior de la Alhambra, habían surgido pequeños hoteles que añadían un confort al visitante, además de contar con vistas privilegiadas. Algunos viajeros, siguiendo las peripecias de Washington Irving, llegaron a la conclusión de que la mejor manera de entender la Alhambra consistía en poder contemplarla a cualquier hora del día: al amanecer, bajo el sol del mediodía, a la hora del crepúsculo o por la noche. En este sentido, podemos señalar como en muchos libros de viajes se deja constancia de los amaneceres que sus autores contemplaron desde las ventanas de sus dormitorios. De este modo, quedaba claro que el escritor había estado in situ, era un espectador cualificado que desde la ventana de su hotel, convertida en una atalaya, miraba un paisaje singular. Algo similar hizo el propio Irving cuando instaló un telescopio en la Alhambra para contemplar a los granadinos. Recursos habituales posteriormente por los primeros carteles turísticos que recuerdan a las figuras románticas que miraban desde los miradores de la Alhambra, adquiriendo así la contemplación de un paisaje un valor excepcional gracias a este punto de vista privilegiado.

La presentación de la Alhambra como un lugar ideal desde el que mirar tiene tanta importancia, en la configuración de su imagen mítica, como la del objetivo privilegiado de la mirada. La apertura en los conjuntos históricos de miradores no hará sino codificar de nuevo el privilegio de un determinado lugar desde el que mirar y la ubicación del viajero en él. La simbiosis entre mirador y turista pone de relieve la mirada desde la historia, desde un lugar del pasado que se abre al presente por la



experiencia turística. Una experiencia contemplativa del patrimonio, de un paisaje singular, de un panorama sin igual, es lo que constituye el gran atractivo del viaje. Las ilustraciones de los libros de viajes, de la primera cartelería turística y de las fotografías de viajes así lo indican, pues nos sitúan en el lugar preciso donde hemos de mirar, de la mirada propia sobre el lugar en el que el artista se encuentra y de la del visitante sobre el paisaje, en una profunda voluntad de subrayar el placer de la contemplación, un placer visual y sensorial, que lleva a los visitantes a buscar puntos altos en una urbe o terrazas desde las que ver los monumentos o la ciudad misma.

Siguiendo el modelo de Irving, o incluso de Richard Ford, quien estuvo en 1833 con su familia alojado en la llamada Casa Sánchez, en el Partal, de la que hizo un dibujo, muchos viajeros querrán buscar acomodo en la misma Alhambra, pero tendrán que contentarse con buscar alojamiento en las casas anexas a la Puerta del Vino, que fueron adquiridas en 1848 por Granville Temple, en la Posada de San Francisco, o entrada la década de 1860, en el recién inaugurado Hotel Washington Irving. Pero quizás el hotel más famoso en el último tercio del XIX, fuese el Carmen de los Siete Suelos, sobre todo por su cercanía a la Alhambra, mérito que se había ganado tanto por sus modernas instalaciones como por su cercanía al conjunto histórico. De hecho, el hotel contaba con un jardín de té, donde servían al fresco todos los lujos del confort de mediados del siglo XIX, como leche fresca, huevos, chocolate y vino. Éste era un lugar inigualable, pues los viajeros podían cómodamente con “un lápiz o un libro, pasarse todo un día en la Alhambra con gran tranquilidad y comodidad, además de bastante provecho”. Estos turistas fueron gentes ociosas que se dedicaban a contemplar Andalucía y que se alojaban en los primeros hospedajes, como las sevillanas Fonda Europa o Inglaterra donde se instalaron los visitantes más ilustres que llegaron durante el siglo XIX hasta Andalucía.

### *Se parla francés*

Los cicerones de Andalucía estaban formados por un grupo extraordinariamente heterogéneo. La información más cualificada procedía de los responsables de la administración, restauración y conservación de los monumentos, como Rafael Contreras en la Alhambra, quien sabemos que explicaba el recinto nazarí ante determinadas autoridades. Por lo general, cualquier podía ser guía, aunque había guías oficiales de los



monumentos, que se dedicaban a ello casi por tradición familiar o incluso por oportunismo, lo normal es que personas con una cierta formación se presentasen en los hoteles para ofrecer sus servicios a los viajeros. Ese fue el caso por ejemplo de la expedición de Dumas en 1846, cuando nada más llegar a la fonda en Córdoba, y antes incluso de instalarse en las habitaciones, llegaron dos individuos para hacerles de cicerones en la ciudad:

No habíamos concluido aún nuestras abluciones, que ya dos personas habían golpeado la puerta y se nos habían presentado. Una de esas personas era el señor Marcial de la Torre, contra el cual yo tenía una letra de cambio. El otro, el señor Eugène Peres, profesor de francés, para quien traía una carta de recomendación. Los dos, sin esperar que me presentara en sus casas, enterados de mi llegada a Córdoba, venían a ofrecerme sus servicios y, debo confesarlo, se asombraron un poco del estado en que nos encontraban (Dumas, 2002: 405-406).

En estos casos, no faltaba tampoco el extranjero que afincado en España se ganaba su sueldo haciendo de cicerone a sus compatriotas, como este Eugène Peres. Pero en la Andalucía del XIX desde un religioso hasta un portero o un sacristán se veían con la autoridad suficiente como para convertirse en cicerones ocasionales para soltar algunas perlas que demostraban su profundo desconocimiento. Y los viajeros no dudaban en huir de ellos. El propio Dumas señala esta circunstancia cuando visita Sevilla:

La jornada, de la que no le he dicho una palabra, fue utilizada para visitar las curiosidades de Sevilla. Usted sabe, Madame, lo que se entiende por curiosidades: es un cierto número de piedras apoyadas las unas sobre las otras, de un modo más o menos caprichoso, más o menos antojadizo, que todos los viajeros han visto unos tras otros, conducidos ante ellas por el mismo cicerone que les ha contado a todos la misma historia que van a contar a su vez de manera uniforme o diferente, según tengan más o menos imaginación. Felizmente, Madame, hemos escapado constantemente a los *ciceroni*. Así que, si usted viaja por España, no les pregunte lo que piensan de nosotros, eso sería creer que ellos saben lo que nosotros pensamos de ellos. Las curiosidades de toda la ciudad, las



que todo el mundo ve, se componen del Alcázar, la catedral y la casa de Pilatos (Dumas, 2002: 513).

En Granada conocemos cómo los primeros viajeros recorrieron los cuartos reales de la Alhambra en compañía de una anciana avinagrada y de pocas palabras, apodada la Reina Coquina. Sin embargo, a partir de la publicación del libro de Washington Irving, *The Alhambra*, en 1832, el protagonismo en la materia pasará a Mateo Jiménez, cuyo oficio era tejedor de sedas, y que había prestado sus servicios al norteamericano. Aunque, como Irving reconoce, no era nada aficionado a dejarse acompañar por guías, entabla una conversación con él a la entrada al monumento para preguntarle si conoce el lugar, a lo que el otro le contesta: “ninguno más; pues Señor, soy hijo de la Alhambra” (Irving, 1832). Los viajeros posteriores recogieron cómo éste granadino ofrecía sus servicios a los extranjeros. En este sentido, George Dennis llegó a conocerlo en 1836, indicando en su relato que vestía a la usanza inglesa, “con un chaleco y pantalones, con una chaqueta rayada de lino, y portando un sombrero a *l’Anglaise*”, y que gozaba de un cierto reconocimiento entre las personas que vivían en la Alhambra, quienes pensaban que éste improvisado, aunque elocuente orador, era nada más y nada menos que todo un erudito (Dennis, 1839). Todavía en 1850 este personaje gozaba de popularidad. Así, nos lo indica el viajero inglés W. G. Clark en su viaje por España. Al llegar a Granada fue abordado por tres personas que se le ofrecieron para enseñarle la ciudad, alegando como único mérito su servicio a otros ilustres viajeros. Uno de ellos era Mateo Jiménez. El segundo no era otro que su hijo que se reivindicaba casi por linaje ser un excelente guía. El tercero era un gibraltareño, Manuel Bensaken, quien presentó como credenciales que había trabajado para Richard Ford, quien lo recomendaba en su *Handbook*, motivo por el que muchos viajeros requiriesen sus servicios (Clark, 1851: 101-103).

De este modo, Clark relató que al llegar a Granada y mientras esperaba en las oficinas de la diligencia a que el oficial de aduanas registrase los equipajes, se le presentó un vivaracho joven en traje andaluz que se identificó como el hijo de “Mateo el honesto, el Mateo de Vasindon Eerveen, el hijo de la Alhambra”. Jugando con la pronunciación española figurada del nombre de Washintong Irving, le acompañó hasta la Fonda de Minerva, donde se presentó otro guía, un inglés gibraltareño llamado Enmanuel Bensaken, que entre sus méritos le dice a Clark que aparece citado en la



página 129 del *Handbook* de Richard Ford. La disputa entre los dos guías no se hace esperar, pues ambos desean hacerse con los servicios del nuevo cliente:

Mateo, rojo de ira, estalló en un torrente de denuestos en español, donde el meollo de la cuestión parecía ser, que yo pertenecía a la familia Ximénez por derecho de descubrimiento. De otro lado, Bensaken, me reclamaba por derecho de conquista, pues los ingleses eran los amos de Gibraltar. (...) La disputa duró algún tiempo, hasta que me vi obligado a pedir a los dos hombres que trasladaran su disputa al corral, prometiéndome como premio al vencedor (Clark, 1851: 101-103).

Al final no hizo falta, pues un tercer guía se hizo con los servicios:

A las cinco de la mañana, me despertó de un profundo sueño la entrada en mi habitación de un hombrecito, viejo y grave, con una estereotipada muestra de servilismo en su cara, se presentó como Mateo Ximénez – el Mateo de Vasindon Eerveen -; y vengo dijo, obedeciendo los deseos de su reverencia, para guiarle en la Alhambra. Se había levantado temprano, adelantándose al judío y a su propio hijo. Bajo la guía de Mateo, hice mi primera visita a la Alhambra – una visita de tres horas de duración – mi guía, mientras tanto, no paró de comentar los detalles más nimios, confundiendo sin importarle, fechas y hechos, naciones y personajes; apelando audazmente a la autoridad de Vasindon Eerveen para sostener cualquier absurdo. Qué venturoso momento cuando el viejo loco charlatán, conoció al ilustre hombre cuyo nombre y conocimiento constantemente pervierte. Con su maravilloso resplandor, Washintong Irving mostró a los lectores de habla inglesa al <<honesto Mateo>>, como un héroe de romance para la posteridad, además de permitirle obtener unos buenos ingresos de sus contemporáneos (Clark, 1851: 101-103).

Tanto unos como otros eran auténticos charlatanes, cuyos relatos tenían una mínima base de realidad. Así, confundían los estilos, los períodos históricos e incluso los usos de los edificios, pues el palacio de Carlos V nunca fue una plaza de toros, por mucho que algunos guías así lo dijeren. Mateo Jiménez se enorgullecía de las personalidades a las que les había enseñado la Alhambra. Es más, según relata Clark le



enseñó “un libro con exageradas dedicatorias de varios viajeros americanos, escritas en ese estilo elevado que les distingue de nosotros” (Clark, 1851: 103). No fue desde luego el último, pues otros viajeros recordaban los textos escritos en un muro de la Alhambra por Henry Swinburne. El libro de visitas de la Alhambra, donado por el príncipe ruso Dimitri Dolgorouki en su visita a Granada junto a Washington Irving, registraba las firmas y las reflexiones de los viajeros. No faltaría quien sintiese deseos de arrancar la hoja donde había firmado aquel escritor famoso que le había llevado con la emoción de la lectura hasta las mismas puertas de la Alhambra, como sucedió con la señora Rommer y la reliquia de la página en la que había estampado su firma Irving.

En otras ocasiones, eran los extranjeros afincados en Andalucía los que explicaban las ciudades a sus compatriotas. Cuando Alejandro Dumas viaja por Andalucía indica como su amigo Couturier, que tenía una casa en el mismo recinto de la Alhambra, “en su calidad de casi indígena estaba encargado de tener ideas para los extranjeros de los que se había constituido en cicerone, nos preguntó si de regreso de nuestra visita al Generalife y a la Alhambra queríamos ver una danza de gitanos” (Dumas).

Augustus John C. Hare recogía en sus *Wanderings in Spain*, donde narraba sus impresiones del viaje a España efectuado entre 1871-72, que el conocimiento de la Alhambra sólo era posible tras examinar el recinto varias veces. La preparación de la visita requería el aval del conservador Rafael Contreras, de manera que pudiese acceder a los distintos lugares, libre de la visita oficial de los guías:

Entender la Alhambra requiere muchas visitas. A tal efecto todo el que permanezca por espacio de algún tiempo en Granada debe proveerse de un permiso <<per studiare>> del gobernador, Señor Contreras, que vive en la casa que hay al lado de la entrada donde está el bello arco llamado <<Puerta del Vino>>. Si no la tiene, el viajero se verá incesantemente perseguido por la codiciosa chusma de guías oficiosos que pulula a la entrada. Cada hora del día conlleva, con su luz peculiar, su propio encanto y presta su efecto a tal o cual parte del edificio, pero lo que nadie debería perderse es una visita a la luz de la luna, cuando el Patio de los Leones, extrañamente magnificado, aparece como si estuviera labrado en plata bruñida y cuando todas las reformas modernas quedan





ocultas en las sombras y sólo el bello ideal del palacio árabe persiste en su esplendor. A la hora del crepúsculo, cruzando el huerto que ocupa el interior de la alcazaba, es menester subir a la Torre de la Vela para contemplar el panorama (Hare, 1873).

Subir a lo alto de las torres era la mejor forma de divisar la ciudad. Si la Torre de la Vela era el mirador de Granada, la Giralda permitía un panorama muy exacto de la ciudad hispalense. Así, al menos lo recomendaba Antoine Latour en su viaje por Andalucía. Hacerse con este panorama fue también el objetivo de los miles de turistas que viajaron hasta Andalucía con la compañía de transportes de Thomas Cook. La agencia de viajes contrataba a guías, quienes con gran atención les explicaban a los extranjeros desde las diferentes clases de flores y plantas de Sierra Morena hasta la Alhambra. La visita con un guía por este jardín secreto es relatada por J. B. Stone en su libro *A tour with Cook through Spain*, publicado en 1873:

Después de desayunar preparamos nuestra primera visita a la Alhambra. Hicimos un grupo y contratamos a un guía para conducirnos a través del palacio, quien nos explicase el plano de los edificios; pero no añadió mucho a nuestro disfrute, para las frases estereotipadas de un hombre que hace un negocio regular de mostrar el palacio me sacudió extrañamente con las asociaciones pertenecientes a ello. Rehusé ir aprisa a través del edificio como si fuese una exposición de figuras de cera, y pronto dejé la compañía para ellos y al guía de la lengua de máquina, prefiriendo pasear tranquilamente relajado por las salas de mármol, y comprender la naturaleza del palacio. De este modo, perdí el beneficio de la información insignificante para sacar consecuencias de la “enciclopedia” local, puesto que mi disfrute había sido nulo hasta el momento (Stone, 1873<sup>1</sup>).

El viajero culto, formado en interminables lecturas sobre el monumento, no cree necesario ir acompañado de guías que le suponen una auténtica molestia. George J. Cayley consideraba que la descripción de la Alhambra escrita por Richard Ford era tan perfecta que dejaba poco que decir a los demás viajeros y hacía innecesaria la

---

<sup>1</sup> Traducción de los autores.

contratación de guías. Todavía a comienzos del siglo XX, se repetían las críticas a los guías por el exceso de erudición y la rapidez de la visita, que le impiden una contemplación ensimismada. Federico García Sanchiz escribió en 1929 que: “Si en algún lugar abunda el *cicerone* es en la Alhambra, y si en algún lugar estorba en la Alhambra (...). Una vez en presencia de los indispensables conocimientos, no hay sino olvidarlos, y entregarse al placer de las sensaciones”. Por este motivo, para los turistas más cultos el guía no era sino un complemento que pasa a segundo término cuando se conoce por libros el recinto. Así, sucedió con la visita en 1905 de los duques de Connaught y sus hijas Margarita y Victoria Patricia a la Alhambra: “Los ilustres viajeros llevaban libros descriptivos de nuestra ciudad y a la vista de cada una de las estancias consultaban sus indicaciones y hacían discretísimas preguntas al Sr. Contreras” (Reyero, 2008).

Una constante en el mundo del turista es evitar la experiencia codificada. Huye de los espacios reducidos al comercio y prefiere deambular libre por la ciudad. Antoine de Latour, en su *Sevilla y Andalucía. Estudios sobre España*, publicado en 1855, hace toda una declaración de intenciones al respecto:

Prefiero las calles de Sevilla a todos esos paseos. Nada me era más grato que ir, al azar, por esas calles estrechas y tortuosas, allí no hay un balcón que no guarde algún recuerdo del pasado; no hay una escultura desconchada que no cuente algún romance de amor; no hay una palabra lanzada por alguien que no traiga a la memoria un rasgo de costumbrismo; no hay un monumento, aun siendo de un artista mediocre, que no haya adquirido con el tiempo algún reflejo poético. ¿Es acaso un paseo por ciertas calles de Sevilla un viaje de reconocimiento en los campos oscuros y confusos de la historia? El nombre que llevan no deja de proporcionar un texto a la fantasía o al pensamiento. Podríamos decir que toda la historia de Sevilla está escrita a fragmentos sobre esos pequeños azulejos donde se leen las denominaciones de las calles (Latour, 2006).

En otras ocasiones, el viajero prefiere un guía no profesional, un lugareño que le muestre lo que no se visita en los circuitos convencionales. Éste fue el caso de Samuel Scott, quien después de visitar la Alhambra, decidió contratar a un muchacho de quince años para que le guiase por los laberintos de la ciudad: “<<Los Niños de la Alhambra>>



son tan numerosos en la actualidad como en tiempos de Irving, y no tuve dificultad en seleccionar de entre todos al que quise, un chico de unos quince años, a quien encontré sentado sobre un banco en la plaza de los Aljibes, pelando naranjas con una enorme navaja, o cuchillo español. El nombre de mi pequeño guía era Manuel, el nombre más común en España”. (*Through Spain: a narrative travel and adventure*. Londres, 1866).

La valoración de los viajeros de los guías fue ambivalente, aunque muchos de ellos se quejaron en sus escritos de los cicerones que les impedían el contacto directo con el monumento, hasta el punto de no poder ver la Alhambra con sus ojos, sino a través de la mirada del guía, como le pasó al inglés Clark:

Mi primera visita a la Alhambra apenas me produjo placer. Desfiguradas mis reflexiones por el continuo parloteo de mi guía, sentí que no estaba viendo, sino <<haciendo>> la Alhambra. Incluso el encanto de la novedad se había perdido, ya que había visto los grabados de Owen Jones que son más que una *representación*, - son el lugar mismo proyectado sobre un plano-. Lo que los mapas de Mercator son con respecto al globo terráqueo, así son estos grabados a la Alhambra, - que en verdad, es más como una pintura, o un decorado teatral, que un edificio. Hablo del interior, ya que desde el exterior, parece tan formidable y sólida, como la colina rocosa sobre la que se asienta”. Durante un mes estuvo en Granada y repitió en numerosas ocasiones la visita a la Alhambra: “Es verdad que durante el transcurso de tales búsquedas, en ocasiones nuestros sentidos se sienten más ofendidos que gratificados, y nuestros sueños sobre el pasado son muchas veces bruscamente interrumpidos por alguna incongruencia del presente; pero, de acuerdo con la feliz constitución de la naturaleza, todos los recuerdos infelices, se desvanecen en la mente, dejando el placer de la memoria pura y sin mezcla. Se debe ver la Alhambra desde todos los puntos vista posibles y bajo todas las luces. Es un lugar para visitarlo a todas horas (Clark, 1851).

La presencia de guías que se ofrecían para explicarles la ciudad a los extranjeros era también muy notable en una ciudad como Sevilla. Clark nos relata en 1850 cómo su cicerone era un anciano, llamado “José Lasso de la Vega, y aduce ser pariente lejano del poeta Garcí de tal y cual. Sirvió en las tropas británicas en la Guerra de la



Independencia, y tiene en gran estima una pluma de oro que le regaló, según dice, <<Sir Campbell>>. Ahora, pobre y viejo, se contenta con que le empleen como <<guía de Sevilla>>, debo decir que desempeña el oficio mejor que los profesionales del mismo”. De hecho, Clark menciona como en materias seculares estaba muy bien informado. A veces, ir acompañado de un guía no implicaba conseguir ver todos los rincones de la ciudad. En ocasiones, era mejor ir solo. Así, sucede con la estancia de Clark cuando “una o dos veces fui con el señor de La Vega a solicitar permiso para ver las pinturas del Canónigo Cepero, y siempre con un pretexto u otro, me lo denegaron. Otro día fui solo, y mi solicitud fue atendida de inmediato, el portero me dijo que podía haberme admitido antes si no hubiese ido acompañado de un guía. La galería contiene pocas cosas que destacar, pero la casa es interesante pues fue el hogar de Murillo” (Clark, 1851).

En ocasiones hubo viajeros que desconocían por completo lo que iban a visitar, quedando decepcionados por ejemplo de la Alhambra que la imaginaban como un viejo Versalles. Eugène Poitou nos relata la historia de un joven viajero holandés con el que coincidió en la Alhambra:

Apenas entrar en el Patio de los Arrayanes exclamó: <<¿Sólo es esto?>>, se marchó enseguida y dejó Granada ese mismo día sin querer saber más. Este holandés es un tonto. Hay que pensar en una cosa muy simple: no estamos con Luis XIV sino con Boabdil. No estamos en Francia o Alemania, sino en Andalucía, o sea, casi en África. Lo que estamos viendo no es el palacio de un soberano del norte destinado a las pompas de nuestras cortes europeas y a sus fiestas regias; es un palacio de Oriente, el palacio de un califa, es decir, su casa particular, los apartemos privados del soberano, de sus oficiales y de sus mujeres (Poitou: 2004, 173).

Otras veces, era el simple portero de un palacio o el sacristán de la iglesia (algo que se ha mantenido durante el siglo XX) el que no sólo abría el monumento, sino que también lo explicaba desde su acervo particular. Antoine de Latour nos comenta cómo fue a visitar el palacio de los Medinaceli, la Casa de Pilatos, cuando el portero indicándole que el actual duque se encontraba fuera de la ciudad, le permitió el acceso al palacio. Acompañado de un niño pequeño que sostenía un manojo de llaves casi tan



viejas como el propio edificio, lo visitaron. Durante este tiempo el improvisado guía no sólo le guiaba por los distintos patios y estancias, sino que le hacía continuos comentarios que identificaban cada salón con un momento de la Pasión de Cristo:

Cuando llegué a la parte alta, mi guía me hizo prestar atención a un vano que terminaba en una pequeña ventana y que por la derecha servía de respaldo a un banco revestido de azulejos. <<Éste es el sitio – me dijo- en el que San Pedro estaba sentado cuando negó a Jesús y allí – añadió mostrándome del oteo lado una mirilla enrejada y perdida en el muro- es donde se encontraba la sirvienta que lo reconoció>>. Los Evangelios contradicen un tanto, estos pequeños arreglos de la tradición, pero me limité a sonreír y guardé mis dudas para transmitírselas a mis lectores si es que tengo alguno. ¿Es acaso el escepticismo, bajo cualquier forma que se asuma, algo tan bueno como para que sea imprescindible difundirlo de inmediato? A fuerza de contar la misma cosa desde hace cuarenta años el buen hombre tal vez terminó olvidando que lo que muestra a los viajeros no es sino la copia, bastante dudosa por demás, de la casa de Pilatos. Si algún día llegara él a poner en duda lo que cuenta, no quisiera que me lo reprocharan a mí (...). Una vez en la calle, mi guía, que aún me seguía, me hizo observar en una pared en ángulo con la fachada en la cual había una ventana con un balcón de piedra: <<¡Fue allí – me dijo – donde Jesús fue mostrado al pueblo con la corona de espinas y la vara que le dieron por cetro! Más arriba había otra ventana, la de la prisión donde Cristo fue encerrado por algunas horas>>. La ilusión del buen hombre parecía aumentar con la duración de mi visita (Latour, 2006: 210).

En 1886 llegó a Sevilla el viajero Antonio dos Santos Rocha. Una de sus primeras visitas fue a los Reales Alcázares, acompañado de “mi excelente guía Santiago Leví, un árabe cristianizado, que está constantemente en contacto con franceses e ingleses”. La información que le dio este guía era ciertamente variopinta y no exenta de leyendas, pues según escribe en sus *Cartas da Andaluza*, publicado en 1886, “se cuentan allí escenas maravillosas, tragedias espantosas y hasta anécdotas picantes, referidas a tal patio, aposento o parte de los jardines, que nos hacen pensar ya en las novelas del terrible Ponson, ya en las del licenciado Paul de Kock”. Tampoco los extranjeros que visitaban Andalucía llegaban con un gran conocimiento de esta tierra.



En sus maletas viajaban un gran número de estereotipos y juicios de valor preconcebidos. Según Santos Rocha los visitantes de la Europa septentrional “piensan que los pueblos de esta región conservan toda su antigua originalidad y viajan con la idea de divertirse a costa del pseudobarbarismo. ¿Quién extendió semejante idea? ¿Cómo se continúa creyendo que los andaluces son muy distintos de los demás hombres, hoy que no hay distancias y que es enorme la cantidad de extranjeros de diversas partes del mundo que recorren las principales ciudades del país?” (Dos Santos, 2001: 246).

Conforme avanza el siglo se modifican las perspectivas imperantes, se agudizaron las críticas respecto de la situación de las ciudades, sobre todo en cuanto a la decadencia, la pobreza o el deterioro del patrimonio, pero también emerge la conciencia de que se encuentran ante un espectáculo único a punto de desaparecer. La modernidad es la solución de multitud de problemas, pero también amenaza las identidades seculares de buena parte de las ciudades históricas. El número de viajeros españoles aumenta y a nivel local se publican guías que recogen las riquezas histórico-artísticas de cada ciudad. De carácter enciclopédico, son verdaderos estudios del patrimonio monumental urbano que apenas contienen referencias prácticas para el viajero. No obstante, presentan su contenido en forma de itinerarios que cubren prácticamente la totalidad de la ciudad tradicional. No obstante, la información de estas guías no era en ocasiones todo lo exacta. Antonio dos Santos Rocha pone en boca de su guía en Sevilla, llamado Santiago Leví, toda una crítica a los recorridos que guías como las Baedeker realizaban en las principales ciudades europeas:

Estos libros que no son precisamente como el itinerario de Antonino, sino almacenes con todo tipo de vituallas que sirven de alimento a espíritus timoratos, están repletos de errores, debido a su carácter enciclopédico y sobre todo que los más modernos están basados en los más antiguos, sin reformarlos, por lo que no tienen nada que ver con la realidad. Así, continúa él, los itinerarios hablan aún de la *Puerta de Triana* y tal puerta ya no existe; dicen que las casas de esta ciudad están pintadas exteriormente con todos los colores del arco iris, lo cual tampoco es verdad, y en otras muchas cosas sucede lo mismo. No pocas veces le ha ocurrido con los ingleses, que él considera hombres sin pasión, los más tímidos e insípidos del mundo, que al entrar en la Catedral o el Alcázar, buscan



un objeto determinado que nunca ha estado allí, afirmando que lo han leído en tal o cual libro y nadie es capaz de convencerles de lo contrario.

Cuenta también que una gran parte de esos extranjeros pasan por allí tan rápidamente que no ven ni lo más importante de la ciudad, ni indagan en el porqué de los hechos, lo que hace que se lleven impresiones falsas del país. Por ejemplo, si asistimos al tablao flamenco del maestro Faustino Rodríguez, el extranjero que allí va y al día siguiente tiene que partir se lleva una idea falsa del baile andaluz y de las bailaoras que tocan las castañuelas y enseñan las piernas a los espectadores (Dos Santos, 2001: 246).

Los turistas consumen una imagen cuyos cimientos se han ido asentando a lo largo de todo el siglo XIX. La imagen de Andalucía se construyó durante el Romanticismo entre el mito y la realidad. No obstante, Andalucía supo explotar un producto basado en sus monumentos árabes y en sus costumbres populares, a pesar de que para las últimas décadas del siglo, algunos viajeros criticaban como “el espíritu comercial lo invade todo”. Esto había llevado a que se exagerasen los tipos y las costumbres hasta el paroxismo, creando un producto que cada vez se parecía menos al original. Los turistas se contentaban con consumir una imagen turística de las ciudades andaluzas, por mucho que ésta no coincidiese exactamente con la auténtica ni con la que sus propios habitantes compartían. Antonio dos Santos Rocha se lamentaba, cuando lo llevaron a ver un baile en Sevilla, de los movimientos a su parecer falsos de la bailaora, a la vez que cuenta lo equivocados que están los turistas ingleses que buscan cosas inverosímiles en lugares que nunca existieron y si no las encuentran o no ven lo que dice tal o cual libro de viaje, parece como si no hubieran estado en ese lugar. En este sentido, el abogado portugués se hacía eco en su libro de un artículo publicado en un diario de Barcelona, donde el periodista reflexionaba sobre lo siguiente:

La exageración de los tipos y costumbres de Andalucía se presenta a los ojos de los extranjeros como anacronismos ridículos en medio de la civilización europea y se les ofrece como risibles modelos para las descripciones de costumbres; añadía además que este error es explotado por los propios nacionales en provecho de intereses particulares y mezquinos, porque ellos a cambio de dinero se prestan a la farsa grotesca, lo que sucede principalmente en Sevilla, donde el



extranjero encuentra todo minuciosamente preparado para atraerles por la extravagancia y mantenerles la ilusión, y sigue diciendo el diario: <<tan conocidos, tan originales, tan nuevos son los platos exclusivamente preparados para ellos que hasta nosotros los encontramos extraños>> (...) Para nosotros los extranjeros, el examen realizado por el diario de Barcelona no es el más favorable. Los extranjeros tienen ojos para ver que Sevilla ofrece el aspecto de cualquier otra ciudad civilizada y que los tipos que se les presentan no reproducen lo que se encuentran por las calles. Más interesante es sin duda comprar huesos humanos en el circo de Itálica, huesos tal vez robados de un algún cementerio para vender al viajero que nada entiende de arqueología – porque la arqueología es una ciencia que exige conocimientos-, también calderos de metal amarillo fabricado en Lisboa se hacen pasar por restos arqueológicos romanos o árabes (...). Lo que quiero decir es que en Andalucía no hay costumbres originales y extravagantes con las que se explota a los extranjeros (Dos Santos, 2001: 246-247).

Extravagancias que se acentuaban cuando se llevaban espectáculos a Europa. Así, el 25 de marzo de 1900, *El Noticiero Sevillano*, titulaba con el lacónico “Cosas de Francia”, un artículo sobre el espectáculo de la Bella Otero que en el fondo era una reflexión sobre la imagen de la capital hispalense: “*La Bella Otero*, no queriendo ser menos que *la Bella Guerrero* ha compuesto un mimodrama titulado *A Seville*, que habrá de representarse dentro de unos días en un *music hall* de París. Según aquella prensa, figuran en la obra tres personajes: Mercedes, *gitane*; José *toreador*, y una *echadora de cartas*; y el mimodrama termina a puñaladas a fin de que tenga la mayor cantidad posible de color español. ¡Pero qué estúpidos son algunos periódicos extranjeros!”.

A diferencia de otros viajeros, Antonio dos Santos Rocha, intentó ser objetivo. Crítico con los libros de viajes y con las guías de las ciudades por ser inexactas y propagadoras de noticias falsas, intenta ofrecernos su punto de vista y contrastarlo con los principales estudios de la historia andaluza a los que ha tenido acceso. Así, no duda en criticar al francés Eugene Gelion –Danglar en sus referencias a la Alhambra, pues al no haber visitado nunca Granada hace descripciones erróneas del monumento: “él censura a todos los que hablan de la Alhambra porque no la han visto con los ojos del cuerpo, pero él comete esa misma equivocación. La prueba más evidente de esta





liviandad está en decir que la *Puerta del juicio* da entrada a un patio con pavimento de mármol blanco, rodeado de pórticos, que en medio tenía un estanque entre las ramas de los naranjos, cuando la verdad es que a través de ella se pasa a la *Torre judicial* y de ahí a una calle que termina en la *Plaza de los Aljibes*, antiguamente llamada *del Pablar*, donde nada hay que se parezca al patio que él describe” (Dos Santos, 2001: 268).

Inmerso o no en el mundo *artificial* creado para el turista, lo cierto es que un conjunto de errores, leyendas, tópicos o ligerezas crearon una de las imágenes más sugestivas turísticamente de su época, y que en buena parte ha pervivido durante el siglo XX, hasta el punto de ser una de las regiones mejor conocida en el mundo por unas costumbres que forman parte del patrimonio universal de la humanidad. Y que todavía siguen vigentes en buena parte como destino turístico internacional.

#### Bibliografía citada:

CLARK, W. G. *Gazpacho, or, summer months in Spain*. Londres, 1851.

DENNIS, G. *A Summer in Andalusia. 2 vols.* London, 1839.

DOS SANTOS ROCHA, A. “Cartas da Andaluzia”. Coimbra, 1886. En *Viajeros Portugueses por España en el siglo XIX* (Ed. C. García Romeral). Madrid, 2001.

DUMAS, A. *De París a Cádiz*. Madrid, 2002.

IRVING, W. *The Alhambra*, 1832.

LATOURE, A. de. *Sevilla y Andalucía. Estudios sobre España*. Sevilla, 2006.

POITOU, E. *Viaje por Andalucía (1866)*. Sevilla, 2004.

REYERO, C. *Observadores. Estudiosos, aficionados y turistas dentro del cuadro*. Barcelona, 2008.



STONE, J.B. *A tour with Cook through Spain, being a series of descriptive letters of ancient cities and scenery of Spain.* London, 1873.

*Through Spain: a narrative travel and adventure.* Londres, 1866.

