

Plazas domeñadas. Impactos de la turistificación sobre el espacio público urbano¹

Auxiliadora Comendador-Sánchez*Javier Hernández-Ramírez**

Enrique Santos-Pavón***

Universidad de Sevilla (España)

Resumen: En este trabajo se analizan los procesos de turistificación que se viven actualmente en las plazas más emblemáticas del centro de Sevilla (España). Estos espacios han constituido históricamente el lugar colectivo por excelencia. Sin embargo, como ocurre en otras ciudades especializadas en el sector turístico, en Sevilla se observa un radical proceso de transformación del espacio público que representan sus plazas. La investigación, apoyada en la revisión bibliográfica y documental y en el trabajo de campo etnográfico, revela que la expansión turística ha alterado el secular carácter multifuncional de las plazas analizadas como lugares de expresión de la vida y la diversidad social. Se constata que la intensificación de la actividad turística está erosionando los significados, usos sociales y funciones tradicionales de estos céntricos espacios. En distinto grado, la creciente especialización turística está transformando paulatinamente las plazas en espacios domeñados, es decir, sometidos al servicio de dicha actividad. Paralelamente, este proceso está desencadenando nuevos usos y funciones, que derivan en dinámicas socioculturales de nuevo cuño.

Palabras clave: Turistificación; Espacio Público; Estetización; Eventización; Neomonumentalismo.

Tamed squares. Impacts of touristification on urban public space

Abstract: This paper analyses the processes of modification with a view to tourism that are currently taking place in the most emblematic public squares in the centre of Seville (Spain). These spaces have historically constituted the preeminent meeting places for collective use. However, as in other cities that are specialised in the tourist sector, Seville is undergoing a radical process of transformation of the public space embodied in its squares. The research, based on a bibliographical and documentary review and ethnographic fieldwork, reveals that the expansion of tourism has altered the secular multifunctional character of the squares analysed as places of expression of life and social diversity. It finds that the intensification of tourism is eroding the traditional meanings, social uses and functions of these central spaces. To varying degrees, the increasing specialisation in tourism is gradually transforming the squares into “tamed” spaces, that is to say subject to the service of tourist activity. At the same time, this process is triggering new uses and functions, leading to newly shaped socio-cultural dynamics.

Keywords: Touristification; Public Space; Aesthetisation; Eventisation; Neo-monumentalism.

1. Introducción

En septiembre de 2022, uno de los rotativos sevillanos más leídos anunciaba en sus páginas centrales: “Seis plazas del centro de Sevilla se convierten en escenarios del carnaval de Venecia más solidario” (Sánchez-Moliní, 2022). La iniciativa, que partía de la asociación *Marco Luna* en su objetivo de captación

* Universidad de Sevilla (España); <https://orcid.org/0000-0001-9998-4318>; E-mail: auxicomendador@gmail.com

** Universidad de Sevilla (España); <https://orcid.org/0000-0002-7223-8312>; E-mail: jhernan@us.es

*** Universidad de Sevilla (España); <https://orcid.org/0000-0002-7903-0506>; E-mail: esantos@us.es

Cite: Comendador-Sánchez, A.; Hernández-Ramírez, J. & Santos-Pavón, E. (2024). Plazas domeñadas. Impactos de la turistificación sobre el espacio público urbano. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 22(1), 9-28. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2024.22.001>

de fondos para combatir el cáncer, contaba con el apoyo explícito del ayuntamiento hispalense, el cual se caracteriza desde hace años por promover la remodelación urbanística del centro de la ciudad y la organización de eventos internacionales en una clara apuesta por atraer inversores y visitantes y posicionar a Sevilla en la red internacional más exclusiva de urbes turísticas (Hernández-Ramírez & Comendador-Sánchez, 2022).

El festival transformó seis plazas del casco histórico sevillano en escenarios donde se recreaba el carnaval veneciano, desvinculando temporalmente estos lugares tan significativos a nivel local de sus raíces y marcos referenciales. Tomando como pretexto inicial este hecho concreto, en este artículo nos proponemos analizar los cambios producidos en las últimas décadas en los espacios públicos y, más específicamente, en las plazas más emblemáticas del centro de esta ciudad. Nos preguntamos cómo el desarrollo turístico y sus procesos asociados están transformando la sociabilidad y los usos de los espacios más significativos de las ciudades turísticas y, particularmente, de sus plazas más representativas.

1.1. La ciudad y el espacio público

En las últimas décadas se observa que las ciudades más afectadas por el desarrollo turístico han experimentado un proceso de transformación de su espacio público que incide tanto en su imagen como en los usos y aprovechamientos, así como en los contenidos simbólicos tradicionales (Barrera-Fernández & Hernández-Escampa, 2016).

En este trabajo analizamos estos cambios que afectan al sentido y funcionalidad del espacio público entendido como “lugar”, es decir, como sitio colectivo de naturaleza multidimensional y compleja donde se expresa la vida y la diversidad social. Desde este enfoque, todo espacio público se caracteriza por reunir una amplia pluralidad de significados y usos y se conforma, precisamente, como lugar imprevisible de circulación, encuentro, sociabilidad, intercambio, celebración, manifestación, exhibición, poder, desequilibrio y conflicto. El espacio público es, en definitiva, el territorio privilegiado de una sociedad que se va fraguando constantemente (Cedeño, 2005); un lugar inconcluso que se produce socialmente (Lefebvre, 2017).

Visto de este modo, el espacio público se configura como un “territorio circulatorio”, es decir, como un lugar de paso; de movibilidades (Delgado 1999:41). Pero este lugar en movimiento está dispuesto también como un espacio social, donde proliferan tanto los encuentros esporádicos entre extraños como las interacciones con conocidos. En todos los casos, el espacio público funciona como un escenario de visibilidad generalizada, es decir, de exposición y exhibición de la heterogeneidad social, lo cual manifiesta su centralidad como lugar donde fluyen e interactúan no solo personas, sino también ideas.

La atmósfera de los lugares públicos es, aparentemente, la de la convivencia ciudadana de sujetos diversos, pero habría que matizar esta visión idealizada, pues el territorio de lo público es también el de la expresión simbólica de las contradicciones sociales entre clases y otros sectores antagónicos. Como señala agudamente Delgado: “Allí... se pasa de la dispersión a la fusión, de la movilidad a la movilización. Transeúntes que hasta hacía un momento se agitaban de un lado a otro, dejan atrás su habitual discreción y se agrupan para proclamar lo que viven como una verdad colectiva y urgente. Manifestaciones, marchas, concentraciones... A veces, disturbios, altercados, algaradas...” (2007:175).

Lo anterior revela que el espacio público es un terreno político de expresión de identidades, a veces en disputa. Por él transita y se expresa la diversidad y la dialéctica social. No obstante, es también un lugar de exclusiones de individuos y grupos marginalizados (indigentes, mendigos, inmigrantes, minorías sociales, vendedores ambulantes...) que son invisibilizados y estigmatizados como incívicos, por lo que los poderes, el mercado y la moral tratan de apartarlos del lugar colectivo con medidas intimidatorias y, en ocasiones, represivas (Moreno-Maestro, 2022).

En el espacio público también confluyen, contradictoriamente, dos dimensiones. Es, como decimos, el lugar de la diversidad en movimiento, pero al mismo tiempo es el centro de referencia, donde residen los símbolos más representativos y se desarrollan las acciones rituales más significativas, que aportan imagen a la ciudad e identidad a la población nativa. Es, en este sentido, un contenedor de la memoria urbana viva (Borja y Muxi, 2003), es decir, un territorio valorado socialmente como patrimonio cultural y percibido como propio por una comunidad simbólica residente que se lo apropia durante el tiempo extraordinario de la fiesta y el ritual y, esporádicamente, en las manifestaciones y concentraciones de protesta social.

1.2. La plaza, epítome del espacio público

Dentro de los espacios públicos, la plaza se sitúa entre los lugares más sobresalientes y nítidos de expresión de lo social. Esto es evidente en las ciudades andaluzas, donde históricamente han desempeñado una función articuladora, estructurando los usos y jerarquías del espacio urbano, ya que en torno a estos lugares principales se han situado los edificios más relevantes, revelándose un orden decreciente a medida que nos alejamos de estos centros. Asimismo, las plazas han actuado como ámbitos de encuentro cotidiano y extraordinario o ceremonial por ubicarse en su entorno bares, templos, peñas, casinos, mercados, etc. (Agudo, 2012). Esta centralidad ha contribuido positivamente a la generación entre la población de un sentimiento de identificación colectiva local como comunidad simbólica (Cohen, 1985).

Existe, sin embargo, un discurso que idealiza a la plaza asemejándola al ágora griega, entendida como espacio público y político por excelencia de congregación, diálogo, deliberación, confrontación y decisión ciudadana (Benavides, 2008). No es nuestra intención en este trabajo contribuir a esta ilusión esencialista que interpreta la plaza como lugar donde se materializan los principios de la civilidad y la democracia. La plaza es, efectivamente, uno de los epicentros de lo público, donde se expresan los consensos y los disensos, pero esto no significa que deba ser concebida como un lugar armonioso de convivencia, solidaridad y acuerdo ciudadano.

En el espacio público sevillano, las plazas centrales han jugado históricamente un papel muy destacado al funcionar como ámbitos idóneos para el establecimiento de todo un entramado de relaciones, formas de intercambio y alianzas, constituyendo por ello lugares preferentes para la acción y participación formalizada y no formalizada en contextos cotidianos, de ocio y ceremoniales (Escalera, 2012). En ellas han interactuado tradicionalmente vecindades próximas y periféricas de toda la ciudad e incluso de municipios de la aglomeración metropolitana, generando un territorio próximo, inmediato y sentido. Pero al mismo tiempo, la plaza sevillana del casco histórico se ha configurado como centro político, institucional y económico, donde históricamente el poder ha localizado sus centros más relevantes (sedes gubernamentales, entidades financieras, principales negocios, templos, casas señoriales de las familias más adineradas...). Por todo lo anterior, la plaza ha funcionado como un foro complejo, contradictorio y multidimensional, ya que ha sido usada simultáneamente como espacio de la interacción y de los flujos, al tiempo que como escenario donde el poder se visibiliza y concreta físicamente de forma permanente (Agudo, 2012), generando una imagen paradójica de persistencia y dinamismo.

En la presente investigación nos preguntamos si, en la actualidad, continúa ese carácter multifuncional que durante siglos han desempeñado las plazas sevillanas. Si la penetración de la actividad turística en estos escenarios de tanto valor histórico y cultural está erosionando los significados, usos sociales locales y funciones de estos céntricos espacios o, si por el contrario, está contribuyendo a su continuidad y consolidación como espacios públicos por antonomasia.

2. Objetivos

En el presente trabajo se aborda la interacción entre dos cuestiones o temas investigación que evidencian una relación directa en términos de generación de impactos y transformaciones: el fenómeno de la turistificación de los centros históricos de las ciudades, por una parte, y la situación y evolución de los espacios públicos de dichos ámbitos (en este caso de las plazas), por otra. Y ello se materializa en este artículo en la investigación desarrollada sobre un ámbito espacial determinado, el casco histórico de Sevilla, y más concretamente sobre cinco de sus plazas más emblemáticas o populares que se erigirán en casos de estudio. De cualquier manera, la intención última del trabajo ha sido que los análisis y resultados que se obtengan puedan ser extrapolados (o en caso contrario refutados) a otras ciudades históricas y de elevada funcionalidad turística en las que se puedan realizar investigaciones similares.

En virtud de ello, el objetivo principal del trabajo es identificar y analizar los impactos que la turistificación está produciendo en unos espacios públicos tan relevantes y significativos desde el punto de vista urbanístico y social como son las plazas de los centros históricos. La identificación y análisis de dichos impactos conllevará una tarea de sistematización de los fenómenos identificados, de modo que los cambios y transformaciones observados puedan ser encuadrados en categorías con vocación de generalización científica aplicables a otros casos de estudio.

El objetivo principal planteado se subdivide en una serie de objetivos secundarios que tratan de profundizar en el análisis específico de los impactos generados por la turistificación en las unidades de observación seleccionadas. Dichos objetivos secundarios son los siguientes:

Describir y caracterizar los cambios morfológicos y estéticos observados en las plazas analizadas y que son el resultado del desembarco o el incremento de la actividad turística en estos espacios. Unos cambios que atañen al paisaje urbano en general y a la fisonomía de las plazas en particular.

Identificar las mutaciones funcionales operadas como consecuencia de la implantación o la intensificación de la actividad turística, a la vista de la progresiva sustitución de los usos sociales tradicionales por funciones y establecimientos ligados al turismo.

Investigar los posibles cambios de significado y de valoración social de las plazas para los ciudadanos como consecuencia de la creciente *enajenación* turística de las mismas.

Evaluar el papel que las políticas públicas, fundamentalmente de la administración municipal, juegan en las transformaciones observadas en las plazas.

En definitiva, esta investigación pretende dar respuesta a interrogantes que ponen de relieve tanto intereses científicos como preocupaciones ciudadanas: ¿están cambiando de aspecto las plazas de los centros históricos para adaptarse a las necesidades y demandas de los turistas?, ¿se conservan sus tradicionales usos y funciones sociales o se imponen nuevas actividades y formas de negocio vinculadas en buena medida al turismo? ¿Siguen las plazas teniendo el mismo significado y valor simbólico que en el pasado para la población local o se está produciendo una cierta desvinculación afectiva de las mismas?

3. Metodología y fuentes de información

Una vez establecidas las preguntas y objetivos de la investigación, se procede a delimitar el ámbito espacial y temporal del estudio.

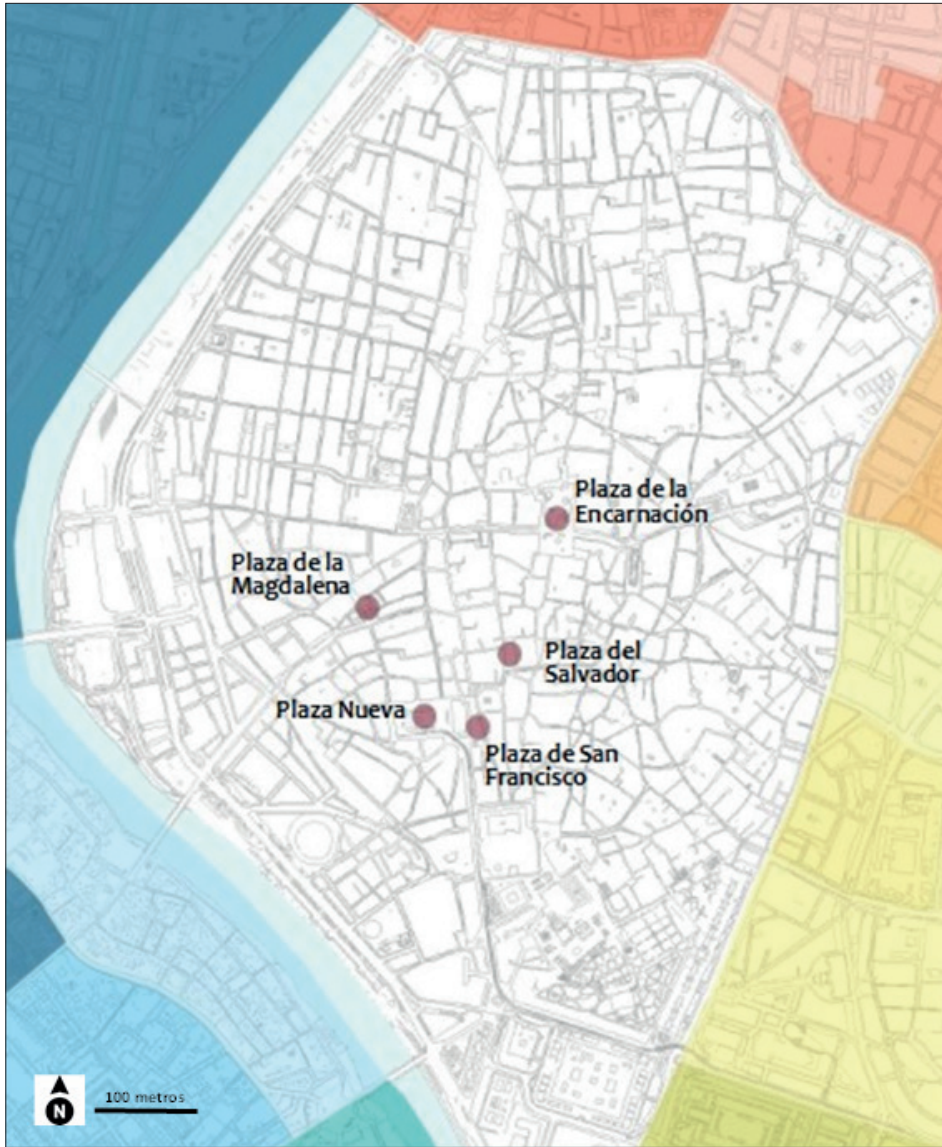
En lo que respecta al ámbito espacial, el trabajo se desarrolló en el centro histórico de Sevilla, focalizándose la investigación en cinco plazas con una ubicación central en relación con los itinerarios turísticos más habituales, a la vez que se trata de las de mayor valor simbólico para los ciudadanos. Estas plazas presentan diferencias formales y funcionales, además de albergar distintos significados para sus usuarios, pero todas comparten una característica común: la palpable y creciente presencia de la actividad turística (Becerra-Fernández y Díaz-Cuevas, 2022).

Tabla 1: Unidades de observación. Plazas analizadas del casco histórico de Sevilla

Plaza de San Francisco	Considerada como la plaza mayor de la ciudad. Enclave de gran significación histórica. Escenario privilegiado de celebración de fiestas locales relevantes
Plaza Nueva	Nodo administrativo, financiero y de negocios. Lugar de celebración de manifestaciones de carácter político y de reivindicaciones sociales. Sede habitual de ferias de libros y artesanías
Plaza del Salvador	Popular lugar de encuentro y de ocio para la sociedad sevillana. Enclave con destacables valores histórico-artísticos, sociales y culturales. Tradicional lugar de celebración de ceremonias públicas y privadas
Plaza de la Magdalena	Centro con funciones comerciales, espacio de tránsito y lugar de descanso. Escenario tradicional de la Semana Santa
Plaza de la Encarnación	Centroide geográfico del casco antiguo. Afectada por numerosas transformaciones a lo largo de la historia. Actualmente alberga el complejo multifuncional de Las Setas y ocasionalmente se erige como espacio de manifestación y reivindicación social

Elaboración propia

Figura 1: Mapa de localización de las plazas analizadas. Centro histórico (en blanco y negro) y barrios aledaños (en color).



Elaboración propia: A partir de la IDE del Ayuntamiento de Sevilla.

En cuanto al ámbito temporal de la investigación, se ha analizado el período comprendido entre 2010 y 2022 por tratarse de una etapa en la que se ha producido un desarrollo turístico sin precedentes en la ciudad, hasta superar los tres millones de viajeros y las 65.000 plazas de alojamiento en el último año de referencia (Ayuntamiento de Sevilla, 2022; Junta de Andalucía, 2022), al mismo tiempo que se han llevado a cabo cambios muy significativos en las plazas analizadas.

La metodología de investigación empleada combina, principalmente, la revisión bibliográfica y documental y el trabajo de campo etnográfico. Ambas herramientas han sido utilizadas de forma intensa, haciéndose uso de recursos y técnicas diversas entre las que predominan las de tipo cualitativo.

En lo que se refiere a la revisión bibliográfica y documental, se han llevado a efecto las siguientes actividades:

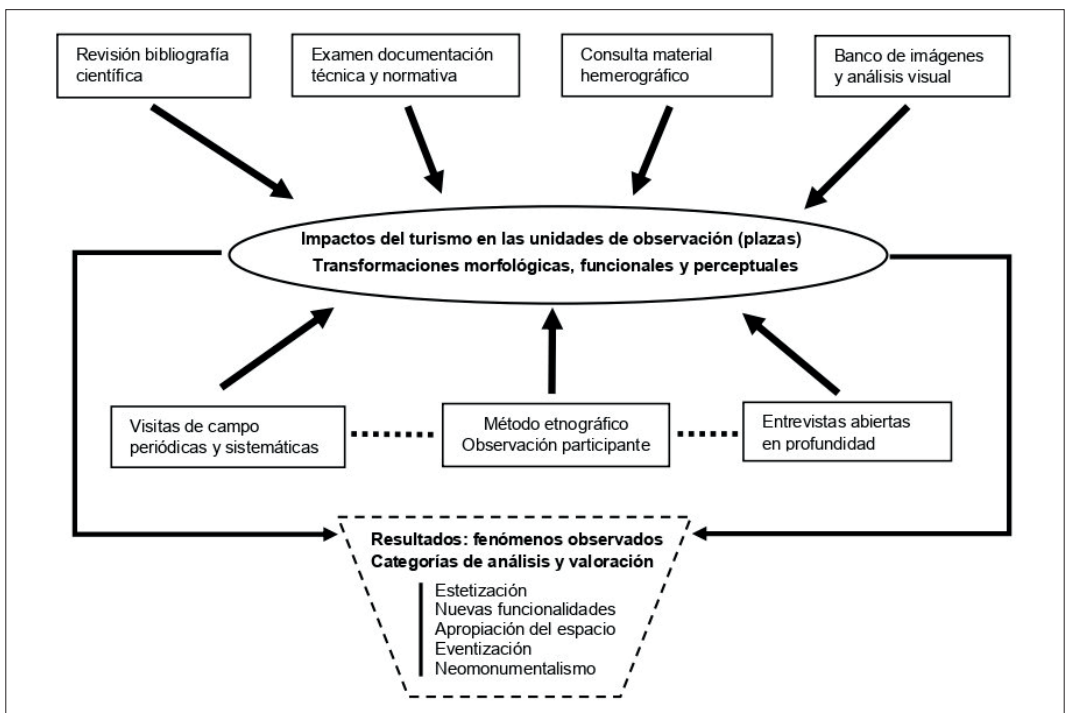
- Revisión de la bibliografía científica sobre el objeto de estudio.
- Consulta de documentación de carácter técnico (informes, planes y proyectos de naturaleza urbanística, turística, patrimonial, etc.)
- Examen de instrumentos municipales de carácter normativo sobre diversas materias (terrazas de veladores, eventos, parques y jardines, convivencia, limpieza, publicidad, etc.).
- Consulta de material hemerográfico, principalmente de ámbito local.
- Recopilación de información y datos procedentes de organismos públicos y empresas.
- Obtención y análisis de fotografías sobre las unidades de observación, procedentes tanto de archivos públicos y privados como de elaboración propia.

A la vista de la revisión bibliográfica y documental realizada se identificaron tres tipos de transformaciones principales operadas en las plazas analizadas: a) cambios formales b) cambios funcionales y de usos y c) cambios perceptivos. En virtud de ello, se desarrolló un trabajo de campo etnográfico, con el objetivo de identificar, registrar, analizar y evaluar dichas transformaciones. Las técnicas empleadas en el trabajo de campo fueron las siguientes:

- Observación participante, concretada en la realización de visitas periódicas a las unidades de estudio, guiadas por un esquema sistemático de obtención de información (morfológica, funcional y vivencial).
- Realización de diez entrevistas en profundidad a usuarios de las plazas analizadas, con edades comprendidas entre 50 y 80 años, con el fin de indagar sobre el valor simbólico de estos espacios públicos y sobre los cambios percibidos.

En la siguiente figura se sintetiza la metodología empleada en la investigación y se avanzan los resultados que serán expuestos a continuación.

Figura 2: Metodología y fuentes de información. Esquema explicativo.



Fuente: Elaboración propia.

4. Resultados y discusión

Los principales resultados derivados de la investigación se exponen y se discuten a continuación, articulados en torno a cinco grandes fenómenos que se observan en las plazas analizadas y que se relacionan directamente con la presencia o intensificación de la actividad turística en ellas. Los resultados entroncan directamente con los objetivos planteados al inicio del trabajo y abordan los principales cambios observados en la imagen, las funciones, el aprovechamiento y el significado de las plazas, los cuales son diseccionados a través de una serie de conceptos que consideramos significativos. También es examinada la responsabilidad de los agentes empresariales y, sobre todo, de la administración municipal en los fenómenos considerados.

4.1. Estetización y museificación

La estetización se ha erigido en los últimos años en un interesante paradigma de análisis e interpretación del mundo contemporáneo y de la actual sociedad de consumo (Lipovetsky y Serroy, 2015), siendo especialmente fecunda su aplicación en el ámbito de la investigación de los espacios y destinos turísticos (Maitland y Smith, 2009; Kirillova et al., 2014; Benenti y Giombini, 2020).

Uno de los rasgos esenciales de los destinos turísticos en la actualidad, incluidos por supuesto los de carácter urbano, consiste en la atención y el cuidado que se presta a los aspectos estéticos de los espacios donde se desarrolla la actividad. Este hecho deriva del convencimiento, por parte de los agentes del sector, de que el consumo turístico, recreativo, de ocio, e incluso cultural, está íntimamente ligado a la imagen y al atractivo físico que ofrecen los lugares y productos ofertados (Marcús, 2013; Mansilla et al, 2021). Directamente vinculado al concepto de estetización de los espacios turísticos urbanos encontramos el de museificación de los centros históricos (Hernández-Ramírez, 2018), en alusión a la conversión de buena parte de éstos en escenarios cuasi inertes orientados a su contemplación pasiva por parte de los visitantes.

Una visita a cualquiera de las plazas analizadas pone de manifiesto, en primera instancia, la existencia de un conjunto de actuaciones dirigidas a su renovación y embellecimiento que, en gran medida, coinciden cronológicamente con la etapa de mayor crecimiento de la actividad turística en la ciudad. Dichas actuaciones han tenido como resultado cambios que evidencian diferentes niveles de profundidad, desde cosméticos o de carácter epidérmico hasta transformaciones estéticas que van más allá de lo superficial y que tienen un alcance estructural.

Entre los cambios de tipo epidérmico destacan los relacionados con los materiales, colores y formas de distintos elementos: pavimento, fachadas, mobiliario urbano, iluminación, señalética, soportes publicitarios, etc. En las plazas analizadas, en ocasiones se opta por la reproducción de estilos y diseños historicistas, tratando de recrear escenarios del pasado y una supuesta autenticidad muy demandada por el turista actual (adoquinado tradicional, farolas y bancos de estilo fernandino, materiales nobles en señalética y soportes publicitarios, realce de fachadas de edificios de valor patrimonial, etc.); mientras que en las actuaciones más atrevidas se incorporan nuevos materiales ajenos a la tradición (acero corten, aluminio, policarbonato, hormigón, cemento, etc.) y diseños contemporáneos o novedosos (estilizados, orgánicos, minimalistas, etc.). El resultado final, en algunas ocasiones, deriva en situaciones de hibridación y eclecticismo estético (Jameson, 1991) que distorsionan la imagen tradicional de las plazas (caso de la Plaza de la Magdalena).

Mención especial merecen, por su incidencia sobre la vida social y la calidad de vida que pueden ofrecer los espacios públicos, las actuaciones de implantación de nuevo mobiliario urbano y otras dotaciones. Bancos, fuentes y vegetación (especialmente el arbolado) se erigen en la actualidad en los nuevos “lujos” de las históricas plazas, las cuales han venido sufriendo el progresivo deterioro e incluso la pérdida de estos elementos de tan elevado valor social, lo cual esconde en ocasiones una política velada de repulsión de colectivos indeseados.

Los cambios más profundos y de alcance estructural se relacionan con las operaciones de zonificación, de peatonalización y de ordenación de la movilidad. La zonificación implica la compartimentación y clarificación del espacio público, dedicando las distintas zonas a actividades nítidamente diferenciadas (descanso, ocio, juego, consumo, tránsito, etc.), lo cual contrasta con la mezcla de usos y el desorden que tradicionalmente existía en las calles y plazas. Por su parte, la progresiva peatonalización del centro histórico en general y de sus plazas en particular, constituye una política y un hecho en continua expansión en Sevilla, aunque no exento de interferencias derivadas de la presencia de diversos medios de transporte que requieren la ordenación de una movilidad compleja en la que los peatones deben

compartir espacio con distintos tipos de vehículos (bicicletas, patinetes, tranvías, taxis, vehículos comerciales, de residentes, etc.).

Un fenómeno directamente asociado a la ordenación de la movilidad es la creciente disposición de elementos que ejercen de barrera física (bolardos, mojones, cadenas, maceteros, jardineras, etc.), lo que unido a la instalación de cámaras de vigilancia exterior, la mayor presencia policial e incluso la utilización de drones (caso de la Plaza Nueva), pone de relieve otro de los rasgos básicos que caracterizan a los espacios de consumo turístico actuales: el reforzamiento de la seguridad o, al menos, la transmisión de una imagen de seguridad (Judd, 2003; Hiernaux y González, 2014).

El fenómeno de la estetización, que por una parte puede tener innegables efectos positivos sobre el paisaje urbano, puede derivar también, en el sentido opuesto, en situaciones o fenómenos indeseables entre los que se destaca el de la banalización del patrimonio. En este sentido, sirva de botón de muestra, debido al gran impacto que genera, la utilización de una de las fachadas del ayuntamiento de Sevilla (la que da a la Plaza de San Francisco) como pantalla o telón de fondo de espectáculos de luz, sonido e imágenes (*mapping*) que alteran bruscamente el sentido original del edificio y desvirtúan su función simbólica como referente histórico local.

Imágenes 1 y 2: Estetización urbana (1) y banalización del patrimonio (2): poda geométrica en la Plaza de San Francisco y proyección de video *mapping* sobre la fachada del ayuntamiento.



Fuente: Autoría propia (1) y Ayuntamiento de Sevilla (2).

Otro aspecto conflictivo en relación con la intervención física sobre los espacios públicos y su estetización tiene que ver con el papel que juega la iniciativa privada en dichas actuaciones, las cuales, por su propia naturaleza, habrían de corresponder a la administración pública. Entre las plazas analizadas encontramos un ilustrativo ejemplo de la enorme influencia que pueden ejercer los agentes empresariales en el diseño del espacio público de la ciudad: se trata del caso de la remodelación de la Plaza de la Magdalena y el protagonismo en dicha actuación del grupo inmobiliario-turístico Millenium.

El caso se resume en la firma de un convenio urbanístico entre la administración municipal y el citado grupo Millenium (propietario de los hoteles Radisson Collection), por el que esta empresa asumió buena parte de las obras de reurbanización y renovación de la plaza. Esta contribución en términos financieros y ejecutivos implica poner en manos de la iniciativa privada la materialización del proyecto de remodelación de la plaza, lo cual potencialmente pone en riesgo el interés general del urbanismo y de los ciudadanos como consecuencia de que puedan prevalecer los intereses del grupo empresarial y su proyecto hotelero en la configuración final de la plaza (diseño de los accesos al establecimiento, reserva de espacio para veladores, elección del tipo de mobiliario urbano, etc.).

Como corolario del presente apartado se puede afirmar que, a mayor presencia de la actividad turística, mayor entidad adquieren las actuaciones de embellecimiento y estetización, tal y como se constata en las operaciones observadas en la Plaza de la Magdalena (en torno al Hotel Radisson Collection) o en la Plaza de la Encarnación (en torno al proyecto Metrosol Parasol). En ambos casos, las actuaciones de remodelación urbanística llevadas a cabo, tanto epidérmicas como estructurales, han sido guiadas en

gran medida por los intereses de los negocios turísticos que actualmente predominan en estas plazas, afectando a la continuidad de los usos sociales tradicionales. Este hecho revela que, tras los procesos de estetización, subyace una dinámica menos visible de gentrificación social y comercial que tiende a la exclusión de actividades preexistentes y de sectores sociales con menor capacidad económica, que quedan relegados o sometidos a la lógica del consumo turístico (Mansilla, 2018).

Con esta tesis parecen estar de acuerdo los propios ciudadanos que, en las entrevistas realizadas en el marco de esta investigación, expresan su convencimiento de que las transformaciones operadas se deben principalmente al desarrollo de la actividad turística. No obstante, la valoración sobre el sentido de dichas transformaciones no es unánime. En unos casos es claramente favorable, como cuando se afirma que “la Plaza de la Magdalena no estaría arreglada si no fuese por los hoteles que han abierto en ella”; mientras que en otros se rechaza abiertamente el control de los usos del espacio público por parte de las nuevas actividades, como cuando se señala que “en la Plaza de la Encarnación se ha realizado una reforma encaminada para los turistas fundamentalmente”.

4.2. Nuevas funciones *ergo* nuevos significados

Las transformaciones producidas por la implantación o la intensificación de la actividad turística en las plazas van más allá de los cambios formales y estéticos, afectando de lleno a sus funciones y usos tradicionales. Un fenómeno que, en última instancia, tiene sus consecuencias más profundas en la modificación del significado social de estos espacios, es decir, en su transmutación simbólica y la pérdida acelerada de los rasgos que han conformado histórica y socialmente su identidad.

Una de las señales más evidentes de la reciente transformación funcional la constituye el desembarco de potentes operadores hoteleros en estos enclaves tan significativos. Este fenómeno, que se enmarca en el concepto más amplio de *hotelización* (De la Calle, 2019; González Pérez, 2020), se erige en una de las claves fundamentales de los cambios observados como consecuencia de la decidida decantación de las plazas hacia las actividades turísticas y la progresiva mercantilización de su patrimonio.

El caso del Hotel Radisson Collection Magdalena Plaza resulta un ejemplo paradigmático del proceso de *hotelización* señalado, puesto que la plaza donde se ubica ha adquirido con él una nueva función con carácter protagónico que ha transformado no solo su imagen y su actividad, sino muy especialmente su significado para la población local. Así, los ciudadanos perciben ahora la Plaza de la Magdalena como un nuevo enclave turístico del centro histórico, un lugar en el que han aparecido nuevos usos y usuarios -la terraza del bar del hotel y los turistas-, y que ha pasado de ser un tradicional espacio de tránsito y de encuentro a erigirse en un lugar de consumo destinado principalmente a los visitantes. No hay mejor definición para ello que algunas opiniones de los ciudadanos entrevistados, que de forma expresiva se quejan de que ahora “la plaza la acapara un hotel” o de que “tras la reforma lo que más llama la atención es el hotel y sus veladores”.

El fenómeno de la *hotelización* alcanza una de sus máximas materializaciones en la transformación de edificios de elevado valor patrimonial en hoteles exclusivos u hoteles *boutique* (Lorenzo, 2017). En nuestra investigación se aprecia un ejemplo muy relevante en la Plaza de San Francisco, donde a finales de 2022 estaba en vías de apertura un nuevo hotel de lujo ejecutado sobre dos inmuebles colindantes catalogados². El hotel, construido por el ya citado grupo Millenium, va a ser gestionado por la cadena estadounidense de hoteles de lujo Nobu Hospitality bajo una concepción de establecimiento orientado hacia una demanda exclusiva. Esta actuación conllevará un cambio importante de la Plaza de San Francisco en términos funcionales, puesto que se trata de un espacio que no contaba hasta el momento con ningún equipamiento hotelero.

Otro caso que abunda en la tesis expuesta es el de la Plaza de la Encarnación, donde se ubican hasta cuatro edificios que han sido reconvertidos en hoteles, siendo especialmente significativa las obras ejecutadas para la apertura del Hotel Casa de Indias, un hotel *boutique* de 61 habitaciones que fue abierto en febrero de 2019. El establecimiento se ubica en un magno y valioso edificio con fachada de estilo regionalista que estuvo durante muchos años en situación de total abandono, hasta que el Ayuntamiento de Sevilla lo expropió en 2007 y concedió el derecho de superficie al grupo hotelero Intur por un período de 30 años. Este hotel, junto al Abba Sevilla, el Welldone Metropól y el Palace Sevilla, a los que se unen el resto de los atractivos que como veremos más adelante ofrece este espacio, han transformado profundamente la imagen y el significado de la plaza, convirtiéndose desde 2011 en uno de los espacios de ocio y consumo más dinámicos del centro histórico.

Imágenes 3 y 4: Hotelización. Hotel Casa de Indias en la Plaza de la Encarnación (3) e Inmuebles catalogados sobre los que se está construyendo el hotel de la Plaza de San Francisco (4)



Fuente: Grupo Intur (3) y El Confidencial.com (4) .

El proceso de *hotelización* incluye otro de los fenómenos que con mayor fuerza ha irrumpido en el panorama del turismo urbano en los últimos 15 años: la conversión de las viviendas de carácter residencial en alojamientos de uso turístico –*airbnbización*– (Peters, 2016; Blanco-Romero et al., 2018; Sequera, 2020; Comendador-Sánchez et al, 2021). El crecimiento de este tipo de oferta en el centro histórico de Sevilla ha sido imparable durante la última década y ha llegado también por supuesto a las plazas y su entorno próximo. Así, mientras que los nuevos hoteles y sus usos asociados se han revelado con claridad ante los ojos de los ciudadanos y los visitantes (fachadas, accesos, señalización, terrazas, etc.), la expansión de la explotación turística de las viviendas ha resultado un fenómeno menos visible, pero que ha experimentado un enorme crecimiento hasta alcanzar cifras récord³.

Entre los casos que nos ocupan en esta investigación, el crecimiento de la oferta de alojamientos turísticos en viviendas resulta claramente constatable en la Plaza de la Encarnación, la Plaza Nueva y la Plaza del Salvador, donde numerosas viviendas y hasta edificios completos han pasado a engrosar las cifras de alojamiento turístico de la ciudad (véase tabla 2).

Tabla 2: Alojamiento turístico en viviendas en la Plaza de la Encarnación (2022).

DENOMINACIÓN	PLAZAS	DENOMINACIÓN	PLAZAS
Apartamentos Setas Center	50	Imagen Metrosol Deluxe Valcumbre	6
Welldone Metropol	38	One&Lux las Setas 3	6
ESSE Apartamentos Las Setas	24	Design penthouse in the City Center	6
Mirador de Las Setas	8	Apartamento Las Setas	6
Apartamento Km 0	7	Magno Apartamentos	4
Las Setas en el corazón de Sevilla	6	Imagen Metrosol	3
Apartamento Suite Las Setas	6	Otros inmuebles	35
Metropol Sevilla Urban	6	TOTAL	211

Fuente: Elaboración propia a partir del Registro de Turismo de Andalucía, Airbnb y Booking.

Estamos ante un fenómeno que tiene multitud de ramificaciones y consecuencias sobre los espacios afectados, tales como la drástica reducción de la función residencial y el consiguiente vaciamiento de población local (Díaz-Parra y Sequera, 2021), el encarecimiento de los alquileres de larga duración o la desaparición del comercio tradicional y de proximidad (Ruiz-Romera et al., 2023). Esto último se aprecia

con claridad en las plazas, donde prácticamente han desaparecido los antiguos comercios y tiendas que ofrecían productos y servicios variados (ropa, calzado, artesanías, juguetes, etc.), dando paso a la apertura en esos mismos locales de tiendas de souvenirs, establecimientos de comida rápida y *take away* y, sobre todo, nuevos bares, restaurantes y cafeterías orientados a una clientela turística o con elevado poder adquisitivo. En cualquier caso, se trata de procesos que se extienden a buena parte del caso histórico y que generan una serie de tensiones sociales y económicas que tienen su reflejo en la aparición de colectivos críticos con los procesos de turistificación de la ciudad⁴ (Hernández y Barrero, 2022).

4.3. Apropiación del espacio público

Posiblemente, uno de los fenómenos más evidentes y a menudo conflictivo que afecta a muchas plazas de los centros históricos lo constituye la ocupación del espacio público por las terrazas de veladores (Fernández-Tabales y Santos-Pavón, 2018; Elorrieta et al., 2021). Un hecho que se enmarca en el contexto de creciente *baretización* y *gourmetización* de la ciudad turística (Cabrerizo et al., 2017; García Henche, 2017; Jover et al., 2018; González, 2018; Berraquero y González, 2022). Con estos atrevidos términos se trata de poner de relieve la incesante apertura de nuevos bares, restaurantes, cafeterías o heladerías en las zonas de la ciudad en las que las actividades económicas tradicionales han dejado paso al dominio del negocio turístico.

La apropiación del espacio público por parte de las terrazas resulta un fenómeno común a la mayoría de las ciudades turísticas, donde se ha revelado su continuo crecimiento a pesar de las ordenanzas reguladoras municipales. Ello da como resultado, en ocasiones, situaciones caracterizadas por la ocupación privativa de espacios esenciales para satisfacer necesidades sociales básicas, tales como el tránsito, el encuentro, el descanso, el juego o la mera posibilidad de pasear y disfrutar del paisaje urbano.

De hecho, estamos ante una cuestión que genera preocupación social y que se refleja con frecuencia en los medios de comunicación locales. El fenómeno toma forma como un círculo vicioso caracterizado por la creciente ocupación del espacio público, la permisividad municipal y las quejas ciudadanas, lo que desencadena una espiral de situaciones conflictivas (Fernández-Tabales y Santos-Pavón, op. cit.).

Aunque la práctica de instalar terrazas de veladores no es un fenómeno nuevo y constituye una tradición arraigada en Sevilla, los episodios de ocupación masiva del espacio público son relativamente recientes y se deben básicamente a dos razones bien distintas pero que tienen consecuencias similares:

- a) la existencia de una política municipal favorecedora de la expansión de los negocios de hostelería y restauración, y guiada, en buena medida, por el afán recaudatorio en materia de concesión de licencias (cobro de tasas municipales);
- b) la ocupación abusiva del espacio público por parte de muchas terrazas como consecuencia de la debilidad de los sistemas municipales de control e inspección sobre su ubicación, dimensiones y elementos que las componen.

La combinación de ambas circunstancias da lugar a situaciones de invasión del espacio público por parte de las terrazas, que se han extendido aceleradamente por las plazas del centro histórico, produciendo incomodidades e imponiendo limitaciones que afectan principalmente a los viandantes.

Como resultado del trabajo de campo, se pueden distinguir diferentes situaciones y niveles de intensidad del fenómeno. Así, la Plaza de El Salvador es la que tradicionalmente ha presentado una orientación más clara hacia el consumo en veladores, costumbre que hunde sus raíces en el pasado y, por tanto, es anterior al exponencial crecimiento turístico de la ciudad. A ello se unen las concesiones otorgadas recientemente a los establecimientos franquiciados que han desembarcado en la plaza, todo lo cual genera un espacio que se configura como una carrera de obstáculos para los peatones. Hay que señalar que, en este caso, la actividad turística, más que un factor desencadenante, ha resultado ser un factor añadido que contribuye a intensificar la apropiación del espacio público por parte de las terrazas.

Un caso diferente es el de la Plaza de la Encarnación, puesto que en ella el turismo sí que se erige en protagonista y en factor determinante de su actual configuración. La plaza está literalmente copada por establecimientos con terrazas (se han contabilizado un total de 30), los cuales dan servicio tanto a la población local como a los turistas atraídos por el neomonumento conocido como Las Setas. Así, este espacio se erige en un carrusel de bares y restaurantes que ejemplifican perfectamente un modelo productivo basado en la primacía del ocio consumista y el turismo, a la vez que pone de relieve un modelo urbanístico caracterizado por la sustracción del espacio público a los ciudadanos en beneficio de los negocios de hostelería y restauración.

Imágenes 5 y 6: Apropiación del espacio público: terrazas de veladores en la Plaza de San Francisco (5) y en la Plaza de San Francisco (6).



Fuente: Autoría propia (5) y Booking.es (6).

Los casos de las plazas de San Francisco y La Magdalena coinciden en que están siendo afectadas de forma inicial por los procesos de apropiación del espacio público por parte de las terrazas. En la Plaza de San Francisco sólo existía, hasta finales de la pasada década, la terraza de un histórico establecimiento (el Café Bar Laredo) con el que ha habido una tradicional permisividad por parte del ayuntamiento, tal y como lo demuestra la peculiar composición de su terraza, integrada por sillones, lámparas de mesa, calefactores y, en general, una estética a modo de salón interior que acrecienta la sensación de privatización del espacio público. En los últimos años se han autorizado veladores para otros dos negocios de hostelería, a los que en breve se unirá la terraza del nuevo hotel boutique en fase de apertura, instalaciones impulsadas por una demanda turística ajena las prácticas de ocio ciudadanas.

Más claro resulta el caso de la Plaza de la Magdalena, donde las primeras y únicas terrazas autorizadas hasta el momento pertenecen al hotel recientemente inaugurado y que ha sido pieza fundamental en la transformación de la plaza. En este caso, la apropiación del espacio público ha venido de la mano de la actividad turística y más concretamente del hotel, que ha contribuido en términos financieros a la remodelación urbanística de la plaza a cambio de su protagonismo en la operación y la obtención de réditos (la autorización de dos terrazas de veladores adosadas a su fachada principal).

En definitiva, aunque la instalación de terrazas de veladores constituye una actividad tradicional en la ciudad, la ocupación de las plazas del centro histórico ha experimentado un aumento en las dos últimas décadas como consecuencia de la expansión de las actividades de hostelería y turismo, de forma que estos espacios de elevado valor patrimonial y social corren el riesgo de ser desposeídos de sus funciones cívicas como consecuencia de la apropiación del espacio público.

4.4. Eventización

Con la expansión del turismo en Sevilla, se han multiplicado sustancialmente los usos de los espacios públicos con destino a la celebración de eventos de todo tipo. Esto supone una transformación temporal, pero en todo caso significativa, de las plazas, las cuales, además de funcionar como lugares preferentes para las fiestas locales tradicionales, constituyen hoy el escenario idóneo para la celebración de una variada oferta de ferias, conciertos, encuentros, actividades deportivas, conmemoraciones y espectáculos.

Conviene distinguir entre las fiestas tradicionales y los eventos. Las primeras se caracterizan por ser momentos extraordinarios en los que los miembros de una determinada comunidad simbólica ocupan espacios considerados comunes donde, al amparo de sus símbolos y rituales, materializan su identidad. La participación en estas acciones simbólicas de intensa interacción social, afectiva y emocional convierte a los sujetos en miembros de dicha sociedad y refuerza los vínculos colectivos de pertenencia. Como señala Velasco, “la fiesta hace sociedad, o al menos, “crea ilusión de comunidad” (1982:7). Los eventos, por su parte, se desarrollan también en tiempos no cotidianos, pero normalmente carecen del carácter cíclico de las fiestas. Obedecen a intereses comerciales, turísticos y políticos de

administraciones y empresarios de muy distinto signo que transforman las plazas en lugares de consumo donde se ofertan los acontecimientos más variopintos. A pesar de estas diferencias conceptuales, en la actualidad se observa, como veremos, que los procesos de turistificación tienden a desdibujar las diferencias existentes entre fiestas y eventos (Quintero-Morón y Hernández-Ramírez, 2022).

a) Fiestas y rituales: de la tradición a la turistificación

Las plazas seleccionadas para este estudio han funcionado tradicionalmente como focos de atracción que congregan a vecinos de toda la ciudad en las ocasiones rituales. En ellas se celebran algunas de las acciones festivas de mayor trascendencia, lo que las convierte en lugares predilectos para la expresión popular. De hecho, en las fiestas se produce una apropiación colectiva del espacio público de fuerte calado simbólico. A través del ritual, el vecindario experimenta una intensa, emotiva y pasajera alteración del ánimo en el que se llegan a alcanzar momentos de clímax o catarsis social. Esta experiencia colectiva convierte a las plazas en lugares sobresalientes, muy estimados y significativos, pues en ellas se fortalece y reproduce anualmente un sentimiento de identificación y pertenencia a la comunidad vecinal.

Sin embargo, en la actualidad, a raíz de la expansión del turismo, las fiestas tradicionales están experimentando una transformación importante, lo que afecta a la función y al sentido de las plazas seleccionadas. Aunque en Sevilla las fiestas han constituido históricamente uno de los atractivos turísticos más destacados, el crecimiento sostenido de los flujos de personas que la visitan se traduce en una ocupación intensiva de calles y plazas desconocida hasta ahora. Paralelamente, la promoción turística toma como reclamo una idealizada y simplificada representación de los valores tradicionales (singularidad, estética, emocionalidad...) que transforman a la fiesta en un sugestivo objeto de consumo que el turista adquiere adoptando un rol contemplativo y pasivo.

La masificación creciente de turistas espectadores y consumidores de autenticidad es un factor que limita la capacidad de la sociedad local para reproducir sus fiestas tradicionales y experimentar intensamente los sentimientos anteriormente apuntados de vinculación a la comunidad a través del ritual. El fenómeno dificulta la materialización efectiva de la función de las plazas como enclaves festivos centrales, especialmente en los casos de las de San Francisco, el Salvador y la Magdalena. En las entrevistas realizadas, algunos de nuestros informantes subrayan este aspecto de la masificación turística como un factor que desnaturaliza, interrumpe y desluce las acciones simbólicas festivas (imagen 7).

Imagen 7: Turistificación de las fiestas tradicionales.



Fuente: ABC de Sevilla.

La tendencia paulatina hacia la turistificación de las fiestas tradicionales está suponiendo una transformación profunda de los significados y prácticas sociales asociados a los rituales y a los emplazamientos donde estos se desarrollan. La celebración comunitaria e identitaria, estructurada en la sociedad local y reforzadora de los vínculos de pertenencia, muta hacia el espectáculo donde se escenifica la autenticidad ante un público heterogéneo que la consume pasivamente. En otras palabras, la fiesta

se transforma progresivamente en evento y esta *eventización* implica, para el caso que nos ocupa, la banalización del sentido de las plazas como centros simbólicos de la ciudad.

b) Eventos orientados al consumo local y turístico

Los eventos públicos no son exclusivos de la contemporaneidad. Tradicionalmente, en las plazas objeto de este estudio (especialmente la de San Francisco) las autoridades han organizado actos puntuales, que ya son historia, como sentencias de muerte cara al público, corridas de toros o mascaradas, los cuales funcionaban básicamente como instrumentos de reafirmación del poder y de mantenimiento del *statu quo*. En la actualidad, políticos y empresarios toman el relevo en la celebración de eventos, pero el sentido, el contenido y la intencionalidad de éstos varía significativamente con respecto a los celebrados en el pasado.

Hoy el fenómeno ha alcanzado niveles desconocidos, hasta el punto de que la celebración de eventos sucesivos debe contemplarse como una apuesta decidida de las autoridades políticas locales, las cuales programan un calendario ininterrumpido de acontecimientos de distinta dimensión y repercusión mediática, cuya finalidad es doble. De un lado, dinamizar la vida cultural de la ciudad y de paso legitimar la acción de gobierno y, de otro, atraer a turistas e inversores y posicionar ventajosamente a la ciudad en el ranking exclusivo de urbes turísticas globales (Hernández-Ramírez y Comendador-Sánchez, 2022). En esta estrategia de producción de eventos el sector privado no va a la zaga. Empresas y entidades sociales de distintos sectores e intereses protagonizan prácticamente el 50% de los eventos organizados en las plazas seleccionadas en este estudio (Tabla 3).

Con independencia de su carácter público o privado, los eventos celebrados en las plazas estudiadas se caracterizan por su variabilidad temática. Sin ser exhaustivos, podemos decir que van desde conciertos, conmemoraciones, celebraciones y exhibiciones hasta encuentros gastronómicos, ferias de productos, pasarelas de moda, espectáculos de luz e imágenes e incluso campeonatos deportivos (Tabla 3). Paralelamente, esta oferta formal de espectáculos públicos y privados, que toman las plazas ocupando casi siempre amplios espacios donde instalan equipamientos como carpas, tenderetes, casetas, expositores..., se acompaña de improvisados mimos, payasos, estatuas humanas, músicos callejeros de los estilos y niveles más variados que se emplazan transitoriamente en zonas estratégicas de paso de viandantes.

Como resultado, el paisaje urbano de las plazas acaba convirtiéndose en marco permanente para lo escénico y en lugar de divertimento. Allí las iniciativas públicas y privadas se afanan por crear las condiciones para que vecinos y visitantes puedan vibrar y sentirse deslumbrados ante espectáculos que despliegan las tecnologías de la imagen y el sonido más avanzadas, las cuales pueden llegar a utilizar como telón de fondo los monumentos históricos, banalizándolos. Asimismo, los organizadores tratan de generar espacios que animen al consumo de productos tanto locales como foráneos, e incluso llegan a recrear escenarios ajenos y descontextualizados donde, por ejemplo, son representadas fiestas extranjeras (como mascaradas italianas) o son instaladas estructuras singulares propias de otras culturas y zonas climáticas (carruseles franceses, pistas de hielo). Este conjunto de actividades sucesivas desterritorializan las plazas y las transforman en lugares indiferenciados dentro del universo de las urbes turísticas globales (imagen 8).

Imagen 8. Eventización: pista de hielo con pingüinos en la Plaza de San Francisco.



Fuente: Ayuntamiento de Sevilla.

Tabla 3: Principales Eventos realizados en las Plazas de estudio 2010-2022

Públicos	Privados
“Sevilla en tenis”. Copa Davis (Ayuntamiento, 2011).	“60° aniversario de SEAT”. Concierto musical de <i>El Sueño de Morfeo</i> , <i>Vanesa Martín</i> , <i>Despistaos</i> y <i>Georgina</i> (SEAT, 2010).
Desfile de Moda Flamenca (Junta de Andalucía y Ayuntamiento, 2013).	“Juntos contra la pobreza”. Casetas informativas de ONG (Banco de Alimentos, 2010)
Campeonato de Baloncesto. (Ayuntamiento, 2013).	“Objetivo: ¡Volar!”. Exposición (La Caixa, 2011)
2º Festival Internacional de Blues Ciudad de Sevilla (Ayuntamiento, 2014).	Camaval de Cádiz en Sevilla (Cajasol, 2012)
Video <i>Mapping</i> Navideño (Ayuntamiento, 2014).	“ <i>Romanorum Vita</i> ”. Exposición (2012, La Caixa, 2012).
Desfile de Coches de Enganches (Ayuntamiento, 2015).	Pasacalles de Animales Marinos (Acuario de Sevilla, 2015)
“I Roadshow Eléctricos de Sevilla” (Federación de Empresarios del Metal, FEDEME, 2015)	Llegada del maratón de Sevilla (Ayuntamiento, 2015)
“VI Tapas week” (Ayuntamiento, 2016)	<i>Mapping</i> y pista de patinaje (Puro Evento, 2016)
Espectáculo de Bolas con Música y Luz (Ayuntamiento, 2017).	<i>City Mystery</i> . Gymkhana Turística (<i>City Mystery</i> , 2018)
“Los Tres reyes Mahos”. Espectáculo audiovisual (Ayuntamiento, 2018)	Enmascarado Sevilla 2018, Carnaval benéfico de máscaras. (Asociación Marco Luna y Ayuntamiento, 2018)
Víspera del Corpus Christi. Concierto (Ayuntamiento, 2019)	56º Exposición Filatélica Nacional (EXFILNA) (EXFILNA, 2018)
Campaña de Donación de Sangre (Junta de Andalucía, 2019)	<i>Fashion Law</i> (ONTIER, 2018)
“Ángeles Navideños”. Espectáculo Audiovisual (Ayuntamiento, 2019)	Enmascarado Sevilla 2019, Carnaval benéfico de máscaras. (Asociación Marco Luna y Ayuntamiento, 2019)
Árbol navideño de bombillas led más alto de Europa (Ayuntamiento, 2021)	Campeonato Baloncesto 3X3 (La Caixa, 2019)
Exposición “Tablada fue el principio” homenajeando al acuartelamiento aéreo (Ayuntamiento, 2021)	<i>Green Week</i> (Ecolec, 2019)
Concierto por el día de las Fuerzas Armadas (Ministerio de Defensa, 2022)	

Fuente: Hemeroteca. Elaboración Propia.

4.5. Neomonumentalismo

Entre las estrategias de singularización urbana más frecuentes en el escenario turístico internacional destaca la construcción de nuevas arquitecturas caracterizadas por su espíritu innovador y efectista. El fenómeno, que denominamos *neomonumentalismo*, consiste en la erección de edificios y equipamientos espectaculares que modifican radicalmente la imagen de determinadas zonas y funcionan como una especie de *photo call* turístico, pues su objetivo es atraer la visita de turistas y profesionales creativos, que despierten además el interés de inversores y emprendedores (Hernández-Ramírez, 2018).

Con estas obras diseñadas normalmente por arquitectos de renombre internacional, que recurren a estilos atrevidos y casi siempre ajenos a la impronta urbana tradicional, se trata de proyectar una nueva imagen de marca de la ciudad que abunda en la idea de la creatividad, el cosmopolitismo, el vanguardismo y la apertura a nuevos lenguajes.

A menudo, estas peculiares estructuras arquitectónicas son ubicadas en espacios céntricos de la ciudad, tal como ocurre en Sevilla, donde la plaza de la Encarnación acoge al edificio bautizado como

Metropol Parasol y rebautizado popularmente como Las Setas, debido a su peculiar estilo fungiforme⁵. El neomonumento se emplaza sobre el solar que ocupaba un antiguo mercado de abastos cerrado “provisionalmente” en 1973, tras lo que se convirtió en un enorme baldío de 7.000 metros cuadrados utilizado durante años como aparcamiento en superficie.

La degradación urbanística de la zona animó a las autoridades locales a impulsar el proyecto de construcción de un edificio emblemático que dinamizara este gran vacío urbano. En 2004 se convocó un concurso internacional de ideas para la ejecución de un nuevo espacio monumental que fue ganado por el equipo encabezado por el arquitecto alemán Jürgen Mayer y su proyecto *Metropol Parasol*.

En 2011 fue inaugurado un original edificio de estructura orgánica formado por seis anchos pilares y una cubierta entrelazada de madera laminada que simulan ser los troncos y las copas de unos árboles colosales⁶. El proyecto concebía esta arquitectura como un dinamizador de la actividad social, comercial y cultural. Por ello, en su subsuelo se ubica un yacimiento arqueológico musealizado; en la planta baja se emplaza un renovado mercado de abastos; la planta principal funciona como espacio abierto destinado a espectáculos y eventos; mientras que sobre las cubiertas se emplaza una pasarela-mirador con vistas a toda la ciudad y una avanzada sala de proyecciones. Finalmente, el entorno del edificio lo ocupan numerosos negocios de hostelería que han proliferado al calor de las expectativas económicas que ofrecía el proyecto.

Las Setas han sido incorporadas por los responsables públicos y privados a la imagen de la ciudad como el nuevo emblema local, apareciendo en la publicidad turística asociadas con los monumentos históricos más representativos con los que establece un difícil diálogo de estilos, volúmenes, alturas y texturas. Desde el discurso público y del sector turístico se resalta que el neomonumento genera en su entorno un nuevo paisaje urbano donde domina un ambiente *cool*, bohemio, abierto, tolerante y festivo. Se indica, además, que este nuevo espacio constituye la plataforma ideal para la instalación de nuevas industrias culturales (salas de conciertos, centros de interpretación, teatros, auditorios, etc.), así como para la creación y la innovación, lo que lo convierte en un foco de atracción de especialistas de la expresión artística, emprendedores e inversores con capacidad para canalizar flujos culturales y económicos que circulan por todo el planeta. En definitiva, este discurso plantea que Las Setas pueden desencadenar una espiral de actividades transformadoras en el marco de lo que se conoce como las ciudades creativas (Quagliari y Russo, 2010; Richards, 2011; Santamarina y del Mármol, 2017). En otras palabras, se defiende la tesis que sostiene que la arquitectura tiene por sí misma capacidad para transformar y crear mejores ciudades.

Sin embargo, la investigación revela que Las Setas no han producido el anunciado *efecto Guggenheim*, es decir, no han generado un espacio cosmopolita de explosión creativa⁷, ya que en su entorno no se ha materializado una oferta urbana de novedades culturales globales (espectáculos, conciertos, ambiente post-bohemio o hípster, vida nocturna, gastronomía *foodie*, exposiciones, eventos...) orientada a consumidores cosmopolitas tanto foráneos como locales (García Henche, 2017). Por el contrario, lo que se ha desarrollado es un tipo de turismo alejado del deseado modelo creativo *glocal*, pues allí lo que se produce es una clara segmentación de la oferta y de las prácticas en las que se embarcan nativos y turistas. Los primeros suelen hacer uso de los bares franquiciados situados alrededor del neomonumento, así como de los establecimientos comerciales del entorno, mientras que los segundos se dirigen a la oferta explícitamente turística, formando colas para adquirir el boleto que les permite visitar el sitio arqueológico musealizado, así como la atalaya que ofrece el mirador desde la que fotografiar la ciudad. En definitiva, el ocio, la restauración y el turismo son los tres pilares de Las Setas, pero constituyen ofertas segmentadas. El resultado ha sido la generación de una zona donde se reproduce el modelo convencional de turismo cultural de masas, el cual es muy distinto de la propuesta de ciudad creativa.

De todas las plazas analizadas, la de la Encarnación es la que más ha cambiado en la última década, lo cual es percibido claramente por los informantes entrevistados. La transformación del lugar en un escenario turístico ha impactado severamente en los negocios tradicionales, los cuales han desaparecido casi en su totalidad, siendo sustituidos por bares, hoteles, tiendas de souvenirs... pero no por los anunciados emprendimientos característicos de la industria cultural.

Asimismo, la erección de Las Setas ha impactado en los usos sociales tradicionales de los espacios abiertos de la plaza, ya que los voluminosos pilares del edificio han desnaturalizado un diseño original que tradicionalmente había funcionado como lugar de recreo, descanso, tránsito y sociabilidad bajo la sombra de los ficus centenarios que allí se emplazan (imagen 10); un hecho que es corroborado por los informantes entrevistados.

Aunque, por otra parte, de lo que no parece haber duda es de que Las Setas han conseguido posicionarse como un poderoso reclamo turístico a la vista del interés despertado entre los turistas y los

potenciales visitantes de la ciudad (Géniz, 2018; Google Trends, 2022). Al tiempo que son consideradas por los entrevistados como una pieza clave del proceso de expansión del turismo hacia sectores del casco histórico que hasta hace poco estaban al margen del turismo, en una visión acrítica del proyecto que no tiene en cuenta ni sus desmesurados costes económicos (Florencio, 2019; OTI, 2022) ni sus impactos sobre el tradicional tejido social y comercial de la zona donde se ubica.

Imágenes 9 y 10: Neomonumentalismo (9) y su impacto (10) en la Plaza de la Encarnación



Fuente: Autoría propia.

5. Conclusiones

El trabajo realizado nos permite establecer unas consideraciones de carácter conclusivo que se exponen a continuación:

Las plazas, como epítomes del espacio público, constituyen un objeto de estudio de gran interés para profundizar en el conocimiento de los procesos de turistificación de la ciudad, al tratarse de centros neurálgicos de la vida social y de la expresión colectiva, lo que las hace especialmente sensibles a las transformaciones e impactos generados por la implantación y la expansión de las actividades turísticas.

Los cinco espacios analizados presentan una casuística variada y una situación heterogénea en cuanto al alcance y grado de intensidad de las mutaciones producidas por las actividades turísticas, aunque en líneas generales se observa una intensificación de la presencia de tales actividades, que deriva en algunos casos en situaciones próximas a la híper-especialización.

Una característica común a las plazas en proceso de turistificación son las actuaciones de estetización que tratan de generar escenarios caracterizados por el atractivo paisajístico, la accesibilidad, la limpieza y la seguridad. Pero tras estos espacios embellecidos, renovados y en ocasiones museificados subyacen procesos de exclusión de determinados colectivos y prácticas sociales que no tienen cabida o que colisionan con las nuevas dinámicas de consumo y ocio que pretenden implantarse.

La turistificación de las plazas supone la proliferación de nuevos establecimientos y actividades (alojamientos turísticos, bares y restaurantes, nuevos comercios, eventos culturales y comerciales, etc.) cuyas consecuencias van más allá de los cambios funcionales que producen, dando lugar a una resignificación de los espacios afectados. Así, la plaza como foro o eje central de prácticas cotidianas y ceremonias tradicionales está pasando a convertirse en escenario de nuevas actividades y actores sociales, modificándose sustancialmente su significado histórico, cultural y simbólico.

En consecuencia, los usos tradicionales de las plazas han de convivir o competir ahora con las nuevas funciones turísticas, dando como resultado situaciones diversas que van desde la hibridación entre ambas realidades hasta la segregación de las distintas prácticas y usuarios, cuando no se impone el monopolio de las actividades de hostelería y restauración.

Las plazas turistificadas, cual espacios renovados, embellecidos, dotados de arquitecturas efectistas, económicamente dinámicos y despejados de conflictividad social, se erigen en protagonistas destacadas

de la mercantilización de lo público, lo que se refleja con claridad en la apropiación de éste por parte de las terrazas de veladores y en la cada vez más habitual celebración de eventos de toda índole. De esta forma, la plaza, tradicional epicentro de relaciones, expresiones y usos sociales consuetudinarios, se transmuta en lugar por excelencia para el consumo e incluso en objeto mismo de consumo.

Los procesos de turistificación y mercantilización señalados constituyen un paso adelante en la progresiva desarticulación de los marcos tradicionales de expresión de la sociabilidad, dando lugar a la emergencia de nuevos marcos relacionales centrados en el consumo. En la construcción de estos nuevos escenarios participan los gestores locales, los empresarios, los turistas y los propios nativos, que se adhieren a las nuevas dinámicas socioeconómicas y respaldan mayoritariamente las actuaciones emprendidas en las plazas si atendemos a los resultados del trabajo de campo. No obstante, estos procesos no son unidireccionales. Prueba de ello es la emergencia de organizaciones minoritarias contrarias a los efectos nocivos de la turistificación en los espacios públicos.

En definitiva, las plazas como tradicionales lugares de paseo, encuentro, manifestación o ceremonia están siendo acomodadas o sometidas al creciente dominio de las prácticas de consumo y turísticas, lo cual repercute notablemente sobre la imagen, el sentido y la vinculación de los ciudadanos con estos espacios de gran significación social y extraordinario valor simbólico. En distinto grado, la creciente especialización turística está transformando paulatinamente a las plazas en espacios domeñados, es decir, en escenarios sometidos al servicio de dicha actividad. Paralelamente, este proceso está desencadenando nuevos usos y funciones, que derivan en dinámicas socioculturales de nuevo cuño.

Finalmente, se constata que los procesos de globalización turística y de creciente competencia entre ciudades para posicionarse más ventajosamente en la jerarquía internacional de destinos y urbes creativas tienen su reflejo en las plazas más emblemáticas del centro de Sevilla; espacios que constituyen ámbitos preferentes para la transformación de la ciudad en objeto de consumo turístico y, por lo tanto, crecientemente afectados por el fenómeno de la turistificación.

Bibliografía

- Agudo, J. 2012. Espacios de sociabilidad y arquitectura tradicional. En Moreno, I. & Agudo, J. (ed). *Expresiones culturales andaluzas* (pp. 63-126). Sevilla: Junta de Andalucía.
- Ayuntamiento de Sevilla (Sevilla City Office). 2022. *Informe anual 2022*. <https://smart.sevillacityoffice.es/wp-content/uploads/2023/03/informe-resumen-anual-2022.pdf>.
- Barrera-Fernández, D. & Hernández-Escampa, M. 2016. El impacto de la política urbanística en la gestión de la ciudad histórico-turística: un estudio comparativo. *Pasos. Revista De Turismo y Patrimonio Cultural*, 14(3), 705-724.
- Becerra-Fernández, D & Díaz-Cuevas, P. 2022. Redes sociales geolocalizadas para la caracterización y valoración del espacio público. Las plazas del casco antiguo de la ciudad de Sevilla. *Revista Internacional de Humanidades - Human Review*, 15(7), 1-13.
- Benavides, J. 2008. El espacio público en las estrategias de producción de la ciudad. En VV. AA *Espacio público, ciudad y conjuntos históricos* (pp. 125-147). Sevilla: Junta de Andalucía.
- Benenti, M. & Giombini, L. 2020. The aesthetic paradox of tourism. *Proceedings of the European Society for Aesthetics*, 12, 2-31.
- Berraquero, L. & González, S. 2022. La Barra de bar más grande del mundo. Baretización en Sevilla y sus conexiones con los procesos de turistificación, gentrificación y gourmetización. En Díaz, I. & Barrero, M. (ed.). *Turismo, desarrollo urbano y crisis en las grandes ciudades andaluzas* (pp.199-214). Granada: Comares.
- Blanco-Romero, A.; Blázquez-Salom, M. & Cánoves, G. 2018. Barcelona, housing rent bubble in a tourist city. Social responses and local policies. *Sustainability*, 10(6), 2043.
- Borja, J. & Muxí, Z. 2003. *El espacio público: ciudad y ciudadanía*. Barcelona: Electa.
- Cabrerizo, C.; Sequera, J. & Bachiller, P.G. 2017. Entre la turistificación y los espacios de resistencia en el centro de Madrid: Algunas claves para (re) pensar la ciudad turística. *Ecología política*, 52, 78-82.
- Cedeño, M. C. 2005. *Relaciones sociales y prácticas de apropiación espacial de los parques públicos urbanos. El caso del Parc de Les Planes de L'Hospitalet de Llobregat*. Tesis Doctoral. Universidad de Barcelona.
- Cohen, A. 1985. *Symbolic construction of community*. London: Routledge.
- Comendador-Sánchez, A.; Santos-Pavón, E. & Hernández-Ramírez, J. 2021. Players, interests, and public policies in relation to tourist rental housing in Spain (2010-2019). Complexity and multiple conflicts. *Journal of Tourism Analysis*, 28(1), 1-21.

- De la Calle Vaquero, M. 2019. Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83.
- Delgado, M. 1999. *El animal público. Hacia una antropología de los espacios urbanos*. Barcelona: Anagrama.
- Delgado, M. 2007. *Sociedades movedizas. Pasos hacia una antropología de las calles*. Barcelona: Anagrama.
- Díaz-Parra, I. D., & Sequera, J. 2021. Introducción al número especial "Turistificación y transformación urbana. Debates sobre la especialización turística y sus consecuencias socioespaciales". *Cuadernos Geográficos*, 60(1), 6-12.
- Elorrieta, B.; García, M.; Cerdan, A. & Torres, A. 2021. La 'guerra de las terrazas': privatización del espacio público por el turismo en Sevilla y Barcelona. *Cuadernos de Turismo*, 47, 229-259.
- Escalera Reyes, J. 2012. Sociabilidad, relaciones de poder y cultura política en Andalucía. En Moreno, I. y Agudo, J. (ed.). *Expresiones culturales andaluzas*, (pp. 127-163). Sevilla: Junta de Andalucía.
- Fernández Tabales, A. & Santos-Pavón, E. L. 2018. La difícil convivencia entre paisaje urbano y turismo: clasificación de conflictos y propuestas de regulación a partir del análisis comparativo de normativas locales. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 78, 180-211.
- Florencio, M. J. 2019. Setas: factura interminable. *Asociación para la defensa del patrimonio histórico-artístico de Andalucía*. <http://www.adepasevilla.org/>.
- García Henche, B. 2017. Los mercados de abastos y su comercialización como producto de turismo de experiencias. El caso de Madrid. *Cuadernos de Turismo*, 39, 167-189.
- Géniz, D.J. 19 de agosto de 2018. Las 'setas' despiertan más interés que la Catedral para visitar Sevilla. *Diario de Sevilla*. https://www.diariodesevilla.es/sevilla/despertan-interes-Catedral-visitar-Sevilla-setas_0_1273973049.html.
- González Pérez, J.M. 2020. Una geografía de la gentrificación en el centro histórico de Palma (Mallorca, España). Turismo y elitización social. *Confins. Revue franco-brésilienne de géographie*, 48.
- González, S. 2018. La gourmetización de las ciudades y los mercados de abasto. Reflexiones críticas sobre el origen del proceso, su evolución e impactos sociales. *Boletín Ecos*, 43, 1-8.
- Google Trends. 2022. *El año en búsquedas 2022. Google Maps: Top scenic spots*. <https://trends.google.es/trends/yis/2022/GLOBAL/>.
- Hernández, M. & Barrero, M. 2022. Resistencias al turismo urbano: discursos y protestas de los movimientos sociales andaluces en el último ciclo. *En: Turismo, desarrollo urbano y crisis en grandes ciudades andaluzas*, (pp. 111-126). Granada: Comares.
- Hernández-Ramírez, J. 2018. La voracidad del turismo y el derecho a la ciudad. *Revista Andaluza de Antropología*, 15, 22-46.
- Hernández-Ramírez, J. & Comendador-Sánchez, A. 2022. Eventización: los acontecimientos mediáticos como estrategia pública de legitimación y posicionamiento en la red global de ciudades turísticas. *EURE. Revista de Estudios Urbano Regionales*, 48(144), 1-22.
- Hiernaux, D. & González, C.I. 2014. Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación. *Revista de Geografía Norte Grande*, 58, 55-70.
- Jameson, F. 1991. *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós.
- Jover, J.; Berraquero-Díaz, L.; Barrero-Rescalvo, M. & Jiménez-Talavera, A. 2018. Turistización y movimientos urbanos de resistencia: experiencias desde Sevilla. En Milano, C. y Mansilla, J. *Ciudad de vacaciones. Conflictos urbanos en espacios turísticos* (pp. 403-437). Barcelona: Pol-en editors.
- Judd, D. R. 2003. El turismo urbano y la geografía de la ciudad. *EURE. Revista de Estudios Urbano Regionales* 29(87), 51-62.
- Junta de Andalucía. 2022. *Registro de Turismo de Andalucía*. <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/turismoculturaydeporte/servicios/app/buscador-establecimientos-servicios-turisticos.html>.
- Kirillova, K.; Fu, X.; Lehto, X. & Cai, L. 2014. What makes a destination beautiful? Dimensions of tourist aesthetic judgment. *Tourism Management*, 42, 282-293.
- Lefebvre, H. 2017. *El derecho a la ciudad*. Madrid: Capitán Swig.
- Lipovetsky, G. & Serroy, J. 2015. *La estetización del mundo. Vivir en la época del capitalismo artístico*. Barcelona: Anagrama.
- Lorenzo, A. 2017. Monumentos convertidos en hoteles: el sacrificio de la memoria arquitectónica. El caso de Santo Estevo de Ribas de Sil. *Pasos Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 15(3), 673-685.
- Maitland, R & Smith, A. 2009. Tourism and the aesthetics of the built environment. In Tribe, John, (ed). *Philosophical issues in tourism* (pp. 171-190). Bristol: Channel view publications.
- Mansilla López, J.A. 2018. Vecinos en peligro de extinción. Turismo urbano, movimientos sociales y exclusión socioespacial en Barcelona. *Pasos Revista de Turismo Y Patrimonio Cultural*, 16(2), 279-296.

- Mansilla, J.A.; Eneva, S.A. & Cordero, A. H. 2021. Un rollo muy hípster. Turismo, consumo y mercados de acumulación simbólica en Madrid y Barcelona. *Cuadernos Geográficos* 60(1), 54-79.
- Marcús, J. 2013. Procesos de renovación urbana en Buenos Aires y Barcelona: ¿estetización de los barrios, desplazamiento forzoso de la población o todo al mismo tiempo? *Inguruak: Soziologia eta zientzia politikoaren euskal aldizkaria*, 53-54, 573-578.
- Moreno-Maestro, S. 2022. El comercio ambulante en la Sevilla turística: Competencias políticas y realidades sociales. En Díaz, I. & Barrero, M. (ed.). *Turismo, desarrollo urbano y crisis en las grandes ciudades andaluzas* (pp. 167-180). Granada: Comares.
- OTI. 2022. *Proyectos localizados. Setas de la Encarnación*. Observatorio del Turismo Irresponsable. <https://oti.formacionsostenible.org/project/setas-de-la-encarnacion/>.
- Parra, I.D. & Sequera, J. 2021. Introducción al número especial. Turistificación y transformación urbana. Debates sobre la especialización turística y sus consecuencias socioespaciales. *Cuadernos Geográficos*, 60(1), 6-12.
- Peters, D. 2016. Density wars in Silicon Beach: The struggle to mix new spaces for toil, stay and play in Santa Monica, California. In C. Colomb & J. Novy (eds.) *Protest and resistance in the tourist city* (pp. 104-120). London: Routledge.
- Quagliari, A., & Russo, A.P. 2010. Paisajes urbanos en la época post-turística. Propuesta de un marco analítico. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, Vol. XIV, (323).
- Quintero-Morón, V. & Hernández-Ramírez, J. 2022. Patrimonio inmaterial, eventización y paisajes urbanos. Flora y la artealización de los Patios de Córdoba. En Díaz, I. & Barrero, M. (ed.). *Turismo, desarrollo urbano y crisis en las grandes ciudades andaluzas* (pp. 181-198). Granada: Comares.
- Richards, G. 2011. Creativity and tourism: The state of the art. *Annals of tourism research*, 38(4), 1225-1253.
- Ruiz Romera, A.; García Martín, M.; Villar Lama, A. y Fernández Tabales, A. 2023. De ferretería a gastrobar: Análisis de la turistificación comercial en centros históricos. En *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 69 (2).
- Sánchez-Moliní, L. 2022. 12 septiembre. Seis plazas del centro de Sevilla se convierten en escenarios del Carnaval de Venecia más solidario. *Diario de Sevilla*. https://www.diariodesevilla.es/vivirenvilla/Seis-plazas-Sevilla-convierten-escenarios-Carnaval-Venecia_0_1719729181.html.
- Santamarina, B. & Del Mármol, C. 2017. Ciudades creativas y pueblos con encanto: los nuevos procesos patrimoniales del siglo XXI. *Disparidades. Revista de Antropología*, 72(2), 359-377.
- Sequera, J. 2020. *Gentrificación: Capitalismo cool, turismo y control del espacio urbano*. Madrid: Los libros de la Catarata.
- Velasco, H. (ed.). 1982. *Tiempo de fiesta. Ensayos antropológicos sobre las fiestas en España*. Madrid: Alatar.

Notas

- ¹ La presente publicación es parte del proyecto TED2021-131577B, financiado por CIN/AEI/10.13039/501100011033 y por la Unión Europea "NextGenerationEU"/PRTR.
Agradecemos a la antropóloga Lucía Fernández-Salguero su apoyo en la realización del trabajo de campo etnográfico
- ² La Casa de Miguel de Arcenegui, de 1912 y de estilo regionalista-modernista, y la Casa de María Chafer, de 1914 y de estilo neomodéjar. Ambos inmuebles están catalogados en el Plan General de Ordenación Urbana de Sevilla con un nivel de protección C (Protección Parcial en Grado 1). Se trata de un nivel de protección elevado, que no permite por ejemplo modificar las fachadas ni los elementos estructurales.
- ³ De hecho, en Sevilla ya existían a finales de 2022 más plazas en viviendas con fines turísticos -35.000- que en hoteles y establecimientos asimilados -30.000- (Ayuntamiento de Sevilla, 2022).
- ⁴ Destaca especialmente el Colectivo-Asamblea Contra la Turistización de Sevilla (CACTUS), surgido en 2018 y que desde entonces ha desarrollado múltiples actividades de concienciación y denuncia.
- ⁵ La propuesta figurativa del equipo de arquitectos pretendía asemejar el edificio a las bóvedas de la catedral sevillana y a los ficus de la cercana plaza del Cristo de Burgos, estableciendo un presunto diálogo con la tradición. Sin embargo, la mirada local las interpretó como setas.
- ⁶ La publicidad turística destaca que el edificio es monumental y espectacular por sus dimensiones (150x 70 y 28.5 metros de altura) y por ser la estructura de madera más grande mundo.
- ⁷ El efecto *Guggenheim* hace referencia a la estrategia promovida en urbes que aspiran a posicionarse ventajosamente en la red internacional de ciudades turísticas gracias a la construcción de neomonumentos. Es una iniciativa que trata de replicar el modelo de éxito de Bilbao tras la erección del famosísimo museo diseñado por Frank Gehry.

Recibido: 18/02/2023
Reenviado: 11/04/2023
Aceptado: 15/04/2023
Sometido a evaluación por pares anónimos