

EL TOPO



EQUIPO TOPERO

Consejo de redacción:

Ana Jiménez Talavera, Óscar Acedo Núñez, Ángela Lara García, Mar Pino Monteagudo, María Barrero Rescalvo, Jesús M. Castillo, Marta Solanas, Macarena Hernández, Juana Vázquez, Pastora Filigrana García, Luis Gallego, Ale, Luis Berraquero Díaz, Candela González Sánchez, Ricardo Barquín Molero, Aurora Medrano y Marta Medrano.

Equipo de revisión:

Juan Yepes, Tuche, Rosario de Zayas, Ana Becerra, Manuel Pérez, Candela González Sánchez, La Jose, Paelo, Eli Padial y Alex Duarte.

Diseño y edición gráfica:

Ricardo Barquín Molero.

EN ESTE NÚMERO TAMBIÉN TOPEAN

Portada: La Mari /
lamarimuriel@gmail.com

Redacción: Pepe Guillén Medina, Jaime Baleyrón Ferrer, colectivo CACTUS, Jesús Carracedo Pandelet, Ibán Díaz, Manu Fernández, Sara González, Óscar García Jurado, Pablo Domínguez, Víctor Fernández Salinas, Amor de barrio, La Cúpula.

Ilustraciones: La Mari, Cynthia Veneno, Marina Fernández, Lusia del Pino, Cristian Pineda, Natalia Menghini, Pedro Peinado, Garrido Barroso, Arturo Salguero, Inma Serrano, Alej, Nathalie Bellon Hallu, JLR, Alberto, Belén Moreno.

Tirada: 1.000 unidades.

Depósito Legal: SE 2210-2013.

Licencia CC BY-NC-SA 3.0



Esta gran obra está sujeta a Reconocimiento-NoComercial-Compartirigual 3.0 Unported.

+ info: creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/deed.es_ES

Editan: Asociación El Topo Tabernario y Ecotono S. Coop. And.



EL TOPO Y EL USO DEL LENGUAJE NO SEXISTA

En El Topo somos todas personas, independientemente de lo que nos cuelgue entre las piernas. Por este motivo, optamos por hacer uso de un lenguaje no sexista. Algunos de nuestros artículos están redactados en femenino; otros, usando el símbolo asterisco (*), la letra 'x' o doblando el género (las/los). Se trata de un posicionamiento político con el que expresamos nuestro rechazo a la consideración gramatical del masculino como universal. Porque cada una es única e irrepetible, os invitamos a elegir el sexo/género con el que os sintáis más identificadas.



ESE GRAN INVENTO

La Topa Millennial

La primavera en Sevilla suele traernos actividades, eventos y novedades varias que nos dejan una agenda saturada. A veces nos contraprogramamos sin quererlo, otras nos apoyamos mutuamente o en muchas ni siquiera sabemos de la existencia de lances afines. Este año ha ocurrido algo digno de destacar: una serie de grupos sociales con distintas inquietudes se han puesto de acuerdo para organizar colectivamente el Encuentro social sobre turistización: alternativas y resistencias (ESTAR) ante una problemática que afecta a toda la ciudad en múltiples escalas y dimensiones. Y como nos gusta más un enredo autónomo que comer con las manos, hemos preparado un monográfico sobre el tema para generar debate y aumentar las capas de análisis (y también porque hay bastante presencia del equipo Topo en el ajo, todo sea dicho).

El acceso a una vivienda digna sigue siendo uno de los mayores problemas para las habitantes de esta ciudad y ahora afecta incluso a más capas de población. Esto se debe básicamente a su introducción en el mercado como si fuera cualquier otra mercancía y, ahora también, en el abonado mercado del turismo con el *boom* de las «viviendas con fines turísticos», siendo este el eufemismo de oro por el que se maquilla la conversión de usos residenciales en negocio. No cabe duda de que esta transformación supone un fuerte impacto social, espacial y económico a través de la presencia de esta población flotante de turistas que solo tiene que ver con una actividad extractiva de la vida urbana.

Pero no solo afecta al ámbito doméstico del vecindario, sino que amplias zonas del casco histórico se han convertido en lugares que desprecian la vida vecinal en todas sus dimensiones. La ocupación del espacio público, la desaparición del comercio de proximidad y el monocultivo de bares o restaurantes son otras de las caras de este proceso. La administración olvida al resto de barrios mientras se centra y promueve estrategias de *marketing* urbano en el centro, donde la turistización, la tematización, la especulación y el desplazamiento de población han terminado convirtiéndolo en un conjunto de lugares fragmentados, fotografiables, preparados para el consumo y cada vez más vacíos de significados. Una simplificación del relato y la memoria vecinal que ha ido penetrando también en nuestra propia concepción común de ciudad: la heterogénea, la diversa, la disconforme.

A lo largo de este El Topo hemos querido hacer un ejercicio de desmontaje del relato turístico impuesto, esa *ideología del turismo* según la cual el crecimiento de un sector empresarial beneficia a toda la sociedad, concebido como proyecto común en nuestras ciudades, pero que no lo es, que no atiende a la huella ecológica, a la justicia socio-espacial o a la distribución de ingresos y rentas en ellas. El turismo, amigas, qué gran invento, y qué profundo ha penetrado su chantaje como única vía para esta región en una vergonzosa alianza público-privada.

Desde hace más de un año, en Sevilla se ha venido cuestionando este modelo de gestión neoliberal de la ciudad como mercancía enfocada casi exclusivamente al turismo. Desde el pasado ENTRA, de finales de 2017, hasta el nuevo ESTAR se han puesto sobre la mesa muchas de estas cuestiones en gran medida gracias a surgimiento de colectivos organizados como Cactus, que critican un modelo de ciudad que no es ambiental ni socialmente sostenible. En este encuentro se nos invita a programar, debatir, actuar, y proponer un marco alternativo con una agenda propia organizada en torno a temas como el feminismo, la vivienda, la cultura o la juventud. Nuestro querido entrevistado de este número nos comentaba hace muy poco sobre el ESTAR: «de los enredos que se realizan en iniciativas amplias de este tipo, luego el *jiperío* se puede seguir aprovechando por lustros para nuevas maquinaciones y desafíos». Esperamos gustosamente que así sea. ●

LA PRECARIEDAD LABORAL TE GUÍA POR SEVILLA

Jesús M. Castillo • Equipo de EL TOPO

El turismo no para de aumentar en nuestra ciudad y con él la precariedad laboral. Los ingresos del sector turístico se concentran en unas pocas manos mientras las calles sevillanas están inundadas de precariedad laboral con cara de mujer joven, graduada y sonriente. Para este artículo hemos hablado, en las cercanías de la Giralda, con dos trabajadoras que venden paquetes turísticos en la calle. Ambas prefieren ser conocidas en este artículo como Rosario y Sara.

Las dos están contratadas por una de las múltiples empresas del sector turístico sevillano. Quizás alguna vez, alguna de ellas, pensando que eras turista, te ha ofrecido un tríptico con sus servicios cuando paseabas por el centro. Sara es graduada en Turismo y trabaja a media jornada (4h al día) por 520 euros netos al mes, más una comisión por ventas «difícil de conseguir». Rosario es graduada en Restauración y Conservación de Bienes, y trabaja a jornada completa descansando un día a la semana y un fin de semana al mes. De las 40 horas semanales que trabaja, solo le dan de alta una hora. Su salario es de 600 euros al mes por 33 horas semanales, más una comisión del 15-20% de las ventas de paquetes turísticos en las 7 horas hasta completar las 40 horas.

A Sara le apasiona su trabajo porque «me gusta el contacto con la gente y, especialmente, en un entorno como este», aunque a veces es duro trabajar en la calle con «frío y lluvia en invierno, y mucho calor en verano». Como no hay muchas posibilidades de empleo en el sector de la restauración y conservación de bienes, a Rosario le gustaría seguir trabajando en el sector turístico «y tener mis ratos para restauración». Aunque ya llevan varios años en sus empleos actuales, avanzar profesionalmente para ambas significaría encontrar otro trabajo con mejores condiciones laborales.

Más allá de la imagen de relajación de los y las turistas que pasean disfrutando de los alrededores de la catedral sevillana, existe un fuerte nivel de competencia entre las empresas que venden allí mismo paquetes

turísticos. Esta competencia se traslada a una *guerra* entre las plantillas de diferentes empresas. «Aunque parezca que no, tenemos el terreno muy marcado. No te pases porque cada uno tiene su territorio», comenta Sara. Existen puntos geográficos claves para la venta de productos turísticos, zonas que por su belleza animan a los turistas a comprar, enclaves por los que deambulan miles de viajeras cada día.

Pese a la precariedad laboral que inunda el sector turístico, no ha habido luchas colectivas significativas por mejoras laborales en los últimos años en las plantillas de turoperadores; «si dices que no, vienen otros detrás», nos espeta Rosario. Sin embargo, sí ha habido y hay luchas colectivas y una sucesión de conflictos laborales individuales en otros sectores relacionados con el sector turístico, como la hostelería y la restauración. Incluso la lucha del sector del taxi contra la liberación de su mercado de manos de los vehículos VTC podría enmarcarse también en las luchas laborales relacionadas con el aumento del turismo. De vuelta a las cercanías de la Giralda, tanto Sara como Rosario ignoran el convenio colectivo que les acoge y comentan que no hay sindicatos en la empresa. Como vemos, el sector de la venta de productos turísticos cuenta con plantillas relativamente nuevas sin tradición de autoorganización y lucha, como muchos otros en Sevilla. Todo un reto para el sindicalismo alternativo, combativo, solidario y asambleario que busca apoyar a trabajadoras precarias.

De cara a la huelga general feminista del 8 de Marzo, Rocío comenta que «normalmente me entero de las huelgas cuando llego a mi casa de trabajar». Ambas desconocían la convocatoria del 8M; «no nos sentimos discriminadas por ser mujer, en el sector del turismo si vendes todo va bien».

Desde ahora la Giralda, el símbolo por excelencia de la ciudad de Sevilla, tiene un nuevo significado para quien firma este artículo y quizás para algunas de sus lectoras. La Giralda como símbolo de la precariedad inhumana que se vive a sus pies, símbolo de la explotación laboral de unos pocos empresarios sin escrúpulos, de una inspección de trabajo inexistente, de un Ayuntamiento hipócrita, de un turismo que solo tiene ojos para los monumentos. Precariedad laboral y vital a la sombra de una «Sevilla internacional» y sonriente. ●

“

La Giralda como símbolo de la precariedad que se vive a sus pies, de la explotación laboral de unos pocos empresarios sin escrúpulos, de una inspección de trabajo inexistente

TURISTITIS

Maka Makarrita • Equipo de EL TOPO

Que el Casco Norte ya es terreno *guiris-friendly* lo sabe hasta Queipo de Llano, que sigue tan pancho macerándose con honores en fascismo y misoginia en una Basílica que ahora indica su paradero en el idioma universal: La Macarena Basílica, *in pure sevilian english*.

Sin embargo, aunque la calle San Luis tenga cada vez más pisos turísticos y menos tiendas de desavíos, hay rincones que resisten ahora y siempre al invasor. Al igual que el levante es un factor natural regulador del turismo en la costa gaditana, en nuestro barrio también tenemos elementos endógenos que ponen un poco de orden en el ecosistema, ejerciendo de filtro disipador ante las involuntarias especies invasoras.

Los turistas que empiezan su ración de vistas por el Arco de la Macarena, se quedan a menudo contemplando embobados la Casa del Pumarejo y señalan alborozados a las vecinas de cartón que saludan desde sus balcones. Muchos se ven tentados de sentarse en la terraza y coger fuerzas para seguir consumiendo ciudad. La encantadora chavalería que baila *swing* en una esquina puede ser un *masuno* pero los extraños personajes que piden cigarros en un carrusel sin fin mientras que otros empiezan una pelea coreografiada en *slow-motion* son un poco desconcertantes.

A veces, los aturdidos turistas quedan varados en la Moravia, derrengados y ordenadamente en una fila de sillas, todas mirando al frente como en los cafeses de París, mientras el camarero advierte con saludables gritos que no piensa salir a atenderlos a la terraza. El Vizcaíno, por más que aparezca en guías y reportajes como obligada visita con solera, sigue teniendo una fauna autóctona y compacta que se resiste a ceder ni un milímetro de su barra, su puerta y su acera, dejando a los educados foráneos sin recursos para pedir su cerveza. Claro, los pobres no entienden por qué no se lo ponen un poco más fácil para ejercer su legítimo derecho al turismo.

Pero a ver, que no odiamos a lxs turistas. También recordamos que ellxs somos nosotras en otros sitios. Intentando no ser masa mientras buscamos dónde comer en TripAdvisor. No los odiamos, solo odiamos obstinadamente el sistema que convierte el mundo entero en mercancía. Solo queremos que nos visiten más desordenados, un poco más dispersos. Que renuncien a dormir bajo sábanas del Ikea en cualquier Airbnb. Insistir en que por mucho que lo diga el delegado de la cuestión, el turismo no es un derecho sino el privilegio de unxs pocxs. Así que nos perdonen si a veces nos falta una mijita de hospitalidad, al fin y al cabo, defendemos nuestros barrios para que tampoco se mueran los suyos. ●

El capitalismo esculpe nuestros cuerpos y condiciona nuestras maneras de ser, estar y habitar. Lo más doloroso es cuando descubres como sus efectos se transmiten a través del tiempo. De manera muy sutil, pero más precisa que el propio ADN.

Texto: **Ana Jiménez Talavera**
Equipo de EL TOPO

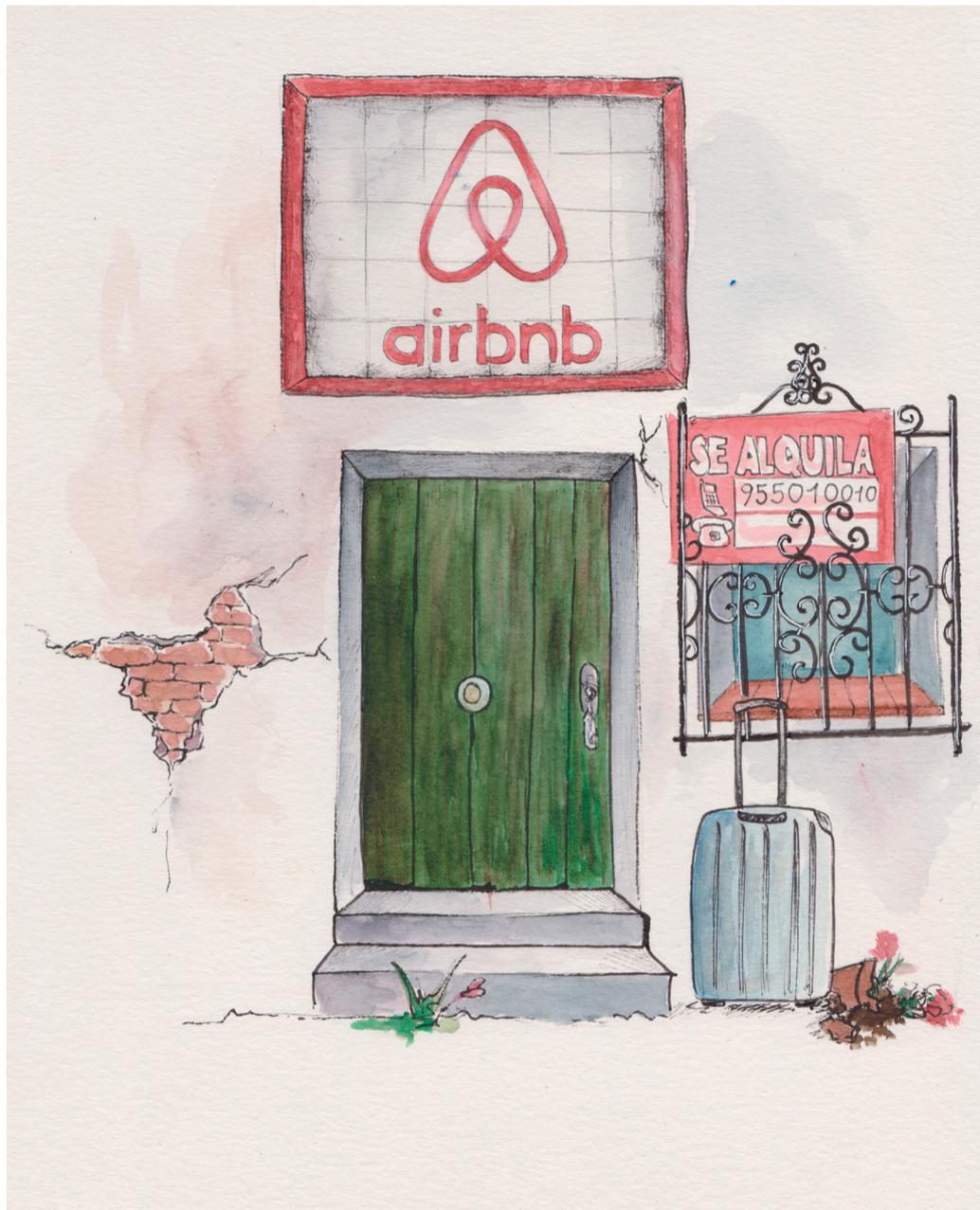
Ilustra: **Cynthia Veneno**
instagram.com/missveneno

Yo nací en Sevilla. Mi bisabuela Antonia Sánchez era de Fuentes de Andalucía, pueblo de la campiña sevillana. Mi bisabuelo era pastor trashumante y Antonia completaba el salario ejerciendo de droguera clandestina: vendía colonias y brillantinas de la capital. Era la madre de María León Sánchez, mi abuela, que a principio de los años 30 migró a Sevilla. La versión oficial cuenta que fue por el éxodo rural. En el campo sobraba mano de obra con la incipiente tecnificación y las ciudades, focos industriales, suponían la promesa de empleo para la gente joven. Aterrizaron en la zona de la calle de la Feria. Allí nació mi madre, en una casa de vecinxs, y allí se crió y vivió hasta que se casó y se fue a San Jerónimo, barrio en el que se había criado mi padre que era la puerta de entrada a Sevilla de la gente que venía de Extremadura, entre otros sitios.

Mi abuela vivió en la zona de la «calle de la Feria» hasta mediados de los 70. Fue la última de su edificio porque el propietario ya no renovaba alquileres y ya no arreglaba sus propiedades. Terminó yéndose al barrio de Alcosa, en la zona este de Sevilla, donde no había ni línea de autobuses. Será que por aquel entonces comenzó el proceso de expulsión de las clases humildes del centro, aún no se llamaba gentrificación porque no estaba inventado el término, pero las características del proceso tenían mucho en común con el término posteriormente acuñado. Al llegar los años noventa, la zona estaba habitada por una población envejecida, con muchos de sus patios y casas de vecinxs deteriorados, una gran proporción del parque de viviendas abandonado por sus propietarios y un alto porcentaje de población marginal y marginada. Esta situación sirvió como caldo de cultivo perfecto para el lavado de cara que le dieron a la zona en los años previos y posteriores a la Expo 92.

Fue en ese momento cuando llegué yo al barrio, procedente de los barrios periféricos donde me crie.

¿LA CIUDAD PARA QUIEN LA HABITA?



Recuerdo por aquellos años escuchar hablar del Plan Urban a los Trillo (padre e hijo) muy preocupados por lo que estaba pasando. Yo reconozco que no me enteraba de nada. Con los años comprendí lo que el plan Urban supuso. Lejos de favorecer el fortalecimiento del tejido urbano existente y apoyar a las clases desfavorecidas se realizaron remodelaciones y construcciones que atrajeron principalmente al sector privado y provocaron un aumento loco de los alquileres. Esto potenció aún más que fueran sustituidas las clases más humildes por gente con mayores ingresos o por jóvenes atraídos por las posibilidades de ocio, culturales y políticas que la zona procuraba.

Y en ese barrio y alrededores llevo viviendo los últimos 25 años.

Así que he sido gentrificadora y ahora estoy siendo turistificada camino de transformarme en resistencia.

¿Qué sucede ahora?

El turismo es una de las actividades capitalistas que ha sufrido mayor expansión en las últimas décadas y en la que la crisis se notó más bien poco. Incluso se habla de un boom turístico mundial. Es el cuarto sector económico del mundo y subiendo, genera más del 10% del PIB planetario...

Claro que esto tiene muchas lecturas y a nosotras nos interesa ver como se materializa en el territorio y en nuestros cuerpos y sus posibilidades. Ni siquiera para las mentes más convencionales puede o más bien debería ser un indicador de bonanza.

El turismo «mueve mucho dinero y crea mucho empleo», pero el movimiento de dinero no repercute en la ciudad y el empleo tiende a ser estacional, temporal y precario.

Empresas multinacionales compran viviendas para transformarlas en apartamentos turísticos.

Una gran parte de las viviendas en alquiler son de unas pocas familias que mantienen el oligopodio,

Cuerpos con nombres y apellidos que tienen que abandonar sus hogares porque no se pueden permitir vivir en el barrio que llevan décadas habitando

casatenientes que acumulan gran cantidad de los supuestos beneficios. Existen muchas personas con una o dos propiedades que participan de este modelo especulativo expulsando a sus inquilinxs para transformarlos en apartamentos turísticos o con subidas infames del alquiler de la vivienda para sacar más beneficio de sus propiedades sin atender a las consecuencias.

¿En qué se traduce?

A las arrendadas nos están expulsando del barrio. Para las propietarias el barrio está cambiando de paisaje humano. Al desaparecer las vecinas, desaparece la confianza creada que no se tiene con quien está de paso.

Y detrás de todo esto, cuerpos con nombres y apellidos que tienen que abandonar sus hogares porque no se pueden permitir vivir en el barrio que llevan décadas habitando.

Esto va acompañado de un cambio de uso de los barrios, ya que lxs turistas no necesitan escuelas, centros sociales, talleres... Ellxs utilizan el espacio público y la propia vivienda de forma diferente. Están de vacaciones y tienen otros ritmos, lo que complica la vida de lxs residentes de los edificios mixtos, que necesitan dormir y deben madrugar para ir al trabajo. Y, por supuesto, sin entender ni atender a la ecología cotidiana para hacer un uso eficiente de la energía, del agua, etc.

Los intereses divergentes dificultan la convivencia también en el exterior. La mayor disponibilidad económica de lxs turistas supone un incentivo para el recambio de la estructura urbana. Aparecen nuevos establecimientos, bares y comercios más caros, dirigidos a ellxs.

No, el turismo no mejora la calidad de vida de lxs vecinxs.

Buscando indicadores legítimos que permitan analizar las repercusiones del proceso, veo como ha disminuido drásticamente el número de tiendas pequeñas destinadas a satisfacer los bienes precisos para desarrollar las necesidades básicas y han sido sustituidos por bares u otro tipo de negocio que responden a las demandas de lxs visitantes. También veo como va disminuyendo drásticamente el número de personas que me dan los buenos días o me preguntan como estoy y se preocupan por mi bienestar, siendo sustituidos por personas de paso que vienen a consumir experiencias... las mismas experiencias que generamos las gentes que habitamos los barrios y que estamos teniendo los que abandonar.

Y al final me veo como mis antecesoras. Por motivos ajenos a mi voluntad, y que responden a los intereses económicos de unos pocos, tengo que abandonar el territorio donde he desarrollado mis lazos de comunidad y apoyo mutuo. Habrá que seguir resistiendo. ●

Texto: **Pepe Guillen Medina**
y **Jaime Baleyrón Ferrer**
Ecologistas en Acción

Ilustra: **Marina Fernández**
instagram.com/_marinafdz/

EL TURISMO

COSTES AMBIENTALES DE UNA INDUSTRIA EXTRACTIVISTA

El turismo se ha convertido en una de las principales industrias del capitalismo neoliberal y, también, en una de las más rentables y devastadoras, con un ritmo de crecimiento imparable. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), de las 7500 millones de personas que habitamos el planeta 1326 viajamos durante 2017, generando unos ingresos para la industria turística de 1,34 billones de dólares. Esta expansión global está creando graves conflictos y tensiones derivadas de los impactos ambientales, sociales y económicos del complejo entramado de actividades asociadas a dicha industria, desarrolladas principalmente por grandes corporaciones transnacionales y fondos de inversión.

En este proceso de turistización global destaca el caso del Estado español, que fue el segundo más visitado del planeta, con 82,6 millones de visitantes en 2018, por detrás de Francia, y el segundo en ingresos turísticos en 2017, 89 678 millones de euros, superado solamente por EE UU. Estas cifras de turistas, que la OMT pretende como objetivo elevar a 100 millones, vienen a poner de relieve una expansión sin precedentes del capitalismo turístico en el Estado. Modelo que trasciende al de sol y playa, sustentado en la construcción masiva y la especulación urbanística de determinadas zonas costeras, y comienza a colonizar nuevos espacios, nuevos territorios y a desarrollar nuevas actividades, generando un auténtico monocultivo turístico en lugares como los archipiélagos de Baleares y Canarias.

Así, lejos de limitarse a esos espacios tradicionales de sol y playa, el capitalismo financiero extiende la turistización intensiva a las ciudades, a los barrios, a los pueblos, a los hogares, a las zonas rurales, a los espacios naturales, a las montañas, y diversifica sus tentáculos transformando todo en mercancía turística. Al mismo tiempo, como explica Rodrigo Fernández Miranda en *Políticas públicas, beneficios privados*, a través de la publicidad, se construye un modelo de turista que persigue su hedonismo radical, la satisfacción de todo deseo y necesidad durante su viaje. Lo que Alba Rico denomina una «inflación de egos estereotipados».

La orientación de la industria es aumentar la llegada de turistas y colonizar el territorio y las personas para maximizar los beneficios a costa de generar graves impactos ambientales,



Se busca aumentar la llegada de turistas para maximizar los beneficios a costa de generar graves impactos ambientales, sociales y económicos

sociales y económicos que afloran a lo largo y ancho del Estado: destrucción de zonas costeras y de interior, infraestructuras sobredimensionadas, encarecimiento del precio de la vivienda, aumento de la precariedad laboral y de la pobreza, violencia sexual, explotación y trata de personas, desplazamiento de la población de sus lugares de residencia, especulación, sobreexplotación de recursos hídricos, consumo desorbitado de combustibles fósiles, generación de residuos, contaminación, emisiones de gases, abandono de actividades agrícolas, urbanización del campo, degradación de espacios naturales o banalización y destrucción del patrimonio cultural.

Asimismo, desde las instituciones públicas se vende como un triunfo el incremento cada año del número de turistas y la aportación al PIB de este crecimiento turístico, sin que se visibilicen las «externalidades económicas negativas» tal y como las denomina Rafael Borràs en su artículo *Estadísticas turísticas: Un espacio también en disputa*.

Entre esas externalidades, enumeramos brevemente algunas que ponen de manifiesto el deterioro ambiental, sin entrar a valorar sus graves consecuencias socioeconómicas, inducido generalmente por un proceso autoritario en la toma de decisiones públicas que está generando un profundo deterioro de la democracia.

Aunque no abordaremos este último aspecto, que nos parece clave y que ha sido tratado de manera muy acertada por Federico Aguilera en su trabajo *El deterioro ambiental en Canarias como resultado del deterioro de la calidad de la democracia*, sí nos parece interesante apuntar, siguiendo sus palabras, el hecho de que «los problemas ambientales siguen siendo erróneamente identificados con los impactos o repercusiones finales y no con sus causas originales».

Así, los impactos ambientales directos o indirectos, derivados del monocultivo turístico, son múltiples y complejos y sería pretencioso, aquí, ni siquiera un esbozo desde un punto

mínimamente riguroso. Pero si nos gustaría exponer algunos datos relevantes que evidencian el comportamiento de una industria de prestación de servicios, supuestamente «blanda», que se comporta en realidad como una industria extractivista, minera, que acumula capital mediante desposesión. Sirva como ejemplo que casi un 37% de la línea de playa está urbanizada en el Estado español y que más de un tercio de los ecosistemas asociados han sido destruidos, especialmente en áreas turísticas. El turismo multiplica por cuatro el consumo de agua, cuestión agravada por el hecho de que el 85% de la población turística elige zonas caracterizadas por la escasez de este recurso y que su consumo compite con el sector agrícola, con el consiguiente impacto sobre la producción alimentaria y el patrimonio rural. El transporte aéreo ha aumentado la emisión de gases efecto invernadero en un 25% y en un 22% en el transporte marítimo; en ambos casos la actividad turística tiene una enorme responsabilidad, por el crecimiento de pasajeros aéreos y por el aumento imparable de grandes cruceros. Todo ello sin contar con la proliferación y sobredimensionamiento de infraestructuras públicas, en muchos casos al servicio del turismo: puertos, aeropuertos, autopistas o trenes de alta velocidad.

En resumen, las lógicas asociadas al negocio turístico han llevado, en muchos puntos del Estado, a un proceso de turistificación total de la economía, de los territorios, de las personas y de las instituciones, que es necesario frenar y revertir desde los movimientos sociales dada la escasa respuesta política. De hecho, la industria turística necesita la connivencia de los poderes públicos de los países «anfitriones» para poder ejercer una explotación eficaz y rentable de sus recursos naturales, culturales y humanos. Esta asociación público-privada se centra en promover la liberalización económica, la entrada de la inversión extranjera, la flexibilización y cambios en las legislaciones que reducen las exigencias y controles ambientales, privatizan los espacios y bienes comunes, concesionan el uso lucrativo de los recursos naturales y del territorio y minimizan la carga fiscal sobre los capitales transnacionales. ●

Texto: **CACTUS**

Colectivo-Asamblea Contra la Turistización de Sevilla

Ilustración: **Lusía del Pino**
behance.net/lusiadelpiac80

RETOMANDO LOS BARRIOS, RESISTIENDO EN LO COMÚN

Hay quien dice que toda buena historia siempre empieza con un capítulo dramático. Una consecución de sucesos que encienden una llama que parecía apagada. Nuestra chispa fue un desahucio. Uno de esos desahucios que nunca hizo volcar la tinta de periodista algunx. No porque el perfil de quienes tenían que abandonar su hogar fuera diferente al de otrxs desahuciadxs, sino más bien porque el orden de abandono del domicilio no había llegado a través de una notificación judicial, detrás no había ningún banco y la policía nunca se presentó para romper la cerradura que impedía expulsar de sus hogares a sus habitantes.

Esta expulsión llegó una mañana en forma de mensaje sentenciador: «su renta para el próximo mes se ha visto modificada. Su nuevo contrato de arrendamiento ha pasado de 400 a 600 € mensuales». Y así, sin más ruido que el de la mudanza de decenas de vecinxs, estos desahucios se llevaron a cabo invisibles casi para todxs. ¿El motivo? Eso que llaman Turistificación.

Pero decíamos al principio que esta es una historia bonita. Porque en realidad, esta es la historia de cómo lxs vecinxs de una ciudad decidieron unirse y luchar de manera colectiva. Todo empezó a finales de noviembre del año 2017 cuando, desde la asociación de vecinxs La Revuelta, se planteó la necesidad de realizar un Encuentro sobre Turistización, Resistencias y Alternativas (ENTRA). Poco fue necesario para que otros espacios vecinales y personas interesadas se volcaran en el proyecto y trabajaran juntxs para organizar el evento. Su éxito fue claro, muchxs fuimos lxs vecinxs que acudimos a escuchar a colectivos que intentaban frenar este proceso en otras ciudades. Los escuchamos con entusiasmo y con muchas expectativas, porque aquí, en Sevilla, aún no teníamos algo parecido.

Menos mal que lxs organizadorxs del evento tenían una carta guardada. El Entra no iba a quedarse en un simple evento informativo, el Entra era una semilla. Las asambleas se sucedieron tras el encuentro y allá por marzo de 2018 nació el Colectivo-Asamblea Contra la Turistización de Sevilla o lo que es lo mismo: CACTUS. Esa planta que, como Sevilla, te dice: «mírame, pero no me toques».

Rápidamente decidimos salir de nuestras asambleas para presentarnos a lxs vecinxs con una campaña clara: «SobreVivienda al turismo». Se organizaron puntos de contra-información

turística; acudimos a los medios que, cada vez más, empezaban a interesarse por nuestras posturas; participamos y montamos charlas en institutos, universidades, centros cívicos, etc., mostrando que, más allá del discurso hegemónico del turismo sostenible definido como un derecho y eje fundamental de la economía sevillana, existe una realidad muy distinta que habla de desahuciadxs, de pérdida de empleo, de destrucción de espacios comunes, de desaparición del tejido vecinal, de devastación de la naturaleza, de construcción de un hábitat hostil con los cuidados, etc.

A los seis meses de nuestro nacimiento apareció una noticia en todos los medios. El consejo

internacional de viajes y turismo (WTTC) celebrará una cumbre mundial en Sevilla los días 2, 3 y 4 de abril. El gran grupo de presión del turismo (Airbnb, Uber, El Corte Inglés, American Express, etc.) iba a reunirse en nuestra ciudad, a puertas cerradas. Y no solo eso, sino que lo iban a hacer con todos los gastos pagados por parte de nuestro excelentísimo Ayuntamiento. Cerca de dos millones de euros nos gastaremos lxs vecinxs para que quienes vienen a echarnos de nuestros barrios puedan reunirse, comer, beber y dormir en nuestra ciudad. Y lo peor de todo, de esos dos millones, casi un millón fue robado de lo poco bueno que tiene el municipio: 300 000 € menos para el servicio de atención

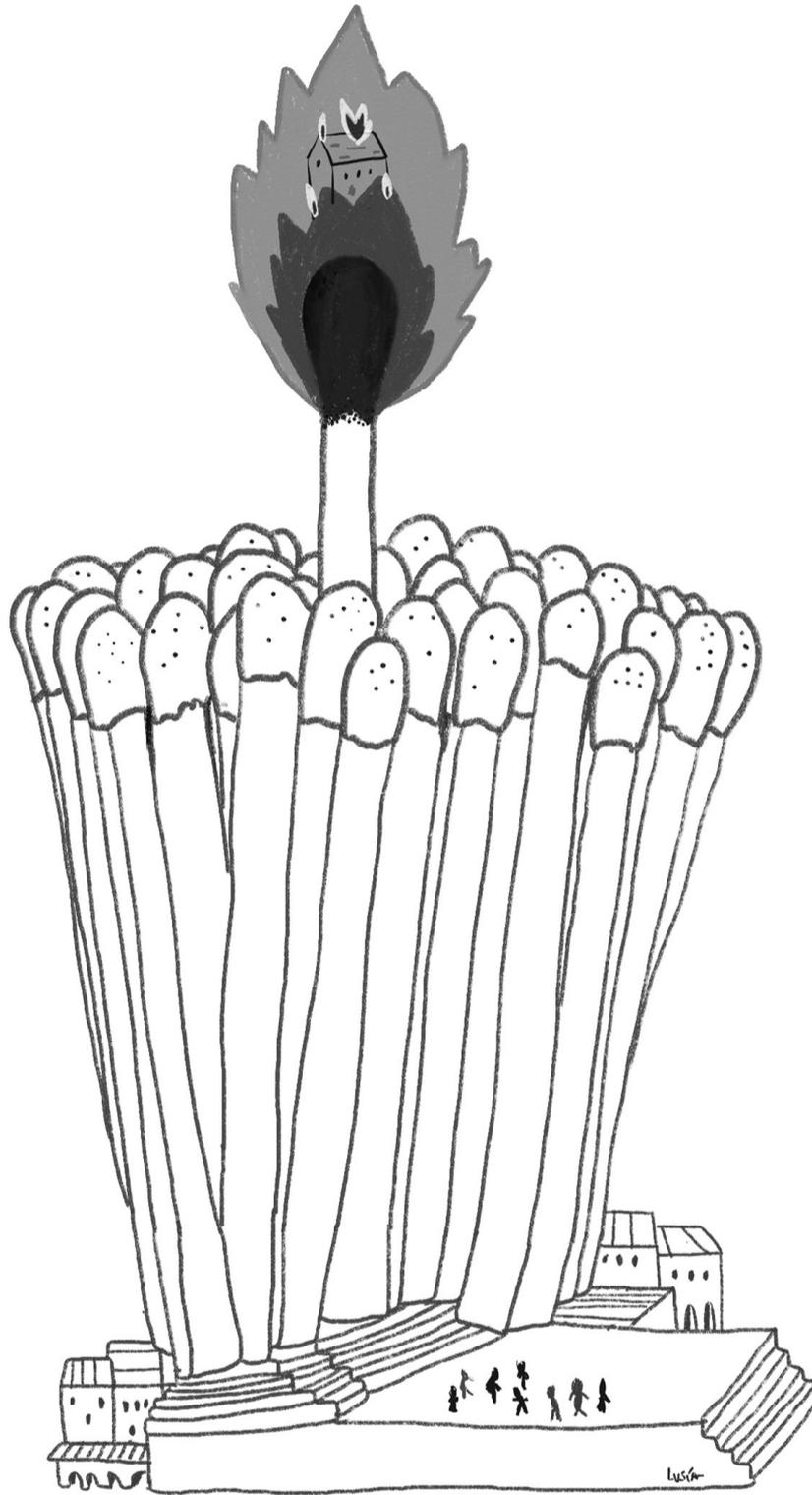
a la mujer, 195 000 € menos para el mantenimiento de barriadas, 40 000 € del servicio de la juventud, 150 000 € de cooperación al desarrollo, 220 000 € del servicio de atención al empleo, 40 000 € menos para la protección contra la contaminación, etc.

Pensaban que todo iba a salir bien, que nadie se interpondría en su proceso de convertir la ciudad en un parque temático. Pero no íbamos a dejarles pasar por encima de nosotrxs sin ofrecer resistencia. Y así surgió la idea de realizar una contra cumbre. La primera pregunta: ¿Cómo? Comprendimos que esta problemática es poliédrica y, como tal, debíamos analizarla para intentar resistirla. Por ello hemos considerado crucial establecer diferentes ejes de trabajo (educación y juventud; feminismo y disidencias; laboral; ecología; economía; vivienda y movilidad; cultura y flamenco) y forjar alianzas con otros colectivos (AV La Revuelta, Ecologistas en Acción, AFUS, Bloque Crítico, AV Triana Norte, Jartura, ADA, APDH-A, Mujeres Supervivientes, Stop Tratados Internacionales de Comercio e Inversión, Casa Grande del Pumarejo, CPS, La Transicionera, Tramallol, Lanónima, AV San Diego, La Escalerita, MAE, El Topo, etc.).

Y nos pusimos manos a la obra, llamamos a todas las puertas, explicamos la situación que veníamos denunciando y, ya en diciembre de 2018, tuvimos la primera asamblea de colectivos para preparar el Encuentro Social contra la Turistización: Alternativas y Resistencias (ESTAR). Junto a los más de veinte colectivos de la ciudad, había que sumar a aquellos que en marzo participaron en el encuentro andaluz, a lxs compañerxs de la red-SET, que aglutina a colectivos de países del sur de Europa, y a otros tantos a lo largo y ancho de esta tierra de conejos.

El proceso está siendo de lo más emocionante y con muchos visos de transformar. Y creemos que deberíamos asumir que el éxito de este encuentro, que tendrá lugar los días 4, 5, 6 y 7 de abril en Sevilla, tiene más que ver con el proceso de participación que con el tema propuesto. Las mecánicas presentadas en las asambleas, que planteaban la necesidad de construir todxs juntxs desde cero las reivindicaciones, las actividades, las fechas, los eslóganes, las imágenes, etc., han sido claves para que en Sevilla volvamos a disfrutar de una contra cumbre, cosa que no ocurría desde hace más de 15 años.

Construir desde abajo no es solo posible, es necesario. Y esperamos que esta experiencia sirva de ejemplo y ayude a otros espacios a crear lo que desde arriba llaman «poder popular» y que, desde aquí abajo, pensamos que es el camino de la emancipación social. Si Sevilla tiene dos partes bien diferentes, como cantaban Pata Negra, una la de los turistas y otra donde vive la gente, nosotrxs tenemos claro por cuál va nuestra lucha. ¿Y la tuya? ●

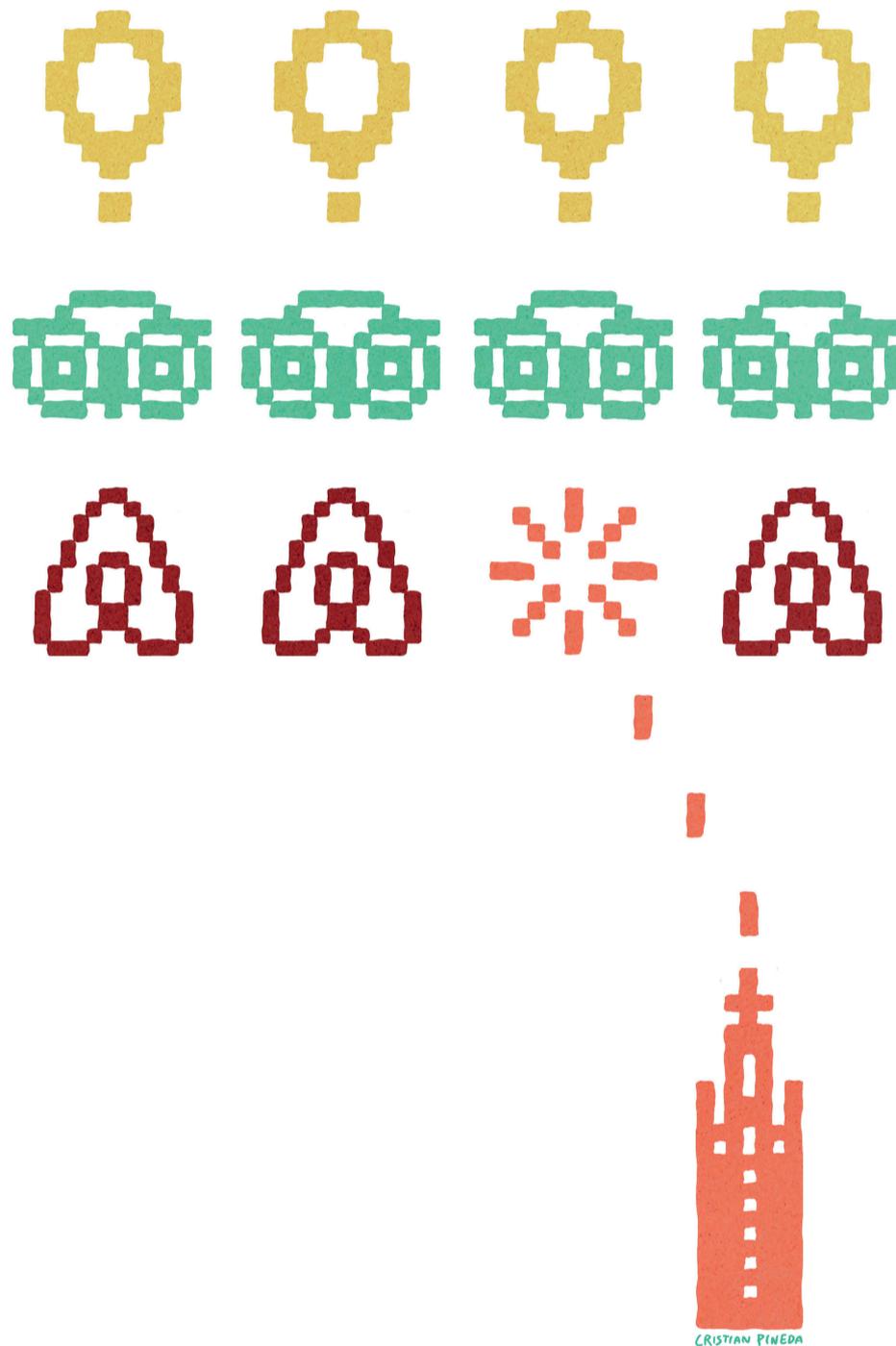


El Consejo Internacional de Viajes y Turismo (WTTC) celebrará una cumbre mundial en Sevilla, los días 2, 3 y 4 de abril

Texto: **Jesús Carracedo Pandelet**
Geógrafo y miembro de CACTUS

Ilustración: **Cristian Pineda**
cripineda.tumblr.com

RADIOGRAFÍA DE LAS VIVIENDAS TURÍSTICAS EN SEVILLA



Una de las características que tiene el turismo es la del cambio: está en constante evolución. El de las ciudades empezó en sitios muy específicos y, poco a poco, fue conquistando los barrios, los comercios e incluso las viviendas. Desde los organismos públicos y privados siempre se ha tenido un discurso positivo sobre el turismo, obviando los efectos negativos que este genera. Sin embargo, progresivamente se han ido poniendo de manifiesto esos efectos, empezándose a hablar de la *turistificación*. Se puede definir este concepto como la 'sustitución de los residentes por turistas y el cambio de un tejido comercial enfocado a los residentes por unos establecimientos orientados a los turistas'. Gracias a la aparición de plataformas de internet como Airbnb o Homeaway se ha extendido por las ciudades, a un ritmo alarmante, la tipología de alojamiento turístico de las viviendas turísticas. La consecuencia más importante es el incremento del precio de la vivienda, más específicamente en los centros históricos, ya sea en régimen de alquiler o de compra-venta, expulsando así a sus residentes —sobre todo, a quienes tienen menor poder adquisitivo— de sus barrios.

No obstante, hay que hacer una aclaración sobre la terminología. En muchas ocasiones, se suelen usar como sinónimos *viviendas turísticas* y *apartamentos turísticos*. Realmente no es así, como refleja la normativa. Los apartamentos turísticos son una modalidad de alojamiento que, aunque en los últimos años ha crecido su número, llevan existiendo décadas —sobre todo en los centros urbanos— como ocurre con hoteles o pensiones. Estos establecimientos tienen varias peculiaridades: son apartamentos totalmente equipados como si fueran una vivienda residencial y no hace falta que todos lo sean en un mismo edificio. La normativa andaluza permite tener apartamentos en distintos inmuebles, contiguos o no. Y esta singularidad es lo que hace que se confunda con las viviendas turísticas.

En cuanto a estas, hay que distinguir entre las que sí tienen licencia y las que no. En Andalucía se creó un registro para regular el auge de esta modalidad, denominada legalmente *viviendas con fines turísticos*. Este artículo se centra en este tipo de viviendas, tanto en las legales como en las que no lo son. Extraemos los datos de la plataforma Airbnb y del registro de la Junta durante la primavera de 2018 en la ciudad de Sevilla.

En Airbnb se anunciaban 5674 viviendas turísticas, 3738 de las

Tres cuartas partes de las viviendas turísticas anunciadas en Airbnb se encuentran en el centro histórico y en sus alrededores

cuales ubicadas en el centro histórico de la ciudad, es decir, un 66% de la oferta. Si se cuenta las localizadas en los barrios colindantes (Macarena, San Bernardo o Triana), la cifra aumenta hasta los 4328 arrendamientos turísticos. Tres cuartas partes de las viviendas turísticas anunciadas en Airbnb se encuentran en el centro histórico y en sus alrededores: el resultado es un auge de los conflictos urbanos. Quizás haya personas que digan que esas cifras son una minoría con respecto al parque de viviendas de la ciudad e incluso que el número de viviendas vacías repercute más en el aumento de los precios de los alquileres que las viviendas turísticas. No obstante, según Emvisea,

en el centro histórico en 2017 había 3895 viviendas vacías. Teniendo en cuenta que en el centro es uno de los sitios donde más caro está el precio del suelo, es bastante cuestionable que las viviendas turísticas no incidan sobre ello. Con respecto a la capacidad, en toda Sevilla ofertan 20 869 plazas. Muy cerca del total de las plazas hoteleras de la ciudad, que son 22 782.

En cuanto a las viviendas con fines turísticos, es decir, las viviendas turísticas con licencia, en la primavera de 2018 había 3723. Si nos fijamos en el centro, existían 2753 viviendas de este tipo, un porcentaje bastante mayor con respecto al de Airbnb. De igual forma, si se amplía a los barrios cercanos al centro,

el número crece hasta llegar a las 3205. Comparando los datos se observa cómo no todas las viviendas turísticas anunciadas en Airbnb tenían licencia, motivo por el que se hizo la distinción, aunque sus efectos sean los mismos. En cuanto a las plazas, corresponde a una oferta total de 17 667.

En lo referido a su número, las viviendas con fines turísticos siempre han tenido un crecimiento lineal. Cada mes se registraban de 150 a 200 viviendas nuevas. Por su parte, Airbnb ha mostrado un crecimiento claramente exponencial, casi duplicándose cada año.

En muchas ocasiones se ha argumentado que las plataformas tipo Airbnb pertenecen a la economía colaborativa. Algunos académicos entienden por este término la utilización de un bien temporalmente infrautilizado, y que en este caso es el arrendamiento turístico de las viviendas principales cuando sus residentes no las disfrutaban. En cambio, los economistas más liberales entienden que para ser economía colaborativa se tiene que ofrecer el servicio a través de una plataforma digital, sin importar si las personas prestadoras del servicio son profesionales o no. Por tanto, no se diferencia entre plataformas digitales y economía colaborativa, por lo que habrá que analizar el régimen de propiedad para afirmar si las viviendas turísticas son economía colaborativa o no.

La normativa andaluza hace una distinción entre *lxs* propietarios, otorgando profesionalización a partir de la tercera licencia. Airbnb tenía en mayo un total de 3135 anunciantes, de *lxs* cuales 234 tenían más de 3 anuncios y habiendo quienes contaban con más de 40 anuncios. Estos últimos acumulaban 1960 anuncios. O, lo que es lo mismo, el 7% de *lxs* propietarios controlaban el 35% de la oferta.

Si se es más cercano a la definición crítica de la economía colaborativa, entendiendo que solo se pueden considerar así a aquellos que únicamente tienen un anuncio, la cifra llega a 2304; es decir, un 41% de los anuncios se podrían considerar como economía colaborativa.

Estos datos indican que existe una tendencia a la profesionalización de esta actividad, pasándose de una oportunidad de tener ingresos extras (para residentes) a estar controlada por grandes propietarios. Con este proceso, el de la turistificación, se están transformando las ciudades, especialmente los centros históricos, en función de las demandas y requerimientos de *lxs* turistas y excluyendo a las personas que los habitan, llegando a expulsarlas. Precisamente cuando los valores inmateriales en estos espacios adquieren mayor relevancia. ●

ANDALUCÍA POR EL TURISMO, LOS LADRILLOS Y LA HUMANIDAD



Texto: **Iban Díaz Parra** y **Luis Berraquero Díaz** / Investigadores en estudios urbanos • Ilustra: **Natalia Menghini** / lanatam.wixsite.com/nataliamenghini

Andalucía se ha convertido en la campeona del turismo a escala estatal. Tras un periodo de cierto estancamiento por la crisis internacional, desde 2013 se produce un fuerte incremento anual de la entrada de turistas en Andalucía. En el momento previo a la crisis, en 2007, Andalucía recibió 25 millones de visitantes y, en la actualidad, han llegado a los 30 millones. Una cifra que no se esperaba alcanzar hasta 2020. ¿Cuáles han sido las razones de este incremento? ¿Qué repercusiones tiene el turismo en Andalucía? ¿Hasta qué punto Andalucía debería apostar por un modelo económico casi exclusivamente basado en este sector? Esbozamos algunas de estas preguntas a continuación: prepárense que vienen curvas.

Se mezclan una serie de factores que nos han llevado a la actual situación de *bonanza* en la que se habla del turismo como uno de los principales motores de la economía andaluza. Un contexto internacional, en el que destinos que tradicionalmente han sido focos de atracción de turismo extranjero se han visto debilitados, unido a un *corpus* normativo garantista hacia la actividad y que ha cercenado la seguridad del inquilinato, a lo que se le suma la irrupción de las plataformas de alquiler de viviendas con fines turísticos y animados por una política de bajo coste de combustible para las empresas *low cost*, dibujan el *boom* de una actividad que bate récords, no solo en el Estado español o Andalucía. El 2018 cerró con 1326 millones de llegadas de turistas a aeropuertos internacionales, lo cual supone un crecimiento del 7% con respecto al año anterior y el mayor crecimiento en siete años, desde 2010, según datos de la Organización Mundial del Turismo.

En el Estado español, el incremento del turismo durante la «recuperación económica» ha sido empujado por el mercado extranjero. Lo cual muestra una progresiva debilidad del mercado interno como motor de la economía y refleja la tendencia internacional de incremento de los viajes. El peso del turismo extranjero ha subido hasta superar el 40% del total y además supone la mayoría de las pernoctaciones, 29 millones frente a 23 de españoles, invirtiendo la tendencia previa a la crisis (*Balance del año turístico en Andalucía, Junta de Andalucía, 2017*). Esto se debe a un cambio en la preferencia de otros destinos internacionales que, acuciados por crisis socio-políticas, han dejado de tener el peso que tenían anteriormente. Un cambio que, por otra parte, refleja la volatilidad del mercado turístico internacional, el cual puede cambiar sus preferencias influido por factores que escapan a la calidad de la oferta de destinos o a las políticas de promoción que puedan realizarse.

Los ingresos por turismo se calculan en 20,6 miles de millones de euros, lo que representa el 12,8% del PIB, con una tasa de crecimiento del 5,5% alimentado por el creciente flujo de turistas. Los rubros que más aportan al PIB andaluz son, por este orden, los restaurantes, comercio, hoteles y actividades inmobiliarias (*Balance del año turístico en Andalucía, Junta de Andalucía, 2018*). Esto es resultado de una economía que desde la década de los setenta depende del sobredimensionamiento de un complejo turístico-inmobiliario, iniciado en el franquismo con la explotación de la Costa del Sol para el turismo europeo, que tiende a marginar otros sectores de la economía. Así, desde los años ochenta, el sector servicios, ha pasado a suponer más de tres cuartas partes del PIB, donde la combinación entre el sector turístico y el inmobiliario-financiero son determinantes, mientras el peso de las actividades estrictamente productivas (industria y agricultura) no ha parado de reducirse. El comercio, hostelería y transportes y el sector de la construcción y servicios inmobiliarios, llegaron a sumar un 45% del empleo en Andalucía (censo de 2001). La crisis económica afectó especialmente al sector de la construcción y servicios inmobiliarios, que entre 2001 y 2011 pasó de suponer un 21% de los contratos a apenas un 10%. Esto ha implicado una mayor dependencia directa del sector turístico, lo que se evidencia principalmente en el crecimiento del rubro del comercio-hostelería y transportes, que supone más de una cuarta parte del empleo en Andalucía. Pero el turismo también le cuesta dinero a las arcas públicas, aunque la Junta de Andalucía no incluya esta inversión en su *Balance* anual (¡qué curioso!). El gasto, o inversión según se mire, que la Junta destinó a la promoción del turismo en 2018 fue de unos 120 millones de euros. A esto, hay que sumarle las inversiones que ciudades y mancomunidades de municipios destinan por separado para la promoción de sus destinos. En Sevilla, por ejemplo, el gasto operativo en promoción turística en 2018 fue de más de 3 600 000€, según datos del presupuesto municipal.

Por otro lado, el empleo que genera el turismo es de baja calidad. El empleo administrativo en el sector turístico es apenas un 7,6% y el de profesionales y el de personal técnico apenas supera el 8%, con lo que la mayor parte del trabajo responde a peones manuales con baja cualificación. Un 28% son empleos a jornada parcial, una tendencia que se ha incrementado enormemente desde 2008. De estos, tres cuartas partes lo están no como una elección propia, sino por no haber encontrado trabajo a jornada completa. Cerca de un 50% de los contratos del sector son temporales, frente algo más del 35% en el total de la economía. La tendencia, especialmente desde la «recuperación económica», ha sido al incremento del peso del trabajo a tiempo parcial, los contratos eventuales y el *cuentalpropismo* (ver *Balance del año turístico en Andalucía, Junta de Andalucía, 2018*).

Una serie de reformas legislativas han posibilitado esta situación. Una vez que la burbuja inmobiliaria explotó en 2008, el sector se contrajo a relamerse las heridas mientras se tejían las urdimbres necesarias para reactivar el negocio. Por ello, la ley de flexibilización de mercado del alquiler, desarrollada en 2013, no solo redujo los derechos de las personas inquilinas bajo el pretexto de dinamizar el mercado, sino que, además, transfirió las competencias legislativas de las recién aparecidas viviendas con fines turísticos a las diferentes comunidades autónomas. Esto, que en Andalucía se tradujo en el decreto de viviendas turísticas de 2016, dibuja un escenario en el que el sector inmobiliario se sentía como en los viejos tiempos de los pelotazos urbanísticos. En Andalucía, lejos de ejercer una función protectora del derecho a la vivienda, el decreto ha propiciado un aumento paulatino de registros de este tipo de viviendas desde su creación. Algo que choca frontalmente con la exposición de motivos, en la cual se reconoce el impacto que tiene este tipo de alojamientos en el territorio, sobre la convivencia en las comunidades vecinales y sobre el medio ambiente; de ahí la necesidad de regularlo.

¿Cómo ha afectado esto a la oferta de plazas de camas destinadas a fines turísticos? Andalucía contaba en 2017 con 39 651 establecimientos y 643 015 plazas de alojamiento turístico reglado. Esto supone un crecimiento de plazas del 12,5%, ligado principalmente al incremento de las viviendas con fines turísticos y las viviendas turísticas de alojamiento rural. Sin embargo, las viviendas registradas en el Registro Andaluz de Viviendas con Fines Turísticos (VFTs), distan mucho de las que realmente están siendo ofertadas en los diversos portales existentes para tal efecto. Andalucía cuenta con 117 385 viviendas en plataformas de VFT según los datos de DataHippo. De las cuales probablemente encontremos algunos anuncios que se duplican. No obstante, dista mucho de las 44 628 viviendas registradas en el Registro Estadístico de Turismo de Andalucía. Así, si vamos a las cifras de viviendas de los principales portales, Airbnb y Homeaway, en Andalucía hay 74 157 y 28 143 respectivamente. Haciendo *zoom* en algunas provincias, Málaga superaba los 48 000 establecimientos en febrero de 2019, siendo la segunda provincia del Estado con mayor número de establecimientos. También, siendo la zona de Andalucía en la que más se incrementó el precio de las viviendas según datos del portal Idealista. En Cádiz se llega a las 17 240 viviendas, Sevilla y Granada superan los 10 000, Almería los 7000 y tan solo Huelva y Jaén se quedan por debajo de cifras de 5000 establecimientos. Cabría por otra parte pararse a realizar un análisis de la distribución de estas viviendas sobre el territorio. La mayor parte de la oferta se concentra, sin lugar a dudas, en la zona costera. La costa andaluza, y no exclusivamente los centros urbanos de los pueblos costeros, está repleta de VFTs. A pesar de una supuesta ley de costas que tendría que proteger el litoral de los efectos devoradores de los intereses inmobiliarios, hemos alicatado gran parte del litoral del estado. Se calcula que entre 1985 y 2005 se han urbanizado 2 hectáreas al día de los 500 primeros kilómetros de costa. Andalucía es la tercera región del estado con la costa más degradada con un 15,4%. Casi la totalidad de espacios que no tienen una figura de protección ambiental ha recibido los efectos de

la presión inmobiliaria. Tenemos localidades como Marbella, por ejemplo, que tienen el 90% de su costa urbanizada y cuya tendencia no cesa.

Si miramos a la concentración de estos anuncios en pocas manos, se desdibuja esa imagen tópica sobre el «modelo de negocio» que se vende de *airbnb*, como una forma de economía colaborativa que complementa los ingresos familiares de personas con una o dos propiedades. En Sevilla, el 5,8% de anunciantes acumulan el 33,6% de la oferta (según datos de *Datahippo*) En Málaga, hay un 6,4% y, en Marbella, 4,3% acumulando un 37,5, un 31,7 y un 24,7% de las viviendas ofertadas. La nacionalidad de los propietarios también desdibuja la imagen tópica de la familia que saca un ingreso extra. El 37% de las VFT, registradas en Andalucía pertenece a propietarios extranjeros que han invertido al albur del *pelotazo colaborativo*. En el caso de Málaga, superan el 50%.

Al incremento del turismo costero andaluz, hay que añadirle la incidencia del denominado turismo cultural sobre los centros históricos. Muchos de los centros históricos más importantes de Andalucía pasaron por procesos de declive durante la segunda mitad del siglo XX, perdiendo gran parte de su población y de su patrimonio edilicio. La reinversión de estos espacios se produjo, en muchos casos durante los dos últimos ciclos inmobiliarios alcistas, en algunos casos provocando procesos de incremento de la población y de rejuvenecimiento, así como de gentrificación. El impacto de los pisos turísticos ha desembocado en dinámicas de fuerte competencia por el suelo con el mercado residencial, que están conduciendo a nuevos procesos de desplazamiento. Esto no sucede en todos los casos. Cádiz no ha parado de perder población en ningún momento desde los años noventa y el Albaycín de Granada no ha parado de ganarla. En otros casos este proceso sí es evidente. Durante la primera década del siglo XXI centros históricos como el de Sevilla, Córdoba (excluyendo la Judería), Málaga o Granada (excluyendo el Albaycín) ganaron población, en la mayoría de los casos incluso durante el periodo de crisis. Sin embargo, en el contexto de «recuperación económica», desde 2014, con el impacto del incremento del turismo y de los apartamentos turísticos, todas estas zonas pasan a perder población todos los años. En algunos casos estas pérdidas son considerables, como en Sevilla, que había ganado cerca de 6000 habitantes en el periodo previo pero que ha perdido 2000 desde 2014 (datos extraídos de SIMA, IAECA).

Así pues, el turismo es hoy día un elemento con un impacto incuestionable en la ordenación territorial andaluza. La casi reducción de la estacionalidad turística, tanto en el litoral como en entornos rurales, ha provocado que el impacto sobre la vivienda, expulse a la población local del mismo modo que ha ocurrido con los centros históricos de las capitales de provincia. Sin embargo, los impactos del turismo no solo se circunscriben a la vivienda. El turismo articula un sistema socioeconómico que ejerce influencia en el mercado laboral, el pequeño comercio, el patrimonio, el ocio, y en las actividades productivas primarias y secundarias. Perfil, por otra parte, un territorio pensado por y para el turismo, con pueblos dedicados a un monocultivo económico que los hace muy vulnerables a la volatilidad del sector. Si las resistencias al turismo están siendo complicadas en las metrópolis andaluzas, nos preocupan los impactos y la dependencia del turismo en sitios como en Ronda, en los pueblos aledaños del Caminito del Rey, en Baeza o en los pueblos situados en parques naturales, como la Sierra de Aracena o Sierra Nevada, por citar solo algunos de ellos. Nos preocupa que cuando pinche esta burbuja, que pinchará, deje un territorio desarticulado y con poca capacidad de recuperación. Nos preocupa hasta que Andalucía viva por el turismo, los ladrillos y la humanidad. ●

En verano de 2016, el politólogo barcelonés Joan Subirats alertaba en las páginas de un importante periódico de tirada nacional sobre la creciente preocupación que se extendía por Europa acerca del turismo y de la hostilidad que empezaba a despertar en determinadas ciudades.

Manu Fernández

Profesor de Ciencia Política e investigador en políticas urbanas en la UPO

Eran los tiempos de las primeras movilizaciones en Barcelona contra los pisos turísticos, aunque en ciudades como Lisboa y, sobre todo Venecia, hacía años que se sucedían protestas contra el turismo de masas. Las consecuencias de los procesos de turistificación comenzaban a ser percibidas como una amenaza más a la vida de las ciudades tal y como la conocíamos o como la deseábamos. Una nueva vuelta de tuerca de lo que se ha definido como 'mercantilización de las ciudades', a través del uso productivo e intensivo de sus espacios públicos cada vez más dedicados u ocupados por los servicios turísticos, pero también de los espacios privados, casas y habitaciones que se ponen a disposición de la demanda turística.

Este proceso, además de alterar la convivencia en los entornos turistificados está promoviendo fenómenos especulativos, como subida de alquileres y precios o la retirada del mercado de excedente de vivienda que, en última instancia, están definiendo un nuevo tipo de expulsiones urbanas — en palabras de Saskia Sassen— donde las personas con menos renta son, una vez más, desplazadas hacia entornos periféricos. Las consecuencias de este tipo de procesos están ya en la agenda de los movimientos urbanos por el derecho a la ciudad, pero ¿qué podemos decir de sus causas?

¿Por qué el turismo y por qué ahora?

Podemos definir una serie de factores implicados en el desarrollo presente de los procesos de sobreturismo y que guardan una estrecha relación con una aplicación radical del paradigma actual de producción denominado posfordista. Según este paradigma, frente a la reducción de la tasa de ganancia del capital frente al trabajo, el capitalismo ha de colonizar nuevos espacios para continuar manteniendo su ritmo de crecimiento basado en una simple premisa: la extracción privada del valor creado socialmente. Así, sobre todo desde los años 70, el capital fue colonizando nuevos espacios; el trabajo salió de la fábrica,



Pedro Peinado - domestika.org/es/pedro_peinado_illustrador

NOTAS PARA UNA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA TURISTIFICACIÓN EN UN ESCENARIO POST-CRISIS

LA FÁBRICA (URBANA) DEL TURISMO

se habló del paso del obrero masa al obrero social y el capitalismo, ya en la era de la información, aprendió a extraer valor de la cooperación social, del consumo e incluso de las relaciones íntimas. Mi tesis es que estos procesos también pueden ser observados a escala urbana.

La ciudad es una construcción social fruto de la cooperación de sus habitantes, presentes y pasados. Alberga una enorme cantidad de contradicciones en su seno, siendo la principal y la que nos ocupa ahora, la que se produce en términos lefebvrianos entre la ciudad como valor de cambio y la ciudad como valor de uso; esto es, entre la ciudad como mercancía y el derecho a la ciudad deseada. Bajo esta idea los procesos de turistificación podrían explicarse como una extracción de beneficio privado del valor creado mediante la cooperación social de la ciudadanía.

La globalización actual impulsada por la ideología que la sustenta, el neoliberalismo, ha disuelto barreras

para la libre circulación del capital y la construcción de un mercado de consumo global. Afecta a las ciudades en dos sentidos: por una parte, las ciudades compiten para atraer flujos de capital. La construcción de ciudades globales como Nueva York, Londres o Dubai reflejan la importancia de la construcción de la ciudad como marca, esto es, como mercancía. En mayor o menor medida las ciudades se adaptan a esta competición global por atraer capital y visitantes. Por otro lado, el desarrollo de infraestructuras globales de comunicación y transporte, con una huella ecológica insostenible, ha propiciado la creación de un mercado turístico global.

La construcción de la marca de la ciudad, la puesta en valor de las cualidades que la hacen única y apetecible para el turista, viene en consonancia con la existencia de un cierto cambio cultural que aboga por la mercantilización de la experiencia vital y de la marca personal. Así, a través de aplicaciones como Facebook o Instagram, los individuos comparten sus expe-

—
Este nuevo movimiento especulativo inmobiliario ha visto en el turismo una importante fuente de beneficio

riencias «únicas y especiales» en el mercado global por el reconocimiento (los likes).

Esta búsqueda de experiencias únicas afecta de manera determinante al turismo, no solo por su efecto cuantitativo (más turistas) sino en lo cualitativo. Ahora los turistas quieren vivir la ciudad, vivir donde un nativo, comer como un nativo, *insomma*, habitar como un nativo, a costa de desnaturalizar su forma de vida e incluso propiciar su expulsión.

Otro factor clave para entender el auge turístico y sus consecuencias, especialmente en nuestro entorno, es el de la especulación inmobiliaria. El capital patrio siempre apostó por el suelo y el ladrillo para generar beneficio desde *el país de propietarios* impulsado por las políticas franquistas y su oligarquía extractiva. La crisis de 2008 en nuestro país fue una crisis inmobiliaria, pero la tímida recuperación de la economía puso de nuevo en marcha la maquinaria especuladora de una clase propietaria dominada por nuevos actores, fondos de inversión que se habían hecho con un importante estocaje de viviendas y solares. Este nuevo movimiento especulativo ha visto en el turismo una importante fuente de beneficio, a través de vivienda turística y nuevos hoteles, lo que al mismo tiempo ha desatado una nueva burbuja de este tipo de alojamientos y un efecto terrible en los precios de venta y alquiler.

El papel de la economía... ¿colaborativa?

Por último, se ha señalado la importancia de la mal llamada *economía colaborativa* en el auge del turismo. Aplicaciones como Airbnb o HomeAway para la vivienda, pero también el acceso a otro tipo de servicios como UBER o incluso aquellas aplicaciones que ponen en relación a turistas con personas que cocinan en sus casas «platos típicos» o con guías turísticos *amateur*. La economía colaborativa idealmente se basa en la ética *hacker* de «compartir es bueno»; sin embargo, la realidad de este tipo de aplicaciones es muy distinta y da cuenta de cómo el capital coloniza espacio de manera cada vez más acelerada y son actualmente la expresión más pura de la máxima capitalista de la extracción del valor de la cooperación social.

Y si hemos trazado un dibujo de las causas y las consecuencias, nos queda despejar el futuro. ¿Qué hacer? Necesitamos inventar. Caminar hacia una transformación social que incluya el derecho a la ciudad dentro de una propuesta socioeconómica socialista que implique poner fin a la precarización de la existencia impuesta por el capitalismo actual. Crear un imaginario de ciudad que escape de la mercantilización de nuestras vidas. Escapar de las prisiones de lo posible. ●

LA TURISTIFICACIÓN Y GOURMETIZACIÓN DE LOS MERCADOS DE ABASTOS

Texto:

Sara González / Universidad de Leeds

Ilustración:

Garrido Barroso / garridobarroso.com

Los mercados de abastos no solo en España, sino también en otras partes del mundo, se están convirtiendo en espacios de ocio y turismo destinados, cada vez más, a grupos de medio y alto poder adquisitivo.

Pareciera que la única forma de salvaguardar los mercados es ponerlos en competición con otros destinos turísticos o de consumo de ocio. Pero el riesgo es que, al transformarse de esta forma, pierden su condición de servicio público. Históricamente, los mercados, han servido a las poblaciones más modestas y vulnerables que buscan alimentos y productos esenciales a precios asequibles y una forma de ganarse la vida como comerciantes. Hoy en día, todavía cumplen esta función, sobre todo en ciudades del sur global, pero están cambiando sustancialmente. Muchos han languidecido acosados por la competición de los supermercados, las compras por internet y la desinversión por parte de las autoridades públicas, mientras que otros han renacido como destinos turísticos y espacios de ocio.

El problema es que, en esta transformación, la función pública de los mercados de abastos se debilita o desaparece: ya no se venden productos de necesidad sino productos *gourmet*, comida para llevar o artesanías. Los precios de los productos y del alquiler de los puestos suben y las personas usuarias y las comerciantes originales empiezan a desaparecer.

España está a la cabeza de este proceso con algunos mercados como la Boquería de Barcelona o el de San Miguel de Madrid como verdaderos modelos internacionales. El Instituto Municipal de Mercados Barcelona (IMMB), por ejemplo, recibe visitas de todo el mundo que buscan replicar lo que allí ya denominan «el modelo de mercados de Barcelona». Este modelo busca remodelar los mercados para hacerlos más competitivos, eliminar y reducir puestos que no son «sostenibles», e incorporar espacios de restauración y supermercados. Aunque este modelo ya se critica por asociaciones de vecinas y vecinos y el Ayuntamiento ha debido de tomar medidas contra la turistificación de los mercados, este «efecto Boquería» se exporta por parte del IMMB a través de su servicio de consultoría.

En América Latina, la tendencia de los mercados *gourmet* está también haciendo mella. En Ciudad de México, por ejemplo, se cuentan ya cuarenta mercados *gourmet*, varios

—
La gourmetización es incompatible con la función de los mercados de abastos como servicio público
—

—
Las clases medias se comportan como turistas en sus propias ciudades
—

de ellos inspirados en el mercado de San Miguel de Madrid (Cordero y Salinas, 2017). En el histórico mercado de San Telmo en Buenos Aires, resisten algunos puestos que venden fruta, carne, productos de primera necesidad y antigüedades, pero en los últimos cinco años la oferta ha cambiado radicalmente hacia el turismo con puestos que venden *fish and chips*, hamburguesas *gourmet*, pastelería francesa, comida vietnamita, artesanía de la Patagonia o *souvenirs* de Mafalda.

En el Reino Unido, esta *gourmetización* se manifiesta de varias formas. Por un lado, los mercados más históricos, sobre todo en el norte del país, están siendo remodelados incorporando nuevas áreas de restauración a modo de «patio de comidas» con puestos de *street food* (comida callejera). Muchos mercados también están empezando a abrir hasta más tarde y crear eventos de ocio nocturnos, con música en directo o noches temáticas.

Un modelo al que se aspira en el norte de Inglaterra es al de Altricham, a diez kilómetros del estadio de fútbol del Manchester United. Después de años marginado por el Ayuntamiento, se ha convertido en el epicentro del renacimiento comercial de esta población tras una renovación realizada por un visionario con experiencia en el negocio inmobiliario. Ahora, el mercado atrae a una clientela joven y acomodada y sirve comida y bebida artesanal y *gourmet* en una atmósfera informal de mesas corridas. Ya no queda nada de los anteriores comercios con sus mercaderías, cafeterías modestas y tiendas de regalos que atraían a grupos de ancianos y ancianas que venían a pasar el día.

En Londres, la presión inmobiliaria está empujando a muchos mercados hacia este modelo turistificado y *gourmetizado*. Un estudio publicado por la Autoridad Metropolitana de Londres (2017) contabiliza hasta 280 mercados cubiertos y mercadillos y confirma

una tendencia al alza de mercados gestionados por empresas privadas con finalidad de lucro. Estos mercados se enfocan en comida para llevar, comida callejera y comercio especializado de productos artesanales, moda retro o artesanía. El objetivo no es vender productos esenciales a precios asequibles, sino todo lo contrario, vender productos con alto margen de beneficio.

Otra tendencia en esta misma línea, es el auge en el Reino Unido de montar mercados al aire libre con el único objetivo de animar las calles y atraer a consumir en los centros urbanos que compiten con los centros comerciales y con las compras en internet.

Lo que vemos es que estas transformaciones en los mercados en el Reino Unido, aunque se podrían englobar en los procesos de turistificación, no apuntan tanto a atraer turistas nacionales o internacionales, sino a atraer a capas *locales* de población joven y con un poder adquisitivo medio o alto que tradicionalmente no han consumido en los mercados de abastos. La mercadotecnia es similar a la del turismo ya que, cada vez más, las clases medias se comportan como turistas en sus propias ciudades *descubriendo* espacios urbanos marginales como barrios pobres, barrios étnicos y comercios tradicionales, entre los cuales, los mercados de abastos.

El peligro es que esta tendencia hacia la *gourmetización* de los mercados es difícilmente compatible con la función de los mercados de abastos como servicio público. El resultado es que las personas comerciantes y usuarias más tradicionales, que suelen tener un perfil de clase media trabajadora, acaban también siendo marginadas y desplazadas.

No podemos dejar de mencionar, sin embargo, que estas transformaciones no son inevitables o irreversibles. En el Reino Unido, sobre todo en Londres, hay numerosos grupos y asociaciones luchando por mantener los mercados de abastos como espacios accesibles a todo el mundo, con productos asequibles que sostengan en particular a grupos de población vulnerables, minorías étnicas e inmigrantes (González y Dawson, 2018). ●

.....
• Autoridad Metropolitana de Londres (2017) *Understanding London Markets*. London: GLA. https://www.london.gov.uk/sites/default/files/20171219_gla_markets_report_web.pdf

• Cordero, L. y Salinas, L. (2017). «Gentrificación comercial. Espacios escenificados y el modelo de los mercados gourmet». *Revista de Urbanismo*, 37, 1- 12.

• González, S. y Dawson, G. 2018. *Resisting gentrification in traditional public markets: Lessons from London*. En: González, S. (ed.) *Contested Markets, Contested Cities*. London: Routledge.



ESPECIALIZACIÓN TURÍSTICA, EXTRACTIVISMO Y OTRAS COSAS FEAS A EVITAR

Escribe: **Óscar García Jurado**

Economista. Colabora con diversas entidades de economía social

Ilustra: **Arturo Salguero**

[instagram.com/arturosalguerocallejas](https://www.instagram.com/arturosalguerocallejas)

EL TURISMO COMO CADENA GLOBAL

La actividad turística ha crecido enormemente en las últimas décadas. Según la Organización Mundial de Turismo mientras que, en 1950, 25 millones de personas tenían consideración de turistas internacionales, en 2017 la cifra alcanzaba los 1327 millones. Esta situación ha dado lugar a la turistificación, es decir, al impacto que tiene la masificación turística en el tejido social y comercial de determinados barrios o ciudades. Estos procesos suponen para la población de un territorio que las instalaciones y servicios pasen a dedicarse de manera casi exclusiva al turismo en detrimento de las personas residentes. La vida de la gente del barrio o ciudad se supedita a la generación de beneficios de las empresas vinculadas a la actividad turística.

La actividad turística ha cambiado enormemente en los últimos años. Dos elementos transcendentales en esta transformación han sido la progresiva incorporación del turismo al capitalismo de plataformas (mal llamado *economía colaborativa*) y el cada vez mayor control del negocio por parte de grandes empresas transnacionales. Actualmente, en palabras de Rosario Gómez-Álvarez, «las actividades turísticas se encuentran plenamente integradas en el proceso de fragmentación internacional de la producción».

Los agentes económicos que participan en dicha actividad son los oferentes (alojamiento, alimentación, transporte y ocio), los intermediarios y las personas consumidoras. Entre los primeros han crecido enormemente las cadenas hoteleras y las compañías de transporte multinacionales cuyas matrices están situadas en los mercados emisores (países de origen). Por su parte, los agentes intermediarios son un eslabón cada vez más relevante y poderoso donde también predominan las grandes empresas con capital no arraigado en los lugares de destino.

En los últimos años se ha producido una enorme pérdida de cuota de mercado de los operadores turísticos tradicionales a favor de las plataformas digitales. Estas últimas han penetrado en los diferentes mercados turísticos, tanto en la intermediación del alojamiento, como en el transporte y la búsqueda de información sobre actividades de ocio. En el ámbito de la intermediación del alojamiento destacan Booking y Airbnb, mientras en el del transporte lo hacen Uber y Blabacar. Por tanto, se asiste al típico proceso capitalista de «colaboración». Una situación en la que, por un lado, los procesos productivos generan beneficios que son absorbidos en gran medida por grandes multinacionales y el capitalismo de plataformas; y, por otro lado, los problemas e impactos negativos generados por la actividad repercuten en la población de barrios y ciudades, y en especial sobre la que tiene menos recursos. Se asiste, por tanto, a una situación demasiado común en la que la privatización de los beneficios es complementaria a la socialización de pérdidas (externalidades negativas de la actividad).

Así, el territorio en cuestión (ciudad, barrio o franja litoral, como gran parte de la costa andaluza, etc.) se convierte en una plataforma de extracción de riqueza mientras que para la población tan solo quedan migajas y problemáticas sociales y ambientales de gran calado. Entre los principales problemas de estos procesos de especialización o turistificación se encuentran, entre otros, el aumento de la precarización laboral, la degradación del derecho a la vivienda, el encarecimiento y la transformación del comercio local, o la masificación de calles y plazas que dificulta la vida cotidiana de las personas residentes, tanto en lo que atañe al descanso como al disfrute mismo del espacio público.



LA TURISTIFICACIÓN DE LA ECONOMÍA ANDALUZA: UN NUEVO EXTRACTIVISMO

El profesor Manuel Delgado Cabeza lleva décadas analizando la economía andaluza mejor que nadie. Para este maestro, la economía andaluza se ha caracterizado por su modelo extractivista y por especializarse en actividades productivas al servicio del capital; actividades que no nos convienen a la gente que habitamos las ciudades y pueblos de Andalucía. Nos especializamos según intereses muy distintos a los de mantener y enriquecer nuestras vidas. La turistificación de las ciudades y el litoral andaluz no hace sino profundizar en esta situación.

La expansión del turismo y el negocio inmobiliario ha tenido en Andalucía un peso muy por encima del que ha tenido en otras economías de nuestro entorno. Estas actividades dan lugar a procesos económicos que no implican creación de riqueza, sino simplemente apropiación de valor monetario. Y es que no debemos continuar siendo necixs y confundir valor con precio, riqueza con dinero.

La capacidad de absorber dinero y acumulación capital provoca la consecuente acumulación de poder en muy pocas manos. Esta situación perjudica la toma de decisiones democráticas y participadas, y posibilita la enorme capacidad de influencia que tienen escasos actores que, normalmente, no residen en los territorios y que tan solo los utilizan como materia prima generadora de ganancias. De manera que, como explican profesores como Delgado o Naredo, el enriquecimiento de unas personas termina siendo a costa del empobrecimiento de otras, y, paradójicamente, lo que se anuncia como un proceso de creación de riqueza en beneficio de todas termina convirtiéndose en mayores cotas de deterioro ecológico y social para la gran mayoría de la gente.

Los territorios mejor situados económicamente son aquellos que tienen una mayor capacidad para apropiarse de valores monetarios y, por otra, una fuerte diversificación en el grado de especialización. En este sentido, la turistificación que sufre la economía andaluza provoca una mayor vulnerabilidad, asociada, por un lado, a la especialización que supone y, por otro, a la escasa capacidad para apropiarse de valores monetarios.

En ese contexto, la especialización turística a la que se aboca a Andalucía en general, y a la ciudad de Sevilla en particular, puede entenderse como un avance en el modelo extractivista. Para Marina Garcés, el turismo «es la industria legal más depredadora que existe (...). En su desarrollo masivo, extractivo y monopolista. No me vale que sostiene al pequeño comercio. Beneficia a las grandes industrias de transporte, urbanística o de alimentos. Es ahí donde se cruzan todas las devastaciones: de la ambiental al extractivismo presente.» De este modo, esta pensadora analiza el turismo como industria extractiva, como si fuera la actividad minera o la agroalimentaria convencional: «Para mí, Barcelona es un campo de soja, explotable como un recurso natural cualquiera.» Lo mismo se puede aplicar a otras tantas ciudades del territorio estatal y mundial.

Uno de los aspectos propios del turismo extractivista es su dimensión de chantaje. En palabras de Garcés este modelo «genera una sociedad pasiva, y con una sociedad rendida el chantaje es muy fácil de hacer: o el turismo o nada, nos dicen». Garcés rescata dos conceptos más subsidiarios de este sector económico: el de «riqueza empobrecedora» y la «democracia delegativa». El primero sirve para poner en primer término una serie de beneficios a corto plazo por encima de los daños que generan determinadas explotaciones. Con el segundo alerta sobre las consecuencias que conlleva la imposición de la lógica privada a determinadas políticas. Indica las que denomina «burbujas de legalidad *ad hoc*», lo que es tan válido para una mina como para las «fundaciones» que desean invertir en la ciudad. No es necesario resaltar aquí la situación de algunos megaproyectos mineros en Andalucía.

Por tanto, es muy esclarecedora la comparación entre el modelo de turismo que ha acabado imponiéndose a la capital andaluza con el capitalismo extractivista tan conocido en la historia de la economía andaluza. Se trata, en resumen, de capitales que aterrizan en un determinado lugar, localizan los recursos naturales más valiosos y los explotan al máximo. Para Garcés, la única diferencia entre explotar un mineral, petróleo, madera o un cultivo como el de la soja, es que con el turismo «los recursos naturales somos las personas, nuestra memoria colectiva y nuestro patrimonio».

EL NEOLIBERALISMO DEL QUE APENAS SE HABLA

Esta situación se enmarca dentro de las estrategias de desarrollo local neoliberal. Estrategias que convierten a los territorios, a las ciudades, en «marcas» que deben competir entre ellas para atraer al capital. En Sevilla, tras la exposición universal, se puso en marcha una estrategia de este sentido para convertir a la Isla de la Cartuja en el Silicon Valley del sur de Europa. Esa estrategia ha derivado en otra que parece aspirar a convertir a la ciudad en un macro parque turístico, en una enorme Isla Mágica.

Desde hace más de dos décadas, la economía convencional territorial propone un tipo de regulación que tiene por objetivo generar un ambiente atractivo para la inversión privada. Se opta por ayudar directamente al capital privado y favorecer la iniciativa individual. Estas nuevas estrategias forman parte del «desarrollo local neoliberal» o neoliberalismo territorial.

Las políticas de desarrollo local puestas en marcha en los territorios del sur de Europa se han basado en tres elementos fundamentales. En primer lugar, en la mercantilización de cualquier recurso del territorio potencialmente vendible o rentabilizable en términos monetarios. Es a lo que se ha denominado «poner en valor» el territorio. En segundo lugar, se ha intentado por todos los medios la valorización social del empresariado tradicional, renombrado como «emprendedor». Por último, estas políticas han utilizado la inversión pública para favorecer a la acumulación privada de capital. Es decir, realizar gastos, impulsar inversiones o aumentar las subvenciones que, con dinero público, sirvan para atraer o favorecer al capital, ya sea local o foráneo.

Tras décadas de puesta en marcha, cada día es más evidente que el desarrollo local neoliberal no ha servido para mejorar la economía y evitar las altas tasas de desempleo y precariedad existentes en estos territorios. Además, la asunción acrítica de estas estrategias ha provocado en muchos casos la «culpabilización de la víctima». Al igual que ocurre con las personas desempleadas y el concepto de empleabilidad, a los territorios empobrecidos (*surdesarrollados*) se les hace responsables de no ser lo suficientemente competitivos o de no poner en valor su potencial en un contexto que se vende lleno de oportunidades. De forma similar a como una persona sin empleo compite con otra por un cada vez más escaso puesto de trabajo, los barrios, los pueblos o las ciudades deben competir entre ellos para ver quién es el más atractivo a inversiones foráneas.

Con estas estrategias de neoliberalismo territorial son los capitales los que disponen del monopolio de la «participación» y las comunidades locales tan solo pueden competir entre ellas por atraerlos mediante la puesta en práctica de medidas que favorezcan su valorización. Así, como diría E. Galeano: «Hasta hace 20 o 30 años, la pobreza era fruto de la injusticia (...). Ahora la pobreza es el justo castigo que la ineficiencia merece».

RIQUEZA Y DINERO, COSAS TAN DISTINTAS

En definitiva, la turistificación, o la especialización extractivista que supone el turismo, sencillamente no nos conviene, en la medida en que no es útil para el objetivo socioeconómico esencial de una economía que tenga por objetivo mantener y enriquecer la vida. El turismo es el último sector o actividad económica que desde el neoliberalismo territorial se propone como oportunidad para crecer, «para poner en valor» el territorio para, en definitiva, mercantilizar nuestras vidas y subordinarlas a «emprendedores» y capitales que privatizarán ganancias y socializarán «externalidades». De este modo, y tal como se plantea en ciudades como Barcelona, frente al modelo «Marca Andalucía» o «Marca Sevilla», es necesario avanzar hacia una «ciudad comuna», una «Sevilla comuna»; un territorio construido desde los barrios, desde los pueblos y desde abajo, y donde la diversificación y la autogestión productiva genere riqueza capaz de mejorar y de enriquecer la vida de su población.

Y es que no nos confundamos y hagamos caso a personas sabias como Francisco Díaz Velázquez que tan claro nos lo expresa en poemas como este de su obra *Coplas de nadie*: «El dinero y la riqueza parecen que son lo mismo, siendo cosas tan distintas, la riqueza es justamente / lo que el dinero te quita». ●

Texto:

Maka Makarrita y María Barrero / Equipo de El Topo

Ilustración:

Inma Serrano / inmaserrano.es

UN PASEO POR LAS RESISTENCIA A LA TURISTIZACIÓN

CÓMO PARAR UN TSUNAMI CON LAS MANOS

A veces parece que todo nos sobrepasa, que el monstruo que intentamos frenar es demasiado grande para nuestras resistencias de hormiguita. Se acumulan las noticias de edificios convertidos en apartamentos turísticos, otra tienda de barrio mutada en Carrefour Express, un puesto más del *mercao* que pasa de despachar *pescao* a producir en serie tapas de tataki, otra conocida más que se muda obligada por una subida loca del alquiler, mil políticos declarando al unísono que el turismo es nuestro principal motor económico... Se diría que intentamos frenar un tsunami con nuestras manos y un cubo de juguete.

Es el momento en el que necesitamos pararnos y buscar nos. Porque el trabajo de hormiguitas es lento y a veces no se ve desde arriba, pero si algo tiene de bueno es que hormigas hay muchas, así que frente al turismo desbocado, a la turistización salvaje, a la especulación rampante, al *overtourism* cafre; frente a un capitalismo que todo lo que roza lo convierte en mercancía, queremos dibujar el mapa de las aldeítas galas. Hacer un repaso de las experiencias, de las redes, de los proyectos que están trabajando por ciudades vivibles, no solo resistiendo, sino construyendo otras maneras de habitar la ciudad.

Os invitamos a un *tour* por el derecho a la ciudad, una excursión por la defensa de los barrios y sus habitantes, un paseo de la mano para recuperar los espacios comunes. Si el turismo intensivo te tiene el barrio loco, no hay excusa para no organizarse. A lo largo y ancho de este desierto neoliberal que arrasa nuestras ciudades y las mercantiliza, siempre encontrarás movimientos de resistencia con los que montar una buena acción vecinal. Aquí tienes esta cartografía para vernos, conocernos, reconocernos, reencontrarnos y coger aire, mirándonos en espejos que nos sirvan para crecer.

RECETARIO DE IDEAS Y PROYECTOS

Muchas de las experiencias por las que vamos a asomarnos están englobadas dentro de la **Red SET**, ciudades del sur de Europa ante la turistización. Está compuesta por diferentes ciudades y regiones del Sur de Europa que están viviendo movimientos de denuncia, movilización y resistencia ante los procesos de turistización que en ellas se están produciendo. Entidades y colectivos de estas ciudades (Venecia, Valencia, Sevilla, Pamplona, Palma, Lisboa, Málaga, Malta, Madrid, Girona, Canarias, Donostia, Camp de Tarragona, Barcelona) han decidido encontrarse periódicamente desde hace al menos un año y medio, con el fin de compartir e intercambiar experiencias y conocimientos. Vamos a ir haciendo paradas en algunas de las experiencias que componen la red, no pretendemos ni podemos ser exhaustivas, pero aceptamos pistas para completar el dibujo.



Asamblea de Barris per un Turisme Sostenible (ABTS)

Se trata de una asamblea compuesta por numerosos colectivos y asociaciones de la ciudad de Barcelona. A través de las dos ediciones del **Foro Vecinal sobre Turismo** que han organizado se han planteado análisis, críticas y propuestas sobre las consecuencias del turismo intensivo en la ciudad: sustitución de usos habitacionales y de espacios públicos por usos productivos, el modelo económico que implica y alienta este turismo y las condiciones laborales que impone, o la incidencia en la ciudad del turismo de cruceros. Y planteando algunas claves: la necesidad de colaborar en red con otros movimientos y ciudades, el establecimiento de alianzas con el mundo académico para la formación y el aprendizaje, y la importancia de las acciones para conseguir visibilidad.

assembleabarris.wordpress.com

Ajuntamientos Granada

Se definen como una apuesta municipalista desde los movimientos sociales. Buscan reactivar las asociaciones vecinales creando espacios de confluencia que sirvan de contrapeso ciudadano a las instituciones. Pretenden que su forma de actuación se vincule a la calle, en oposición al *modus operandi* de las asociaciones tradicionales. Combinan las «estrategias simpáticas», en las que se llevan a cabo acciones proactivas destinadas a intentar construir sociabilidad, con actividades como cine de barrio, con «estrategias antipáticas» que visibilizan el malestar por los efectos del turismo en la calle, plazas y viviendas. En sus últimas campañas se han centrado en la denuncia de la ocupación de turistas en zonas saturadas y calles masificadas, así como en la problemática de aparcamientos de autobuses y microbuses de turistas y en que se cumpla la ley de veladores y terrazas de bares.

albayzin.info/tema/ajuntamientos-granada

Lagunillas (Málaga)

Se trata de una asociación cultural de vecinas y amigas del barrio de Lagunillas que busca reanimar el barrio mediante actividades socioculturales y trabajos colectivos para la conservación y disfrute del entorno. Han realizado una estrategia de trabajo vecinal a través de mapeos, en los que se ha estudiado el fenómeno de espacios vacíos en la ciudad y de viviendas con fines turísticos en la zona. Han establecido relaciones con otros colectivos como Incide (una organización que promueve la inclusión, la ciudadanía, la diversidad y la educación) para utilizar las plazas con fines deportivos, han puesto en marcha un taller de bicis y también han celebrado verbenas populares. Por otra parte, han realizado acciones directas de denuncia, como recuperar un solar como huerto social, un festival de cine de denuncia o una contra-ruta turística. Participaron también en la convocatoria internacional por el Día Mundial del Turismo en el que se realizaron acciones en múltiples ciudades.

Vallcarca (Barna)

Se trata de una asamblea de vecinas, colectivos, asociaciones y plataformas que se han articulado en torno a la gestión de espacios frente a la especulación y la destrucción del barrio. Realizan una actividad intensa con varias okupaciones de centros sociales, pisos y solares que se han rehabilitado. Trabajan con el fin de generar un «polo social» y otras estrategias de acción directa frente a la llegada masiva de turistas. Se han realizado también campañas visibilizando a las constructoras que especulan en el barrio a expensas de las vecinas, denunciando desahucios o exigiendo un instituto para la zona.

assembleadevallcarca.wordpress.com

Ciutat per a qui l'habita (Palma)

Se trata de una asamblea abierta de vecinos y vecinas que buscan construir una red de apoyo mutuo para visibilizar y soportar los efectos del turismo en su ciudad. Han trabajado bastantes estrategias para integrar a quienes quieren incorporarse al colectivo y la asamblea tiene varias fórmulas para acoger a las activistas que estén interesadas en las acciones que se desarrollan. Se han desarrollado una asamblea de bienvenida y una comisión de cuidados. Dado el fuerte impacto que el turismo tiene sobre las islas, han centrado mucha de su actividad en el impacto de los alquileres temporales y vacacionales para la población residente y los crecientes desahucios.

ciutatperaquilhabitablist.blog

Parte Zaharrean Bizi (Donosti)

Son una asociación de vecinos y vecinas que han visto progresivamente como a sus preocupaciones habituales, por las necesidades sociales y los servicios para el barrio, se le sumaba el impacto del turismo intensivo en el casco antiguo: ruido constante, suciedad, desaparición del comercio local a cambio de franquicias, desaparición de la población tradicional... ¿nos suena? Las acciones llevadas a cabo han sido principalmente buzoneos y socializar datos que ayuden a tomar conciencia sobre el estado en que se encuentra el barrio. El problema ha sido en parte asumido por la administración, que está realizando algunas propuestas para repartir la afluencia de turismo y controlar los pisos turísticos, aunque siguen siendo aplicadas con tibieza. También se está realizando una campaña ante las nuevas licencias hoteleras llamada **Stop Hoteles**.

partezaharreanbizi.blogspot.com

Lavapiés, ¿dónde vas? (Madrid)

Gentes diversas y proyectos colectivos de Lavapiés empezaron a juntarse en 2016 para construir un espacio común que trabaja desde una óptica crítica con la concepción del barrio como un espacio con el que hacer negocio. Se ha realizado un diagnóstico (relámpago) sobre los efectos de la turistización y durante el último año han venido realizando una acción al mes, algunas con bastante impacto. Entre las más destacadas se encuentra «¿Conoces a Raquel?», una manera de llamar a la participación para realizar un mapeo colectivo que identificara a las empresas que concentran gran número de pisos destinados a alquiler turístico, diferenciándolos de los perfiles de vecinas y vecinos que alquilan su casa de forma esporádica. Para participar en el mapeo se realizó una acción en la calle, aunque también se lanzó un formulario en internet, explicando la iniciativa. El nombre de Raquel fue escogido ya que es el que utiliza la empresa Friendly Rentals Madrid, tras el que se esconde como una usuaria particular. También han desarrollado unas jornadas sobre vivienda, turistización y espacio público, en las que se buscó generar una batería de propuestas tangibles de cara a crear «políticas de contención» para frenar las potenciales transformaciones visibles o invisibles del barrio.

lavapiessedondevas.wordpress.com

Sindicatos de inquilinas (Barcelona, Madrid, Málaga)

Tradicionalmente vinculado a los ámbitos laborales, los sindicatos de inquilinas tienen, sin embargo, larga tradición en Europa y aún resuena en la memoria la huelga de alquileres del 31 llevada a cabo en el Estado español. Aunque han nacido de forma independiente, estos colectivos realizan una labor similar y comparten recursos e información entre ellos. Si bien el principal objetivo es hacer que cambie la ley de alquiler, mientras esto ocurre se han desarrollado varias estrategias de acción directa. En Barcelona se presentó el 4 de noviembre un grupo de autoapoyo llamado **Ens quedem**, que terminó derivando en una campaña de resistencia contra la subida abusiva de los precios del alquiler en Barcelona y su área metropolitana en febrero de 2018. El **Sindicato de Inquilinas e Inquilinos** de Málaga realiza un trabajo de asistencia y acompañamiento jurídico a las personas afectadas, buscando que pasen del problema individual a las soluciones colectivas y reivindicar conjuntamente sus derechos e incidir en el ámbito ejecutivo y legislativo. En Madrid se han organizado igualmente para luchar con la misma herramienta buscando organizar a inquilinos e inquilinas frente al problema de la vivienda y construir y unir a un colectivo que actualmente se encuentra desprotegido. En los últimos meses han conseguido que la problemática gane gran visibilidad con el caso de Argumosa 11.

sindicatdellogateres.org

inquilinatomalaga.org

inquilinato.org

Calle Viva (Cádiz)

Este Laboratorio de Resistencia Ecourbano apenas tiene unos meses de vida pero el tremendo impacto de plataformas como Airbnb en los alquileres, dada la escasez de suelo de la ciudad y la creciente afluencia de cruceros, les ha movido a activarse para hacer frente a los problemas que tantas ciudades comparten. En el centro de la ciudad es prácticamente imposible encontrar alquileres de larga duración, pero sus vías de acción no se limitan a la vivienda, sino a todo lo que tenga que ver con los derechos ambientales, el transporte o el derecho a la ciudad.

facebook.com/ColectivoCalleViva

Queremos terminar el paseo con una mirada a la distancia y otra a lo más cercano, para ayudarnos a enfocar. En ciudades como Venecia o Lisboa existen movimientos muy activos. La primera de estas ciudades ha visto cómo la población autóctona estaba en peligro real de extinción y a las movilizaciones se han sucedido las okupaciones de edificios habitados solo durante escasos días al año por vecinos que ven como son expulsados por causa de la transformación de las viviendas en alquileres vacacionales. En Lisboa se repite la historia de vecinas expulsadas y servicios pensados para unos visitantes constantemente efímeros y colectivos como **Moram em Lisboa** (moraremlisboa.org) se han organizado para exigir una ciudad en la que poder vivir.

Por último, y sacando el microscopio, aquí a nuestra verita tenemos a **CACTUS**, el Colectivo Asambleario contra la Turistización en Sevilla, que nació de un encuentro con muchos de los colectivos a los que hemos echado el ojo y anda ahora embarcado en la organización de una contracumbre como respuesta al fiestón de la Cumbre Mundial del Turismo, patrocinado por el Ayuntamiento, en parte con dinero de proyectos sociales. De la mano en este evento se encuentra **Jartura**, un colectivo que busca remover conciencias con las consecuencias de la gentrificación. ●

cactusevilla.wordpress.com

jarturacolectivo.wordpress.com

Texto: **Pastora Filigrana García**

Equipo de El Topo y de la Red Antidiscriminatoria Gitana

Ilustración: **Alej (Alejandro Gil)**
cargocollective.com/alej

DESMONTANDO EL MITO DEL DERECHO AL TURISMO



Hace 38 años se inventó el «derecho al turismo». Lo hizo la Organización Mundial del Turismo (OMT) integrada en Naciones Unidas. Se proclamó en nombre del desarrollo económico, la paz y la prosperidad de los pueblos. Si embargo, son muchas las voces críticas que cuestionan que realmente pueda hablarse de un derecho al turismo ya que más que buscar el ejercicio de libertades para toda la humanidad lo que pretende amparar son los intereses económicos de este sector empresarial.

Todo proceso económico a escala mundial que conlleve la acumulación de capital a costa de la desposesión de una parte de la población, como es el turismo, necesita un discurso legitimador que lo sostenga. Los estragos que causa el turismo a las poblaciones locales que lo soportan no podría sostenerse si no se estuviera perpetrando a costa de algo tan importante como un derecho. La gravedad de los costes humanos, sociales y ambientales del turismo, es directamente proporcional a la solemnidad del discurso que lo justifica, de ahí que la OMT haya coqueteado con ir más allá y no hablar ya del derecho al turismo como un derecho social, sino como un derecho humano. Así lo enuncian como derecho intrínseco a la propia naturaleza humana y que goza de la máxima protección de los ordenamientos jurídicos y de paso dan carta de naturaleza a la OMT para formar parte de la ONU.

Cualquier incidencia que queramos hacer sobre la realidad material en pos de un horizonte emancipador y de justicia social conlleva desmontar los discursos con los que se justifican las desigualdades. Desmontar el discurso del turismo como derecho urge a fin de frenar la acumulación de riquezas de la industria del turismo a costa de los verdaderos derechos fundamentales de las poblaciones locales que soportan este fenómeno.

Método contra la pobreza

El Código ético de la OMT dice que «la actividad turística se organizará de modo que permita la supervivencia y el florecimiento de la producción cultural y artesanal tradicional, así como del folclore, y que no conduzca a su estandarización y empobrecimiento». A partir de esta premisa la industria y los Gobiernos repiten el mantra: «el desarrollo del turismo es bueno y crea riqueza en las poblaciones locales». Sin embargo, la OMT nunca ha presentado informes del desarrollo real que el turismo genera en las poblaciones de destino. La realidad se impone y en muchos países del sur el turismo genera una gran brecha económica entre turistas y población autóctona y favorece el racismo y la discriminación. Y tanto en el sur como en el norte se evidencian retrocesos en los derechos sociales de la población local: encarecimiento de la vivienda, gentrificación, recorte de dotaciones públicas, marginalización de los sectores sociales más vulnerables, encarecimiento del coste de la vida y sustracción de recursos naturales.

Los organismos internacionales hacen lecturas superficiales de estas realidades y se quedan en el eslogan de «el desarrollo turístico es bueno y genera beneficios para la población local de forma automática y natural».

Sin embargo en Andalucía, esta tierra a mitad de camino entre el norte y el sur, podemos ver estos procesos en sus capitales y en sus costas a simple vista. No obstante, el sentido común imperante dice que hay que soportar estos «daños colaterales» en beneficio del empleo que el turismo genera en esta tierra desindustrializada.

Sin embargo, la Organización Internacional del Trabajo (OIT) afirma que el turismo es uno de los sectores económicos donde los derechos laborales se encuentran más vulnerados (OIT, 2010). En su propio sitio web, la OIT afirma que *el sector tiene la reputación de ofrecer unas malas condiciones de trabajo debido a una serie de factores: se trata de una industria fragmentada, integrada en su mayor parte por pequeñas y medianas empresas empleadoras con una baja densidad sindical, y el trabajo se caracteriza por los bajos salarios y los bajos niveles de requisitos en materia de calificaciones, por el trabajo por turnos y el trabajo nocturno, así como por la estacionalidad.*

El sindicato Comisiones Obreras denuncia que el 95,15% de las afiliaciones a la Seguridad Social del sector de hostelería corresponde a contratación temporal en muchos casos fraudulentos. Las Kellys (camareras de piso), vienen denunciando que algunas empresas hoteleras pagan salarios

de menos de tres euros la hora. Trabajar ocho horas y estar dada de alta dos es algo extendido y aceptado en el imaginario común de las trabajadoras de la hostelería.

El desarrollo turístico que crea puestos de trabajo a cambio de desposesión parece que por ahora quita más de lo que da.

Un derecho universal

Con el afán de amparar los intereses de la industria turística bajo los Derechos Humanos y forzar la inversión pública en este sector, los organismos internacionales sacan el siguiente razonamiento de la chistera: puesto que el artículo 13 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos reconoce la libre movilidad y el 24 el derecho al descanso y a vacaciones pagadas, el derecho a moverse en vacaciones no puede ser más que un derecho humano.

Desde luego el derecho al descanso y el derecho a la movilidad son derechos fundamentales fruto de conquistas sociales, pero la opción de moverse durante el tiempo de descanso no es un derecho, es una opción.

Verdaderamente el derecho al turismo no es intrínseco al ser humano. «Ser turista» es un estado circunstancial, delimitado en el tiempo. No es una categoría humana, como sí lo es ser indígena o mujer, y no puede ser objeto de derechos humanos específicos.

Además, para ser un derecho humano, debe ser universalizable su ejercicio y la propia OMT reconoce que el 80% de los viajes internacionales lo realizan personas de solo veinte países del mundo, por lo que sigue siendo una cuestión de clase, etnia y colonialidad el acceso a moverse en el tiempo de descanso.

Todo reconocimiento de derechos son fruto de procesos sociales, conquistados por luchas emancipatorias. Debe hacernos dudar del carácter de *derecho* del turismo el hecho de que la interesada en ello sea la misma patronal que se beneficia económicamente de forma directa de dicho fenómeno.

El derecho de arraigo al territorio es el único derecho de carácter colectivo y fundamental que está en juego en este debate y debe ser el límite a la práctica del turismo, esa movilidad en tiempo de descanso que practican mayoritariamente lxs habitantes de los veinte países más ricos del mundo. ●

El desarrollo turístico que crea puestos de trabajo a cambio de desposesión, por ahora quita más de lo que da

WELCOME TOURISTS

Mediomanto • Equipo de El Topo

—Ahora trabajo llevando y trayendo a turistas de un lado para otro, en mi furgoneta.

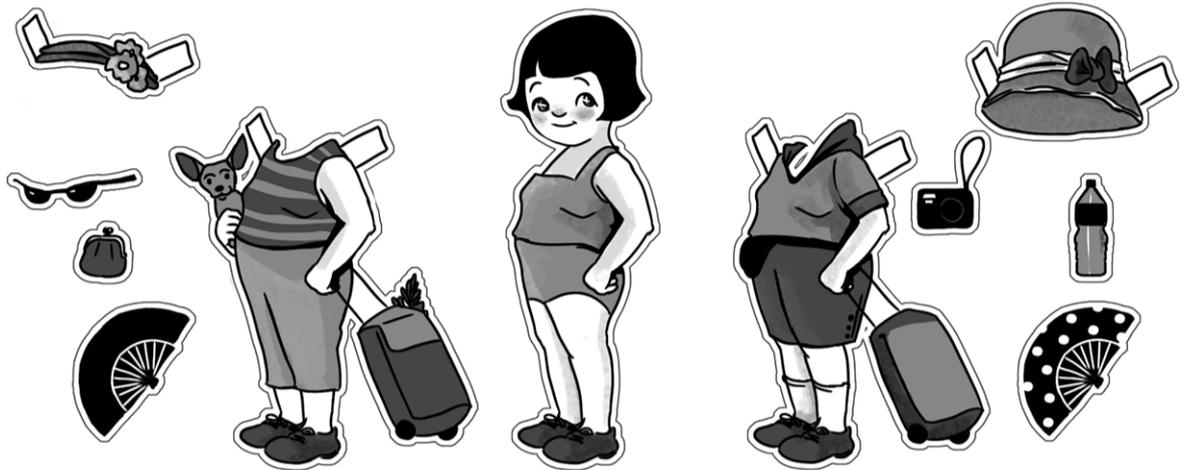
Los turistas pueden moverse libremente desde sus residencias europeas hasta la plaza de España, adonde los lleva en su furgo Amiram; él tiene vetado el cruce de fronteras. Amiram vino del Este junto a su familia hace un par de años. Desde entonces esperan a que la Europa fortaleza decida si les otorga el estatus de refugiados, pero tienen muchas dudas acerca de si lo obtendrán. Probablemente la administración, con su criterio arbitrario, les comunique en breve que no tienen derecho a existir a este lado de la frontera, que no es para tanto aquello de lo que se han querido alejar como para no poder volver.

—Pero aun así no nos da para pagar el piso, nos van a subir el alquiler y quizás nos tengamos que mudar. La familia de Amiran vive en un barrio hasta ahora periférico y empobrecido. Hasta ahora. La cercanía al centro lo está convirtiendo en carne de B&B y, mientras las inmobiliarias ya han comenzado su proceso de subida de alquileres, el Ayuntamiento arregla calzadas y aceras que solían ser simples basureros.

—Está difícil, no sé dónde nos acabaremos yendo, quizás a un pueblo. Ahora no se está refiriendo solo a la imposibilidad de pagar un alquiler medio en esta ciudad. La familia de Amiram, como la de tantas otras personas racializadas y migrantes, cuenta con una segunda barrera: la del racismo de las muy burguesas, ¿muy blancas? y muy ciegas personas propietarias que se niegan a alquilar sus muy suecamente decoradas propiedades a toda aquella que no cumpla con sus criterios de occidentalidad.

Nos quedamos calladas. Con tres simples frases, Amiram me ha explicado el estado actual de esta ciudad-decorado que abre los brazos a guiris de toda índole y expulsa a las vecinas que crean barrio. Al parecer ahora el turismo es un derecho y la libertad de movimiento un privilegio. Estaba yo mal enterada. ●

SALVEMOS EL TURISMO



Llegan a nuestras costas huyendo de la miseria cultural y moral, de sus vidas cotidianas, escapando de las pesadillas urbanas, buscando el espejismo de una vida mejor, la de las vacaciones, y solo encuentran el rechazo y la ignominia. Española o extranjera, la misma clase hortera.

Texto: **La Cúpula**

Ilustra: **Nathalie Bellon Hallu**
 ilustracionesdebellon.tumblr.com

No nos enteramos, miramos para otro lado, incluso hacemos chistes sobre ello, pero es un drama que desde hace décadas azota nuestras ciudades y nuestros parajes naturales, un drama homérico cuyxs protagonistas son etiquetadxs como perniciosxs para la sociedad, como plaga o como ejército invasor, mientras sufren los efectos de comidas precarias, descanso insuficiente e inoculación de la ignorancia: el turismo.

Muchas de estas personas llegan a nuestras costas huyendo de la miseria cultural y moral, de sus vidas cotidianas, escapando de sus pesadillas urbanas, buscando el espejismo de una vida mejor, la de las vacaciones. Nos regalan sus ilusiones tras once meses sometidos al tedio y la monotonía. Vienen empeñando los ahorros de todo el año, traídos hasta aquí por mafias sin escrúpulos, traficantes de personas que los hacinan en embarcaciones inseguras, cruceros y aerolíneas de bajo coste, donde sufren el hacinamiento, los precios abusivos y a veces la inanición. Los alimentan con productos tóxicos y de mala calidad. Estas redes mafiosas crean un efecto llamada en sus lugares de origen, les engañan ofreciéndoles lugares tranquilos, donde el tiempo corre más lento, la gente se saluda por la calle, donde siempre hay una buena excusa para hacer una fiesta y beber sangría. Pero cuando llegan aquí, tras agotadores viajes y largas colas por las que pagan considerables sumas, se topan con la cruda realidad: la gente está ansiosa, está todo lleno de coches, hay mucho ruido, los horarios son muy raros y tanta fiesta resulta cansino. Luego viene el dolor de pies, las quemaduras en la piel, las intoxicaciones y las resacas, por no hablar de los ahogamientos o las caídas por barrancos haciendo senderismo. No hay nada más apetecible de targar o estafar que al turista desprendido.

No sabemos reconocer a la persona extranjera como semejante. Cuando, por fin, logran poner sus castigados traseiros en la arena de la playa, la población aquí no es tan receptiva como esperan y no les es fácil integrarse, encontrar su hueco como una autóctona más. Se sienten distintas. De hecho, asistimos a un alarmante aumento de actitudes hostiles hacia estas gentes y sus costumbres. No logramos apreciar su cultura ni tenemos apertura al diálogo. Prueben si no a quedar con sus amistades y acudir combinando sandalias con calcetines; o las mil expresiones que circulan acusándoles de la falta de vivienda, de recursos sanitarios; los estereotipos sexuales y sexistas que se vierten sobre estas personas (que si las suecas, que si las parejas alemanas liberales, que si el *dogging* por las dunas, etc.).

En el mejor de los casos suelen ser cosificadas por la población local que ve en la personalidad guiri una oportunidad de negocio, la ocasión para dar salida a viejos excedentes.... Pasan a ser menos que un euro con patas. Un recurso material de usar, abusar y tirar. Incluso algunos mensajes xenófobos en su contra son replicados ya en nuestro entorno. Es el caso del grupo musical, The Ramonis, en la turística ciudad de Cádiz, que con toda impunidad canta el himno antitourista de *Putos madrileños, no seréis los dueños*. Se les acusa también de estar acabando con nuestras costumbres, diseccionando nuestras raíces, inoculándonos usos paganos como Halloween, los ritos tribales para despedir la soltería o el *balconing*.

Quizás sea cierto: no cabemos todxs, hay que parar esta avalancha. Por suerte también hay gente solidaria y cuentan con la ayuda heroica de algunas ONGs y ciudadanxs, y una parte importante del tejido económico e institucional. Y desde aquí queremos romper una lanza por estas personas que, como tú, también son humanas, aunque su color de piel o su pelo sean más claros, también viven en precario, también están explotadas y aburridas. Desterremos el *Tourist go home* por un *No borders*, un *Bridges not walls* o al menos un *One love*. Por eso, tenemos que ver que su llegada nos conviene colectivamente, desarrolla nuestro sentido comercial, mercantil, invitándonos a aplicarlo en todos los planos de la vida. Gracias a ellxs, muchxs sabemos cómo tenemos que vendernos, vender nuestra ciudad, nuestro campo, denigrar nuestras costumbres ancestrales y compartir valores comunes como el servilismo y la precariedad. Española o extranjera, la misma clase hortera. ●

«Llévame a ver flamenco, pero que no sea para guiris.» (Cualquiera en Sevilla, 2019).

La frase que habréis escuchado y pronunciado, marca el campo: flamenco y turismo. Pero ¿qué le pasa al flamenco pa guiris? ¿Por qué la gente lo evita?

Texto: **Pablo Domínguez**

Aficionado flamencón e integrante de CACTUS

Ilustra: **JLR**

www.instagram.com/jlr_tatuaje

El flamenco siempre está naciendo, hijo de su tiempo y contexto, y no podría estar ajeno como práctica artística moderna a la (des)regulación del mercado global del turismo. Tres millones de turistas llegan cada año a Sevilla y, salvo por venir en masa, no suponen nada nuevo al flamenco, donde siempre han estado presentes. Presentes e importantes, en una práctica que se internacionaliza casi desde que emerge en el s. XIX. Narrando, tocando y bailando; financiando, enseñando, trayendo y llevando... con pieles y lenguas muy diversas, han sido protagonistas y su mirada ha moldeado la historia de este género. El turismo de nuestro siglo, dispuesto a pagar precios elevados por disfrutar de una velada flamenca en un tablao, condiciona de igual forma sus aristas. Sus expectativas y demandas determinan la oferta de un flamenco de lunares y peinetas. Aunque este deseo no les queda restringido, *everybody has a mairénist friend*. La sevillanía, a menudo, también erotiza el estereotipo.

Pony Bravo fija en la letra de su tema *Turista, ven a Sevilla, la hemos convertido en un lugar ideal*, los tres conceptos clave de una práctica artística turistificada: **no hay futuro cuando se pierde el encanto: Autenticidad.** Cada sevillanx es turista en su ciudad: **Exotismo.** La tradición aprieta los dientes: **Folclore.** La obsesión por vivir experiencias «reales y verdaderas» responde al deseo de comprar el producto más cotizado del consumo postmoderno: la autenticidad. Algo que no esté impostado, que no se produzca en masa ni sea hecho por dinero, a eso se refieren con autenticidad. Será que todo lo demás es mentira. Lo auténtico, como concepto, existe porque la gente lo usa, piensa y actúa como si existiese. Y en el flamenco, como otros campos, la

DUQUELAS TRAIGO: TURISMO Y FLAMENCO



capacidad de definir, de pontificar su estética, es una cuestión de poder. El *neojondismo* quiso parar el tiempo en las décadas de los 50 a 70, estableciendo un canon en base al duende, lo mágico, la herencia, la sangre, lo espontáneo, lo puramente emocional. «Ea, ya está, esto es el flamenco. Y ahora, ¿qué hacemos?». Una fiesta cerca de la hoguera, cantando penas y con unos pelos morenos larguísimos. Todo lo demás, bien peca de no ser lo suficientemente flamenco. Al ostracismo de la historia: Marchena, Caracol y María Pastora Pavón, que vendían su cante en cafés cantantes de la Alameda. «Hombre, por favor, el arte como mercancía, ¡qué herejía!»

Establecida la autenticidad del flamenco, vamos a reproducirla. Maceatas en las esquinas; una rueda de carro nómada detrás; la bailaora que no sea pelirroja, ni gordita, ni bajita, que

parezca que no está ensayado; una letrita de hambre y otra de amor apasionado. Desgarros, fuego, lunares y escobillas interminables. Pero que no parezca impostado, que entonces este tablao no lo compra *naiide*. Y es que ya decía Quevedo: «Buscas a Roma en Roma, oh, viajero, y a Roma en Roma misma, no la hallas».

Lo que premia en el tablao es lo plástico, la imitación de lo *jondo* (un sentimiento trágico de la vida, a lo Unamuno). El teatro debe aprovechar las posibilidades de la escena para reproducir imaginarios, pero es difícil disimular que no se trata de una vulgar imitación cuando se proyecta una fiesta espontánea en un tablao. Una industria que minusvalora y desaprovecha el trabajo y el talento de sus artistas, con relaciones laborales precarias, un canon estético impuesto y la fosilización de la expresión

“
En la búsqueda de un flamenco puro, la clientela se encuentra con una exaltación de lo cañí

artística en un *deber ser* marcado como auténtico. En la búsqueda de un flamenco puro, la clientela se encuentra con una exaltación de lo *cañí*. La fantasía de una foto fija de algo que está en movimiento, que es anacrónico, que se mueve entre las lógicas de diferentes tiempos. Avisa la UNESCO: *el incremento del turismo puede tener efectos distorsionadores, ya que las comunidades pueden alterar el patrimonio para responder a la demanda de los turistas, (...). Existe también el peligro de que el patrimonio se fosilice mediante un proceso de folclorización o por una búsqueda de autenticidad, (...). Esto, efectivamente, podría hacer que se atribuyese al patrimonio cultural inmaterial un «valor de mercado» en lugar de su valor cultural, dejándolo expuesto a una explotación comercial impropia.*

Que el flamenco se venda no es impropio de una música moderna y urbana como es, lo que aquí se cuestiona es el formato, plastificado cual fruta de supermercado: anti-ecológico, aséptico y nada apetecible.

Un producto más de la marca-ciudad, el flamenco es para la industria y las administraciones públicas un reclamo más. En Sevilla tenemos bien bonitos los jardines, abundan los coches de caballos, las casas enclavadas por normativa, los geranios en la forja, albero y sangre, capirotos y, de último *show*, el flamenco. Un centro comercial al aire libre, un parque temático para el consumo. La Andalucía flamenca como una arcadia romántica, una terracita infinita. Del norte al sur, para consumir exotismo, *Carmen* con clavel entre los dientes, una excepción en occidente, un rincón salvaje para los sentidos huérfanos del turismo moderno.

Si la gente intuye la intención de este flamenco, no es de extrañar que prefiera evitarlo. ¿Quién va a querer ir a una fiesta donde no se rompan las formas? «No se baila para complacer, se baila para provocar», te recordaría Fernanda Romero. ¿Quién va a querer quedarse con la fotografía del estereotipo? ¿Quién va a perderse los coletazos, los problemas y las encrucijadas que implica que algo esté vivo? ¿Quién no usaría y manosearía el flamenco para arrojarlo contra el poder? Si se reduce un hecho social a una representación encorsetada de lo que viene buscando el turismo y la sevillanía como flamenco, este se apaga. La búsqueda de su pureza embrutece y encierra a una *música* que siempre ha transitado hacia lo inexplorado. Y si alguien sigue con el erre que erre de «lo auténtico», que se sume a una *performance* de FLO6x8, vaya a un potaje gitano en Utrera, lo disfrute con lo último de Rocío Molina o se meta en el instagram de la joven cantaora del momento. Abramos los teatros, las casas propias y comunes, multipliquemos nuestras puertas, ansemos una ciudad libre de miedo. ●

Texto:

Víctor Fernández Salinas • Geógrafo

Ilustración:

ACAN • lapatatamecnica@gmail.com

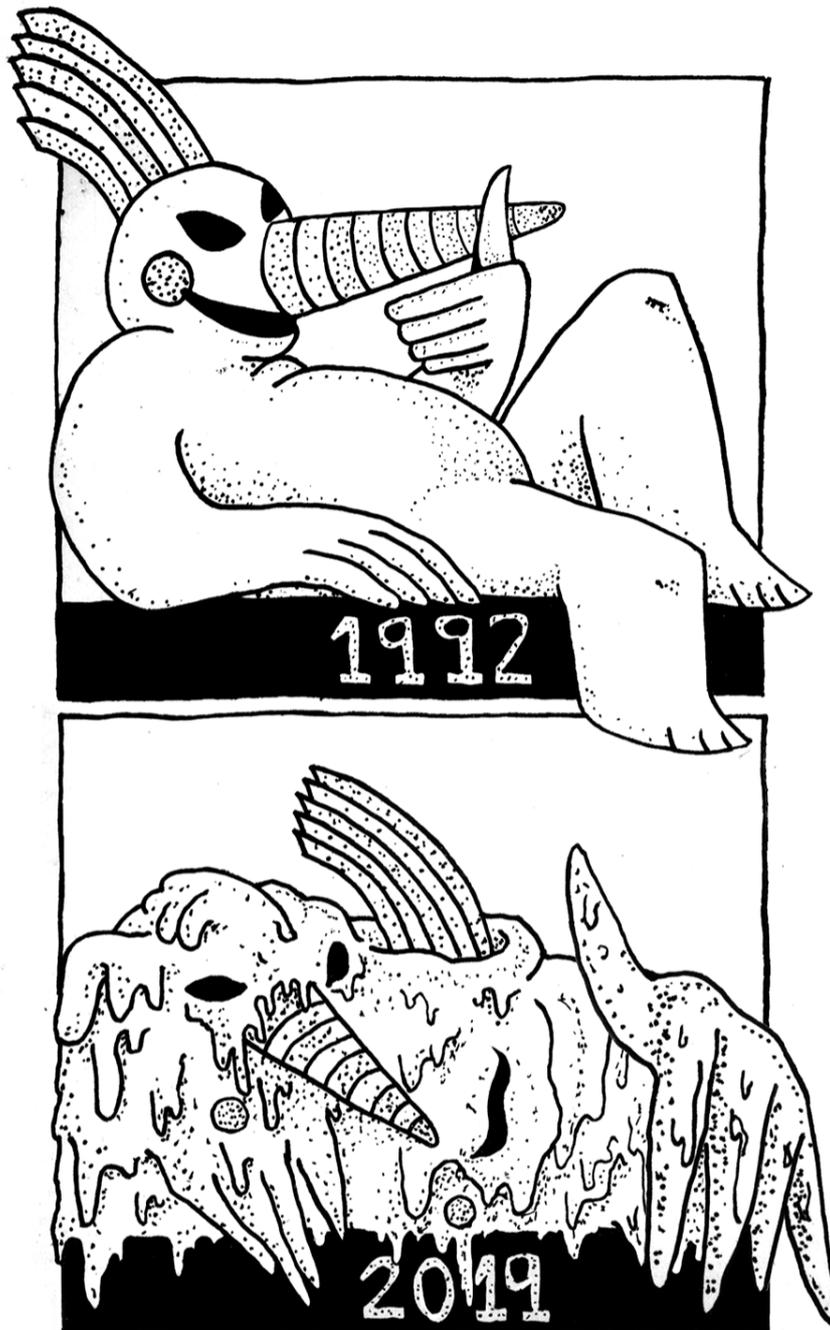
DOS EXPOSICIONES Y UNA SINRAZÓN

La marca *Sevilla*, entendida como los argumentos históricos y espaciales que la han conformado, es un estuario en el que confluyen varios ríos. Entre ellos, el siglo XX proporcionó dos: sus exposiciones. Estas, con sus luces y sombras, explican en parte la personalidad, además de la realidad física, de la Sevilla que se abre camino en el siglo XXI. Tanto la Exposición Ibero-Americana de 1929 como la Universal de 1992 perseguían servir de acicate a la modernización y apertura al mundo de una ciudad que ha tendido, al menos en la contemporaneidad, a una actitud acomodaticia y conformista.

La idea de ciudad en el encuentro iberoamericano deriva de los continuos devaneos de la Sevilla de la Restauración, entre renovación y conservadurismo, escorados casi siempre hacia el segundo término. La bancarrota municipal a la que abocó la deuda de la exposición en 1934 fue un buen reflejo de la incapacidad de la ciudad para llevar a cabo operaciones de calado sin resentirse. No obstante, existe una herencia tangible e intangible de aquel certamen. Sevilla incorpora por fin piezas urbanas potentes más allá del casco y arrabales (Sector Sur de la Exposición, Nervión, El Porvenir, etc.), aunque casi todas compuestas de edificios de baja densidad para familias acomodadas. Esto fue paralelo al desarrollo de barriadas marginales que la rodeaban por casi todos sus flancos. En lo intangible, la huella de aquella exposición fue mayor. Se trata de la Sevilla eterna, la idealizada, la que retratan Manuel Chaves Nogales, Luis Montoto, José María Izquierdo; pero también Cernuda o Juan Ramón Jiménez; la ciudad que vivió con protagonismo la segunda edad de oro de la literatura española; la que combinaba la gracia y el costumbrismo, los palacios, las iglesias y los corrales de vecinos; el paraíso que se resumía en un jardín, en un patio, en un verso, pero también la que se polarizaba socialmente y era asiento de toda miseria, tanto en su corazón como en sus periferias.

Si con la Exposición Ibero-Americana Sevilla reaccionaba a la crisis noventayochista, la Exposición Universal de 1992 supuso el corolario de

“**Sevilla mantiene islas que, más allá del encefalograma plano que hoy proyecta la parte meridional del casco histórico, destellan y son signo de que aún hay vida**



la urbe, ya metropolitana, que sintetizaba las bondades y optimismos de la nueva etapa democrática. Tres circunstancias la antecedieron: la elección de Sevilla como capital de la Andalucía autonómica, la coyuntura económica favorable de la segunda mitad de los años ochenta del siglo XX y la aprobación del plan general de 1987, el primero de la nueva etapa democrática. Sevilla, que había crecido de forma desorganizada a partir de las vías de acceso, creó una serie de anillos de circunvalación que aliviaron la ronda histórica. La maraña de barriadas que se habían construido con subvenciones públicas, mal articuladas y con escasos servicios, pasa a conformar piezas urbanas de mejor lectura en el plano urbano. Además, la renovación de los grandes sistemas de transporte y la recuperación de no poco patrimonio histórico para instituciones

públicas (San Telmo, Cinco Llagas, etc.) se acompañan de nuevas y potentes zonas de expansión urbana (Pino Montano, los Bermejales y Sevilla Este). Paradójicamente, el espacio en el que se concentraba el grueso de las instalaciones de la Exposición Universal, la llamada Isla de la Cartuja (sí Cartuja, pero no isla), mantendrá una importante desconexión mental con el resto de la ciudad en tanto que su planificación y gestión no generaron ciudad, sino solo lugar de trabajo y, en menor medida, de ocio. La negación del uso residencial es una idea respetable, pero condenó a esta gran pieza urbana a su utilización solo durante las horas laborales o, en todo caso, de apertura de sus parques (Alamillo, Jardines del Guadalquivir, Isla Mágica, etc.) y, en consecuencia, a la presencia de una gran barrera psicológica, la dársena, poco permeable

a considerar este gran espacio urbano del noroeste de la ciudad como plenamente ciudadano.

En lo simbólico, la Exposición Universal fue menos prolífica que la anterior. Su germen coincidió con el proceso globalizador, en el que las ciudades se abocan a la mercadotecnia competitiva y sus recursos culturales se comercializan. Sevilla, aun convirtiéndose en una ciudad mercantilizada y pasto de la *turistización*, terrible neologismo, se ha quedado a medio camino entre la realidad y el deseo, parafraseando a Cernuda. Mantiene la nostalgia de ese tiempo que nunca fue, o que fue algo bien distinto a lo que nos imaginamos hoy, y se mantiene hambrienta de verdadera modernidad, esa que no dan los rascacielos banales ni las arquitecturas espectáculo, sino la innovación y la creatividad.

Pero soy optimista. Sevilla mantiene islas que, más allá del encefalograma plano que hoy proyecta la parte meridional del casco histórico, destellan y son signo de que aún hay vida. Todos los días se libra una sorda batalla entre el monocultivo de los apartamentos turísticos y las propuestas múltiples y variadas de aquellxs que, aunque menos visibles, tienen algo que expresar. La tendencia es que, al menos el centro, se convierta en un desierto paradójicamente abarrotado: de monumentos, de turistas, de bares... pero sin sevillanxs. Al final, aunque de forma dramática, se está cumpliendo el viejo lema machadiano, pero no creo que él lo calificase hoy de ¡oh, maravilla!

Sin salir de la paradoja, y huérfanas de ambas exposiciones, otras zonas de Sevilla están afianzando su condición urbana y ofreciendo laboratorios nuevos con los que entender la ciudad que siempre se reinventa de la manera inesperada. La Macarena más allá de la Ronda, la Triana más allá de la Cava, los nuevos puntos de la periferia donde, con sus contrastes, renace trasplantado el espíritu sevillano en forma de balaustre, peña y cofradía, pero también de nuevos perfiles humanos, de asociaciones, de inmigrantes, de espacios colaborativos.

Hoy el mapa de Sevilla es tan complejo que no está pintado en ningún sitio. Las exposiciones, como espejos en los que la ciudad se miró un día y de cuya imagen recogió lo que le apeteció, siguen siendo un referente que explica algo, pero no todo ni mucho menos. La explicación de la personalidad urbana de Sevilla, arrolladora y sentimental, no está solo en su pasado, sino en su capacidad, aliñada de soberbia, de entender el mundo sin salir de la plaza de cualquier barrio. Lo universal aquí se hace provinciano, pero a partir de ello también hay quien inventa lo sublime. A Sevilla hay que entenderla en su sinrazón. ●

Si hay una cara visible de los movimientos sociales sevillanos que luchan por el derecho a la ciudad desde hace varios lustros, esa es la de David Gómez. Amable, sensible, incansable, creador de un vocabulario propio, optimista. Hablamos con él de turismo, ciudad y militancia y, como siempre, fue un placer, joven.

Entrevista: **Candela González Sánchez y Mar Pino Monteagudo**
Equipo de El Topo

Ilustración: **Belén Moreno**
domestika.org/es/belen_moreno_nunez/

DAVID GÓMEZ – ACTIVISTA

«NO HAY NINGUNA GRAN CIUDAD NI NINGUNA GRAN CUMBRE QUE NO TENGA SU CONTRACUMBRE»

¿Por qué un chaval de Córdoba acaba implicado en la construcción de Sevilla?

Yo en Córdoba no había hecho nada, estaba en otras historias. En Sevilla no empecé de inmediato, fue una casualidad, aunque alguna sensibilidad tendría que haber. Viviendo con mi abuela en la Barzola cuando estudiaba, descubrí una farola en una avenida sin la tapa de registro. Me puse en contacto con el Ayuntamiento y mandé un escrito que no tuvo ninguna respuesta. No sé qué me indignó más, si que esta gente pudiera dormir tranquila cuando había vecinos que se podían electrocutar... o que no contestaran. Años más tarde, me encontré a Javier Queraltó, que era el concejal entonces, y le dije: «tú tienes la culpa de que yo me reliara en estas cosas». Así empezó.

Unos años más tarde creé la asociación Taller de Ecología Urbana, centrada en la habitabilidad del espacio público. Pero mi bautismo de fuego se produjo en la segunda mitad de los noventa, cuando vivía en San Lorenzo y se puso en marcha el Plan Urban para el que se organizó, por imperativo de Europa, un Consejo Vecinal. Ahí entramos varias asociaciones y nos conocimos muchas personas, pero qué sensación de impotencia nos dejó aquello.

Por esos mismos años, rescatan la intención de hacer el aparcamiento en la Alameda que Javier Queraltó y otros arquitectos jóvenes, en el año 76 y 77, consiguieron parar. Este, en 1998, fue el segundo intento. La plataforma contra el aparcamiento volvió a unirnos a gente diversa que luego hemos seguido trabajando juntas para otras cosas. Gente de la que te fías, con la que me gusta trabajar... esas confianzas y esos haceres y confianzas se han reciclado para otras luchas.

Por aquella época también formabas parte de Arquitectura y Compromiso Social.

ACS llevaba funcionando dos o tres años cuando yo entré. No recuerdo si fue por un seminario anual temático, quizás el de accesibilidad. Yo en ese momento estaba muy motivado con ese asunto, también por una casualidad. Estaba tomándome un café en la Alameda y vi como una abuelita de ochenta y tantos años largos era incapaz de subir un bordillo de quince centímetros. Nunca me había fijado antes en eso.



Otra de las plataformas de las que has formado parte ha sido la de la Liga de Inquilinos. ¿Crees que sería un momento para retomarla?

La Plataforma de Inquilinos nace a partir de la lucha por la Casa del Pumarejo que empezó en el año 2000. Cuando estábamos inmersas en ese proceso empezaron a acercarse personas a pedirnos ayuda. Venían con cartas de Urbanismo que no entendían y que les avisaban del tiempo que les quedaba para desalojar sus viviendas. Entendimos que necesitaban atención y se creó en 2004 la PIA (Plataforma de Inquilinos Amenazados). Después organizamos unas jornadas en la Casa de las Sirenas en las que tratamos el problema de los asustaviejas, los inquilinos amenazados... Y se conectó con el Plan Urban.

La PIA (2003-2004) nace de esa urgencia por intentar parar el desalojo de estas ancianas. Algo después decidimos darle más formalidad cuando vimos que había suficiente número de personas afectadas para crear una Liga de Inquilinos. Así lo hicimos y la bautizamos La Corriente en honor de Eduardo Corriente, que fue presidente de Copavetria, una asociación pionera de defensa de los patios y corrales de Triana.

Durante un tiempo estuvo funcionando, a pesar del esfuerzo que supone unir a militantes con personas afectadas que venían con miedo, sin experiencia en trabajos colectivos, desconfiando de las intenciones del resto, con vergüenza... Después se fue desinflando. Llegó la explosión de la burbuja inmobiliaria y el foco pasa a las hipotecas y ahí el perfil sociológico es otro. Aparecen las plataformas de afectados por la hipoteca, la PAH o Stop Desahucios en otras ciudades y por ahí se va canalizando esa lucha. Pero quizá sí que va llegando el momento de retomar algo diferente. Quizá deberíamos pensar algo que trascienda el problema de las hipotecas o de las abuelitas. Una lucha que aúne otros perfiles por el derecho a la ciudad o el derecho al hábitat o a una vida digna.

Cómo sería Sevilla sin las luchas en las que has participado, con otras muchas, claro, pero en las que tú has tenido un papel fundamental. Cómo sería el plano de Sevilla...

No lo sé, nunca he hecho ese ejercicio, pero sería curioso plantearme ¿a qué he dedicado mi vida y para qué ha servido? He estado en unas cuantas movidas, sí. Citando a José Ignacio Aguilar (abogado y activista de muchas de estas luchas), ante una intervención muy derrotista en alguna asamblea, dijo: «los poderosos ganan muchas veces, seguramente la inmensa mayoría, pero cuando los no poderosos se unen, no torpean demasiado, persisten y se organizan medianamente bien... la mayoría de las veces ganan». Quizás alguna palabra es mía, pero esta frase me parece clave. Si la gente sale del aislamiento y curra un poquito... Solo con eso, es tal el silencio que hay, que una pequeña voz se escucha mucho.

Proyectos faraónicos tenemos unos cuantos de los que ahora atraen a muchos turistas.

El primer proyecto para la Encarnación se paró. Aunque visto lo que acabó levantándose allí, podría haber salido mejor el primero, y eso que llevaba un parking de 500 plazas que iba a incrementar el tráfico por la calle Imagen e iba a ser un caos. Aquel proyecto iba para delante, pero coincidió con un cambio de gobierno municipal y se paró para convocar un concurso público. Y ese concurso lo gana el Metropol Parasol de Jürgen Mayer, conocido por todas como Las Setas. Yo pude acceder a todos los proyectos, los 65 que se presentaron. Se preseleccionaron diez, cinco eran normalitos (una plaza, un mercado...) y otros cinco muy locos. Pues de esos cinco eligieron el más loco. Y es que Jürgen Mayer dijo: voy a poner Sevilla en el mapa.

Y es verdad que viene turismo a verlo específicamente, pero si la gente que pasa al lado supiera que ha costado 130 millones de euros, faltando tanto dinero para equipamientos, para cosas que hacen más fácil la vida a la ciudadanía... quizás se miraría con otros ojos. Y eso sin entrar en temas de paisaje urbano, patrimonio...

La inauguración se la amargamos, eso sí. A través de Barrios en Lucha organizamos un encuentro para que no le saliera totalmente gratis la «gran escultura». Hicimos la comparativa de otros gastos que pueden hacerse con ese dinero. 130 millones de euros son tres hospitales generales equipados hasta la bandera, por ejemplo. Y es verdad que eso es competencia autonómica, pero imaginaos cuantos equipamientos deportivos podrían ponerse en los barrios con ese dinero. Que por cierto, el dinero que se gastó lo hemos ido conociendo poco a poco. Por aquel entonces estaba en unos 90 millones y vamos ya por 130...

¿Las cosas solo pasan en el centro?

El centro es un sitio muy tensionado por su densidad de población, su uso, su significado urbano, patrimonial, sitio de mayor atracción turística, mayor concentración de instituciones y comercios... Hay muchas investigaciones que concluyen que la ciudad está demasiado volcada en el centro. Los barrios están muy mal equipados. El PGOU vigente desde 2006 detectó este problema y planteaba que en cada distrito debería haber un pequeño centro, una zona peatonal, comercial. Ahora bien, fue aprobarse el PGOU y estallar la burbuja. Es verdad que el PGOU preveía la construcción de 50 000 casas, existiendo entonces 40 000 vacías... que era una barbaridad, pero si hubieran podido construir, a lo mejor también hubieran hecho alguna de estas cosas.

Lo que hay es una impresionante carencia en los barrios de una mínima calidad urbana. Muchos barrios son meros aparcamientos de coches. Cuando me detectaron colesterol y me castigaron a andar, decidí ir por los barrios y empecé a ver cosas... Sitios donde la arquitectura y el urbanismo son para salir pegando voces. Coches y coches... Y así no sé cuántas periferias habrá, seguramente será el mal uso de ciertos paradigmas arquitectónicos y urbanísticos de hace ochenta años, que cuando se aplican se hace mal y tarde.

Es decir, las cosas también pasan en otros barrios, pero en el centro es más fácil por los contactos, la cercanía, por las luchas... hay más facilidad en la contestación.

Una vecina de Bellavista, ¿tú crees que está preocupada con la turistización o con la gentrificación?

No creo que lo piense en su medio, pero la gente que está siendo echada de los barrios más centrales se están moviendo y están elevando los precios en otros barrios. Es como tirar una piedra a un estanque... la onda va a llegar. A lo mejor no de la misma manera, pero llega.

Si el centro va a ser un escaparate y cada vez más difícil y más caro, todo se irá transformando, esa gente se tendrá que ir y habrá movimientos migratorios internos.

¿Andalucía qué opciones tiene al turismo? ¿Qué alternativa tiene esta tierra al modelo productivo basado en el turismo?

La única alternativa a los monocultivos es que nuestros gestores no piensen de cuatro en cuatro años. No tienen un esquema, tiempos que requieren tiempo, acuerdos entre partidos...

Si solo tienes ese horizonte de cuatro años, eso es una planificación estratégica, potencialidades, pero eso va más allá de los mandatos, y eso aquí no lo disfrutamos. No son extraterrestres, han salido de esta sociedad, pero

no... Hace tiempo que Europa dijo que la industria estaba en el norte y el sur para las vacaciones... Pero nuestras autoridades no han aprendido nada. ¿Que se aprendió de la burbuja inmobiliaria? Nada, estamos en otra burbuja, que ahora llamamos turística, sí, pero mientras podamos ganar dinero.... Por otro lado, ¿quién hubiera dicho que Sevilla iba a ser un referente aeronáutico...? Julián Sobrino (experto en arquitectura industrial de Sevilla) dice que ese mito de que Andalucía nunca ha sido industrial no es verdad, la Fábrica de Vidrio fue un referente en la industrialización de Andalucía. Más tarde hubo una apuesta política por potenciar unos territorios y no otros.

Es muy arriesgado hacer depender todo del turismo, todos los huevos en un mismo cesto. El turismo representa el 13% del PIB de Andalucía y genera muchos puestos de trabajo, vale, pero muy precarios, porque esos precios competitivos ¿de dónde salen? ¿De la contención de beneficios empresariales? No creo.

Para cuándo un banco con ADN del Gómez para clonarlo.

El virus del enredo, una vez que te entra por alguna movernada, ya lo tienes. Siempre ha sido un trabajo colaborativo, unos aprendemos de otras y este tipo de historias no se pueden clonar, pero pueden generar otras luchas. Cuando ayudamos a Basilio Moreno a salvar su casa en Retiro Obrero, pues ya que estaba en la calle defendiendo su casa, aprovechó para defender la Fábrica de Vidrio. Que salgan y hagan algo por sí mismos y de paso colateralmente se beneficien otras, con la educación que tenemos individualista, es un logro. Los proyectos pioneros también sirven, una pequeña victoria te ayuda a ver que no siempre se pierde.

¿Qué come el Gómez que no pierde el optimismo?

Café.

¿Tienes previsto acabar la carrera?

No, estuve muchos años intentándolo, pero cuando llegaba noviembre ya no iba más a clase. Me entretuve demasiado, esta carrera duraba seis años, pero la media eran nueve, si te entretienes, ¿es muy fácil dejarlo...! Yo para terminar la carrera me tendría que ir a un convento y a lo mejor me quitaría las asignaturas que me quedan.

En unos días se celebra en Sevilla la Cumbre Mundial de la Industria Turística, una de las razones por las que este número de El Topo es monográfico. ¿Qué significa esto?

Bueno, primero que no hay ninguna cumbre que no tenga su anticumbre. Hace dos años empezaron a echar a amigxs del barrio, escuchamos cada vez más el tracastrá de las maletas por las calles y hasta los políticos han empezado a hablar de ello, aunque solo les preocupe la competencia desleal a los hoteles y a los pisos turísticos legales. Está de moda hablar de los problemas del turismo, aunque va muy lento. Ya han incorporado que hay que procurar que no moleste al vecindario. Esta gente se pasa el mandato estudiando y diez minutos antes de las elecciones sacan lo que sea. Por eso la anticumbre es necesaria. No significa que vaya a cambiarlo todo, pero todo lo que se hace, te lo llevas puesto. Aunque no sirviera para nada, aunque la policía no te deje llegar a la manifestación que se convoque, solo por las redes que se crean y el trabajo realizado, ya merece la pena organizarla. ●

MOCHILA DE MATERIALES

Equipo de El Topo

Textos divulgativos

+ *Tres caras de la Sevilla neoliberalizada* (Luis Berraquero), *Ciudad como negocio*, (Jaime Jover) o *Cuando el barrio se defiende... de nuevo* (María Barrero). Todos disponibles en eltopo.org

+ La revista barcelonesa *Masala* tiene varios artículos sobre la problemática en su ciudad que puedes encontrar en Masala.cat

+ Revista *Ecología Política* 52: «Ecología política del turismo», disponible en internet en ecologiapolitica.info

+ El periódico malagueño *Gente Corriente* tiene un número especial, de primavera de 2017, sobre turismo «Mc Málaga: se vende ciudad». Puedes leerlo en gentecorriente.net

Documentales

+ *Bye Bye Barcelona*, disponible en Youtube.

+ *The Venice Syndrome* y *Tot Inclós. Danys y conseqüences del a les nostres illes*, disponibles próximamente.

+ *Terramotourism*, disponible en la red en vimeo.com/192243662

Cursos

+ *Curso sobre economía y ecología política del turismo*, organizado por la asociación Alba Sud y la cooperativa La Hidra, con las sesiones disponibles en internet en www.albasud.org

+ *¿Tourist go home? Turistización, neoliberalismo y derecho a la ciudad*, del proyecto de autoformación política Nociónes Comunes, cuyas sesiones puedes escuchar en traficantes.net/nociones-comunes/?tourist-go-home

Libros

Pásate por La Fuga a bichear; algunos puedes encontrarlos allí.

+ *Ciudad de vacaciones*. Coordinado por Claudio Milano y José A. Mansilla, del Observatori de Antropología del Conflicte Urbá (OACU)

+ *La ciudad negocio: turismo y movilización social en pugna*. China C. Cabrerizo

+ *Bienvenido Mr. Turismo. Cultura visual del boom en España*. Alicia Fuentes Vega

+ *Mundo en venta. Crítica de la sinrazón turística*. Rodolphe Christin

+ *Exceso de Equipaje. Por qué el turismo es un gran invento hasta que deja de serlo*. Pedro Bravo.

+ *Museo de los desplazados*, con fanzine descargable en museodelosdesplazados.com

+ *Jodidos Turistas*, de la editorial madrileña Antipersona. Consíguelo en www.antipersona.org ●

10 AÑOS DE FERIA ANARQUISTA DEL LIBRO

Asamblea de la Feria

La X edición de la Feria Anarquista del Libro de Sevilla ha presentado este año un programa que abarca los días jueves 21 al domingo 24 de marzo, en los que, a base de debates, música en directo, teatro, poesía y buena comida, además de novedades editoriales y títulos imprescindibles, se pondrá de manifiesto la pervivencia del movimiento anarquista en nuestra ciudad, como demuestra el interés que despierta siempre este evento, al que acompaña permanentemente un buen número de visitantes.

La mayoría de eventos se celebrarán en Lanónima y en Tramallol (en la calle Pasaje Mallol) y en la librería La Fuga, con cuatro espacios temáticos: «Surrealismo y alrededores», «Feminismos», «Pensamiento crítico», «Contra las cárceles» y «Artes escénicas». La inauguración oficial se hará el viernes a las 20:00 en Tramallol, con el directo de los Voluble *Catástrofe audiovisual*. Talleres y un paseo sobre urbanismo con perspectiva de género, feminismo rural; presentaciones de obras Julián Lacalle y Julio Monteverde, del Grupo Surrealismo Cádiz-Sevilla, de la revista El Topo y la contracumbre del turismo; de Emmanuel Rodríguez y de Manuel Martínez. Teatro de La Cía. Títeres desde Abajo, con el estreno de *Paral-lel 55*, sesión Dj de Andalucía Über Alles y perfopoesía de las Herederas de Salem, que presentarán su obra *Tientos*. Poniendo la guinda, la espectacular cocina vegana que triunfa en cada edición.

Más información, en redes sociales y en su página web: <http://feriaanarquistasevilla.org> ●

DESPIDIENDO A VENTURA

Ángela Lara • Equipo de El Topo

Recientemente nos despertábamos una mañana con la triste noticia de que nuestro compañero y amigo, Ventura Galera, había tenido un accidente de tráfico a consecuencia del que había fallecido en el acto. Una noticia que a quienes le conocíamos nos causó, por lo repentino e inesperado, primero una gran estupefacción y a continuación una profunda congoja.

De carácter humilde y conciliador, con un profundo compromiso y una gran capacidad de trabajo, fundó la ONG Arquitectura y Compromiso Social y participó en las luchas por la defensa de la vivienda digna, contra la especulación urbanística y en defensa del patrimonio, como la de las vecinas de la Bachillera, la plataforma Tumbala contra la Torre Cajasol o, más recientemente, contra la construcción del centro comercial de Palmas Altas, en colaboración con entidades como Ecologistas en Acción o la Asociación Pro Derechos Humanos de Andalucía. Pero si en algún sitio Ventura deja un gran vacío, es en la Casa del Pumarejo, con cuyo vecindario había estado implicado desde hacía años por conseguir una rehabilitación respetuosa con el edificio y, sobre todo, con sus habitantes.

Ventura reunía cualidades muy necesarias para el trabajo en colectivo: una importante solvencia técnica, un gran sentido de la responsabilidad y siempre una cálida amabilidad en sus formas. Nos quedamos huérfanos de un buen amigo, un gran compañero y un activista difícil de sustituir. Y aunque pueda sonar a tópico, esta vez, sin duda, sí que se nos ha ido uno de los mejores. ●

8 DE MARZO, LA CALLE ES NUESTRA

Equipo de El Topo

Por segundo año consecutivo el feminismo ha demostrado ser una fuerza desbordante capaz de movilizar a cientos de miles de mujeres en todo el mundo. No es un movimiento homogéneo pero sí que es capaz de unirse en una sola voz el 8M. En Sevilla, la ciudad que habitamos la mayor parte de las topas, la jornada volvió a empezar de madrugada, continuó bajo la lluvia con desayunos, piquetas, concentraciones... Y culminó en la gran manifestación que volvió a colapsar el centro de Sevilla. Si el año pasado fue de sorpresa este ha sido de consolidación. Caras cada vez más jóvenes, una huelga más seguida que el año pasado, lemas asumidos por todas. Ningún movimiento tiene en la actualidad la capacidad de movilización que tiene el feminismo, el más transversal de todos, por otra parte.

Y ahora vienen los peros. La centralidad del feminismo lo convierte en campo de batalla. La disputa de los partidos por pillar cacho del desbordamiento feminista es evidente. Y no van a parar. De momento el mantra de «Ahora a votar» se está extendiendo como la pólvora, aunque sabemos que la clave del éxito de estas movilizaciones es el trabajo de las redes de militancia feministas, al margen de partidos, autónomas.

El otro es el riesgo de convertir este día en una fiesta vacía de crítica. La manifestación es la imagen, pero es el fin de fiesta de una jornada de huelga laboral, de estudiantes, de cuidados y de consumo que busca acabar con un sistema que nos sigue oprimiendo. ●

POR UN AMOR DE BARRIO

Amor de Barrio

Nace Amor de Barrio, iniciativa ciudadana de San Julián, San Gil y Feria para articular a su vecindario y mejorar el entorno que cohabitan.

De murallas adentro hemos visto en poco tiempo grandes cambios que han transformado nuestras calles, el espacio que habitamos y las personas con las que nos relacionamos. En este mundo cada vez más globalizado y virtual, la cercanía del barrio y de sus gentes se vuelven necesarias para garantizar vidas dignas y plenas. Pero, así mismo, hemos de tener una mirada crítica para hacer frente a lo que no nos agrada y que queremos revertir.

Somos muchas y tenemos la posibilidad de darle forma si tomamos parte activa en su construcción. Para ello, se ha realizado un diagnóstico colectivo desde el que trazar una hoja de ruta para promover: un barrio cercano, que fomente la economía local; un barrio verde, que apueste por modelos de energía y movilidad sostenible; un barrio cultural, que ponga en valor nuestra identidad de barrio; un barrio habitable, que cuide los espacios públicos y la relación entre residentes y turismo.

En ello estaremos reliadas. Si te late, esperamos confluír contigo para cuidar y amar nuestro barrio. Te esperamos en amordebarrio.net y en las calles y plazas... ●



C/ San Hermenegildo 16
FB: elarbolherbolario



C/ Aniceto Sáenz 1 - local 4
www.sindicatoandaluz.org



www.coop57.coop
625 945 218



C/ Feria 94 - Alameda
FB: doctorbar.sevilla



Ecologismo social
ecologistasenaccion.org

El Topo también es posible gracias al apoyo de estas entidades y colectivos. Construye comunidad haciéndote entidad asociada.

Información y tarifas:
susccripcion@eltopo.org



C/ Pasaje Mallol 22
www.tramallol.cc



intermediaproducciones.com
653 664 588 / 675 871 543



Red de productoras y consumidoras
FB: redsevillaecoartesana
sevillaecoartesana@gmail.com



www.andalucia.isf.es
info@andalucia.isf.es



954 540 634
www.solidaridadandalucia.org



C/ Conde de Torrejón 4 Acc.
lafugalibrerias.com



www.editorialbarrett.org
TW: @LibrosBarrett



C/ San Hermenegildo 1
www.larendija.eu



C/ San Luis 50 / 954 916 333
www.contenedorcultural.com



C/ Alfonso XII 26 / 954 560 065
www.cgtandalucia.org/sevilla



C/ Viriato 9
www.tertulia-coop.com



Puma - Red de moneda social
FB: MonedaPuma



687 420 697
www.tantomontaproducciones.com



C/ León XIII 61
www.lascomadres.es



Up-welling Social
www.surgencia.net



Cerveza artesana. 618 946 140
info@cervezaslibre.com



Facilitando transiciones
ecosociales / latransicionera.net



955 027 777
www.autonomiasur.org



957 167 258 / 651 992 838
www.transformando.coop



C/ Miguel Cid 80
FB: Animagaleriataberna



C/ Enladrillada 36
www.huertodelreymoro.org



610 800 308
lacocinadetramallol@gmail.com



C/ Fray Diego de Cádiz 24
www.santacleta.com



Medicina Tradicional China
667 253 356 / www.kisana.es



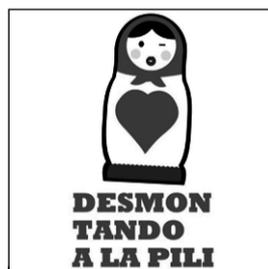
Circo y otras artes escénicas
C/ Cartografía 16



C/ San Hermenegildo 6A
955 358 405



C/ Antonio Susillo 28-30
www.madafrica.es



Psicóloga y sexóloga feminista
677 322 142



Bar vegano. Mercado del Arenal
www.veganitessen.es



C/ Pasaje Mallol 16
www.lanonima.org



Equipo CRAC
www.redasociativa.org/crac/



www.buenaventura.cc
info@buenaventura.cc



Plaza del Pumarejo 1
www.pumarejo.es



Educación y sensibilización
688 906 600 / 692 942 121



La Radio Ciudadana
www.radiopolis.org



C/ Procurador 19 / Triana
FB: sala-el-cachorro

DECÁLOGO CONTRA LOS DESALOJOS Y LA ESPECULACIÓN URBANA

1 ¿HAY VIVIENDAS TURÍSTICAS EN TU BLOQUE?

A. Si hay Viviendas con Fines Turísticos (VFT) en tu bloque, comprueba **si son legales** en el Registro de Turismo de Andalucía, en el que puedes hacer una consulta por internet. Para ello también puedes pedir ayuda a CACTUS en el siguiente email: turistificacionSVQ@gmail.com

B. **Si no son legales:** puedes denunciar, dirigiendo una instancia a la Delegación Territorial (en cada una de las provincias andaluzas) de Turismo, donde conste la dirección exacta de la vivienda turística, la falta de autorización administrativa para ejercer la actividad y cualquier perjuicio o molestia que te esté causando.

C. En cualquier caso, la **denuncia** puede dirigirse al departamento o Gerencia de Urbanismo de tu ciudad. El **uso de pisos para negocios turísticos altera el uso residencial** fijado por la regulación urbanística, por lo que solo este hecho ya es argumento suficiente para rellenar una denuncia ante esta administración.

D. Si el problema es grave y/o los anteriores pasos no han surtido efecto, **busca asesoría legal** de confianza, pues la ley prohíbe las actividades molestas, insalubres o ilícitas (art. 7.2 LPH) y quizá haya que reclamar el cese del uso turístico a través de los tribunales.

2 MANTÉN SIEMPRE LA CALMA

No te asustes si recibes decretos y otros papeles de la Gerencia de Urbanismo o de la propiedad. Recuerda que **nadie puede echarte sin una orden judicial**. Recoge los burofaxes que lleguen a tu nombre, es importante conocer exactamente la situación.

3 ¿Y SI LA PROPIEDAD QUIERE SUBIRME EL ALQUILER?

A. Solo cabrá actualización del precio de alquiler **si hay pacto** entre las partes y a partir de la fecha en que se cumpla cada año de contrato (art. 18.1. LAU).

B. **Solo te podrá exigir la renta actualizada** a partir del mes en que te lo notifique por escrito y expresando el % de alteración aplicado; además puedes exigir certificación del INE sobre la que se opera la actualización (art. 18.2. LAU).

C. Si la propiedad ha cumplido A y B, **inicia una negociación**. Cualquier acuerdo alcanzado se debe plasmar por escrito.

4 ¿Y SI LA PROPIEDAD NO QUIERE RENOVAR EL CONTRATO?

Comprueba que la propiedad ha respetado la **prórroga obligatoria vigente por ley** y que te ha notificado su voluntad de no renovar de forma fehaciente (burofax) y en el plazo legal de antelación a la prórroga anual (arts. 9.1. y 10.1. LAU). Si lo ha hecho, **inicia una negociación**. Cualquier acuerdo alcanzado se debe plasmar por escrito.

5 NUNCA DEJES DE PAGAR EL ALQUILER

No pagar el alquiler **puede ser utilizado en tu contra** y acelerar las intenciones de expulsión por parte de la propiedad.

Si no te cobran el alquiler: primero, comprueba que te hayan pasado el recibo. Si no es así, puedes hacer una transferencia. Si esta viene devuelta, hay que pagar el alquiler por giro postal en la oficina de Correos.

Es importante guardar todos los **comprobantes de pago**. Si este viene devuelto, entonces es cuando podemos consignar nuestro alquiler al Juzgado (existe un protocolo establecido).

6, LA INFORMACIÓN ES PODER

Ten siempre la máxima **información sobre la finca** o la casa: nota simple del Registro de la Propiedad, informes técnicos, documentos del departamento o gerencia de urbanismo del Ayuntamiento, etc.

Todos estos documentos los puedes conseguir **tu misma**, y muchos son gratuitos.

7 UTILIZA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Usa la **prensa local, la radio, la televisión y las redes sociales** para denunciar la situación problemática de tu vivienda o cualquier situación de acoso inmobiliario.

8 CUIDADO CON INMOBILIARIAS Y ASUSTAVIEJAS

También con los «amigos financieros», todos suelen tener **intereses ocultos**.

9 ORGANÍZATE CON TUS VECINAS

Busca **estrategias comunes** con vecinas y otras inquilinas, y con personas y asociaciones implicadas en la lucha contra la especulación y la turistificación. Mejor resistencia colectiva que individual. Y recuerda, no estás sola.

10 TEN PACIENCIA Y NO TE DEJES VENCER

Tener una vivienda digna es un **derecho humano reconocido** (artículo 25.1 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos) y como tal, es universal, irrenunciable e irrevocable.

¡EL TOPO NO SE VENDE! ¡SI NOS QUERÉIS, SUSCRIBIRSE! SUSCRIPCIÓN ANUAL (6 NÚMEROS + ENVÍO): 25 €

El Topo es una publicación libre y autogestionada de actualidad ecopolítica y social. Suscríbete mediante una de estas tres opciones:

- **Transferencia.** IBAN ES71 1491-0001-29-2084447925 (Triodos), a nombre de «Asoc. El Topo Tabernario», indicando tu nombre y dirección.
- **Pago con tarjeta.** Tienes toda la información en: www.eltopo.org/suscribete/
- **Correo postal.** Asoc. El Topo Tabernario. Pasaje Mallol 22 - 41003 Sevilla. No olvides meter tus datos y los 25 € dentro del sobre.

Y escríbenos a suscripcion@eltopo.org indicando tu nombre, la dirección donde quieres recibir El Topo y la opción de pago que has usado.



AHORA QUE HAS TERMINADO DE LEERLO: ¡COMPÁRTELO! NO LO TIRES NI LIMPIES CRISTALES