

El movimiento dentro de la materialidad y el tiempo. Un análisis sociocultural de los usos y sentidos en un bien cultural. La Plaza Mayor de Madrid

**Movement in materiality and time, making visible
the diversity and tensions between the agents in public
spaces. A sociocultural analysis of the uses and
meanings of a cultural asset. The Plaza Mayor of Madrid**

MERCEDES MARIANO¹
ALICIA CASTILLO MENA²

Resumen

En este artículo se reconstruye la dinámica de un bien cultural de la ciudad de Madrid con el fin de inscribir los usos y sentidos que se construyen en su cotidianidad. Se trata del caso de la Plaza Mayor que desde sus inicios ha sido escenario de eventos y manifestaciones y que en la actualidad configura identidades diversas como producto de cambios sociales, urbanos, económicos, políticos, turísticos y arquitectónicos.

A modo de narrativa descriptiva, el fin último es generar conocimiento que permita comprender la organización simbólica de la plaza. Se trabajó metodológicamente con observaciones, análisis de documentos y conversaciones informales. Como resultado fue posible identificar un conjunto de desigualdades sociales producto de un incremento de visitantes, del propio proceso de gentrificación, de la erosión en la calidad de vida de quienes viven ahí, que fueron configurando una plaza con otras lógicas relationales. Dichos resultados se analizaron desde un enfoque socio antropológico.

Palabras clave: usos, significados, valores, Plaza Mayor, turismo.

¹ Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), Instituto de Investigaciones Arqueológicas y Paleontológicas del Cuaternario Pampeano (INCUAPA), Programa Interdisciplinario de Estudios de Patrimonio (PATRIMONIA). Facultad de Ciencias Sociales. Universidad Nacional de la Provincia de Buenos Aires. mercedes.mariano@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7052-9597>

² Universidad Complutense de Madrid Departamento de Prehistoria, Historia Antigua y Arqueología. Facultad Geografía e Historia. alicia.castillo@ghis.ucm.es. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9168-1803>

Abstract

This article reconstructs the dynamics of a cultural asset in the city of Madrid in order to record the uses and meanings that are built in its daily life. This is the case of the Plaza Mayor, which has been the scene of events and demonstrations since its beginnings and which currently configures diverse identities as a product of social, urban, economic, political, tourist and architectural changes.

In the form of a descriptive narrative, the ultimate goal is to generate knowledge that allows us to understand the symbolic organization of the square. Methodological work was carried out with observations, analysis of documents and informal conversations. As a result, it was possible to identify a set of social inequalities resulting from an increase in visitors, from the gentrification process itself, from the erosion in the quality of life of those who live there, which were shaping a square with other relational logics. These results were analyzed from a socio-anthropological perspective.

Keywords: Uses, meanings, values, Plaza Mayor, Tourism.

1. Introducción

Los lugares tienen una vida histórica que se escribe a través del tiempo y se arraiga en la memoria (en la individual y la colectiva). No es una historia lineal ni acabada (Jodelet 2010). En las ciudades encontramos lugares donde el pasado y el presente dialogan y se muestran, de diversas maneras, unidos ante los ojos de quienes la visitan, la viven, la disfrutan o padecen. La Plaza Mayor (Figura 1), en la ciudad de Madrid, España, es uno de ellos. Se trata de un espacio de valor patrimonial que en 1985 fue declarado oficialmente como Bien de Interés Cultural, bajo la máxima categoría de protección y reconocimiento, pero cuya historia se hunde mucho más atrás en el tiempo.

Figura 1. Plaza Mayor. Ciudad de Madrid.



Fuente: Fotografía tomada por las autoras el 5 de noviembre de 2024 a las 11:18hs.

Desde su origen ha sido escenario y testigo de cambios sociales, urbanos, económicos, políticos, turísticos, arquitectónicos, de modelos de cómo vivir la ciudad, e incluso, de una pandemia. No obstante, en la actualidad es el turismo uno de los principales agentes transformadores. Como escriben Rodríguez Barcón et al. (2021), el incesante y creciente flujo de turistas a escala global ha generado un proceso de transformación morfológica, simbólica y socioeconómica de las ciudades. Incluso, dentro de las consecuencias negativas que estos autores señalan se encuentra el uso de términos como “overtourism” (Milano 2018; Milano, Cheer y Novelli 2019) o “turismofobia” (Guitart et al. 2018; Mansilla 2020) que “apuntan a un cierto colapso del modelo actual y la necesidad de buscar otras maneras de gestionar la movilidad de forma más sostenible, con menor huella ecológica y menos intrusiva con el día a día de los residentes” (Rodríguez Barcón et al. 2021: 2).

En este contexto, y en el marco puntual de un proyecto para la redacción del Plan Director para promover la gestión de Plaza Mayor desde el Ayuntamiento de Madrid y en el que se tuvo ocasión de formar parte del equipo de trabajo, se inscribe el presente artículo en el que se propone como objetivo principal reconstruir y describir las prácticas que allí se desarrollan e identificar los movimientos y sentidos que conviven en la actualidad. El fin último es lograr generar conocimiento que permita comprender parte de la organización semántica y simbólica de la plaza, sin dejar de advertir el contexto sociohistórico/turístico más amplio en el que se inserta. Para ello se trabajó metodológicamente con observaciones sistemáticas durante los meses de noviembre y diciembre de 2024, y planificada en etapas diferentes pero complementarias, con el análisis de documentos y con las narrativas obtenidas a través de conversaciones informales y casuales. Este tipo de metodologías cualitativas, con una fuerte impronta etnográfica, contribuyen a una detección de la vida cotidiana de un espacio

público y en consecuencia, pueden hacer visibles las carencias, tensiones y valores que difícilmente podrían detectarse bajo otros parámetros más estandarizados de valoración de turistas o de usos y accesibilidades, que normalmente invisibilizan actores determinantes en cuanto a la percepción y relaciones entre personas en sitios concretos y en períodos del año. El trabajo permite así comprobar cómo relatos aparentemente contrapuestos y tensionados, como el de la valoración histórica artística de la plaza y la existencia de figuras como personajes de Disney, conviven y crean la narrativa del presente valorada por visitantes, que a su vez se yuxtapone a las tradiciones más locales, que expulsan al habitante en la cotidianidad pero que mantiene su presencia en período puntuales del año como el mercado navideño.

2. Enfoque teórico metodológico

Si el objetivo es poder dar cuenta del movimiento y el conjunto de prácticas y sentidos que coexisten en un espacio de acceso público y de valor patrimonial, la observación de la misma, es de total relevancia. La clave, ya lo dijo alguna vez Malinowski, es estar allí, ya que solo así es posible advertir e identificar actores, prácticas, repeticiones, usos de la plaza. Cada hora, cada momento del día, se presenta diferente. No hay un día igual a otro. No obstante, hay cosas que parecen acomodarse en los mismos lugares, hay rostros que se repiten, prácticas que se reiteran.

Metodológicamente el recorte temporal de estas observaciones, como se anticipó en la introducción, fue durante los meses de noviembre y diciembre del 2024. Esta delimitación espacio temporal se inscribe en el marco de una estancia de investigación de Mariano³, una de las autoras de este artículo en la ciudad de Madrid en un grupo de investigación de la Universidad Complutense de Madrid que, a su vez, co-dirige la otra autora, Castillo Mena. Este grupo lleva más de 20 años trabajando en paisajes históricos urbanos y en su dimensión social, por lo que ha tenido ocasión de experimentar en otros entornos patrimoniales urbanos con técnicas similares a las aquí empleadas (ver Pérez 2018). Sea como fuere, estos dos meses resultaron ejemplificadores por el tipo de actividades que fueron marcando el ritmo de los movimientos y transformaciones de la plaza; como se verá más adelante, siendo el mercadillo de navidad el más evidente.

La observación se planificó en etapas en función de la propia dinámica de la plaza. En la primera se trabajó con un croquis del espacio y se lo dividió imaginariamente en cuatro cuadrantes. Esto se hizo a los fines estrictamente descriptivos y como ayuda para poder identificar la permanencia y movimiento de actores y prácticas con el transcurrir de las horas y los días en el espacio. La observación se planificó no sólo por cuadrante, sino por un tiempo determinado, 15 minutos en cada uno. Es decir, durante el período indicado se llevaron a cabo observaciones en cada espacio delimitado pero rotando los horarios (muestreos de tiempo) como para poder tener un mapa general integral del comportamiento

³ Cabe aclarar que esta autora es argentina y es su primera estancia en España, por lo que su presencia y permanencia en Plaza Mayor enriquece los registros (desde un enfoque antropológico) en la medida que desconoce la dinámica en general y no tiene imágenes naturalizada de la misma.

de la plaza. El objetivo de esta etapa tuvo que ver con poder comprender la dinámica de la plaza, qué actores hay (sus perfiles y características), comportamientos (qué hacen, a dónde van, dónde se detienen, qué lugares eluden), qué prácticas se destacan (consumo, turismo, toma de fotografías, ocio), cómo usan el espacio, qué recorridos hacen, durante cuánto tiempo, entre otros. Para ello, por supuesto, fue necesario también describir la plaza, sus negocios, terrazas, farolas, fachadas, arcos de entrada y sus calles, sus carteles, marcas y mensajes.

Durante los primeros diez días de observación, del primero al diez de noviembre, y bajo esta modalidad se hicieron 10 observaciones por cuadrante (un total de 40) y se pudieron identificar al menos ocho tipologías de visitantes que, arbitrariamente, hemos clasificado de la siguiente manera: grupos de turistas con guías de al menos 30 personas, grupos de turistas con guías de al menos 10 personas, grupos de turistas con Free Tour, grupos de biciturismo, familias, parejas (adultas y jóvenes), grupos de amigos y personas solas. Esta tipificación se construyó a los fines de facilitar y ordenar luego el registro de las observaciones y como producto de las mismas. Por su parte también se identificaron y construyeron categorías para agentes frecuentes de la plaza, a saber: pintores/as, músicos/as, vendedores/as ambulantes, manteros/as, personas disfrazadas de muñecos, estatuas vivientes, policías, comerciantes, camareros/as, personas que duermen allí (en la calle) e incluso personas que piden dinero.

El once de noviembre comenzó una segunda etapa de observación. La plaza amaneció vallada, con una gran cantidad de maderas apiladas, camiones y trabajadores con máquinas armando los puestos para el tradicional mercadillo navideño. La cantidad de puestos, hizo que este armado durara un poco más de dos semanas. Esto marcó un momento diferente de observación ya que, como se verá más adelante, modificó radicalmente el uso del espacio. También modificó el recorrido turístico y el paisaje para quienes fueron a conocer la plaza durante esos días. Del 28 de noviembre en adelante, comenzó la tercera etapa de observación con una plaza que vuelve a cambiar y se configura con una lógica navideña con algunas características significativamente diferentes en relación con los actores sociales que la transitan y los usos del espacio. Principalmente, como se podrá observar, entran en escena otros actores, otros recorridos y una suerte de convivencia con algunos actores del primer momento.

Las observaciones llevadas a cabo durante este segundo y tercer período, durante el armado del mercado navideño y durante el funcionamiento del mismo, se hicieron de manera menos esquemática, pero no por ello menos sistemática, debido a que los cuadrantes se vieron por etapas directamente inhabilitados. En este sentido, ya no se trabajó con un registro por cuadrantes ni con un tiempo determinado. Lo que se hizo fue un registro descriptivo a través de un enfoque etnográfico (Guber 2019; Lins Ribeiro 2021). Se asistió a la plaza periódicamente en diferentes momentos del día con una permanencia en el lugar de entre dos y cuatro horas. Hubo días, como los fines de semana, que las observaciones se llevaban a cabo en dos momentos del mismo día para poder identificar diferencias en los movimientos y cantidad de personas. La práctica central durante el trabajo en estas etapas fue la elaboración de notas de campo detalladas. Todos los datos recogidos se fueron recopilando de manera lo más precisa posible tanto en el lugar como inmediatamente a posteriori. La toma de fotografías y videos fue otra herramienta central para poder complementar y enriquecer las notas.

A su vez y como parte de la propia dinámica de la investigación social, se comenzaron a registrar conversaciones con personas que viven o han nacido en Madrid. Un total de 7 mujeres de entre 40 a 60 años fueron explicitando, en diferentes situaciones circunstanciales e informales, su percepción y opinión en torno a la plaza. Sus testimonios resultaron clave para advertir ausencias y usos que no aparecen de manera directa con la observación.

Finalmente se abordaron algunas fuentes documentales que permitieron realizar una contextualización histórica de la plaza Mayor de Madrid, para poder luego inscribir los datos construidos durante el trabajo de campo. En coherencia con el objetivo planteado en este artículo, los resultados se presentan de manera narrativa y desde una perspectiva sociocultural propia de la antropología social. “Justamente porque toda antropología es antropología de los otros, el lugar antropológico, es al mismo tiempo principio de sentido para aquellos que lo habitan y principio de inteligibilidad para aquel que lo observa” (Augé 1992: 58).

En este sentido, se plantea en este trabajo entender el espacio, adhiriendo a la conceptualización de Augé (1992) y Massey (2005), es decir, como un producto de interrelaciones, como la esfera en donde se produce la posibilidad de la existencia de la multiplicidad y como un devenir siempre abierto e inacabado. Esta perspectiva resulta enriquecedora, porque como se verá a continuación, permite reconocer la Plaza Mayor no sólo en su espacialidad sino también en su relación con las diferencias, es decir con la multiplicidad y con su capacidad para incorporar la coexistencia de trayectorias relativamente independientes (Massey 2005: 119). En sus palabras, el espacio siempre tiene algo de caótico, y ese caos surgirá precisamente de las “yuxtaposiciones circunstanciales, del carácter tantas veces paradójico de las configuraciones geográficas en las que una cantidad de trayectorias distintas se entrelazan y, a veces, interactúan” (2005: 120). Esta perspectiva dialoga con la de Henri Lefebvre (1991) para quien el espacio no se define como un elemento fijo o neutro, ni como un mero contenedor, sino como un producto social sobre el que se reflejarán las diferentes dinámicas del poder, la economía y la cultura. Su tesis sobre la producción del espacio sostiene que las relaciones sociales sólo tienen existencia real en y por el espacio.

En relación con lo anterior, otra idea que permite comprender los procesos que se producen en Plaza Mayor es aquella que remite a la dimensión diacrónica que permite comprender cómo los procesos históricos vividos en los lugares, ciudades (en este caso una plaza) construyen su identidad a través del escalonamiento y la superposición de diversas imágenes del mismo (Gravano 2025). Los lugares han ido entramando imágenes dejando huellas que funcionan como una superficie para la reescritura de imágenes posteriores. Ahora bien, hay imágenes que prevalecen y se destacan sobre otras, y más aún en los sitios que, además, tienen valor patrimonial y turístico. Esto se relaciona con los discursos autorizados de los que habla Laurajane Smith (2011), es decir con aquellos discursos (imágenes, modelos) definidos por las élites y los “expertos” como material, monumental y, en la mayoría de los casos con un valor universal. Podría entenderse como aquella representación del espacio que propone Lefebvre (1991), ideado por tecnócratas y actores alineados con los intereses políticos y económicos para la planificación urbana. En contraste, los usos, sentidos y prácticas que se llevan a cabo en

lo cotidiano y de manera independiente, o alternativa, a aquellas a las que el discurso hegemónico legitima, se alinean con las tácticas de las que habla de Certeau (1984) que se despliegan en las estructuras espaciales y posibilitan la negociación y recreación de los significados. Estas prácticas disonantes construyen el campo donde emerge el espacio vivido (Lefebvre 1991) que convive con el modelo hegemónico. Las prácticas de los habitantes y de los visitantes, como caminar, la visita, serían en términos de Lefebvre, esas tácticas que posibilitan la negociación del espacio.

Finalmente, y por la particularidad que caracteriza el caso bajo análisis, se aborda de manera breve una idea general sobre el turismo. En principio, no existe un único concepto que defina universalmente al turismo, sin embargo, hay ciertos consensos en entenderlo como un fenómeno total e integral que comprende un desplazamiento territorial de personas y pone en juego un conjunto de dimensiones culturales: sociales, económicas, estéticas, políticas, ecológicas, urbanísticas, simbólicas, educativas, entre otras, y que alcanza una dimensión a nivel global. La carta internacional sobre turismo cultural de ICOMOS expresa que el mismo es uno de los medios más importantes para el intercambio cultural porque ofrece una experiencia personal del pasado, el presente y de la relación con otras culturas. Pero también, como lo expresa Zukin (1987), el turismo actúa como un catalizador para la mercantilización del espacio urbano, transformando el capital cultural de las ciudades en un activo económico crucial para la competitividad global. Como bien lo expresa Raurich (2009) las atracciones turísticas que se sacralizan, cuentan con el apoyo institucional y con la ayuda de diversas estrategias gubernamentales (publicidad en catálogos y guías turísticas). En ese sentido, la identificación de los espacios turísticos a sacralizar no se dan al azar, “por el contrario, cuando estas aparecen en las guías, en los itinerarios, “ejercen un derecho moral sobre el turista” (2009: 36) porque concentran diferentes dimensiones (sociales, históricas y culturales) “en una única representación que el recorrido turístico hace posible y que se impone como referente incuestionable, a partir del cual el visitante crea su propia imaginería” (2009: 36).

En suma, a lo largo del recorrido de este artículo se irá construyendo un relato descriptivo, producto del trabajo de campo, y un análisis en relación con los ejes aquí planteados.

3. Breve recorrido histórico y descripción

La Plaza Mayor es un lugar indiscutido para conocer la historia de Madrid. Es un espacio fundamental y contradictorio, pero sobre todo es un lugar vivo, en movimiento. La misma se ubica en el centro del viejo Madrid, en el límite entre la ciudad medieval y su expansión a principios de la edad moderna. Se ideó como espacio central de una nueva capital imaginada por Felipe II. En palabras de Martin Gomes, Pol y Sotos:

La plaza se construyó en 1617 por voluntad de Felipe III sobre el emplazamiento de la antigua plaza del Arrabal con el fin de conformar un enorme escenario para las fiestas cortesanas, los espectáculos populares, el despliegue del poder de la realeza o los ritos de la iglesia. Pero esta configuración de la plaza como gran escenario urbano del mundo barroco se complementará, sin embargo, con su uso cotidiano como mercado (1986: 107).

A lo largo de su historia, sobre todo durante los siglos XVII y XVIII, la plaza ha sido escenario constante de espectáculos como la corrida de toros, mascaradas y representaciones teatrales, conmemoraciones reales y los temidos Autos de Fe. Los balcones de los edificios que la conforman estaban destinados a presenciar espectáculos públicos. Martín Gómez, Pol y Sotos expresan incluso que, en algunos, llegaron a “apiñarse más de cincuenta mil espectadores” (1986: 107).

En el transcurso del tiempo ha sido también espacio para ferias y mercados, parada y paso de tranvía, un parque ajardinado con arbolado, entre otros. Su transformación a lo largo de la historia se ha correspondido con los intereses de cada época. Por ello es posible identificar las múltiples formas que la misma ha transitado hasta convertirse en la plaza que conocemos hoy. Durante el proceso de modernización de Madrid, siglo XX, y con la apertura de la Gran Vía, la creación de la red ferroviaria subterránea, el auge de la Puerta del Sol y sus inmediaciones, la Plaza Mayor se convirtió en objeto de sucesivos intentos y proyectos de revitalización y puesta en valor. La intervención más drástica fue la eliminación de la zona ajardinada para sustituirla por un adoquinado que permitiera el estacionamiento de vehículos en superficie. No obstante, la operación urbanística más drástica se produjo entre 1967 y 1969 cuando se recuperaron los tejados de pizarra y se regularizaron las buhardillas. Se cerró al tráfico y se habilitó un aparcamiento subterráneo bajo la propia Plaza. La explanada, ahora adoquinada con piedra roja de Ávila, recuperaba parte del mobiliario del siglo XIX y devolvía a la plaza gran parte de su espacio diáfano.

Desde la declaración de la Plaza Mayor como Bien de Interés Cultural (BIC) en 1985, se suceden una serie de transformaciones impulsadas por el Ayuntamiento de Madrid y la Empresa Municipal de la Vivienda y el Suelo. La categoría legal de BIC es la que contempla el valor más relevante que, a escala nacional, pueden tener los bienes culturales, y tiene este mismo efecto en cuanto a ello en la escala regional (art. 12.2. LPCCM), definiéndose en el artículo 14. a) como “construcción u obra material producida por la actividad humana que configura una unidad singular”. Se entiende así que Plaza Mayor representa un espacio único, de valor patrimonial e identitario que requiere de medidas para conservar su integridad.

En la actualidad, el incremento del turismo ha supuesto otra gran transformación del carácter y uso de la plaza, ya que el mismo es principalmente utilizado por visitantes haciendo que los locales comerciales y hosteleros se orienten hacia el cliente turista. Esto ha generado consecuencias directas en los y las madrileñas quienes aseguran no ir a la plaza por estar llena de turistas y por la imposibilidad de consumir o comer allí por el alto valor de los precios. La propia presencia de turistas, haciendo fotos, comiendo o tomando café en las terrazas, sentados y amontonados en los escasos bancos, apoyados en las farolas, tomando un bocata, comprando un regalo, etc. son parte del escenario turístico que hoy es Plaza Mayor y que al menos desde hace un siglo, representan parte de los grupos humanos que conforman la visión tradicional de la plaza. Asociado a todo ello está el valor de marca, plaza mayor es un símbolo de visita turística para Madrid, su imagen se repite en casi todas las publicaciones que promocionan la urbe y se considera parada referente sino obligada en cualquier tour urbano.

Finalmente, si bien la historia, así como las transformaciones por las que se vio afectada la plaza podrían describirse extensamente, aquí se priorizan los cambios vinculados en su uso y en cómo está la plaza hoy. De esta forma este recorte se pensó en función de construir el contexto para inscribir los resultados de las observaciones que se presentan a continuación. La plaza Mayor tiene hoy diez salidas y entradas, siete de ellas se enmarcan en grandes arcos de 8,80 metros de altura y las otras tres tienen su acceso desde los soportales. Aunque en general tiene un diseño regular y geométrico, los grandes arcos monumentales no están colocados de forma simétrica, sino que siguen la traza de las calles previas a su construcción. Un porcentaje alto de la superficie de la plaza está ocupada por restaurantes y terrazas con sus mesas, sillas y grandes sombrillas. Muchos incluso interrumpen el espacio libre imposibilitando la vista y percepción de los soportales desde el interior de la plaza y, en algunos casos, las terrazas, mobiliario, señalética, menús del entorno próximo, también condicionan estas visuales. Se trata de terrazas permanentes, que ocupan lugares fijos y sólo se desmontan para eventos particulares. Todos ellos, cuentan con autorización para ocupar lugares de la vía pública.

También es posible identificar como característico de la Plaza, los locales a venta de pie de calle con la expansión de negocios que conforman la oferta turística directa y que ofrecen productos de adquisición preferente por los turistas como souvenirs.

En el centro de la plaza se encuentra la estatua ecuestre de Felipe III. La misma tiene más de 400 años. Fue esculpida en el año 1616 pero en la plaza está desde 1848. En el 2017 fue declarado BIC con la categoría de monumento para promover su preservación. En uno de los lados de la Plaza se encuentra la casa de la Panadería que abarca los 11 arcos centrales de la fachada norte de la plaza. Sus balcones no se diferencian de los del resto de la plaza excepto por el tratamiento diferenciado de su fachada con las pinturas murales de Carlos Franco. Sobre su eje se sitúa el balcón real y el escudo. En la actualidad allí funciona la dirección de turismo. En su origen sirvió como almacenamiento de trigo y harina con el fin de garantizar la fabricación del pan. El interés de Felipe II por el edificio dotó a la Casa de la Panadería de un carácter simbólico como proyección de la monarquía en los espacios públicos. Sufrió dos incendios.

Frente a la casa de la panadería, del lado sur, se encuentra la Casa de la Carnicería que ocupa también los 11 arcos centrales. Fue construida como depósito general de carnes desde el cual se abastecía a los mercados de la villa. El aspecto que ofrece en la actualidad es consecuencia de la remodelación posterior al incendio de 1631 en la plaza y que devastó por completo el edificio. Desde entonces, su configuración es homogénea al resto de viviendas de la plaza salvo por estar enmarcada por dos torres de agudos chapiteles como la casa de la panadería. Ahora funciona un hotel cuatro estrellas.

El espacio vacío del interior de la Plaza es completamente peatonal. No hay bancos, solo se ofrecen cuatro zonas para sentarse bajo las farolas. Tampoco hay árboles, pasto ni juegos infantiles.

No es un dato menos advertir para quien no conoce, que a la plaza se ingresa gratuitamente. No es un punto turístico con un valor económico de entrada y acceso. Tampoco es un punto único de visita,

sino más bien uno entre otros de un recorrido que se suele hacer caminando. El tiempo estimado de permanencia en la Plaza de los grupos turísticos con guías, según lo observado y por lo expresado por una guía oficial, es entre diez y quince minutos. Los grupos sin guía pueden estar un tiempo más prolongado, más si se detienen a recorrer los negocios, tomar fotografías o pedir algo para comer.

4. Vida y movimiento de la plaza

Si como observadora se entra a la plaza o bien por el arco de la calle Gerona, o por el pórtico de la calle Zaragoza o por el arco de la Sal, se encuentra con un monumento de Felipe III a caballo mirando de frente. A la derecha tendría la casa de la panadería y a la izquierda el hotel. Desde esta posición se organizó la plaza en cuatro cuadrantes imaginarios y se les otorgó una numeración, arbitraria, el primer cuadrante sería entonces en el que se ubica la persona observadora al llegar, en este caso puntual por el Arco de Gerona (siempre mirando a Felipe de frente), el segundo sería el que está inmediatamente a su derecha (al que se accede por el Arco de la Sal), el tercero sería el cuadrante que se extiende más allá de los límites imaginarios del dos, al que se entra por la calle y Arco de la ciudad de Rodrigo y en cuyo lateral, al igual que el cuadrante dos, se encuentra la fachada de la casa de la panadería, y desde el que ya no veríamos a Felipe de frente. Finalmente, el cuadrante cuatro se dispondría en la extensión del uno, al que se puede acceder por la calle Toledo.

En cada cuadrante hay una farola. En cada esquina, pero dentro del espacio público, hay terrazas que responden a una actividad comercial permanente de venta de comida con su mobiliario.

4.1. El despertar de la plaza

Luego de haber observado la plaza entre las 9:30 y las 10:30 de la mañana, sobre todo en días de semana, se pudo comenzar a advertir el comportamiento de un espacio que recién comienza a “despertar” y a llevar a cabo un conjunto de rituales necesarios para su funcionamiento. La cantidad de turistas a esta hora es baja, por ello resulta fácil hacer una primera aproximación a sus arcos, los carteles con los nombres de las calles, las farolas, los negocios tradicionales, los puestos de comida. Al levantar la mirada se visualizaron las casas y sus balcones.

En estas primeras horas protagonizan la escena los camiones de carga y descarga que asisten a los negocios de comida, así como los camiones que recolectan los contenedores de basura con residuos del día anterior. Estos se distribuyen dentro de la plaza y se colocan por al menos una hora, u hora y media, frente a cada local de venta de comida. A las 10:30 ya no queda ninguno de ellos. Es posible también advertir que durante las primeras horas de la mañana es el momento en el que quienes tienen negocios bajo las galerías asean las mismas. Los suelos están mojados y sus persianas comienzan a levantarse.

Al mirar hacia arriba, es posible ver en los balcones de las casas carteles colgados. La gran mayoría tiene frases como *No es música, es tortura*, *La música en la plaza es ilegal* o *El ruido mata, necesitamos*

descansar. Y, sin embargo, si se presta atención con el correr de los días y las horas, no hay música en la plaza, como si lo hay en otros lugares públicos y turísticos.

Un actor dispuesto cotidianamente en la plaza fue la policía. La primera mañana de registro, había dos camionetas oficiales de este cuerpo de seguridad con cuatro agentes parados delante. Estaban justo en el medio del lateral imaginario que uniría el cuadrante uno y cuatro, próximo a la calle Toledo, mirando un perfil de Felipe y de frente a la casa de la panadería.

4.2. Funcionamiento pleno

La plaza se encuentra totalmente en funcionamiento a partir de las 10:30 de la mañana. A partir de entonces se comienzan a registrar la mayor cantidad de actores, aquellos que se corresponden con la tipología de visitantes (o turistas) y los que son propios de la plaza. No resulta un dato menor a la observación indicar que el clima en noviembre en Madrid es cálido, hay un promedio de 17/18 grados que, al sol, predisponen a turistas al uso de remeras manga corta, anteojos negros e incluso gorras o pañuelos para sus cabezas. El sol durante el mes de noviembre predomina mayoritariamente en los cuadrantes dos y tres. No corren la misma suerte el uno y el cuatro. Esto impacta en el uso del espacio de la plaza cómo fue posible advertir con la llegada de contingentes de turistas con sus respectivos guías.

Si bien es casi una obviedad mencionar la presencia de turistas, lo cierto es que dentro de aquellos que acceden a la Plaza con guías, se podrían mencionar al menos cuatro tipos. Los contingentes de al menos 30 personas, los que no superan las 10, los *free tour* y los *bicitour*. Durante la mañana es notable el ingreso de los tres primeros. Hay un quinto que no es frecuente, por lo menos en el mes de noviembre, se trata de los grupos escolares que se vieron, en estas observaciones, una sola vez. En general la mayoría ingresa por el arco de la Sal o el de Gerona, pero rápidamente se ubicaba en el cuadrante imaginario número dos, al sol y de frente al monumento. También es posible notar la presencia de grupos de amigos. Se trata de un conjunto de al menos ocho personas, generalmente jóvenes, que llegan juntos sin guías. Las familias son otros actores que acceden a la plaza. Hay algunas de entre tres y cuatro integrantes, pero también es posible notar algunas más numerosas compuestas ya por tíos y abuelos, hijos y nietos. Es clara la representación generacional en estos casos. Hay también personas solas, en un menor número, pero una gran cantidad de parejas, jóvenes y adultas. No es frecuente la presencia de niños y niñas. No están en ninguno de los grupos turísticos con guías ni tampoco en los grupos de amigos o parejas. El uso de cochecitos con bebés tampoco es frecuente.

Un actor propio de la plaza (y de otros espacios turísticos y públicos) son personas disfrazadas. Desde la primera hora, cuando aún están los camiones de reparto, con la llegada de los primeros turistas, están presentes estos muñecos andantes con trajes de dibujos animados. Cuando la plaza está en su plena capacidad de turistas es posible contabilizar más de ocho de ellos ubicados en diferentes espacios. Es característico ver a un Super Mario Bros, un Luigi (personajes de un antiguo video juego

de plataforma que salió en 1985 y fue publicado por Nintendo), un simio, un oso, personajes de Los Simpson, a Mickey Mouse, Goofy, Pluto y Minnie de Disney, Sulley de Pixar, Poco Yo, entre muchos otros (Figura 2).

Figura 2. Imagen de personaje frecuente de la plaza.



Fuente: Fotografía tomada por las autoras el 10 de noviembre de 2024 a las 14:34 hs.

Con el transcurrir de la mañana las farolas comienzan a rodearse de personas que se sientan a su alrededor. Al menos hay doce en la del cuadrante uno, a la sombra. Sucede que la plaza, como se mencionó, no tiene mobiliario donde sentarse si no es en las farolas, o en un restaurante donde uno debe consumir necesariamente. En general son personas adultas. Desde ese lugar toman fotografías, hablan y también descansan. El lugar más transcurrido o donde más se detienen las personas es frente a la estatua de Felipe III. Parece ser la foto obligada, la primera de muchas.

Es incesante el transcurrir de jóvenes (grupos de amigos), parejas (jóvenes y adultas), familias (de padres e hijos adolescentes), algunas más numerosas (más de dos generaciones) y muy pocas

personas solas. Las personas disfrazadas se encuentran del lado del sol, donde se concentran más cantidad de grupos turísticos. Es frecuente la presencia de una mujer mayor, siempre de pollera larga, pañuelo en la cabeza que pide dinero con un vaso de plástico en la mano.

La mirada generalmente se vuelve sobre los personajes disfrazados, porque son los que ocupan la escena y sus disfraces son muy coloridos y no pasan inadvertidos. Hay algunos de tamaño más grande: el gorila negro, el Sulley (de Monster Inc) y un oso marrón. Esos tres no se desplazan por la plaza. Se encuentran en un lugar fijo. Las personas se acercan a ellos para tomarse fotografías. Los tres están en los cuadrantes de mayor concurrencia de personas, los que tienen sol. Delante de cada uno hay latas donde las personas dejan monedas luego o antes de sacarse una foto. El resto de los personajes son de menor tamaño y andan por la plaza tras turistas, todo el tiempo en movimiento. Estos personajes más pequeños representan a otras figuras. La diferencia, además del tamaño, es que estos últimos son los que buscan que te saquen una foto con ellos.

Lo cierto es que estos personajes no tienen autorización para estar en la plaza. No fue difícil advertir que, con la circulación de la policía, estas personas disfrazadas comienzan a retirarse de la escena o a esconderse. Efectivamente su presencia, igual que la música, está prohibida y es ilegal. Algunos más reticentes en irse se quedan sin las cabezas del traje y con sus rostros al descubierto sobre las galerías esperando que el control se retire para poder volver a la plaza. Los de mayor porte se van. Son todos hombres de entre 30 y 50 años latinoamericanos (Perú y Colombia).

El control y la seguridad que se registra en la plaza a diario se presenta de varias formas, hay camionetas, autos, policías a caballo, en motocicletas y a pie. Hubo una mañana en que en el mismo momento había tres camionetas estacionadas, un automóvil de menor porte circulando en el interior de la plaza y dos policías más a caballo. Si bien ese fue un caso único, con el correr de los días y las observaciones, fue posible afirmar que la presencia policial es diaria. Y también es factible decir que no siempre su presencia, implica la ausencia de los personajes disfrazados.

4.3. La hora de comer

Cuando ronda la hora del almuerzo, es decir entre las 13:15 y las 15:00 hs. la plaza cambia. Su dinámica es otra. Hay menos personas transitando. La mayoría se dispone en las mesas de los restaurantes. No hay grupos turísticos con guías. Disminuye la cantidad de muñecos. Aumenta la cantidad de palomas en busca de restos de comida. Se escucha a una camarera decir que está prohibido alimentarlas. La policía sigue presente. La dinámica del uso de las farolas cambia. Ahora la mayoría se sienta a comer (bocadillos de calamar). Como consecuencia de ellos, cuando este tercer momento acaba, las farolas dejan de estar ocupadas y se encuentran muy sucias, con restos de comida, vasos de plástico y papeles. En el piso hay líquido de alguna bebida que se ha caído, una cantidad enorme de colillas de cigarrillo y muchas palomas. Es común ver en este momento a vendedores ambulantes que recorren las terrazas.

4.4. El cuarto tiempo

La plaza está sucia. Huele a frito y hay muchas colillas de cigarrillo en el piso. A partir de las tres de la tarde, tal y como se puede observar en los alrededores de la plaza y en Puerta del Sol entran en escena los manteros. Ellos son todos hombres de origen senegalés que se mueven en conjunto y se colocan en los extremos de la plaza y despliegan su mercancía en el suelo sobre sus mantas. Mantienen una actitud de alerta. No sueltan nunca los hilos que sostienen cada uno de los extremos de la manta. Los sostienen en sus manos cual titiritero con sus marionetas. Resulta significativo esto porque, al igual que los personajes disfrazados o la música, se podrían inscribir dentro de las prácticas ilegales. El mantener los extremos, les permite rápidamente levantar todo y poder salir caminando. En general no están mucho tiempo, una hora quizás. También es frecuente la presencia de vendedores ambulantes que ofrecen camisetas de fútbol, anteojos de sol, pulseras y colgantes, paraguas los días de lluvia, o juegos de luces cuando el día oscurece.

Entre las 15:30 y las 16:00 hs. vuelven los grupos turísticos con guías. Parece que es el momento en el que más se habilitan algunos prohibidos. Vuelven algunos muñecos disfrazados, hay una persona con un acordeón próximo a alguno de los arcos de entrada. Dentro de la legalidad, todos los días, desde la mañana hasta la noche se encuentran pintores. Estos exponen sus obras e incluso pintan en vivo. Se colocan todos los días en el centro del lateral de la plaza, del lado del Hotel. Sus obras refieren a la tradición española, hay representados toros, mujeres bailando flamenco, personas con ropa típica (Figura 3).

Figura 3. Imagen del pintor y sus obras en la Plaza Mayor



Fuente: Fotografía tomada por las autoras el 6 de noviembre de 2024 a las 16:01 hs.

4.5. En resumen

Es interesante ver como la ciudad y la propia Plaza Mayor se predispone diferente a cada hora. Sus actores, sus comercios, sus calles. A las 9 de la mañana es un lugar que recién se pone en marcha. Aún hay persianas de negocios bajas. Las entradas, sus arcos, se ven diferentes. La imagen aparece limpia desde la calle Atocha, se ve a la distancia la estatua, sin turistas, con las galerías de los negocios aún vacías, con las camionetas de reparto estacionadas y con algunos balcones abiertos. Algunos personajes disfrazados están desde temprano, con la camiseta del Real Madrid. Las farolas están vacías y sucias. Aún quedan muchos cigarrillos en las ranuras del adoquinado.

A eso de las 10 hs. empieza otro momento en el que llegan los primeros grupos de turistas con sus guías. Llegan más muñecos, autos de la policía, pintores, la señora de pollera y pañuelo que pide, algunos vendedores ambulantes. El comportamiento y movimiento mayor generalmente se da primero frente al monumento y luego frente a la casa de la panadería. Sobre las 12 hs. el movimiento es mayor. Las farolas comienzan a tener personas sentadas a su alrededor. Para esta hora en general, están representados todos los actores sociales antes identificados, incluso los que hacen turismo en bicicleta. Fue posible también, durante el día, observar a las personas en situación de calle que duermen en la plaza.

En el horario del almuerzo los grupos turísticos con guías se van y quedan familias, parejas y grupos de amigos que destinan su tiempo en comer, ya sea sentados en un restaurante o en las farolas. Allí la plaza se vuelve a transformar, el movimiento a disminuir y la acumulación de basura a aumentar y notarse. La vuelta al movimiento se comienza a dar pasadas las 15 hs. con una dinámica no tan concurrida como en la previa al almuerzo, pero sí con la aparición de otros personajes cotidianos que ocupan la plaza después de las tres de la tarde. Los fines de semana, la cantidad de personas se triplica.

5. Lo disruptivo

Una mención especial en la cotidianidad de la plaza merecen los muñecos o personajes. Ellos son un actor permanente en la plaza. Incluso, a veces, con presencia policial. Ellos ocupan lugares. Como se mencionó anteriormente, los de mayor porte se quedan fijos en un lugar determinado frente a la casa de la panadería. Frente a ellos una lata. Cada persona que se quiere sacar una foto (en general adultos) depositan en la lata una/s monedas. El resto, los de menor porte, pululan por la plaza, al acecho de quien está tomándose una fotografía para unírseles. Además del personaje, promueven la foto a través de cantos y banderas vinculadas con el equipo del Real Madrid. Pero lo cierto, es que no es tan obvia la reciprocidad monetaria que esperan luego de la foto. Sigue a menudo (o la mayoría de las veces) que son ellos quienes piden la foto, o intervienen en fotos que ya están siendo tomadas. Las personas acceden porque ya las tienen completamente encima de sí, pero no advierten la necesidad de pagar por esa foto que los sorprende casi de espaldas.

Diferente es el mecanismo de los de mayor porte. Ellos tienen una lata por delante que todos ven y saben que significa. En cambio, de nuevo, la transacción económica de estos otros personajes, no es tan obvia, porque, en la mayoría de los casos que se observan, son ellos quienes van tras el turista y copan la escena para salir en la foto a través de abrazos. También estos personajes se mueven a veces en grupo (de a tres) por lo que, de nuevo, la transacción económica no queda clara para quien es, ni quien la recibe. Los de mayor porte no interactúan entre sí, sus trajes más grandes con ventiladores adentro, hacen que ellos no puedan movilizarse por el espacio. Por ello también es difícil que regresen rápidamente después que la policía los saca de la escena.

6. Rumbo a la navidad y su tradicional mercado

El 10 de noviembre la plaza amaneció diferente. Un gran vallado inhabilitaba el paso hacia el centro. Camiones depositaban maderas y elementos para la construcción de los 104 stands del mercadillo navideño (Figura 4) que se inauguró el 28 de noviembre hasta el 31 de diciembre de 2024. Con el correr de los días, el vallado se iba corriendo en función de la dinámica del armado. Pero claramente no se trató de un buen momento para la llegada de turistas que quisieran conocer la plaza.

Figura 4. Armado del mercadillo navideño en Plaza Mayor.



Fuente: Fotografía tomada por las autoras el 11 de noviembre de 2024 a las 15:18 hs.

El comportamiento de la plaza no cesó. El trabajo de los guías turísticos tampoco. Pero el recorrido y la distribución de los caminos al interior de la plaza sí. El cuadrante imaginario 4, por ejemplo, fue el primero en verse totalmente inhabilitado; el cuadrante dos, se mantuvo sin vallas, pero con puestos y un enorme árbol de navidad junto a la Farola. Lo más transitado fue el espacio frente a la casa de la panadería. Mucho más angosto, pero libre para la toma de fotos, para los grupos turísticos, muñecos y demás actores sociales. Lo que sí se evidenció es un tiempo menor de permanencia porque el lugar se veía también reducido.

El 19 de noviembre, hubo otro cambio significativo. Todas las terrazas habían reducido su tamaño a menos de la mitad, de hecho, en algunas ya no había siquiera sombrillas. Unas pocas mesas y sillas permanecían en cada extremo de la plaza con muy pocas personas sentadas consumiendo. Cuando se le preguntó a una de las camareras el porqué de la reducción, expresó que todas las terrazas cerraban por un mes entero a partir del lunes siguiente por motivo de la masiva cantidad de personas que se espera que recorra la plaza una vez inaugurado el mercado navideño. A su vez hizo alusión a que, debido al estacionamiento que hay debajo, es también una medida de seguridad por el peso que debería soportar. Ese 19 de noviembre a las 16:30 hs. no había grupos turísticos en la plaza, sólo un Buzz Lightyear caminaba y se acercaba a las parejas y grupos de amigos que se sacaban selfies frente a la Casa de la Panadería y junto al árbol rojo de navidad.

6.1. El Mercadillo en marcha

El 27 de noviembre a las 10 de la mañana el 50% de los puestos de venta navideña en la plaza estaban terminando de acomodar sus puestos. Los colores, luces y diversidad de productos eran de lo más variado. Desde piezas para los belenes, decoración, sombreros/gorros, souvenirs, árboles de navidad, muñecos, entre muchos otros.

Siendo la mañana, había también muchos automóviles personales y camionetas desde donde los encargados de cada puesto bajaban sus productos para ir abriendo cada vez más tiendas. Había un clima de trabajo que cambió la dinámica de la plaza. Ya no quedaban más mesas ni sillas de las terrazas, tampoco ninguna sombrilla. La policía estaba estacionada del lado de la casa de la panadería y, sentados a un costado, los muñecos ahora devenidos en personajes de películas de navidad como Santa y El Grinch. También estaba sentado en una farola sin su cabeza Mickey, también vestidos como Papá Noel. Por primera vez había en la plaza dos grupos de estudiantes de colegios primarios, además de los grupos turísticos con guías.

Un dato por demás interesante es la colocación de una calesita en uno de los accesos, específicamente en la Plaza de las Provincias. Empiezan a instalarse elementos propios de otro grupo de actores hasta entonces muy ausentes en la propia vida de la Plaza Mayor.

Con las observaciones siguientes y con un mercado ahora en pleno funcionamiento se comienza a configurar otro escenario. Es claro el aumento de adultos mayores por fuera de los grupos turísticos,

muchos de ellos acceden con bastones. Los grupos familiares con niños también aumentan. Y esto es claramente advertido por los vendedores ambulantes que ahora se disponen a ofrecer mercadería para grupos infantiles: juegos de luces, vinchas, globos.

En el horario del almuerzo, las farolas siguen siendo las privilegiadas para los turistas que desean comer en la plaza, y se puede apreciar el aumento del consumo de bocadillos de calamares. No obstante, siguen en funcionamiento los locales de comida, pero puertas adentro.

El 28 de noviembre no sólo abrió el Mercado Navideño, sino que además fue el día elegido por el Ayuntamiento para hacer el clásico ritual de encendido de luces en Madrid. Esto hizo que una infinidad de personas se reunieron alrededor del árbol de navidad ubicado en Puerta del Sol para observar el encendido y los fuegos artificiales. Lo cierto es que casi toda la ciudad de Madrid se enciende de noche. La Plaza Mayor no es ajena a este espectáculo. Cada una de las entradas tiene su recorrido de luces y dentro, además del mercadillo, se enciende el árbol de navidad.

El registro del primer domingo de diciembre a la noche, dio cuenta de una cantidad de familias con niños no vista hasta entonces. Era difícil transitar por la plaza. Fue evidente también el uso (tanto de grandes como de adultos y adultos mayores) de elementos que se venden allí. Lo más común en niños y niñas eran gorros con personajes y orejeras largas que caen por debajo de los hombros. En los adultos gorros de navidad puntiagudos, pero sobre todo vinchas con arbolitos, estrellas, renos, Papá Noel, entre muchos otros. Un dato observado que se diferencia sustancialmente de la dinámica de la Plaza sin el mercado es, no sólo como se mencionó la presencia de niños, sino una gran cantidad de cochecitos.

En este punto resulta interesante cruzar aquellos datos relevados de charlas informales con mujeres que han nacido en Madrid y que aseguraron no ir a la plaza. No obstante, en sus recuerdos, la experiencia que las coloca en el escenario es yendo de muy pequeñas con sus padres al mercado de navidad. En los relatos aparece clara una tradición, un ritual que, en sus propias voces, potencia valores emotivos que parece no tener nada que ver con la dinámica cotidiana de una plaza colmada de turistas. Aquí la vivencia, a través del recuerdo o las nuevas experiencias (ahora con hijos o sobrinos) se hace personal. El mercado devuelve a los y las madrileñas a la plaza, devuelve a las niñeces y a los y las abuelas.

7. Análisis y discusión en torno a usos, movimientos y sentidos de la plaza

La plaza concentra y condensa múltiples valores: históricos, arquitectónicos, patrimoniales, culturales, turísticos, emocionales, entre otros que la llevaron a ser declarada como un Bien de Interés Cultural (BIC). Es al mismo tiempo un lugar donde la música está prohibida, donde abunda el control policial y coexisten personajes históricos como el Rey Felipe III y muñecos andantes. Es difícil imaginar conceptos analíticos que permitan explicar esa diversidad de expresiones y entender esa convivencia un tanto disruptiva.

La plaza tiene una historia rica, pasada y presente. Sólo para quienes conocen y la estudian, es posible percibir a través de la mirada, el paso del tiempo. Sobreviven aún, pese a las transformaciones de la globalización, negocios tradicionales y centenarios como la casa de telas, de sombreros, que mantienen un lugar junto a otros de venta de souvenirs (también de lo más diversos: imanes, objetos representativos de Madrid y ropa del equipo de fútbol del Real Madrid). Son elementos que tienen algún sentido, funcionan, por algo están ahí. Y todo aparece mezclado en el mismo escenario, entre lo clandestino y lo autorizado.

En este sentido, pareció una buena idea comenzar este análisis con la idea de Augé (1992) sobre los lugares antropológicos y luego centrarse en los actores. Los lugares antropológicos a los que se refiere se caracterizan por ser identitarios, relationales e históricos. En términos del autor, la identidad tiene que ver con la organización del espacio urbano. Dicho orden se define para cada uno de sus ocupantes ofreciendo oportunidades de acción, restricciones y prohibiciones que son simultáneamente sociales y espaciales. El carácter relacional refiere al hecho de que dos cosas diferentes no pueden ocupar un mismo sitio: los elementos de un lugar están distribuidos en un orden que configura posiciones particulares que se articulan entre sí. El histórico viene del hecho de que las relaciones sociales se inscriben en el tiempo. Así, y con el fin de ir cruzando estas ideas con la dinámica de la Plaza, se podría en principio afirmar que su carácter histórico es el más evidente. Es una construcción que mantiene marcas y huellas del pasado. A su alrededor se construye un discurso autorizado que se refuerza en cada visita guiada. Así en segundo lugar, también su carácter identitario se hace evidente. Es parte de la historia y la identidad de la ciudad. No hay habitante que no la conozca o la recomiende para ir. Por el contrario, no resulta tan evidente identificar lo relacional. No es tan simple leer la relación que quienes la habitan (ciudadanía madrileña) se hacen del lugar. Esto, entre otras cosas, se debe a que la comunidad local no va a la plaza a no ser que trabaje legal o “ilegalmente” en ella. Ella está repleta de turistas que se relacionan entre sí y con el lugar de maneras diferentes por un período muy corto de tiempo.

La alta presencia de visitantes genera tipos de relaciones (breves) vinculadas con la consolidación y oferta de venta de productos y servicios. Muchos de estos trabajos se relacionan con actividades catalogadas como ilegales, con problemas concretos que afectan a los propios turistas y a los mismos residentes (como el ruido). El tipo de relaciones que se generan en la plaza, en ocasiones, parece atentar contra el valor histórico y patrimonial del lugar. Aparece esa sensación de disruptivo o de incoherencia. Pero no obstante la coherencia está ahí, intentando pasar desapercibida.

El nexo con la historia se da a través de diferentes formas que promueven la puesta en valor de un pasado que busca mantenerse en la memoria colectiva. Los guías por ejemplo parecen jugar un rol importante en su salvaguarda. A través de ellos y su relato se accede al conjunto de conocimientos y acontecimientos históricos que sucedieron en el pasado y se le pone nombre e identidad a los monumentos y emblemas que aparecen en la plaza y dan cuenta de otra época. A través de ellos se podría acceder a una conciencia pública y una experiencia patrimonial de calidad y conocimiento local. Es cierto que los discursos de las guías no se han analizada, pero sin duda, a falta de otras estrategias

hasta hoy prácticamente inexistentes, pueden considerarse agentes claves para la conservación preventiva y la valoración patrimonial.

En la plaza entonces es posible sumergirse en un proceso cultural que tiene que ver con la negociación de la memoria, la identidad y el sentido de lugar. Ahora bien, pensando en el actor turista en términos generales (con o sin guía) y habiendo observado durante dos meses su comportamiento y distribución, surge la imperiosa necesidad de poder explicar el carácter relacional atendiendo sobre todo a dos cuestiones de su definición: a) la que dice *que dos cosas diferentes no pueden ocupar un mismo sitio* y, b) posiciones particulares que se articulan. El esfuerzo se puso entonces en tratar de abordar cuáles eran/son las posiciones particulares y cómo se manifiesta su articulación y cómo dos cosas que inicialmente parecen diferentes conviven en la Plaza, como por ejemplo la convivencia de una identidad histórica y patrimonial junto con personas disfrazadas que nada parecen tener que ver con la identidad de la plaza y que, sin embargo, son parte de ella.

El nexo que primero surgió fue el de la fotografía y el turismo. Absolutamente todas las personas, parejas, grupos de turistas, familias, usaron sus teléfonos para sacar fotografías y registrar el momento, incluso muchos de ellos, sin saber qué estaban fotografiando. De hecho, se utilizaron diferentes estrategias: *selfies* a mano, el uso de palitos extensibles, de trípodes, o el apoyar el celular sobre algo y tomar la imagen a través del temporizador, o bien pedirle a un desconocido que hiciera el favor de tomar la foto.

Raurich (2009) expresa que el turismo implica un desplazamiento territorial que puede generar enriquecimiento cultural y ese desplazamiento tiene como objetivo un *estar allí*, “fenómeno en el que el uso de la fotografía no solo actúa como un medio de prueba, sino también como mediación que contribuye a construir narrativas propias desde y sobre los espacios, los territorios y los objetos”(2009: 36). Sin embargo, esta imaginería se construye a partir del consumo de fotografías e imágenes previas de amigos o familiares, de las imágenes de los documentales de televisión o la publicidad de los catálogos que se han depositado durante años en la retina.

Teniendo en cuenta esto, y que sacar fotos es una práctica de lo más naturalizada, cobra total sentido la existencia de personas disfrazadas en los lugares turísticos y también, comienza tímidamente a visibilizarse la condición desigual entre aquellos que acceden a un lugar turístico, porque disponen del capital cultural y económico, y aquellas personas metidas en esos disfraces enormes durante largas horas esperando que alguien quiera hacerse una foto junto a ellos por unas monedas. La realidad que se esconde dentro de esos trajes es la condición de inmigrantes ilegales y la enorme dificultad para conseguir empleo en ese contexto. De hecho, la presencia de muñecos parece no desfavorecer el turismo. Es una práctica que funciona, y no sólo en Plaza Mayor. Pero sigue siendo difícil articular los sentidos y valores yuxtapuestos que se ponen en juego en la plaza. Las realidades socioeconómicas se evidencian en las diferentes y particulares posiciones de los actores.

206 Esto nos lleva a otro nivel de posición relacional desigual que tiene a las personas sin hogar que duermen en la plaza como protagonistas. Se estima que son alrededor de veinte. En este sentido, la

plaza es un escenario en el que se ponen de manifiesto situaciones de exclusión social y si bien esto (y el trabajo informal) exceden el ámbito de la Plaza Mayor, ya que depende de dinámicas y procesos de escala más amplia, son parte del paisaje y el movimiento cotidiano. Ni bien empieza a caer el sol, sobre cartones, colchones y cajas, hay personas durmiendo, junto a miles de turistas que pasan por un costado. Las desigualdades sociales, la concentración de personas, aún mayor los fines de semana, el incremento de visitantes, el propio proceso de gentrificación, la erosión en la calidad de vida de quienes viven ahí, van configurando otra plaza que no es precisamente la que sale reflejada en las fotos.

La única crítica relevada durante este período de trabajo de campo fue precisamente la que efectuaron las propias personas madrileñas que viven o han nacido en la ciudad. A través de sus relatos afirmaron no ir a la plaza porque aluden que *la plaza te expulsa, está repleta de turistas y a precios turistas; Es imposible sentarse a comer, es todo más caro*. No obstante, absolutamente todas ellas la reconocen como un bien de valor cultural e identitario muy importante, pero definitivamente no un lugar al que concurren, excepto con la llegada del mercado de navidad. Con él se activan un conjunto de recuerdos y emociones vinculadas a tradiciones y prácticas que se hacen en familia desde la niñez. Aquí es más claro identificar los valores emotivos en el relato de las entrevistadas, quienes por primera vez le asignan un valor diferente a una situación que no deja de tener su dimensión económica. Se trata de una práctica que se hace en familia, que los devuelve a la plaza. A través de la observación es fácil afirmar que es altamente representativa la presencia de niños, niñas y adultos mayores. Las infancias encuentran ahora un sentido a la plaza, vinculado a la fantasía de la navidad, al armado del árbol, los belenes, los regalos, las luces, el juego.

8. Conclusiones

El fin del presente artículo fue poder dar cuenta de la dinámica y vida de un lugar determinado que concentra y pone en relación día a día valores turísticos, patrimoniales, económicos, históricos e identitarios. Es una plaza, y a la vez es mucho más. Es un espacio físico, pero a la vez escenario en el que se ponen de manifiesto múltiples desigualdades socioculturales. Es movimiento, es diversidad, es patrimonio con sus plenas dimensiones materiales e inmateriales. Es prohibición, control e ilegalidad. Es contradicción y a la vez coherencia. Son luces de navidad y camas de cartón. Es recuerdo, nostalgia. Es una foto, un momento, un paso, una visita. Es un sabor, un olor. Son las cuatro estaciones, los 12 meses del año y las 24 horas de cada día. Es también gestión y gentrificación.

La plaza como espacio público tiene, sin dudas, una capacidad para la sociabilidad y el entretenimiento. Es un lugar de paso, pero también para estar y permanecer. Allí se da una búsqueda de placer y disfrute que contrarresta sustancialmente con las realidades estructurales diferenciales de los actores que hacen un uso distinto (trabajar, subsistir).

El crecimiento del turismo y su consecuente masividad ha comenzado a hacer evidente que es necesaria una planificación para la sustentabilidad y salvaguarda. Es evidente no solo la falta de planificación, sino

también la promoción desmesurada, el incremento de visitantes, el deterioro de los bienes materiales, así como el debilitamiento de los discursos vinculados con las diversas materialidades. Porque lo que está en riesgo no es sólo lo material a través del deterioro, sobreuso, suciedad, capacidad de carga, sino también es la pérdida de los valores que le dan cuerpo. Se observa una necesidad de promover conciencia pública y cambios que generen la continuidad de un movimiento que contenga a todos los actores involucrados sin poner en riesgo el bien patrimonial y los derechos culturales. Es decir, un movimiento que, a su vez, no pierda de vista la interpretación, la comunicación de conocimiento de calidad, la participación y un beneficio integral para todos los actores involucrados. Los debates en torno al turismo y los sitios patrimoniales, requieren de un cambio empírico, real y situado, que priorice el bienestar y la calidad de vida, que promueva conocimientos de calidad, buenas prácticas, el derecho al patrimonio y, sobre todo, una gobernanza participativa, equilibrada y horizontal. Se debate y escribe mucho al respecto, pero son urgentes las medidas de acción y las políticas que tiendan a repensar el uso del espacio y el tiempo, que regulen la oferta, los precios, que delimiten (e incluso limiten) los accesos y las actividades para, de ese modo, poder llevar a cabo un desarrollo sostenible y un turismo responsable.

Las observaciones y entrevistas realizadas pueden contribuir a buscar medidas y estrategias que ayuden a mejorar la Plaza Mayor hoy día y por qué no, contribuir a un modelo más sostenible y equilibrado del uso del espacio público tanto por locales como por visitantes.

Bibliografía

- Augé, Marc. 1992. *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la Sobremodernidad*. España: Gedisa Editorial.
- De Certeau, Michel. 1984. *The Practice of Everyday Life*. Trans. Steven Rendall. Berkeley: U of California P.
- Guber, Rosana. 2019. *La etnografía: método, campo y reflexividad*. Argentina: Siglo XXI Editores.
- Guitart, Nuria. et al. 2018. "De la turismofobia a la convivencia turística: el caso de Barcelona. Análisis comparativo con Ámsterdam y Berlín". *ARA: Revista de Investigación en Turismo* 8 (2): 25-34.
- Gravano, Ariel. 2005. *Imaginarios sociales de la ciudad media. Emblemas, fragmentaciones y otredades urbanas. Estudios de Antropología urbana*. Argentina: Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
- COMOS. 1999. Carta Internacional sobre Turismo Cultural: La Gestión del Turismo en los sitios con Patrimonio Significativo.
- Jodelet, Denise. 2010. "La memoria de los lugares". *Alteridades* 20 (39): 81-89.
- Lefebvre, Henri. 1991. *The production of space*. Basil Backwell.
- Lins Ribeiro, Gustavo. 2021. "Descotidianizar el mundo. La pandemia como evento crítico, sus revelaciones y (re)interpretaciones". *Desacato* 65: 106-123.
- Malinowski, Bronislaw. 1986. *Los Argonautas del Pacífico Occidental*. España: Planeta.
- Mansilla, José. 2020. "No es turismofobia, es lucha de clases. Políticas urbanas, malestar social y turismo en un barrio de Barcelona". *Nodo* 13 (26): 42-60.
- Martín Gomes, José Luis, Francisco Pol y Carlos Sotos. 1986. "La Plaza Mayor y su entorno: un programa para su adecuación arquitectónica". En: *Arquitectura y urbanismo en las ciudades históricas*, editado por Francisco Pol, 106-120. Madrid: Ministerio de Obras Públicas y Urbanismo; Universidad Menéndez Pelayo.
- Massey, Doreen. 2005. "La filosofía y la política de la espacialidad: algunas consideraciones". En: *Pensar este tiempo: espacios, afectos, pertenencias*. Paidós.
- Milano, Claudio. 2018. "Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido". *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 18 (3): 551-564.
- Milano, Claudio, Joseph Cheer y Marina Novelli (Eds.). 2019. *Overtourism: Excesses, discontents and measures in travel and tourism*. Wallingford: CABI.

- Pérez González, Elena. 2018. "Ciudades Paralelas. La materialidad del entorno urbano en ciudades Patrimonio Mundial". En *III Congreso Internacional de Buenas Prácticas en Patrimonio Mundial: acciones integrales*, coordinado por Alicia Castillo Mena, 706-719. Menorca: Universidad Complutense de Madrid.
- Raurich, Valencia. 2009. "Lugares comunes: fotografía y turismo". *Ankulegi* 13: 33-43.
- Rodríguez-Barcón, Alberto, Calo García, Estefanía y Otero-Enriquez, Raimundo. 2021. "Una revisión crítica sobre el análisis de la gentrificación turística en España". *Rotur, Revista de Ocio y Turismo* 15 (1): 1-21.
- Smith, Laurajane. 2011. "El espejo patrimonial ¿ilusión narcisista o reflexiones múltiples?". *Antípoda. Revista de Antropología y Arqueología* 12: 39-63.
- Zukin, Sharon. 1987. "Gentrification: culture and capital in the urban core". *Annual review of sociology* 13: 129-147.

