

Rompiendo el consenso: comunidades virtuales y discurso contra-hegemónico en el movimiento contra la turistificación en Sevilla

Breaking consensus: virtual communities and counter-hegemonic discourse in the movement against touristification in Seville

Manuel Fernández García

(Universidad Pablo de Olavide)

[mfergar1@upo.es]

Macarena Hernández Conde

(Universidad de Sevilla)

[machercon@alum.us.es]

Vicente Barragán Robles

(Universidad Pablo de Olavide)

[vbarrob@upo.es]

DOI: <https://dx.doi.org/10.12795/IC.2019.i19.09>

E-ISSN: 2173-1071

IC – Revista Científica de Información y Comunicación
2019, 16, pp. 285 – 323

Resumen

El auge del turismo urbano está provocando una serie de efectos no deseados en las ciudades, donde predomina una visión de esta como mercancía. Frente a esto surgen nuevos movimientos urbanos por el derecho a la ciudad que se oponen a esta visión y a sus consecuencias y que se caracterizan, no sólo por plantear un discurso contrahegemónico, sino también por el uso de nuevas herramientas digitales propias del ciberactivismo.

Abstract

Urban tourism boom is causing a series of unwanted effects on neighborhoods. According to Lefebvre, the city is increasingly seen as a commodity. In this context, new urban movements opposing this vision and its consequences are emerging. They pose a counterhegemonic discourse, use new digital tools and the practice ciberactivism.

Recibido: 26/06/2019

Aceptado: 12/09/2019

Palabras clave

turistificación, movimientos sociales, consenso

Keywords

touritification, social movements, hegemony

Sumario

1. Introducción
2. Metodología y datos
3. Resultados
4. Conclusiones
5. Bibliografía

Summary

1. *Introduction*
2. *Methodology and data*
3. *Results*
4. *Conclusions*
5. *Bibliography*

1. Introducción

En las últimas décadas el auge del turismo urbano se ha convertido en una importante fuente de riqueza para las ciudades a nivel global. En consecuencia, los gobiernos locales vienen desarrollando políticas orientadas a la atracción de visitantes y a la mejora de las infraestructuras turísticas. Tradicionalmente, estas políticas enfocadas al desarrollo económico han contado con un alto nivel de consenso especialmente en el sur de España, aquejado de grandes problemas de desempleo. Sin embargo, el crecimiento del turismo urbano en los últimos años está provocando una serie de efectos no deseados sobre la población residente en las zonas donde se está incrementando la presión turística, entre los que se encuentran la privatización de espacios públicos, aumento de los precios de la vivienda y, en última instancia, la expulsión de los vecinos hacia barrios de menor renta. Esta nueva lógica de expulsiones urbanas (Sassen, 2014) implica también quedar fuera del orden económico y social acelerando los fenómenos de gentrificación. Siguiendo la teoría de Lefebvre (Lefebvre, 1978), en el actual escenario de producción de políticas públicas sobre el turismo predomina la visión de la ciudad como mercancía o como valor de cambio. Frente a esto se constata la emergencia de nuevos movimientos urbanos por el derecho a la ciudad que se oponen a esta visión de políticas enfocadas a fomentar al crecimiento económico y a sus consecuencias. Estos nuevos movimientos, herederos o continuación de movimientos anteriores, se caracterizan no solo por plantear un discurso que se opone a la visión hegemónica sobre las políticas de ciudad, en general, y sobre el turismo en particular; sino también por el uso de nuevas herramientas digitales para la construcción de su discurso contrahegemónico, utilizando herramientas propias del ciberactivismo como son la creación de comunidades digitales o el uso creativo de memes humorísticos que permitan la expansión y difusión de sus propuestas. Este artículo analiza el surgimiento y desarrollo de este movimiento en el caso de la ciudad de Sevilla, donde el discurso acerca del turismo se ha convertido en un campo de disputa política en los últimos años debido al crecimiento desmesurado de visitas y las políticas enfocadas al crecimiento económico impulsadas por las instituciones.

La hipótesis de partida de este artículo se basa en la idea de que los movimientos sociales frente al fenómeno de la turistificación en Sevilla y en defensa del derecho a la ciudad mantienen los aprendizajes de experiencias anteriores como el 15M en el aspecto comunicativo y en el uso de herramientas tecnopolíticas, usando las redes para articular luchas parciales y vincular las reivindicaciones en una propuesta transversal que permitan fracturar el consenso establecido acerca de los efectos del turismo sobre la ciudad y sus habitantes. Así, partiendo de estas premisas, se hace un breve recorrido teórico en torno al derecho a la ciudad y su imbricación con los movimientos sociales y al uso de estos de las TIC para la construcción de espacios de resistencia y de propuestas. Para ello se contextualizará el movimiento social por el derecho a la ciudad y contra la turistificación en la ciudad de Sevilla, y el colectivo CACTUS como objeto de estudio a través de la observación participante y el estudio de su manejo de las redes sociales (Facebook y Twitter) y otras formas de comunicación virtuales.

1. 1 La ciudad como campo de batalla: Sevilla, turismo y hegemonía

El auge global del turismo en los últimos años es un fenómeno incuestionable. Según la Organización Mundial del Turismo en 2018 se alcanzó la cifra de 1.400 millones de turistas a nivel mundial, lo que ha supuesto un incremento del 6% respecto al año anterior y el segundo año más fuerte desde 2010 (OMT, 2019), en el año 2000 la cifra era de 674 millones (Christin, 2018).

Es posible identificar una serie de factores que operan en el desarrollo actual de estas dinámicas y que guardan relación con la radicalización del paradigma de producción posfordista. Así, ante la reducción de la tasa de ganancia capital-trabajo, la tendencia del capital ha sido la de colonizar nuevos espacios para continuar manteniendo su ritmo de crecimiento basado en la premisa de extracción privada del valor creado socialmente (Negri & Vercellone, 2007; Virno, 2003). Si entendemos la ciudad como una construcción social fruto de la cooperación de sus habitantes presentes y pasados, los procesos de turistificación podrían explicarse como procesos de extracción de este valor creado a través de la cooperación social.

Otros factores que pueden explicar esta explosión del nuevo turismo urbano están relacionados con el proceso de la globalización neoliberal

(Harvey, 2007) mediante el cual se han disuelto las barreras para la circulación del capital y la construcción de un mercado global. El auge de ciudades globales como Nueva York, Londres o Dubái refleja la importancia de la construcción de la ciudad como marca y la competición global por atraer capital y visitantes. Además, el desarrollo de infraestructuras de comunicación y transporte ha propiciado la creación de un mercado turístico global.

Así, en los últimos años se han popularizado en el campo de los estudios urbanos términos como *overtourism* (en castellano sobreturismo) que dan cuenta de cómo algunos territorios se ven sometidos a una presión turística excesiva que socavan las propias condiciones que hacían posibles estas actividades turísticas o el de *touritification* (en español turistificación¹) que se refiere a procesos de desplazamiento de los habitantes originarios por turistas. Este auge del turismo ha tenido, además, una incidencia más conflictiva en los entornos urbanos. Así, en los últimos años los conflictos relacionados con estos procesos de turistificación se han sucedido en diferentes ciudades, de Lisboa a Venecia (Mansilla, 2018). Estas movilizaciones pondrían, por tanto, de manifiesto el conflicto entre la ciudad como mercancía y el derecho a la ciudad (Lefebvre, 1978). Según esta lógica, estos procesos de turistificación supondrán una intensificación de la mercantilización de espacios públicos, ocupados por los servicios turísticos, pero también de los privados (viviendas y habitaciones), que se sustraen del mercado inmobiliario y se ponen a disposición de un emergente mercado turístico. Todo ello está produciendo fenómenos especulativos y de gentrificación, entendida como proceso de expulsión y sustitución de la población de un barrio por otra de mayor poder adquisitivo (Füller & Michel, 2014), motivados por la subida del precio de la vivienda y la retirada de stock para ser utilizada en alquiler turístico (Cócola Gant, 2016).

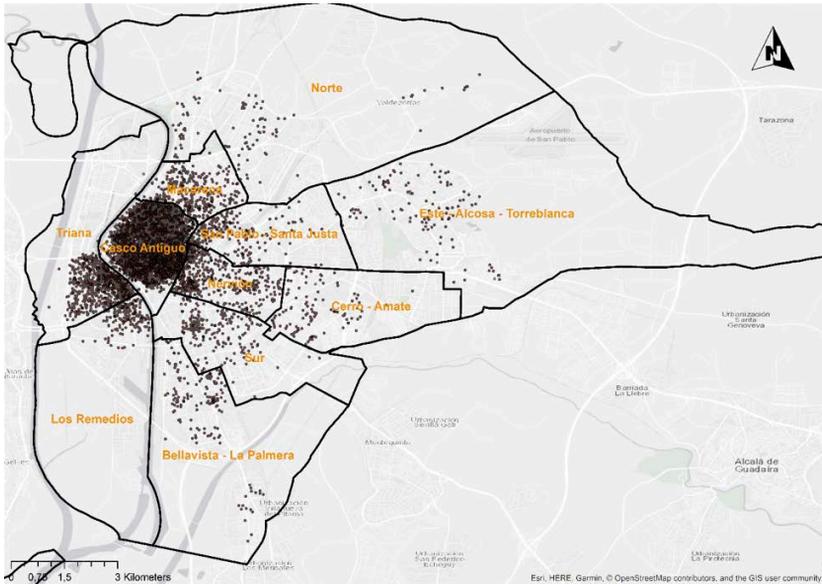
En España es posible rastrear los orígenes del discurso del turismo como vector económico en las políticas del desarrollismo franquista, que encontró en la llegada de turistas una importante fuente de divisas (Sánchez, 2001) y una legitimación de la apertura del régimen. Desde

1 La FUNDEU define turistificación como un “término bien formado con el que se alude al impacto que tiene la masificación turística en el tejido comercial y social de determinados barrios o ciudades”.

<https://www.fundeu.es/recomendacion/turistificacion-neologismo-valido/>

entonces, se ha venido desarrollando un modelo de turismo intensivo que ha generado importantes impactos en el litoral y que ha creado una economía profundamente dependiente en las zonas afectadas.

FIGURA 1. Concentración de Viviendas con fines turísticos en Sevilla



Fuente: **Elaboración propia con datos de datahippo.org**

En Sevilla, tras la crisis económica de 2008 el turismo se convierte en un sector de oportunidad para generar riqueza e intentar recuperar el empleo perdido. El ayuntamiento, primero en manos del PP y luego del PSOE, se vuelca con políticas de promoción exterior, y plantea explícitamente la necesidad de la apertura de nuevos territorios a la expansión turística, como son los barrios del norte del casco histórico tradicionalmente más popular y con usos artesanales e industriales, pero sujeto desde hace décadas a procesos de gentrificación (Díaz, 2010). Así,

según la web DataHippo ² la gran mayoría de las 10.673 viviendas con fines turísticos, de las que solo 5.050 son legales³, se concentran en el distrito casco antiguo (7.437) y Triana (1.090).

sí, podemos identificar la existencia de un discurso dominante acerca de la bondad del turismo como factor de desarrollo económico que es compartido por una importante coalición de actores que conforman el núcleo del régimen urbano en Sevilla, esto es, elites políticas, económicas (grandes empresarios, asociaciones empresariales) y una participación importante de los sindicatos (Fernández et al. 2019). Este nivel de concertación social en torno a políticas *progrowth*, es decir, enfocadas al crecimiento económico en el sentido de *growthmachine* (Logan & Molotch, 2005), puede verse en otras áreas de la política en la ciudad, como fue el caso del dragado del puerto de Sevilla para permitir el acceso de barcos de gran calado (Vargas & Paneque, 2015) according to which demand must be met with a sustained increase in supply. These large projects, which include but are not limited to the construction of large reservoirs, share a series of characteristics: their implementation relies on state economic and ideological support, their socioeconomic impact tends to be overestimated, their cost tends to be underestimated, they are presented as politically neutral, and they are the source of socio-environmental conflict. In order to gain a better understanding of this, we analyse the conflict generated by the dredging of the Guadalquivir River (Proyecto de Mejora de Accesos Marítimos al Puerto de Sevilla—MAM, sin embargo, en este caso sí que contó con una importante oposición de agricultores, académicos y ecologistas, además de la incorporación de los partidos de izquierda. Sin embargo, en cuanto a las políticas sobre el turismo no han existido rupturas en el discurso dominante hasta fechas muy recientes. Nos encontramos por tanto en una

- 2 DataHippo es un proyecto colaborativo para ofrecer datos de diferentes plataformas de alquiler turístico, como Airbnb o HomeAway. Obtenemos los datos con diferentes técnicas de web-scraping, y los compartimos con la comunidad, con el objetivo de facilitar análisis y debate sobre este fenómeno. (Datos de septiembre de 2019)
- 3 Es decir, que se encuentran efectivamente inscritas en el Registro de Viviendas con Fines Turísticos de la Junta de Andalucía <http://www.juntadeandalucia.es/turismoycomercio/opencms/areas/turismo/registro-de-turismo/buscar-establecimientos-y-servicios-turisticos/> (Datos de septiembre de 2019)

aplicación práctica de lo que se ha denominado consenso postpolítico (Swyngedouw, 2009) donde la razón técnica sobre lo que se debe hacer, en este caso, el discurso dominante sobre el turismo, concita un amplio consenso y queda fuera de la arena política. Sin embargo, el desarrollo de movimientos críticos con la turistificación parece que ha comenzado a agrietar dicho consenso. Este es el contexto en el que surge, impulsado por activistas vecinales y sociales, el movimiento contra la turistificación en Sevilla, en un primer lugar localizado en el casco norte del centro de la ciudad y luego expandido a otras áreas sometidas a la presión turística. Como se verá, es posible enmarcar este movimiento en la ola de los *nuevos movimientos urbanos* (Martínez, 2011) but through a historical and holistic approach (Harvey, 1996; Douglass and Friedmann, 1998; Villasante, 2006).

1.2 Los movimientos sociales (urbanos) en el siglo XXI

Partiendo de su propia definición, los movimientos sociales incorporan nuevas demandas de la sociedad, introducen nuevos asuntos y controversias en la agenda y, de manera general, cuestionan el orden político establecido (Offe, 1997). Históricamente los movimientos sociales, especialmente aquellos vinculados a fenómenos de protesta, han tenido un componente reactivo, es decir, de oposición ante procesos políticos o sociales, aunque también pueden ser definidos como agentes creativos de generación de cambios culturales, sociales y políticos (Della Porta & Diani, 2011). Es este elemento de creación de nuevos marcos de sentido lo que en muchos casos definirán la acción colectiva (Melucci, 1989) constituyendo lo que Touraine definía como semillas del futuro (Touraine, 2006). Así, ante una estructura de oportunidad política determinada (Tarrow, 2004) los movimientos son capaces de elaborar estrategias discursivas enfocadas en producir dichas transformaciones (Belda-Miquel, Peris Blanes, & Frediani, 2016). Desde esta concepción, podemos entender los movimientos sociales como agentes encuadrados en la disputa por el sentido común o, en palabras de Antonio Gramsci, en la lucha por romper el pensamiento hegemónico que les permita lograr sus objetivos de cambio social (Gramsci, 2013).

En los últimos años, es posible entrever una nueva estrategia discursiva (Errejón, 2011), influenciada por la relectura de Gramsci que

hacen algunos autores a partir de experiencias latinoamericanas (Laclau & Mouffe, 1987). Esta estrategia plantea la incorporación de elementos del discurso populista para alcanzar la transversalidad y la hegemonía cultural, en concreto se refieren a la definición de un “nosotros” integrador frente a un afuera antagonico, y a la batalla por redefinir significantes ambiguos o la ruptura con el marco establecido. Si bien este enfoque ha sido criticado por diferentes escuelas de pensamiento (Hall, 2018) (Laclau, Žizek, & Butler, 2003) por su ambigüedad ideológica y su idealismo discursivo, es posible aplicar ciertos de sus supuestos para analizar el desarrollo de diversos movimientos sociales, sobre todo cuando estos presentan un carácter *impugnatorio* frente a marcos hegemónicos, y rastrear su influencia en estrategias concretas.

Como se verá, las estrategias discursivas desplegadas por los movimientos sociales han sufrido importantes transformaciones en los últimos años, especialmente por el uso táctico que, desde el movimiento global, los movimientos sociales hacen de las tecnologías de la información y la comunicación y de las redes sociales (Candón Mena, 2011). Así, los nuevos movimientos globales surgidos en a finales de los 90 en lo que también se ha definido como movimientos antiglobalización (Calle, 2005; Della Porta & Diani, 2011) utilizan de una manera constante las redes y las tecnologías de la comunicación para cuestionar el orden hegemónico y hacer visible las relaciones de poder y dominación que se establecen en el sistema capitalista. Uno de los principales ejemplos de este uso fue la plataforma web *Indymedia*, capaz de plantar cara al relato hegemónico (por ejemplo, en los inicios de los procesos de globalización) a través de un relato alternativo que consiguió visibilizar a los actores responsables y las relaciones de dominación que establecían (Giraud, 2014). Dicho de otro modo, se parte de la premisa de que las tecnologías no son neutras, sino que se encuentran casi en su mayoría al servicio del poder (Rendueles, 2013) y de que las relaciones y estructuras de poder del mundo offline se replican en su mayoría en el mundo online. Sin embargo, en su uso pueden darse ciertas características que les otorgan una utilidad emancipatoria. Por ejemplo, Facebook permite usos masivos de control social pero también es usado por colectivos para organizar protestas. Por otro lado, hay que tener en cuenta la incontrolabilidad que provocan la falta de centros, la estructura de nodos interrelacionados y dispersos (Padilla, 2012) y la apertura que permite a cualquiera conectarse y sumarse. Aunque

esta última característica es bastante relativa ya que debemos tener en cuenta la brecha digital que provoca un desigual acceso a las redes digitales en función de factores geográficos, económicos, culturales o de género.

Por otro lado, con especial incidencia desde el año 2011, han surgido a nivel global una serie de movimientos de protesta (15m, *Occupy*, *plaza Taskim*), muy heterogéneos entre sí, pero que al mismo tiempo que recogen los avances tecnopolíticos de los movimientos globales (Candón-Mena, 2011; Fernández 2014) comparten una estrecha vinculación con el espacio público y un fuerte contenido *insurgente* en su desarrollo (Swyngedouw, 2019), aportando numerosas innovaciones tanto en el repertorio de protesta como en la capacidad de plantear alternativas en el plano político a los consensos establecidos, pudiendo definirse en cierta manera como movimientos contrahegemónicos (Errejón, 2011) que ponen sobre la mesa una vuelta de *lo político* como eje vertebrador de la protesta social (Fernández 2014).

En relación con lo anterior es posible afirmar que la oleada de protesta de 2011 ha motivado que los denominados movimientos sociales urbanos hayan recobrado actualidad como objeto de investigación. La definición de movimiento social urbano arranca con la obra de Manuel Castells (Castells, 1979) aunque desde entonces su conceptualización ha sufrido una transición desde su papel en la articulación en la contradicción principal del capitalismo, a ser considerados dentro de los estrechos límites de las políticas urbanas locales (Martínez, 2003). En este artículo se tomará como referencia la definición de movimiento social urbano como aquellos movimientos sociales que se desarrollan en las ciudades contemporáneas y que reclaman una mejora de las condiciones materiales de vida en las mismas a través de la participación en la política urbana en la línea de lo que Lefebvre definió como el derecho a la ciudad. (Lefebvre, 1978b). Así, el concepto de ciudad que se define en la obra de Lefebvre está relacionada más con su potencialidad, es decir, con lo que la ciudad puede llegar a ser que con la ciudad realmente existente. En este sentido, Lefberve aplica las categorías marxistas de valor de uso y valor de cambio para distinguir entre la ciudad entendida como mercancía (valor de cambio) y la construcción social del espacio urbano a través de las relaciones entre sus habitantes (valor de uso). Por tanto, el derecho a la ciudad debe entender como el derecho a “la vida urbana, a la centralidad renovada, a los lugares de encuentros y cambios, a

los ritmos de vida y empleos del tiempo que permiten el uso pleno y entero de estos momentos y lugares” (Lefebvre, 1978:167).

Es posible formular el derecho a la ciudad en dos niveles fundamentales: por un lado, en el derecho de todo habitante de la ciudad a participar y disfrutar de los beneficios y la calidad de la vida urbana, a sus recursos y potencialidades, es decir, derechos que hacen referencia al entorno físico (vivienda, el espacio público, el transporte, el ambiente, etc.) que inciden en derechos tanto individuales como colectivos. Pero, por otro lado, el derecho a la ciudad implicaría también la posibilidad de participar en el cambio de la ciudad según las necesidades y deseos de la mayoría de la población (Borja, 2003). Una ciudad que responda a las necesidades humanas expresadas a través de las luchas de los movimientos urbanos. En este sentido, el Derecho a la Ciudad no es simplemente el derecho a lo que ya está en ella, sino el derecho a transformar la ciudad en algo radicalmente distinto (Harvey, 2008) but a right to change it. We need to be sure we can live with our own creations. But the right to remake ourselves by creating a qualitatively different kind of urban sociality is one of the most precious of all human rights. We have been made and re-made without knowing exactly why, how, and to what end. How then, can we better exercise this right to the city? But whose rights and whose city? Could we not construct a socially just city? But what is social justice? Is justice simply whatever the ruling class wants it to be? We live in a society in which the inalienable rights to private property and the profit rate trump any other conception of inalienable rights. Our society is dominated by the accumulation of capital through market exchange. To live under capitalism is to accept or submit to that bundle of rights necessary for endless capital accumulation. Free markets are not necessarily fair. Worse still, markets require scarcity to function. The inalienable rights of private property and the profit rate lead to worlds of inequality, alienation and injustice. The endless accumulation of capital and the conception of rights embedded therein must be opposed and a different right to the city must be asserted politically. Derivative rights (like the right to be treated with dignity. En este sentido es posible entender el derecho a la ciudad no solamente como un compendio de derechos materiales, sino que debe de estar integrando necesariamente por derechos de carácter político y social imprescindibles para el ejercicio de la ciudadanía.

De esta manera, los movimientos contra las consecuencias del turismo de masas en las ciudades deben ser enmarcados dentro de la reivindicación del derecho a la ciudad de Lefebvre ya que plantean la ciudad como una posibilidad de creación colectiva para la realización de una vida común frente a la mercantilización propuesta desde el capitalismo y sus instituciones. (Mansilla, 2018). Esta lucha se da en una doble vertiente, por un lado, estos movimientos recogen la idea de la lucha por la ciudad como bien común como un paso más en la lucha anticapitalista (Harvey, 2013) y, simultáneamente, se van incluyendo otros ejes de lucha además de la clase como las propuestas desde los feminismos a la hora de producir espacio y ciudad (Jover et al., 2018), (Carlos, 2016).

1.3. Movimientos contra la turistificación en Sevilla.

El Colectivo Asambleario contra la Turistización de Sevilla, CACTUS, nace a raíz de un encuentro organizado por diferentes colectivos y espacios sociales ante la preocupación por los efectos que la turistización estaba provocando en el casco norte del centro histórico. Alrededor de la asociación de vecinas del casco norte “La Revuelta” se articula un grupo que comparte inquietudes por los cambios que se estaban operando en el barrio ante la incidencia del turismo en una zona que, hasta entonces, no había sido considerado un enclave turístico y deciden crear un espacio de debate donde compartir experiencias con otros colectivos que estén viviendo la misma situación (Jover et al, 2018).

En noviembre de 2017 se organiza el Encuentro sobre Turistización, Resistencias y Alternativas invitando a colectivos de todo el Estado que comparten la preocupación por los efectos del turismo intensivo en los entornos urbanos. En dicho encuentro se ponen en común investigaciones y prácticas recientes sobre el fenómeno de la turistificación en el Estado y una mesa de experiencias de resistencias a la turistificación donde se encuentran colectivos de siete ciudades españolas. La estrategia del trabajo en red y la puesta en común de conocimientos, recursos y experiencia será una constante en este movimiento. Se recogieron testimonios sobre cómo afecta la turistificación y se recopilaron análisis, experiencias y estrategias de los colectivos invitados de otras ciudades. Se sistematizaron las estrategias

de resistencia y alternativas frente a la turistificación que se discutieron colectivamente. Se destaca como una de las conclusiones la voluntad de generar una red de contrapoderes y apoyo mutuo que se iniciara con los colectivos asistentes y se trabajara en su ampliación⁴.

Tras el encuentro, los colectivos locales deciden seguir adelante con el trabajo iniciado y se constituye una asamblea permanente. Tras una primera etapa de trabajo interno, el colectivo se organiza en torno a cuatro áreas de trabajo: análisis y diagnóstico, acción y sensibilización, relaciones y extensión y deciden integrarse dentro de la red SET de ciudades del Sur de Europa contra la Turistización⁵. La red nace con la intención de compartir experiencias de resistencias frente al fenómeno de la turistificación, asumiendo que pese a la existencia de factores específicos debidos al contexto de cada ciudad, existen una serie de procesos comunes de carácter estructural, entre los que identifican: la precarización y reducción del derecho a la vivienda, el encarecimiento y transformación del comercio local, la masificación del entorno urbano y la saturación de la red pública de transporte, especialización de la economía de la ciudad en el sector turístico, precarización de las condiciones laborales en el sector, uso intensivo y ampliación constante de infraestructuras y banalización de los entornos naturales y urbanos. Este trabajo en red, simultáneo al trabajo local, busca consolidar una voz plural y potente que sea crítica al modelo turístico actual desde el Sur de Europa.

La primera acción desde que CACTUS toma su nombre actual y decide presentarse como colectivo permanente, es precisamente una acción internacional coordinada por la red SET. El 12 de mayo se celebra la acción informativa #SevillaNoSeVende junto a uno de los enclaves emblemáticos del turismo, la Giralda. Otras acciones con el mismo lema se replican en otras muchas ciudades de esta red. En Sevilla, además se presenta la campaña local “Sobrevivienda al turismo” en la que se denuncia la dificultad de acceso a la vivienda y la creciente problemática de muchos inquilinos de poder permanecer en sus hogares ante la presión de los alquileres turísticos en la zona.

4 <https://cactusevilla.wordpress.com/>

5 En la red SET se agrupan colectivos de Venecia, Valencia, Sevilla, Pamplona, Palma de Mallorca, Lisboa, Málaga, Malta, Madrid, Girona, Canarias, Donostia, Tarragona y Barcelona

Ante el anuncio por parte del Ayuntamiento de que Sevilla acogería la Cumbre del Consejo Mundial sobre Viajes y Turismo (WTTTC por sus siglas en inglés) y que dotaría a la empresa municipal Contursa (Congresos y Turismo de Sevilla SA) con un aumento presupuestario para esta celebración de 1 millón de euros, el colectivo decide celebrar un encuentro paralelo centrado en varios ejes temáticos: el derecho a la vivienda, la cultura popular libre, condiciones laborales que dignas, economía sostenible y local basada en los cuidados frente al capital especulativo o el cuidado al medio ambiente como sustento de la vida⁶.

2. Metodología y datos

El presente artículo se enmarca dentro de la investigación activista o militante (Biglia & Bonet-Martí, 2009; Díaz & García, 2017) pensada desde la perspectiva de la epistemología feminista. Presenta análisis retrospectivos de las propias experiencias de Investigación Activista de los autores y las pone a la luz de un nuevo marco metodológico: la Investigación Activista Feminista (IAF, es decir, que se parte de la politización y la implicación en el colectivo que se estudia de los propios investigadores y, al mismo tiempo, cumple una función de autorreflexiva acerca del funcionamiento del movimiento y de las perspectivas teóricas que se abordan que, en el caso de estudio, son fundamentales para su propio desarrollo. Desde esta perspectiva, es el contexto el que determina los métodos específicos que se seleccionaron para llevar a cabo la investigación. Esta aproximación a la investigación indica once puntos que deben cumplirse: 1) el compromiso para el cambio social; 2) la ruptura de la dicotomía público/privado; 3) la relación interdependiente entre teoría y práctica; 4) el reconocimiento de una perspectiva situada; 5) la asunción de responsabilidades; 6) la valoración y el respeto de las agencias de todas las subjetividades; 7) la puesta en juego de las dinámicas de poder que intervienen en el proceso; 8) una continua apertura a ser modificadas por el proceso en curso; 9) la reflexividad; 10) lógicas no propietarias del saber;

⁶ <https://cactusevilla.wordpress.com/>

y 11) la redefinición del proceso de validación del conocimiento utilizando diferentes (Biglia, 2005)

Como se ha explicitado anteriormente, los objetivos del artículo serían, en primer lugar, identificar el uso de las nuevas tecnologías que pone en juego el movimiento contra la turistificación, concretamente se analizarán las estrategias del colectivo en redes sociales, así como las comunidades virtuales que se establecen. En segundo lugar, se tratará de definir las estrategias para generar un discurso contrahegemónico desplegadas por el movimiento.

Para analizar el uso y la estrategia del colectivo en las redes sociales, nos centramos en las dos de mayor antigüedad del colectivo, Facebook y Twitter, ya que su incorporación a Instagram es demasiado reciente como para recabar datos de interés. Para analizar las comunidades de estas dos redes sociales se han empleado varias herramientas, por un lado, *Netvizz* (Rieder, 2013), para analizar las comunidades generadas en Facebook y, por otro lado, *Gephi* para los datos extraídos de Twitter (Jacomy, Venturini, Heymann, & Bastian, 2014)

Adicionalmente se han utilizado herramientas de monitorización de redes sociales como la propia herramienta de estadísticas de Facebook, el servicio online de análisis de comunidades *Bluenod* o el servicio de monitorización de seguidores de Twitter *Followerwonk*⁷.

Para el análisis de las funciones y estrategias empleadas por el colectivo se ha seleccionado Twitter por ser la red donde, como veremos en el análisis de sus comunidades, se tiene una interacción más amplia, superando el ámbito local y estableciendo contacto con colectivos más dispersos geográficamente. Se han seleccionado los tweets emitidos por la cuenta de CACTUS desde mayo de 2018 (fecha en la que el colectivo se rebautiza con ese nombre y se integra en la red SET con la acción conjunta #NoSeVenden12M) hasta junio de 2019..

Por último, se analizan las estrategias que el movimiento pone en marcha para intentar asentar su relato alternativo frente al pensamiento hegemónico sobre los efectos del turismo en la ciudad, con especial atención al uso de herramientas de construcción de discurso contrahegemónico

7 <https://followerwonk.com/>

(Errejón, 2011) en la línea de las innovaciones desplegadas por la ola de movimientos del 2011, En España especialmente desde el 15M. Las categorías de análisis que hemos manejado para analizar dicho discurso son:

- **Discurso antagonista:** Esta estrategia en línea con la nueva estrategia populista (Mouffe, 2005) plantea la generación de un ‘nosotras’ aglutinador frente a un antagonista externo, este fue uno de los elementos clave del movimiento de los indignados en España, pero también por ejemplo en las manifestaciones de Occupy en USA (Pickerill & Krinsky, 2012) y fue más tarde recogido en la estrategia comunicativa del partido Podemos (Errejón, 2014).
- **Re-enmarcar los conflictos.** Esta estrategia plantea la capacidad de los movimientos de superar las posiciones de conflicto clásicas que se dan en el campo de juego político en la disputa sobre el sentido común. Se parte de la idea gramsciana de la guerra de posiciones (Gramsci, 2013) según la cual no es posible vencer en la batalla por la hegemonía con una oposición frontal al discurso dominante, ya que no se genera consenso yendo contra el sentido común del momento. Se trata pues de desplazar el lugar desde donde se mira y cambiar la posición del tablero sorteando los marcos ideológicos establecidos. Esta fue la estrategia puesta en marcha por el 15m cuando afirmaban que “no somos de izquierdas ni de derechas, somos los de abajo y vamos a por los de arriba” o el planteamiento de la necesidad de una “democracia real ya”.
- **Uso del humor y culturas de internet.** El uso del humor por parte de los movimientos sociales de protesta ha sido estudiado como elemento cohesionador y performativo (Fominaya, 2007) y también en su relación con la dimensión expresiva de la acción social (Romanos, 2016). El uso del humor en el 15m tuvo un papel fundamental con lemas como: “no hay pan para tanto chorizo” y funcionó como una manera de sumar voluntades y trascender la esfera comunicativa reservada a los movimientos de protesta. Desde 2011, es posible hablar de un nuevo estilo de protesta y expresividad del malestar

social muy conectado también con las culturas de internet, el uso de *memes* no solo en la comunicación *online*, también en la *offline* (pancartas y canticos) se ha generalizado.

- **Articulación de luchas:** El 15M consiguió aunar luchas parciales diversas en una reclamación universal y lo relevante es que estas luchas parciales que, a priori, no tenían objetivos comunes (por ejemplo, el derecho a la vivienda no guarda relación aparente con las reivindicaciones de los pensionistas) no se suman simplemente unas a otras sino que se articulan (Errejón, 2011), es decir, que en el proceso además de establecerse un nexo común, cada una se ve redefinida en su aspecto particular por la dimensión universal.

3. Resultados

3.1 La estrategia del movimiento contra la turistificación en redes

En el colectivo contra la turistificación se combinan las asambleas presenciales prácticas online y offline pero, sobre todo, la barrera que separa estas prácticas se difumina. Se celebran de manera presencial asambleas o reuniones de comisiones sobre áreas o tareas específicas cuyas actas serán posteriormente difundidas por lista de correos donde, a veces, se reabre el debate o se matizan y completan informaciones. Así mismo, la lista de correos también se usa para convocar e informar sobre las asambleas y debatir y escribir colaborativamente documentos o coordinarse con otros colectivos. Con los colectivos geográficamente distantes la lista y los pads son la herramienta básica de comunicación. Por último, se destaca un uso intensivo de redes sociales que veremos con más profundidad a continuación. La coordinación en red tiene su claro exponente en el trabajo conjunto entre nodos independientes de colectivos miembros de la red SET que organizan una acción colectiva conjunta el 12 de mayo que incluye una campaña en redes a la vez que acciones físicas en puntos de la ciudad, es decir, la campaña tenía lugar simultáneamente en el espacio virtual y el espacio físico. En este caso, CACTUS en la difusión de

su acción, al tratarse esta de una acción abierta y de carácter performativo e informativo, no sólo convoca a aquellos miembros del colectivo sino a todas aquellas personas pertenecientes a colectivos afines o que se sientan interpeladas por el problema social planteado.

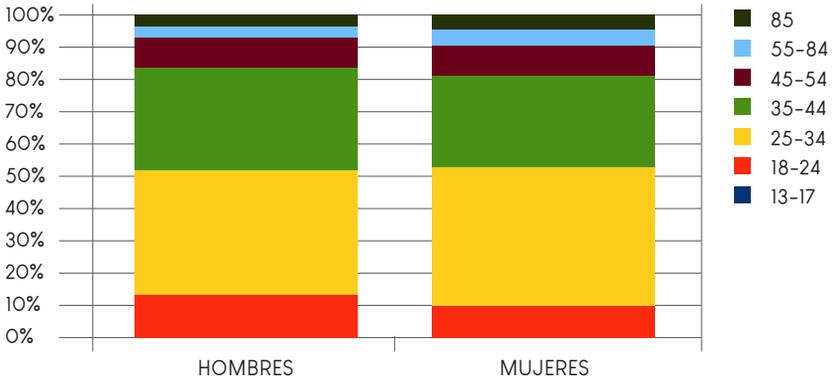
La organización en torno a campañas por parte de colectivos autónomos es una práctica de los movimientos sociales urbanos que se ve facilitada por el uso de las tecnologías de la comunicación. Los movimientos coordinan campañas cuyo eje central no es una organización concreta, sino la campaña en sí, en la que diversos colectivos actúan como nodos descentralizados unidos por la adhesión a unos objetivos y principios generales que ejercen de elementos vertebradores. Es decir, es la campaña, y no las organizaciones concretas, las que dan coherencia a la protesta (J. Candón Mena, 2013).

Las herramientas asincrónicas de comunicación y organización interna, como las listas de mail o los documentos colaborativos, permiten una participación mayor de personas que físicamente no pueden estar presentes en los espacios de trabajo y facilitan la construcción colectiva de discursos y materiales. Por otro lado, el hecho de ser herramientas deslocalizadas permite la coordinación con otros colectivos afines, aunque dispersos geográficamente, como se muestra en el trabajo de la lista de coordinación de la red SET.

Como medio de comunicación externa se utiliza, además de las redes sociales que se van a analizar, un blog que sirve como medio de difusión y también como repositorio de materiales (comunicados, informes, análisis...) ante las numerosas peticiones de investigadores, estudiantes, partidos políticos y medios de comunicación que demandan información sobre el colectivo y sus propuestas y son en primera instancia derivados al blog.

Las diferentes redes sociales nos ofrecen dos visiones complementarias de las comunidades que se generan alrededor de la lucha contra la turistificación. El colectivo cuenta con página de Facebook desde noviembre de 2017 aunque sufrió un cambio de nombre pasando de ENTRA a CACTUS en mayo de 2018. Actualmente cuenta con 1396 seguidores con un grado de interacción bastante elevado. El 55% de los fans de la página son mujeres, mientras que el 42% son hombres y la mayor penetración se da en personas de entre 25 - 44 años.

FIGURA 2. Perfil de los fans de la página de Facebook de CACTUS



Fuente: *Elaboración propia con datos de Facebook Insights*

La amplia mayoría de sus fans se ubican en Sevilla (847) seguidas de Barcelona y Madrid y otras ciudades andaluzas como Granada, Cádiz, Málaga o Jerez de la Frontera.

FIGURA 3. Ciudades donde se ubican los fans de la página

CIUDAD	NÚMERO DE FANS
Sevilla	847
Barcelona	46
Madrid	34
Granada	27
Cádiz	20
Málaga	14
Jerez	12
Oporto	11
Córdoba	11
Valencia	11
Palma De Mallorca	10
Dos Hermanas	9
Nápoles	7

Fuente: *Elaboración propia con datos de Facebook Insights*

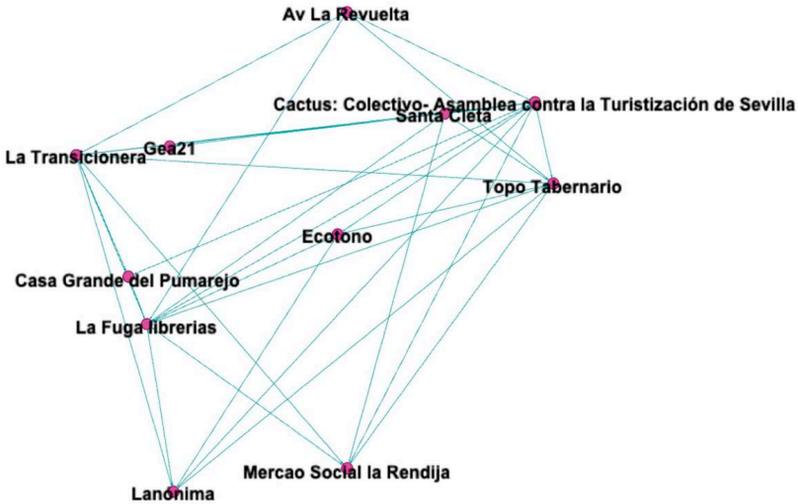
Se generan así unas comunidades virtuales tal y como las definía Rheinhold (Rheinhold, 1996): “agregaciones sociales que emergen de la red cuando un número suficiente de personas entablan discusiones públicas durante un tiempo lo suficientemente largo, con suficiente sentimiento humano para formar redes de relaciones personales en el ciberespacio”. A pesar de la corta edad del colectivo parecen haber sido capaces de crear una comunidad que se ve reforzada en el aspecto humano y personal a través de los encuentros presenciales (Barcelona, Lisboa, Sevilla, 2018).

A la hora de analizar las interacciones, se visualiza una comunidad más local pero transversal que demuestra como la lucha contra la turistificación trasciende la oposición concreta contra los efectos del turismo intensivo en el ámbito urbano y se genera una alianza con otros movimientos. Como se verá posteriormente, la alianza con colectivos de otros ámbitos puede suponer la articulación de luchas diversas dentro de una lucha heterogénea pero percibida como conjunta. Intentar establecer la hegemonía a través de la disputa en múltiples puntos de antagonismo como pueden serlo las luchas por el decrecimiento, la movilidad sostenible, las luchas vecinales, la transición energética, los espacios culturales y políticos autogestionados, la soberanía alimentaria... que encuentran su relación en una apuesta por poner la sostenibilidad de la vida y del planeta como criterio central a la hora de definir políticas y el diseño de ciudades y territorios frente a la concepción neoliberal hegemónica de imponer como criterio fundamental la obtención de beneficios.

La diversidad de la comunidad y el hecho de que esté compuesta por colectivos más cercanos geográficamente, pero con intereses diversos supondrá una ayuda a la hora de difundir las convocatorias, ya que trasciende el núcleo inicial favoreciendo que el mensaje se disperse hacia otras redes de intereses. La convocatoria desde un perfil colectivo que además hace un llamamiento con todos los que comparten la problemática denunciada facilita que múltiples identidades puedan sentirse interpeladas si comparten los principios básicos del tema de la movilización. No es necesaria una identificación completa sobre un amplio eje programático sino que se deja abierta la convocatoria para que el diagnóstico y las soluciones al problema sean completadas por los asistentes. Responde, por tanto, al concepto de Padilla (Padilla, 2012) de dispositivo inacabado y que se caracteriza porque su sentido debe ser completado por

otras, sus promotores renuncian al control y ceden una parte a la colectividad, y pone en común y hace abundante la información.

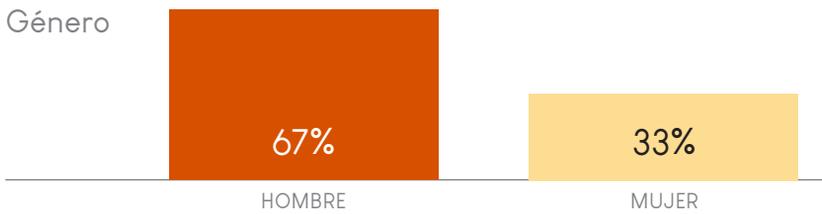
FIGURA 4. Red de páginas interactúan habitualmente



Fuente: **Elaborado con Netvizz con datos de facebook**

La presencia en Twitter coincide temporalmente con la de Facebook y cuenta con 1094 seguidores. En esta red social, en cambio, observamos una comunidad más dispersa geográficamente, pero con unos ejes temáticos comunes. En Twitter la audiencia masculina es relevantemente superior a la femenina.

FIGURA 5. Género de los seguidores en Twitter



Fuente: **Analíticas de Twitter**

La información de la ubicación coincide en gran medida, con las ciudades presentes en la red SET.

FIGURA 6. Ubicación de los seguidores de CACTUS en Twitter



Fuente: **Elaborado con Followerwonk**

La comunidad con la que se interactúa en Twitter es más dispersa geográficamente. El hecho de citar en muchos posts al Ayuntamiento o al alcalde de Sevilla, Juan Espadas, hace que los tweets tengan más visibilidad y alcance. La posibilidad que ofrece Twitter de agrupar las cuentas en las listas de interés facilita la generación de comunidades por afinidad de intereses.

En Twitter la comunidad está organizada en torno a un tema común. La inclusión de la cuenta de CACTUS en más de 20 listas temáticas nos permite mapear los intereses de las comunidades que se generan a su alrededor. Así encontramos listas centradas en el derecho a la ciudad donde coinciden asociaciones vecinales preocupadas por los problemas cotidianos de sus barrios: ruido, exceso de bares, conservación de la

FIGURA 7. Comunidad en Twitter, menciones y retweets



Fuente: Elaborado con *Bluenod*. Mapa interactivo en <https://bluenod.com/155223>

tradición y el patrimonio, cuidado del aspecto del barrio y el mobiliario urbano..., asociaciones de conservación del patrimonio, asociaciones contra los pisos turísticos, plataformas por el derecho a la vivienda y la defensa de las inquilinas y asociaciones vecinales en lucha.

Al analizar los tweets emitidos por el colectivo desde su presentación como CACTUS, encontramos básicamente tres funciones que se llevan a cabo desde las publicaciones:

Informar actividad propia del colectivo: Se anuncian tanto la convocatoria de las asambleas y actividades propias, como tweets con resúmenes e imágenes de las asambleas y acciones que tienen como fin tanto informar y documentar las mismas como alentar a la gente a participar. En estos tweets se usan expresiones que aluden a un nosotros común y exhortan a la participación (Figura 8)

FIGURA 8



Consolidar y establecer redes: Se usan los tweets para interactuar con colectivos y personas afines, dándole visibilidad a las acciones de los mismos o bien estableciendo conversaciones y debates (Figura 9).

FIGURA 9



Se busca visibilizar también la existencia de una unidad de acción, sobre todo, en torno a la campaña colectiva #NoSeVenden12M y la conformación de un actor colectivo (Figura 10).

FIGURA 10



Divulgación y sensibilización: Una de las principales tareas que asume CACTUS es la de intentar romper el consenso que el discurso hegemónico genera en torno al turismo y que pasa por asumir que éste es el motor económico del territorio y que los beneficios que se generan de esta actividad traen aparejados el bienestar social y, por otro lado, aceptando que el crecimiento

infinito es posible. Desde el colectivo se busca romper con esa hegemonía generando un discurso crítico con esas asunciones. Se cuestiona, por ejemplo, el mito del crecimiento infinito sin tener en cuenta que, no sólo la ciudad tiene límites en cuanto a la capacidad de turistas que puede soportar, sino que el propio medio ambiente también tiene límites en cuanto a la huella ecológica que el turismo genera. (Christin, 2018) (Figura 11).

FIGURA 11



CACTUS #SevillaNoSeVende @TurismosqueoSQV · 12 jun.

En algún momento tendremos que revisar eso de aplaudir que cada vez haya más vuelos y más turistas, como si pudiéramos tender a infinito. Por eso de la contaminación y tal... cc @FFFSevilla



Mayo ha sido el mejor mes de la historia del aeropuerto de Sevilla, con ... San Pablo bate el récord que había alcanzado en abril, superando en un 19,6% la cifra de 2018 El balance arroja una media de 22.100 pasajeros... diariodesevilla.es



Se cuestiona, así mismo, la presunción de que los beneficios económicos generados por el turismo serán redistribuidos y tendrán un impacto directo en el bienestar social (Figura 12).

Destaca, por tanto, la aparición de un discurso que rompe el consenso existente hasta el momento en torno al turismo en enclaves urbanos como un sector económico fundamental que genera beneficios para toda la sociedad.

FIGURA 12



3.2. El discurso contrahegemónico de CACTUS

El discurso de CACTUS presenta un relato alternativo que cuestiona la ideología del desarrollo en la que el turismo es el motor esencial de la economía y su crecimiento es necesario para generar empleo y riqueza. Por tanto, atraer más turistas debe ser un objetivo prioritario a la hora de determinar políticas urbanas, sociales, económicas y culturales. De esta manera se plantea la imposibilidad del crecimiento infinito, así como la visibilización del desigual reparto de los beneficios que genera, el empleo precario que lo sostiene, la lógica de expulsiones que se acrecienta con el boom de los pisos turísticos y la intensificación de la mercantilización y privatización del espacio público y la cultura. Es decir, se inicia una disputa del relato hegemónico, planteándose una alternativa contrahegemónica.

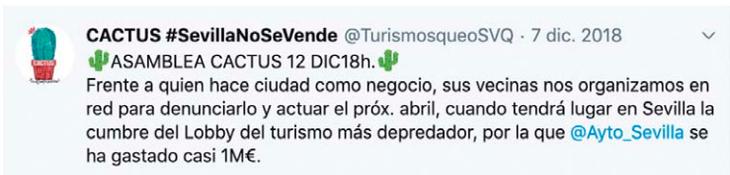
Analizando la estrategia de CACTUS en las redes sociales desde la constitución del colectivo podemos distinguir herramientas y estrategias heredadas del aprendizaje que se hizo a través del 15M para conseguir que los discursos traspasaran la barrera de los militantes y activistas y llegaran a un sector más amplio de la población, siendo capaces de quebrar consensos y propiciar un terreno donde disputar algunas bases establecidas del discurso dominante (Errejón, 2011). Siguiendo las categorías establecidas anteriormente, podemos identificar las siguientes estrategias puestas en marcha por el movimiento.

Generación de un 'nosotras' aglutinador frente a un antagonista: Se sigue la estrategia populista que marcó el 15M creando un sujeto colectivo, “los de abajo”, en contraposición con “los de arriba”. En este caso, el colectivo utiliza el término ‘vecinas’ (en femenino en la mayoría de los posts) como sujeto colectivo que pretende que todas aquellas personas afectadas por los efectos del turismo intensivo puedan verse englobadas en este sujeto (Figuras 13 y 14).

FIGURA 13



FIGURA 14



A la hora de establecer al antagonista encontramos una definición mucho más líquida que engloba al “sistema capitalista” o “quién hace ciudad como negocio” pero también instituciones públicas de ámbito local como el Ayuntamiento de Sevilla.

Re-enmarcar el discurso: Frente, a los primeros intentos de criminalizar el discurso crítico enmarcándolo en el concepto de turismofobia (Huete & Mantecón, 2018) y asociándolo a acciones violentas e irracionales, el movimiento contra la turistificación en Sevilla no responde defendiéndose y, por tanto, aceptando el marco impuesto sino proponiendo un marco alternativo. Así, frente a la etiqueta de turismofobia se responde con el término “turismosqueo”, devolviendo el foco a las molestias y problemas que el modelo de turismo causa a las vecinas y, como se verá a continuación, introduciendo el elemento del humor (Figura 15).

FIGURA 15



Uso del humor: Por un lado, se emplea un lenguaje informal y en tono irónico que permite una difusión no-confrontacional de la crítica retomando, como vimos anteriormente, una aproximación lateral más que frontal al ataque al discurso dominante. Destacando el uso de la cultura generada en el espacio de internet y propia de este ámbito, especialmente gifs y memes, que tienen una fuerte presencia en la comunicación de CACTUS, introduciendo también el elemento

del humor. En el uso de memes se retoma la cultura del *culture jamming* sin necesidad de grandes capacidades técnicas pero se enmarcan dentro de temas meméticos que son tendencia en ese momento en Twitter. En el caso del ejemplo se refiere al #10YearsChallenge, en el que los usuarios de la red compartían fotos propias con 10 años de diferencia. La cuenta de CACTUS aprovechó el hashtag para mostrar el cambio en los precios de la vivienda de alquiler debido a la turistificación del casco norte (Figura 16). El uso de estos elementos es un factor destacado en las comunicaciones de CACTUS para expresar la crítica.

FIGURA 16

#10YearsChallenge Calle Feria



Articulación de luchas: Se intenta vincular las reivindicaciones de la lucha por la vivienda, el feminismo, la economía social, la defensa de lo público en un marco universal que todos puedan compartir: la desmercantilización de las vidas (Figura 17).

FIGURA 17



También encontramos tweets que remarcan la vinculación de luchas parciales en esa equivalencia universal por la desmercantilización, en este caso con la lucha feminista, pero encontramos casos con la lucha contra los desahucios, la tala de árboles, medioambiental, contra la exclusión social... (Figura 18).

FIGURA 18



4. Conclusiones

En este artículo se ha caracterizado al movimiento contra la turistificación en la ciudad de Sevilla como un movimiento social urbano que reclama el derecho a la ciudad frente a la visión de la ciudad-mercancía en términos lefbrevianos y que, para ello, añade al repertorio de protesta clásico de este tipo de movimientos un amplio despliegue de herramientas tecnopolíticas, generando grandes impactos en redes sociales y desarrollando una amplia comunidad virtual a través de la cual expandir su discurso y poner en jaque el pensamiento hegemónico sobre el turismo en la ciudad de Sevilla.

Huyendo del determinismo tecnológico, es posible afirmar que las tecnologías han sido una herramienta esencial para la conformación de un actor social que fuera más allá del movimiento concreto dando lugar a una identidad colectiva de movimientos contra la turistificación que les ha

permitido realizar diagnósticos y estrategias de acción conjuntas. En primer lugar, se observa que, a través de la coordinación en red con otros grupos afines, CACTUS es capaz de concebirse junto con el resto de los miembros de la red SET como un actor social (marco de identidad). Esto se traslada al plano del discurso con la generación de un nosotros integrador, estrategia que es uno de los aprendizajes *populistas* incluido dentro del repertorio estratégico de los movimientos desde el 15M. Dentro de esta estrategia se busca la identificación de un antagonista y así se aterriza lo global en el ámbito local a la hora de determinar responsables. Es destacable cómo se incide mucho más en los responsables públicos (políticos y Ayuntamiento) que en, por ejemplo, los empresarios hosteleros o los especuladores. Se pone el foco en la responsabilidad pública de poner coto a los excesos del sistema capitalista.

El siguiente nivel, implica definir conjuntamente el problema (marco de injusticia) que implica no sólo la construcción colectiva de un análisis de la problemática que afecta a los núcleos urbanos afectados por el turismo intensivo sino también la identificación de los antagonistas. Para ello las herramientas discursivas puesta en marchas en la comunicación tanto online (redes sociales) como offline (protestas y performances) por el movimiento han incluido también la resignificación de la oposición al turismo, intentando salir del marco de la *turismofobia* y poniendo el foco en diversos conceptos de significado ambiguo como 'turismo de calidad', 'turismo sostenible' aunque, más que disputar el significado, se intenta hacer visible la concepción ideológica que se esconde tras esos conceptos.

Así, el hecho de compartir el mismo diagnóstico de los problemas en puntos geográficos distantes hace más fácil asumir el problema de la turistificación como una situación estructural derivada de un modelo de turismo extractivo. A esto también ha aportado, sin duda, el recurso a una estrategia comunicativa en redes muy vinculada con la cultura de internet que, a través de memes y otros elementos humorísticos han planteado la problemática más allá de los márgenes de la protesta clásica.

Por último, señalar la importancia de la elaboración de estrategias comunes para solucionarlo (marco de acción), como ejemplifica el manifiesto conjunto con las reivindicaciones y las campañas coordinadas, sobre todo en internet, realizadas como forma de divulgación y presión que supone el diseño conjunto de la acción colectiva que aúna acciones coordinadas y otras

bajo el principio de la autonomía de los nodos. No solo con movimientos que participan en el mismo *campo* de acción de la protesta, esto es movimientos vecinales o por la vivienda. Sino tejiendo redes con otro tipo de movimientos como pueden ser el feminista o el ecologista.

Como conclusión final, es posible afirmar que el movimiento contra la turistificación en Sevilla recoge los temas clásicos de los movimientos por el derecho a la ciudad/contra la ciudad mercantilizada, esto es: lucha contra la privatización de los espacios públicos, derecho a la vivienda, comercio de cercanía etc... pero en su *performance* introduce una serie de nuevos elementos: por una parte el uso intensivo de las tecnologías de internet y las redes sociales, que pueden interpretarse como un factor en línea con el cambio de época, pero en el que los movimientos sociales siempre han sido pioneros. Por otro lado, el uso de una serie de herramientas discursivas que ayudan a plantear el conflicto en términos contrahegemónicos, es decir, que pretende romper un consenso establecido sobre lo que debe ser. Si bien el uso de estas estrategias comunicativas puede rastrearse muy atrás en el tiempo es posible afirmar que se popularizaron y difundieron en el repertorio activista desde las protestas de 2011, siendo pues un importante legado del 15M a los movimientos sociales del Estado.

Como futuras líneas de investigación, sería interesante analizar los impactos que el movimiento contra la turistificación está teniendo sobre la estructura de gobernanza del turismo en la ciudad de Sevilla. Parece que la ruptura del discurso hegemónico sobre el turismo está superando el ámbito de repercusión clásico de los movimientos urbanos y comienza a expandirse a otros sectores de la sociedad. En este sentido es interesante señalar como desde posiciones conservadoras, como algunas tribunas en el diario ABC en su edición Sevilla, comienza también a alertar de los problemas urbanos generados por la turistificación de la ciudad.

5. Bibliografía

- Belda-Miquel, S., Peris Blanes, J., & Frediani, A. (2016). Institutionalization and Depoliticization of the Right to the City: Changing Scenarios for Radical Social Movements. *International Journal of Urban and Regional Research*, 40 (2), 321–339. DOI: <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12382>

- Biglia, B. (2005). *Narrativas de mujeres sobre las relaciones de género en los movimientos sociales*. (Tesis Doctoral, Universidad de Barcelona). Recuperado de <https://www.fbofill.cat/sites/default/files/1634.pdf>
- Biglia, B., & Bonet-Martí, J. (2009). La construcción de narrativas como método de investigación psico-social. *Prácticas de escritura compartida*. In *Forum: Qualitative Social Research* Vol. 10, pp. 1-24.
- Borja, J. (2003). *La ciudad conquistada*. Madrid. Alianza editorial.
- Calle, Á. (2005). *Nuevos movimientos globales: Hacia la radicalidad democrática. Rompeolas* (Vol. 4). Madrid. Editorial Popular.
- Candón-Mena, J. (2011). La dimensión híbrida del movimiento del 15M: Entre lo físico y lo virtual. *V Congreso online del Observatorio para la Cibersociedad "Hybrid Days"*. Universidad de Sevilla. Sevilla.
- (2013). *El movimiento #15M en Internet*. Sevilla. Editorial Atrapasueños.
- (2011). *Internet en movimiento: Nuevos movimientos sociales y nuevos medios en la sociedad de la información*. (Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid). Recuperado de <https://eprints.ucm.es/12085/>
- Carlos, A. F. A. (2016). The reproduction of urban space as a phase of capitalist accumulation. *The Urban Crisis*. São Paulo. FFLCH/USP.
- Castells, M. (1979). *La cuestión urbana*. Madrid. Siglo Veintiuno.
- Christin, R. (2018). *Manual del antiturismo*. Madrid. Traficantes de Sueños.
- Còcola Gant, A. (2016). Holiday rentals: The new gentrification battlefield. *Sociological Research Online*, 21(3), 1-9. DOI: <https://doi.org/10.5153/sro.4071>
- Della Porta, D., & Diani, M. (2011). *Los movimientos sociales*. Madrid. Editorial Complutense.
- Díaz, A. A., & García, R. G. (2017). La Investigación Activista Feminista. Un diálogo metodológico con los movimientos sociales. *Empiria*, (38), 63-84.

- Diaz, I. (2010). *Sevilla cuestión de clase. Una geografía social de la ciudad*. Sevilla. Atrapasueños.
- Errejón, Í. (2011). El 15-M como discurso contrahegemónico. *Encrucijadas: Revista Crítica de Ciencias Sociales*, (2), 120-145.
- (2014). ¿Qué es “Podemos”? *Le Monde Diplomatique En Español*, 225.
- Fernández-García, Manuel (2014). *Nuevos movimientos por la democracia en el Estado Español: del estallido del 15m al surgimiento de Podemos (2011-2014)*. (Trabajo Fin de Máster, Universidad Pablo de Olavide de Sevilla). Recuperado de https://www.researchgate.net/publication/304791684_Nuevos_movimientos_por_la_democracia_en_el_Estado_Espanol_del_estallido_del_15m_al_surgimiento_de_Podemos_2011-2014
- Fernández-García, M.; Hernández, M.; Barragán, V. (2019) La gobernanza del turismo intensivo: régimen urbano y políticas de desarrollo turístico en la ciudad de Sevilla. Comunicación presentada en el *XII Congreso de la Federación Española de Sociología*. Valencia.
- Fominaya, C. F. (2007). The role of humour in the process of collective identity formation in autonomous social movement groups in contemporary Madrid. *International Review of Social History*, 52(S15), 243-258.
- Füller, H., & Michel, B. (2014). “Stop Being a Tourist!” New Dynamics of Urban Tourism in Berlin-Kreuzberg. *International Journal of Urban and Regional Research*, 38(4), 1304-1318. DOI: <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12124>
- García-Espín, P., & Fernández-García, M. (2014). The spanish 15m movement and the return of the political. In F. Martínez & K. Slabina (Eds.), *Playgrounds and Battlefields Critical Perspectives of Social Engagement*. Tallin. Tallinn University Press.
- Giraud, E. (2014). Has radical participatory online media really “failed”? Indymedia and its legacies. *Convergence*, 20(4), 419-437. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354856514541352>
- Gramsci, A. (2013). *Antología*. Madrid. Akal.

- Hall, S. (2018). *El largo camino de la renovación: el thatcherismo y la crisis de la izquierda*. Madrid. Lengua de Trapo.
- Harvey, D. (2007). Neoliberalism as Creative Destruction. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 610(1), 21–44. DOI: <https://doi.org/10.1177/0002716206296780>
- Harvey, D. (2008). El derecho a la ciudad. *New Left Review*, 53(53), 23–39. DOI: <https://doi.org/10.1177/072551369203300110>
- Huete, R., & Mantecón, A. (2018). El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico? *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 16(1): 9–19. DOI: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.001>
- Jacomy, M., Venturini, T., Heymann, S., & Bastian, M. (2014). ForceAtlas2, a Continuous Graph Layout Algorithm for Handy Network Visualization Designed for the Gephi Software. *PLoS ONE*, 9(6), e98679. DOI: <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0098679>
- Jover, J., Berraquero-Díaz, L., Barrero-Rescalvo, M., & Jiménez, Talavera, A. (2018). Turistización y movimientos urbanos de resistencia : experiencias desde Sevilla. *Ciudad De Vacaciones. Conflictos Urbanos En Espacios Turísticos*. Barcelona. OACU i Pol.len.
- Laclau, E., & Mouffe, C. (1987). *Hegemonía y estrategia socialista*. Madrid. Siglo XXI de España.
- Laclau, E., Zizek, S., & Butler, J. (2003). *Contingencia, hegemonía, universalidad. Diálogos contemporáneos en la izquierda*. Buenos Aires. Fondo de Cultura Económica.
- Lefebvre, H. (1978b). *El derecho a la ciudad*. Barcelona. Península.
- Logan, J., & Molotch, H. (2005). The City as a Growth Machine. *The Urban Sociology Reader*, 97.
- Mansilla, J. (2018). Vecinos en peligro de extinción. Turismo urbano, movimientos sociales y exclusión socioespacial en Barcelona. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16, 279–296.

- Martínez, M. (2003). Un análisis de la obra de Manuel Castells. *Revista Internacional de Sociología (RIS)*, (34), 81–106.
- (2011). The Citizen Participation of Urban Movements in Spatial Planning: A Comparison between Vigo and Porto. *International Journal of Urban and Regional Research*, 35(1), 147–171. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2010.00956.x>
- Melucci, A. (1989). *Nomads of the Present: Social Movements and Individual Needs in Contemporary Society*. London. Hutchinson Radius.
- Mouffe, C. (2005). *The return of the political*. London. Verso.
- Negri, A., & Vercellone, C. (2007). Il rapporto capitale/lavoro nel capitalismo cognitivo. *Posse: política, filosofía, moltitudini*, 46–56.
- Offe, C. (1997). *Partidos Políticos y Nuevos Movimientos Sociales*. Madrid. Sistema.
- OMT, Organización Mundial del Turismo (2019). 14 de enero. Las Llegadas de turistas internacionales suman 1.400 millones dos años antes de las previsiones. *Organización Mundial del Turismo*. Recuperado de <http://www2.unwto.org/es/press-release/2019-01-21/las-llegadas-de-turistas-internacionales-suman-1400-millones-dos-anos-antes>
- Padilla, M. (2012). *El kit de la lucha en internet : para viejos militantes y nuevas activistas*. Madrid. Traficantes de Sueños.
- Pickerill, J., & Krinsky, J. (2012). Why Does Occupy Matter? *Social Movement Studies*, 11(3–4), 279–287. DOI: <https://doi.org/10.1080/14742837.2012.708923>
- Rendueles, C. (2013). *Sociofobia : el cambio político en la era de la utopía digital*. Madrid. Capitán Swing.
- Rheinhold, H. (1996). *La comunidad virtual: una sociedad sin fronteras*. Madrid. Gedisa.

- Rieder, B. (2013). *Studying Facebook via Data Extraction: The Netvizz Application*. Proceedings of the 5th Annual ACM Web Science Conference. Nueva York. DOI: <https://doi.org/10.1145/2464464.2464475>
- Romanos, E., & Romanos, E. (2016). "No es una crisis, es que ya no te quiero". Humor y protesta en el movimiento 15M. *Revista Internacional de Sociología*, 74(3), e039. DOI: <https://doi.org/10.3989/ris.2016.74.3.039>
- Sánchez Sánchez, E. M. (2001). El auge del turismo europeo en la España de los años sesenta. *Arbor*, 170(669), 201–224. DOI: <https://doi.org/10.3989/arbor.2001.i669.918>
- Sassen, S. (2014). *Expulsions: Brutality and complexity in the global economy*. Massachusetts. Harvard University Press.
- Swyngedouw, E. (2009). The Antinomies of the Postpolitical City: In Search of a Democratic Politics of Environmental Production. *International Journal of Urban and Regional Research*, 33(3), 601–620. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2009.00859.x>
- (2019). Exploring insurgent urban mobilizations : from urban social movements to urban political movements? En *Handbook of Urban Geography*. Cheltenham. Edward Elgar Publishing.
- Tarrow, S. (2004). *El poder en movimiento: los movimientos sociales, la acción colectiva y la política*. Madrid. Alianza.
- Touraine, A. (2006). Los movimientos sociales. *Revista Colombiana de Sociología*, (27), 255–278.
- Vargas, J., & Paneque, P. (2015). Major hydraulic projects, coalitions and conflict. Seville's harbour and the dredging of the Guadalquivir (Spain). *Water (Switzerland)*, 7(12), 6736–6749. DOI: <https://doi.org/10.3390/w7126658>
- Virno, P. (2003). *Gramática de la multitud. Para Un Análisis de Las Formas de Vida Contemporáneas*. Madrid. Traficantes de Sueños.