

El espacio público como destino turístico: un análisis comparativo entre las plazas de Madrid y Atenas

The public space as tourist destination: Comparative analysis of the squares of Madrid and Athens

Maria Datseri*

Fecha de superación del Tribunal Fin de Máster: 26.07.2013

Tutor: Ester Higuera García

Resumen

El espacio público de una ciudad se considera como elemento principal, la imagen sustancial de la ciudad tanto para los ciudadanos como para los visitantes. La plaza urbana desde su principio hasta hoy desempeña un papel importante en el sistema del turismo urbano. Bajo estas condiciones se hace necesario un reconocimiento de los factores que influyen y que dan el carácter turístico a una plaza. Por ello analizar los distintos ámbitos tanto de condicionantes intrínsecos como de condicionantes extrínsecos de las plazas turísticas de dos ciudades (Atenas y Madrid), puede contribuir en este proceso. Al mismo tiempo se hace necesario identificar los elementos de las plazas de mayor interés turístico, a través de un estudio más directo como es el basado en el análisis de las fotos que los propios turistas toman.

Palabras clave

Atenas/ Carácter turístico/ Condicionantes extrínsecos/ Condicionantes intrínsecos/ Espacio público/ Madrid/ Plazas.

Abstract

The public space of the city is considered to be the principal element, the substantial image of the city not only for the inhabitants but also for the visitors. From the beginning until today the urban square plays an important role in the system of urban tourism. In such conditions it is necessary to identify the factors that influence and attribute the touristic character of the square. In order to contribute this process might be helpful to analyze different fields of intrinsic as well as extrinsic constraints on the touristic squares on two different cities Athens and Madrid. At the same time, it is necessary to identify the elements of squares which are the most interesting for the tourists via a more direct like the analysis of the taken photos.

Keywords

Athens/ Touristic Character/ Constraints extrinsic/ Constraints intrinsic/ Public Space/ Madrid/ Squares.

* **Maria Datseri** es alumna de postgrado del Departamento de Urbanística y Ordenación del Territorio de la Escuela Superior de Arquitectura. Universidad Politécnica de Madrid, madatseri@gmail.com.

• Ref. Bib.: DATSERI, M (2014) "El espacio público como destino turístico: un análisis comparativo entre las plazas de Madrid y Atenas", Territorios en Formación N.07, pp: 22-35.

1. Introducción

A pesar de todos los cambios que se han hecho a lo largo del tiempo, el espacio público sigue preservando y gravando la conciencia colectiva y la memoria. Podría caracterizarse como el "escaparate" de una ciudad, el elemento en el cual se reflejan las características sociales, económicas, políticas y culturales. El espacio público urbano es una creación de la propia sociedad que lo forma y lo utiliza y por tanto al mismo tiempo refleja las necesidades, las percepciones, las visiones y la cultura. Según Dascal (2003) el espacio público puede cumplir distintas funciones en la ciudad hasta el punto de que es factible encontrar posiciones extremas y contradictorias que lo configuran: «La denominación espacios libres abarca indistintamente espacios tradicionales con nombres cargados de significados como plaza, plazuela, jardín, alameda, parque etc.» (Martínez, 1990:17). Estos conceptos -que aparecen frecuentemente reseñados dentro de la literatura como los elementos básicos constitutivos del espacio urbano, con su forma y sus elementos y también con sus edificios delimitadores- constituyen la imagen que cada uno de los ciudadanos y los visitantes recibe de cada ciudad (Krier,1976; Lynch,1960 y Martínez,1985).

La plaza es seguramente la primera creación humana de un espacio urbano. Al contrario que la calle, acumula los aspectos excepcionales del paisaje urbano. Es un lugar entre caminos que funciona como parada y descanso, apoya actividades que en su mayoría no se pueden realizar en la calle porque necesitan unos mínimos espaciales que esta no puede ofrecer. Según Martínez (1985:40), la plaza es el espacio en el que «el énfasis se encuentra en estar allí, más que en moverse rápidamente por él». En muchas ocasiones la plaza «se convierte en lugar de fiesta o de expresión y representación de los deseos colectivos de la ciudad» (Bustillos, 1985). Paul Zucker (1959:1) considera la plaza como lugar de aparcamiento psicológico del paisaje cívico. Grecia se consideró punto de referencia para la revolución de la ciudad y de la plaza y es donde se generó la primera idea de los hechos urbanos. «En la polis griega la ciudad está unida al territorio, son ciudadanos todos los habitantes de la urbe y del campo, de modo que la ciudad es casi un lugar mental al que se refiere toda su organización. La ciudad baja, el *astu*, ciudad propiamente dicha, gira en torno al *ágora*, verdadera plaza pública, corazón de la vida urbana» (Martínez, 1985:42).

Podemos distinguir diferentes tipos de turismo. En este estudio, el tipo que más interesa es el turismo urbano, que es el turismo que se realiza dentro de una ciudad. El espacio público, como uno de los elementos principales de la misma ciudad, es también uno de los elementos más importantes dentro del turismo urbano. Dentro del turismo urbano pueden encontrarse diferentes tipologías dependiendo de la actividad predominante que realicen los turistas. Una de ellas, es el conocimiento de la misma ciudad, el paseo por sus calles, la participación en las actividades que se realizan y, en general, la experiencia del espacio público de la ciudad.

Es verdad que para un visitante un recorrido por el espacio público, por los parques, las calles y las plazas, podría ser suficiente para orientar la percepción de la estructura básica de la ciudad y sobre todo para el reclutamiento y la comprensión de su atmósfera.

El caso concreto sobre el que se realiza la investigación es en primer lugar la ciudad de Madrid, para más tarde intentar contrastar los resultados obtenidos en la ciudad de Atenas. Dos capitales de países mediterráneas con similares condiciones climatológicas, con un número de población parecido, con un sector turístico fundamental en ambas economías que en los últimos años sufren una similar crisis económica.

Planteamiento de la cuestión

Para empezar y acotar la investigación se enuncian los objetivos de la misma, así como las preguntas más importantes referentes sobre todo a los espacios turísticos. ¿Cuáles son los espacios públicos que elige un turista para visitar? ¿Cuáles son los factores que influyen en esta elección? ¿Existen elementos concretos que puedan dar carácter turístico a un espacio público ó es una suma de factores la que influye en esta elección?

Con esta investigación se pretende analizar los aspectos del turismo en un espacio público como es la plaza y buscar los factores que influyen y que aportan este carácter turístico. Además, se distinguen los siguientes objetivos pormenorizados:

- Entender y acercarse a conceptos como el espacio público, la plaza y el turismo urbano.
- Establecer una metodología para definir el carácter turístico de una plaza.
- Formular la definición de los condicionantes intrínsecos y extrínsecos y sus ámbitos.
- Analizar en cada una de las plazas todos los ámbitos que se definen.
- Sintetizar la información de las fichas, comparar la información y obtener resultados.
- Analizar la imagen del visitante a través de un análisis de fotos.

En la búsqueda de las respuestas de estas cuestiones, la hipótesis que ofrece la investigación es que el carácter turístico de un espacio público de la ciudad está determinado tanto por condicionantes intrínsecos como por condicionantes extrínsecos.

Metodología

La metodología que se ha seguido para comprobar la hipótesis se divide en cuatro partes principales. Además, una de estas partes se divide en más pasos para que se realice mejor la investigación.

1. Selección de las plazas. A través de un análisis de guías turísticas y de páginas turísticas de internet se extraen las plazas que se aconsejan en la visita a la ciudad, se clasifican y se valoran dependiendo de su importancia. Por último, se eligen las tres plazas de cada ciudad con la valoración más alta.
2. Explicación de los ámbitos y los subámbitos del análisis. A través de la propuesta del análisis de las plazas, se definen los ámbitos de estudio de condicionantes intrínsecos e extrínsecos, de modo que se presentan para cada uno la aproximación teórica, los fuentes donde se van a extraer los datos, la visualización gráfica y el parámetro del cálculo para realizar la evaluación de cada plaza.
3. Estudio analítico de las plazas. Se exponen las fichas analíticas de cada subámbito para las seis plazas de estudio que se basan en el segundo paso. Con todo esto se pretende llegar a realizar el inventario de las fichas con toda la información sintetizada y obtener las conclusiones de esta fase.
4. Análisis de la imagen del visitante. Se trata de encontrar los elementos que más interesan a los turistas y que, probablemente, constituyen la razón de su visita. Por eso, se establece una metodología basada en la aplicación de *Google Panoramio* y se analizan las fotos que contiene.
5. Replanteo la hipótesis del trabajo utilizando la información obtenida en los pasos anteriores y extracción de las conclusiones finales.

2. Selección de las plazas

Análisis de las guías y las páginas turísticas

Los criterios de elección de las páginas de internet son, en primer lugar por su oficialidad; en segundo por su grado de importancia, es decir en qué número de resultados aparece (normalmente las páginas con altas visitas se ubican entre los primeros resultados); y en tercer lugar habría que considerar si la forma en la que se expone la información y si la propia información es adecuada para realizar este estudio. En otros términos, esto significa que si de alguna manera se diferencian los lugares que se deben visitar en la ciudad según su importancia. Atendiendo a estos criterios, las cinco páginas que se han elegido para Atenas son las siguientes¹:

1. <http://www.greece-athens.com>
2. <http://www.cityofathens.gr>
3. <http://www.athensinfo.com>
4. <http://www.visitgreece.gr>
5. <http://www.nomathinas.gov>

En el caso Madrid se han elegido las siguientes páginas²:

1. <http://www.esmadrid.com>
2. <http://www.turismomadrid.es>
3. <http://www.spain.info>
4. <http://www.madridtourist.info>
5. <http://www.descubremadrid.com>

Además del análisis de las cinco páginas de internet se realiza un análisis de cinco guías turísticas de distintas editoriales, unas de ediciones españolas y otras de ediciones extranjeras. La elección de las guías se basa primero en criterios económicos, todas tienen un precio de entre 12 y 25 euros (datos de mayo de 2012); segundo en la facilidad de acceso; y por último en año de la publicación, es decir todas las guías son de últimas ediciones. Las guías que se utilizan para el estudio de la ciudad de Atenas son:

1. *La guía verde. Grecia.* (Proyecto colectivo, 2005).
2. *Plano-guía, abrir, desplegar, descubrir Atenas.* (Gallimard, 2009).
3. *Atenas de cerca.* Lonely Planet. (Kyriakopoulos, 2009).
4. *Escapad Azul, Atenas.* (Proyecto colectivo, 2011).
5. *Grecia Continental.* Guías Acento. (Cortés, 2002).

Para Madrid:

1. *Madrid Guías de ciudad.* Lonely Planet. (Ham, 2013).
2. *TOP 10 Madrid.* (Eyewitness travel, 2011).
3. *Trotamundos: la guía del routard. Madrid, Toledo, Cuenca, Segovia, Burgos, Salamanca y Ávila.* (Pierre, 2007).
4. *Un corto Viaje a Madrid.* (Martínez, 2011).
5. *Gente viajera. Madrid.* (González, 2011).

¹ Primera visita en mayo de 2012, última visita en junio de 2013.

² Primera visita en mayo de 2012, última visita en junio de 2013.

A continuación se extrae el contenido sólo de las plazas que se aconsejan en la visita a la ciudad y se clasifican dependiendo de su importancia, según cada autor, entre imprescindible e interesante. Para cada página de internet y guía turística se construye una ficha donde aparece claramente toda la información necesaria.

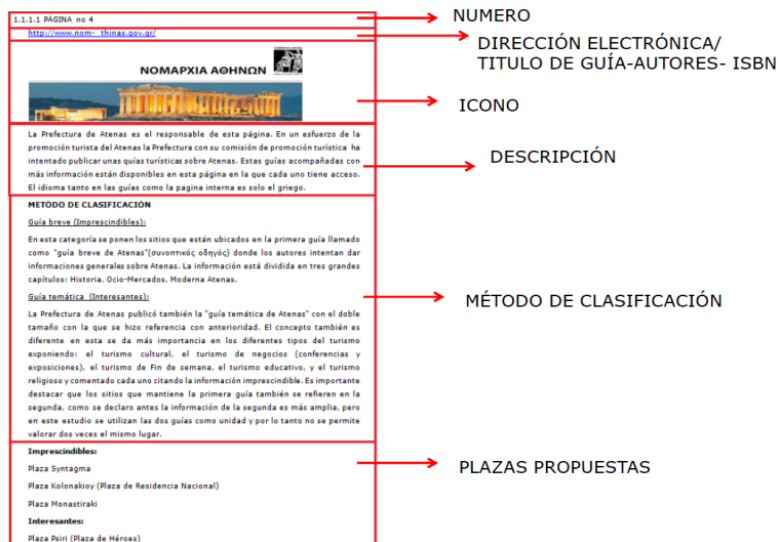


Figura 1. Modelo de ficha de las páginas y guías. (Fuente: elaboración propia, 2013).

Criterios de valoración

Una vez obtenidas las fichas de cada página de internet y de cada guía turística con la explicación general para Atenas y Madrid, el método de la clasificación y las plazas que se proponen, como imprescindibles o como interesantes, se puede pasar al siguiente paso, la valoración. La valoración se hace con la siguiente lógica: las plazas que aparecen en la primera categoría como imprescindibles se valoran con 2 puntos y las que están en la segunda como interesantes con 1 punto. La escala de las notas tiene como máximo la nota 20 y como mínimo la nota 1. La máxima nota 20 puede obtenerla la plaza o plazas que aparecen en todas las páginas y guías en la primera categoría (imprescindibles). La nota mínima 1 puede tenerla la plaza o las plazas que aparecen sólo una vez dentro de la segunda categoría (interesantes).

Nº	PLAZA	VALORACIÓN		
		PAGINAS	GUÍAS	FINAL
1	Avisinias	3	5	8
2	Eleytherias	-	2	2
3	Exarehion	-	1	1
4	Kifisias	-	1	1
5	Kolonakiy	3	6	9
6	Kotzia	5	4	12
7	Koymoyndoyroy	1	-	1
8	Lisikratoys	1	-	1
9	Monastiraki	6	7	13
10	Mitropoleos	-	1	1
11	Omonia	5	7	9
12	Psiri	1	2	3
13	Syntagma	8	10	18

Figura 2: Valoración total de las plazas de Atenas. (Fuente: elaboración propia, 2013).

Finalmente, las plazas con la mayor valoración son por parte de Atenas: la Plaza de Syntagma, la Plaza de Monastiraki y la Plaza Kotzia; y por parte de Madrid: la Puerta de Sol, la Plaza Mayor y la Plaza de Oriente.

3. Metodología del estudio analítico de las plazas

Condicionantes intrínsecos y extrínsecos

El siguiente paso que se lleva a cabo tras elegir las plazas seleccionadas previamente es el planteamiento del análisis. Este análisis se divide en dos grandes categorías. En la primera categoría se analizan las características de las plazas en relación a los condicionantes intrínsecos y en la segunda en relación a los extrínsecos. En cuando a los condicionantes intrínsecos se analizan todas las características estáticas de un espacio y en este caso de una plaza. Son características básicas para un análisis porque mantienen un estudio de un número de elementos que identifican el carácter del espacio. En líneas generales, se podría decir que todas aquellas características que se relacionan con los edificios, el ambiente y todos los objetos inertes.

La caracterización extrínseca se relaciona con la sociedad y la economía. Son características más activas que pueden cambiar en el corto plazo en comparación con las características relacionadas con los condicionantes intrínsecos. Los factores que influyen en estas características presentan una dinámica dependiente de un gran número de variables. En realidad las variables que se analizan en este punto son las actividades en las que participan las personas o más bien los usuarios de las plazas y de los edificios de alrededor. Como se entiende y según del análisis de Carr (1993) una plaza es mucho más que el mismo espacio, es también la gente que lo utiliza, por lo que un estudio de una plaza no puede ser integrado si no se estudian las actividades en las que participa la gente en esta plaza.

Estas determinaciones establecen 15 ámbitos de condicionantes intrínsecos y 3 ámbitos de extrínsecos. A continuación se realiza una explicación amplia para cada uno en modo de preguntas ¿Qué? ¿Cómo? y ¿Para qué se estudia? En base a estas preguntas se analiza en cada ámbito:

1. La aproximación teórica: donde se presenta la bibliografía relativa al ámbito estudiado. En este punto se estudian proyectos y estudios, se exponen datos necesarios, se citan autores expertos y se intenta un acercamiento a los ámbitos de estudio.
2. Las fuentes: donde aparece toda la información necesaria sobre las fuentes de los datos que se van a utilizar para el análisis de las plazas, ya sea a través del estudio de campo, de aerofotografías o de otro tipo de fuentes como bibliografía o datos de internet.
3. La visualización gráfica: donde se explican qué método de visualización es más adecuado para cada ámbito, para que el análisis sea de más fácil entendimiento. La visualización grafica es en su gran parte observable a través de planos, dibujos, mapas y fotos.
4. El parámetro de cálculo y la evaluación: se trata de explicar la metodología que se utiliza para calcular los ámbitos. Aquí se utilizan métodos más cuantitativos como porcentajes o cálculos de elementos. A continuación se establece una valoración para realizar la evaluación de las plazas.

Este paso de la explicación de los ámbitos es fundamental para el desarrollo del trabajo porque su objetivo principal es plantear esta base para cada ámbito y utilizarla para analizar cada una de las plazas que se han elegido como las más turísticas y así afirmar la hipótesis.

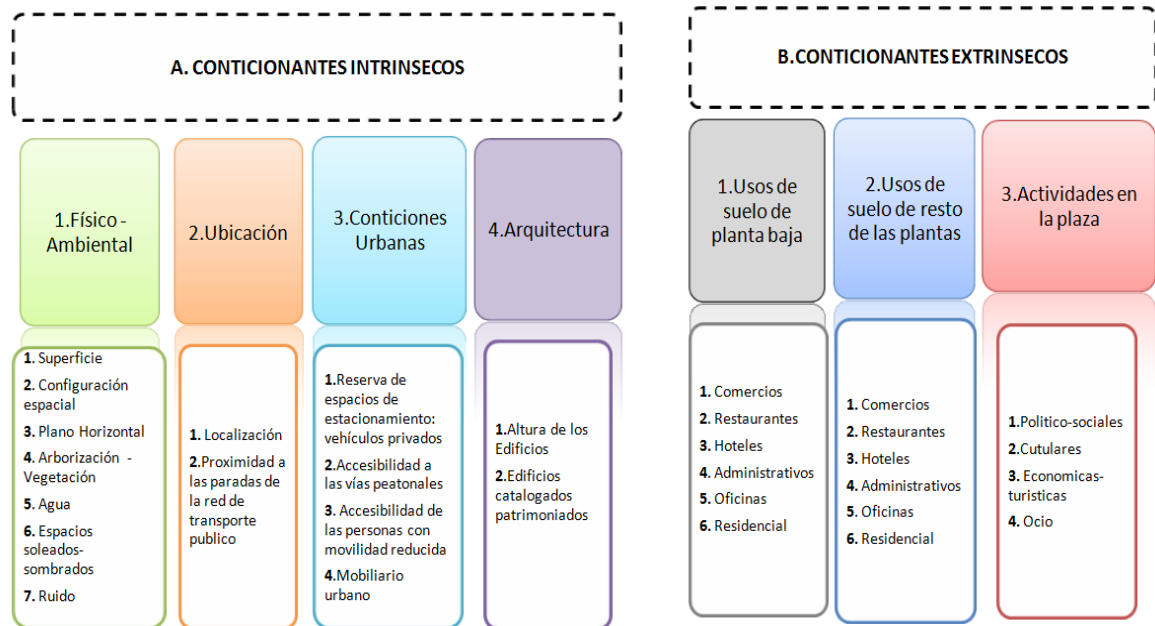


Figura 3. Propuesta del análisis de las plazas. (Fuente: elaboración propia, 2013).

Fichas analíticas de las plazas

Una vez obtenida la explicación completa se puede pasar a realizar el análisis de cada una de las plazas seleccionadas. Es decir, se utiliza toda la información necesaria que se ha citado en el capítulo anterior, cuyo objetivo era plantear una base para cada ámbito y utilizarla para analizar las plazas. El análisis se realiza exponiendo 18 fichas para cada plaza, respectivas a los 18 ámbitos, para alcanzar un total de 108 fichas (18x6) analíticas y valorativas según cada categoría explicada anteriormente.



Figura 4. Modelos de fichas del análisis de las plazas. (Fuente: elaboración propia, 2013).

Inventario de las fichas

Como instrumento final para el análisis de las plazas se elabora una matriz resumen, o lo que es lo mismo un inventario de las fichas, donde siguiendo los ámbitos del análisis se resume toda la información de los casos de estudio. Esta herramienta resume y presenta todos los datos del análisis de una manera en la que es posible compararla información, tanto entre las plazas de la misma ciudad como entre las dos ciudades, y así establecer las condiciones de esta investigación (ver figura 5).

Observando y analizando el inventario de las fichas se pueden llegar a entender mejor las plazas y sus características y también viendo más allá de ellas lograr entender mejor el espacio público de cada ciudad. También puede ayudar a encontrar los problemas y las debilidades de las plazas para enfrentarlos y las fortalezas para amplificarlas. Figura 5: Parte del inventario de las fichas.

4. Análisis de las fotos de *Google Panoramio*

Metodología del análisis

Una vez terminado el estudio analítico de las plazas, procedemos a la búsqueda de la imagen que tiene el visitante para cada una de las seis plazas del trabajo. Para hacerlo, se sigue una metodología basada en la aplicación de *Google Panoramio* y en las fotos que contiene. *Google Panoramio* es un sitio web dedicado a exhibir fotografías de lugares o paisajes que los propios usuarios crean y georreferencian. El objetivo de *Google Panoramio* es permitir a los usuarios de este programa aprender más sobre una zona específica del mapamundi observando las fotografías que otros usuarios han puesto allí. El método de análisis de las fotografías se compone de los dos siguientes pasos:

1. El primero fue encontrar todas las fotos de plazas que aparecen en *Google maps* mediante *Panoramio* para que el estudio fuera fiable. Se analizó un total de 355 fotos, 224 de plazas de Madrid y 131 de plazas de Atenas.
2. El segundo paso trata de realizar un análisis de cada foto donde se estudian los elementos que aparecen y se etiquetaron en una de las siguientes cuatro categorías: edificio, punto de referencia, área arqueológica y área natural.
 - Los edificios también se dividieron en: administrativos, históricos y otros (religiosos, educativos, de servicios, etc.). Existen casos en los que el elemento pertenece a más de una categoría.
 - Los puntos de referencia son: las estatuas, las fuentes y otros elementos característicos de cada plaza, como la placa del kilómetro cero en la Puerta del Sol.
 - Las áreas arqueológicas se encuentran en algunas plazas de Atenas, y por eso se diferenciaron como otra categoría.
 - Las áreas de naturaleza solamente pueden encontrarse una vez en una de las plazas estudiadas de Madrid. Su contenido no podría dar lugar normalmente a una categoría distinta, pero nos ha parecido lo suficientemente importante para considerarla así.

Criterios de valoración

Después de analizar todas las fotos de *Google Panoramio* se pasa a la valoración de los elementos que aparecen en cada una de ellas. La valoración de las fotos se hace con la siguiente

propuesta: se coge un punto cada vez que aparece un elemento en una foto –es decir, se cogen tantos puntos como las fotos en las que aparecen– y, a continuación, se pondera dicho elemento sobre 100 para compararlo no sólo con el resto de los elementos de la misma plaza, sino también con los que aparecen en el resto de las plazas.

En el caso de Madrid los elementos con el porcentaje más alto de cada plaza son edificios: la Real Casa de Correos en la Puerta del Sol, la Casa de la Panadería en la Plaza Mayor y el Palacio Real en la Plaza de Oriente. Les siguen las estatuas que, salvo en el caso de la Plaza Mayor, son más de una en cada plaza, como en la Plaza de Oriente, donde pueden contemplarse efigies de reyes españoles y otros monumentos dispersos. Solamente en una ocasión puede encontrarse la categoría de áreas de naturaleza, concretamente en la mencionada Plaza de Oriente, donde se encuentran los Jardines Lepanto, que forman parte de este espacio y le dan un carácter muy específico.

En el caso de Atenas también son los edificios que más predominan en las plazas como el Parlamento Griego en el caso de la Plaza de Syntagma. En las plazas Monastiraki y Kotzia, también aparecen áreas arqueológicas como elementos relevantes: el Templo de Zeus Olímpico en la primera y la pared Themistoclean en la segunda. Su importancia en las plazas puede que no ocupe el primer puesto, pero es muy alta.

5. Conclusiones

Llegados a este punto de la investigación es el momento de resumir el proceso, de revisar la hipótesis formulada al inicio de la investigación, de responder a los primeros interrogantes y de plantear líneas de investigación futuras.

Palou (2009) declara que «A pesar que los turistas resaltaban la importancia de conocer los puntos de interés de la ciudad (nodos), los valores intercambiaban, pasando menos tiempo en ellos y más en los espacios de tránsito entre ellos (arcos)». Forma parte del espacio de tránsito, el espacio público que como se ha ido viendo es un elemento básico para el sistema del turismo urbano y de la imagen de la ciudad. Los turistas eligen el espacio público como destino en una ciudad no sólo porque es el medio para moverse entre los arcos, sino también porque se puede ofrecer una serie de elementos y funciones interesantes. También es el espacio público que representa de un modo la misma ciudad y la sociedad dentro de ella. Eso pasa mucho más en las plazas, donde desde sus principios hasta hoy en día se han considerado el centro de la ciudad.

A través de este trabajo, y durante el estudio de la hipótesis que se planteó al principio, se analizó el aspecto "del carácter turístico" de un espacio público. En este punto se ha llegado a comprender el poder de las guías turísticas y las páginas de internet que funcionan actualmente. En el análisis que se realizó sobre ciertas guías y páginas se ha observado que las propuestas de los destinos en las ciudades no variaban mucho entre las guías y las páginas. Es decir que en su mayoría todos proponen los mismos sitios. En este momento merece la pena decir que en una comparación entre las ciudades de Atenas y Madrid, en el primer caso los espacios públicos que estaban en la lista de los destinos turísticos en la ciudad eran con diferencia mucho menos de los que estaban en la misma lista de la capital española. Esta observación puede afirmar que Madrid tiene más espacio público en comparación con Atenas. Por otra parte, en el caso de Atenas los sitios de interés arqueológico son más abundantes.

Estudiando las tres plazas más turísticas de ambas capitales se pudo comprobar la existencia de una variedad de características de diferentes ámbitos en la mayoría de las plazas.

Características relacionadas con ámbitos como el físico-ambiental, la ubicación, las condiciones urbanas y la arquitectura, que conforman los condicionantes intrínsecos. Y características relacionadas con los usos de suelo tanto en planta baja como en el resto de las plantas y con las actividades que se realizan en la plaza, que completan los condicionantes intrínsecos.

En el ámbito físico-ambiental y sus subámbitos -superficie, configuración espacial, plano horizontal, arborización vegetación, agua, espacios soleados o sombreados y ruido- se encuentra la mayor variedad entre las plazas. Pero se puede decir que el nivel de ruido en general es bajo y también la vegetación y la arborización con la excepción de la Plaza de Oriente y la Plaza Syntagma. Por otro lado, en la mitad de las plazas estudiadas hay sombra y agua y en la otra mitad no. La misma diversidad se encuentra también en el tamaño con las plazas de Madrid con más superficie que las helénicas. Al contrario, en los ámbitos de ubicación de las condicionantes urbanas y de la arquitectura, la imagen general se parece, aunque existen diferencias entre las plazas y las ciudades. Todas las plazas son centrales a nivel de condiciones urbanas “medio” y en unos casos “bueno” y cuentan con un alto nivel de altura en los edificios de los alrededores y con un nivel alto en el caso de Madrid y bajo en el caso de Atenas para los edificios catalogados patrimoniales.

En lo que respecta a los usos del suelo se observa por una lado que los usos de la planta baja que predominan en los edificios de las plazas son comerciales restaurantes y administrativos y servicios en unos casos. En los usos de suelo del resto de las plantas en líneas generales predominan los servicios, el residencial y el comercial con menos presencia. Con respecto a las actividades es interesante observar que de algún modo todos los tipos de actividades se realizan en todas las plazas de nivel alto, con pocas excepciones.

También a través del estudio analítico de las plazas se ha podido llegar a confirmar la hipótesis que se planteó al principio del trabajo. El carácter turístico del espacio público está determinado por condicionantes de carácter intrínseco y extrínseco.

El estudio ha podido afirmar que la relación entre las características de los ámbitos reportados y el carácter turístico, es "unidireccional". El carácter turístico está determinado por condicionantes intrínsecos y extrínsecos pero estos condicionantes no determinan necesariamente el carácter turístico en el espacio público. Es decir, que en los espacios públicos y turísticos se encuentra una serie de diversas características, pero que si se encuentran estas características en un espacio público no siempre se puede decir que tenga carácter turístico. Es importante destacar que aunque no se encuentran todos juntos, en el espacio público y turístico se encuentran una mayor parte de ellos. Con respecto a la importancia no se pueden poner en orden porque todos son igualmente importantes y no tienen jerarquía.

El término "unidireccional" como termino matemático se puede caracterizar como «necesario pero no suficiente». En otras palabras, con el presente trabajo no se ha sacado ningún resultado que pueda confirmar que cuando existen en un espacio público una serie de las características expuestas anteriormente, el espacio tiene altas visitas y se puede caracterizar como destino turístico. No se puede decir que la relación entre las condicionantes intrínseco y extrínsecos sea recíproca. Por otro lado, se observa que la relación entre los aspectos es recíproca. Es decir que la existencia de un ámbito afecta en muchas ocasiones a la existencia de los demás.

En la siguiente gráfica se presenta la relación unidireccional entre el espacio público turístico y los diferentes ámbitos de los condicionantes intrínsecos y extrínsecos y también aparecen las relaciones entre los ámbitos.

En este momento, debe declararse que son cosas muy diferentes la unidireccional que se refiere a los condicionantes que determinan el carácter turístico, y otra la influencia que tienen estos aspectos en el espacio público y su carácter turístico cuando el espacio funciona como destino de turistas. Está claro que en esto caso las influencias son de tipo "multidireccional".

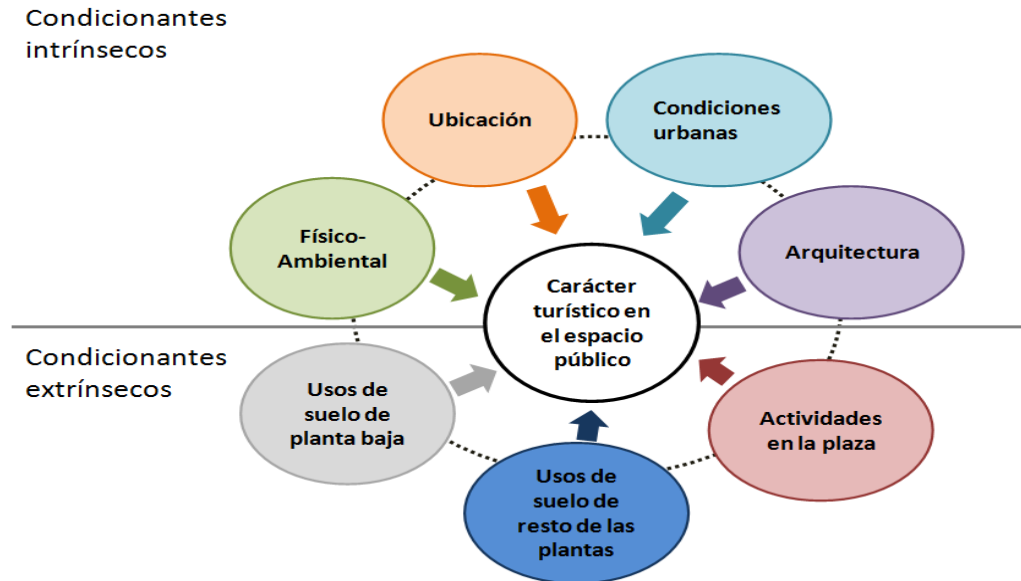


Figura 6: Relaciones unidireccionales y reciprocas. (Fuente: elaboración propia, 2013).

El estudio de las fotos de la aplicación de *Google Panorámico* ha contribuido a una observación más, esta vez sobre algunos elementos que predominan en el espacio público. Aunque es difícil preguntar a los turistas cuáles son los elementos de la plaza con mayor importancia para ellos, las fotos que sacan y después suben en *Google Panorámico* pueden desvelar algunas cosas sobre sus intereses.

En todas las plazas de ambas ciudades los edificios colindantes son aquellos que tienen el rol protagonista. Estos edificios presentan un alto valor arquitectónico e histórico, están protegidos y también entre los edificios se encuentran funciones importantes de carácter cultural o administrativo. Segundo, en sus preferencias aparecen elementos como estatuas, fuentes etc. en muchos casos más en la villa madrileña, donde la existencia de este tipo de elementos se encuentra en mayor número. Solo en el caso de Plaza de Oriente se enfatiza la existencia de los jardines y el espacio verde en la plaza. Teniendo en cuenta esta observación y aunque sería erróneo sostener la opinión de que existen ciertos elementos que dan carácter turístico a un espacio público, se puede mencionar que existen elementos que predominan en el espacio público y turístico. En otras palabras, estos elementos pueden funcionar como puntos de tracción, pero sin la existencia del resto de las características no pueden funcionar.

Cuando la investigación llega al final, nacen más cuestiones sobre el espacio público y el turismo, que dejan la puerta de la investigación para estos aspectos abierta, teniendo en cuenta las palabras de Paumier (2004) «La imagen de una grande ciudad se deriva en gran parte de la calidad de sus espacios públicos, sus calles, avenidas, parques y plazas. Hitos arquitectónicos individuales pueden convertirse en iconos, pero es la calidad del entorno público en general que hace una ciudad habitable y memorable».

BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía española

- ASEPI. (2013). *Informe de conclusiones de ensayo de utilidades digitales de Pavimiento Inteligente en la Puerta de Sol Madrid*. Agrupación Empresarial Innovadora Pavimento Inteligente. Disponible en <http://asepi.org/Informe%20de%20Conclusiones%20ensayo%20AFORO%20en%20Puerta%20del%20Sol%20de%20Madrid.pdf> [Consultado en junio 2013].
- BATERMO JARAMILLO J. et al. (2007). *Definición turismo urbano y turismo cultural*. Universidad de Valencia. Disponible en http://www.historia-antigua.es/pdf/articulos/turismo_urbano_y_cultural.pdf [Consultado en junio 2013].
- BORJA J. (1998). "Ciudadanía y espacio público". *Revista del CLAD*. Caracas: Reforma y Democracia.
- BRANDÃO P. (2000). *Hacer Ciudad: Planes, Estrategias y Diseños en Espacio Público y la Interdisciplinaridad*. Portugal: Design Lisboa.
- BUSTILLOS B. I. et al. (1985). *Espacios públicos en el casco histórico de Madrid: tipos, configuración y génesis*. Madrid: Gerencia Municipal de Urbanismo, A.U.I. Ayuntamiento.
- CÁRDENAS J. L. (2012). *Caracterización de patrones bioclimáticos en tejidos urbanos residenciales*. Madrid: Escuela Técnica Superior de Arquitectura.
- CARMONA M. et al. (2008). *Public spaces: The Management dimension*. New York: Routledge Taylor and Francis Group.
- CARR S. et al. (1993). *Public Space*. Cambridge: Cambridge University Press.
- CRES (2011). *Programa de mejoramiento bioclimático en espacios abiertos públicos*. Atenas: CRES, Centre of Renewable Energy Sources.
- PGOUM 97 *Conserjería de Medio Ambiente y Ordenación del Territorio. Compendio de Normas urbanísticas PGOUM 97*. Edición actualizada a 15 de julio de 2009. Disponible <http://www.madrid.org/cartografia/planea/planeamiento/html/web/VisorPlaneamiento.html>
- DASCAL G. (2003). *Reflexiones acerca de la relación entre los espacios y el capital social*. Santiago: Mineo.
- Dirección General de Empresa e Industria. (Junio 2004). *Mejorar la información sobre el turismo accesible para las personas con discapacidad*. Luxemburgo: Comunidades Europeas
- ESTEVAN A. et al. (1994). *Hacia la reconversión ecológica del transporte en España*. Madrid: Fundación Hogar del Empleado.
- EZQUIAGA DOMINGUEZ. J. (2001). *Transformaciones urbanas sostenibles*. Vigo: Universidad Internacional Menéndez Pelayo.
- EXPANDING CITY (2008) "Life of the edge: the growth of Cambridge", *Cambridge Architecture*, n. 57 Autumn/Winter
- FACUA. (2007). *El espacio público*. Sevilla: Facua
- FULLER R. A. et al. (2009). *The scaling of green space coverage in European cities*. *Biology Letters*. The Royal Society. Disponible en <http://www.rsbj.royalsocietypublishing.org> [Consultado en junio 2013].
- GIVONI B. (1976). *Man Climate and Architecture*. Londres: Applied Science Publishers.
- GOMEZ B. J. (2011). "Análisis del pavimento en ciudades patrimonio de la humanidad. Pavimento histórico y accesibilidad" en *1º Jornada de diseño de pavimentos accesibles*, Ayuntamiento de Málaga Área de Gobierno de Accesibilidad y Movilidad Gerencia Municipal de Urbanismo, Obras e Infraestructuras (GMU).
- HIGUERAS E. (2006). *Urbanismo Bioclimático*. Barcelona: Gustavo Gili.
- KRIER R. (1976). *Urban Space*. London: Academy Editions.
- KONIJNENDIJK C. C. et al. (2005). *Research On Urban Forest and trees*, Berlin: Springer.

- LYNCH K. (1960). *The image of the city*. Cambridge, Massachusetts: Mit Press.
- MARTINEZ A. (2011). *Guía Básica para el diseño de espacios públicos urbanos. Criterios y recomendaciones*. Valencia: Colegio Oficial de Arquitectos de la Comunidad Valenciana.
- MARTINEZ C. et al. (1985). *Arquitectura urbana: elementos de teoría y diseño*. Navarra: Ediciones de la Universidad de Navarra (EUNSA).
- MARTINEZ S. J. et al. (1990). *Espacios públicos urbanos. Trazado urbanización y manteamiento*. Madrid: Ministerio de Obras Públicas y Urbanismo, Instituto del Territorio y Urbanismo.
- MCLAUGHLIN J. B. (1969). *Urban and Regional Planning: A systems Approach*. London: Faber and Faber.
- Ministerio de la Vivienda. 01/02/2010. Orden VIIV/561/2010.
- MIYARA F. (2004). *Ruido urbano: tránsito, industria y esparcimiento*. Uruguay: Convenio MVOTMA - Udelar (DINAMA Facultad de Ingeniería) República Oriental.
- MONCLUS F. J. (1995). "Arte urbano y estudios histórico-urbanísticos. Tradiciones, ciclos y recuperaciones" en *Revista de Arquitectura*.
- MOUGHTIN C. (2003). *Urban design: street and square*. Oxford: Architectural Press, 3ª edición.
- MURRAY O. et al. (2009). *The Greek city: from homer to Alexander*. Atenas: Pataki.
- NEILA J. et al. (2004). *Arquitectura bioclimática en un entorno sostenible*. Madrid: Munilla-Leria
- NIKOLOPOULOU M. et al. (2004). *Designing Open Spaces in the urban Environment: a Bioclimatic Approach (Diseño de espacios abiertos en el entorno urbano: Un acercamiento bioclimático)*. Grecia: CRES.
- NOVA CASTILLO G. (2006). *Análisis y precisiones en torno al concepto de turismo urbano*. Disponible en http://www.ceyd.org/ambitos/actores/proyectos/bancodeestudio/pdfs/investigacion_nova2.pdf [Consultado en junio 2013].
- ODIT France. (2008). *Améliorer la qualité d'usage touristique des espaces publics en ville. Des pistes de réflexion et de sensibilisation pour l'action*. Paris: Aout France Collection Miniguide.
- OLGYAY V. (1963). *Design with climate: bioclimatic approach to architectural regionalism*. New Jersey: Princeton University Press.
- OMT. (2007). *Entender el turismo: Glosario básico*. Organización Mundial del Turismo. Disponible en <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosarioasico> [Consultado en junio 2013].
- ORTEGA. et al. (2005.). *La rebelión de las masas*. Madrid: Espasa Calpe.
- PALOU R., (2009). "La ciudad fingida. Imágenes y promoción del turismo en Barcelona. Perspectiva histórica y cuestiones del presente" en *Redmarka – Ciecíd*. Unidad de Investigación en Marketing Aplicado, Universidad de A Coruña, n. 3, vol 1, pp.79-104. Disponible en <http://www.cienciared.com.ar/ra/doc.php?n=1165> [Consultado en junio 2013].
- PAUMIER C. (2004). *Creating a Vibrant City Center: Urban Design and Regeneration Principles*. Washington: ULI-the Urban Land Institute.
- PEDRO J. S. P. (2003). *La planificación verde en las ciudades*. Barcelona Gustavo Gili.
- PEINADO N. M. (2011). "Diseño del espacio público: zonas de tránsito peatonal. Málaga: Guía para la utilización de pavimentos en espacios públicos" en *1a Jornada de diseño de pavimentos accesibles*, Ayuntamiento de Málaga Área de Gobierno de Accesibilidad y Movilidad Gerencia Municipal de Urbanismo, Obras e Infraestructuras (GMU).
- PÉREZ P. M. (2004). *Aceras, peatones y espacios públicos. Dirección de gestión municipal, Sección de investigación y desarrollo: Serie ordenamiento territorial: N° 5*
- PUYUELO C. M. et al. (2008). *Mobiliario urbano: diseño y accesibilidad*. Valencia: Universidad Politécnica de Valencia. Servicio de publicación.

RODRIGUEZ M. C. (2011). "Análisis del pavimento en ciudades patrimonio de la humanidad. Pavimento histórico y accesibilidad" en *1a Jornada de diseño de pavimentos accesibles*, Ayuntamiento de Málaga Área de Gobierno de Accesibilidad y Movilidad Gerencia Municipal de Urbanismo, Obras e Infraestructuras (GMU).

RUEDA S. (2006). *Plan especial de indicadores de sostenibilidad ambiental de la actividad urbanística de Sevilla*. Barcelona: Agencia de Ecología Urbana de Barcelona.

SALVADOR PALOMO P. J. (2003). *La planificación verde en las ciudades*. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.

SEDEUR (2007). *Manual de Normas técnicas de imagen urbana de ciudad Vitoria*. México, 2007. Secretaría de Desarrollo Urbano. Disponible en http://seduma.tamaulipas.gob.mx/wpcontent/uploads/2011/11/normas_tecnicas_victoria.pdf [Consultado en junio 2013]

VELÁSQUEZ M. C. et al. (2007). *Análisis psico-ambiental de los espacios públicos urbanos: plazas y parques* Porto Alegre: Ambiente Construido.

ZUCKER P. (1959). *Town and Square from Agora to the Village Green*. New York: Columbia University Press.

Bibliografía griega

Gaceta Oficial del Gobierno de la República Helénica N° 285/5.3.2004 (Φύλα Ελληνικής Κυβέρνησεως ΦΕΚ).

Ley 1577/1985: *Normas generales de construcción* (Γενικός Οικοδομικός Κανονισμός, ΓΟΚ)

Ley 2831/2000: *Modificación de la Ley 1577/1985 sobre las Normas generales de construcción* (Τροποποίηση του νόμου 1577/1986: Γενικού Οικοδομικού Κανονισμού)

MARMARAS E. et al. (2000). *Protección del Patrimonio Cultural*. Atenas: Instituto Pedagógico. Título original ΜΑΡΜΑΡΑΣ ΕΜΜ. κ.α. (2000). *Προστασία της Πολιτιστικής Κληρονομιάς*. Αθήνα: Παιδαγωγικό Ινστιτούτο.

PROYECTO COLECTIVO. (2009). "*Plazas de Europa, Plazas para Europa*". Thessalonica: Zisi. Título original: ΣΥΛΛΟΓΙΚΟ ΕΡΓΟ. (2009). *Πλατείες της Ευρώπης, Πλατείες*. Θεσσαλονίκη: Ζητη

Guías Turísticas

CORTÉS J. L. (2002). *Grecia Continental*, Guías Acento, Madrid: Acento Editorial

EYEWITNESS TRAVEL (2011). *Top 10 Madrid. (Guías Visuales, Top 10 Madrid)*. Madrid: Santilla Ediciones Generales

GALLIMARD, (2011). *Plano- Guías: Abrir, desplegar, descubrir Atenas*, I: EDB ILUSTRADOS.

GOLZÁLEZ A. R. (2011), *Gente Viajera. Madrid*. España: Alhena Media.

HAM A (2011). *Madrid Guías de ciudad Lonely Planet*. Madrid: geoPlaneta

MARTÍNEZ R.J.et al. (2011). *Un corte viaje a Madrid*. . España: ANAYA Touring,

PIERRE J.(2007). *Trotamundos: la guía del routard. Madrid: Toledo, Cuenca, Segovia, Burgos, Salamanca y Ávila*. España: Salvat

PROYECTO COLECTIVO. (2011). *Escapad Azul: Para unos días en... Atenas*. Madrid: GAESA

PROYECTO COLECTIVO (2005). *La guía verde Grecia, Michelin Ediciones del Viaje*. Madrid: Neumaticos Michelin.

KYRIAKOPOULOS V. (2009). *Atenas de cerca Lonely Planet*. Barcelona: geoPlaneta.

Páginas de internet

<http://www.panoramio.com/api/widget/api.html> [Consultado en abril 2013].

<http://www.cityofathens.gr/node/52> [Consultado en abril 2013].

http://www.visitgreece.gr/el/main_cities/athens [Consultado en abril 2013].

<http://www.athensinfo.guide.com/wts.htm> ([Consultado en abril 2013].

<http://www.nom-thinas.gov.gr/> [Consultado en abril 2013].

<http://www.greece-athens.com/> [Consultado en abril 2013].

<http://www.esmadrid.com/es/turismo-madrid> [Consultado en abril 2013].

<http://www.turismomadrid.es/guias> (Recuperado el Abril de 2013)

<http://www.spain.info/en/ven/grandes-ciudades/madrid.html> [Consultado en abril 2013].

<http://www.descubremadrid.com/> [Consultado en abril 2013].

(<http://www.camaramadrid.es/> [Consultado en abril 2013].

http://www.madridtourist.info/sightseeing_guide.html [Consultado en abril 2013].