

DOI: <http://dx.doi.org/10.30827/cuadgeo.v60i1.13599>BARRERO, M., & JOVER, J. (2021). Paisajes de la turistificación  
*Cuadernos Geográficos* 60(1), 13-34

13

# Paisajes de la turistificación: una aproximación metodológica a través del caso de Sevilla

MARÍA BARRERO RESCALVO<sup>1</sup> | JAIME JOVER BÁEZ<sup>2</sup>

Recibido: 08/02/2020 | Aceptado: 16/06/2020 | Publicado: 07/10/2020

## Resumen

La turistificación se define como la apropiación física y simbólica de un territorio por una fuerte intensificación de la actividad turística en un breve lapso. Según estudios recientes, el proceso impacta con diferente ritmo y grado de profundidad sobre el mercado de la vivienda, las diferentes expresiones culturales, el espacio y la salud públicas o los recursos naturales. En las ciudades que se han convertido en importantes destinos turísticos, la turistificación se entrelaza con otros procesos urbanos y así han comenzado a aparecer trabajos acerca de los cambios en el mercado de la vivienda, la sustitución de comercios tradicionales o el desplazamiento de la población local. Partiendo de diferentes conceptualizaciones del paisaje como territorio producido, percibido y configurado socialmente, se estudian las transformaciones del paisaje urbano a raíz de los cambios físicos, sociales, simbólicos y emocionales favorecidos por la turistificación. Este trabajo plantea un marco metodológico para abordar tales transformaciones y pone de relieve las contradicciones que emergen a la par que avanza el proceso. La aproximación empírica se prueba en la calle San Luis y su entorno inmediato, el eje articulador de barrios tradicionalmente no turísticos del centro histórico de Sevilla y que han entrado en los circuitos recientemente: San Gil, San Luis y San Marcos.

---

Palabras clave: Turistificación; paisaje urbano; gentrificación; metodología; San Luis; Sevilla

---

## Abstract

### *Landscapes of Touristification: a methodological approach through the case of Seville*

Touristification refers to tourism's physical and symbolic appropriation in a specific area as a consequence of the activity's rapid growth in a short lapse of time. According to different studies, it affects the housing market, cultural expressions, public space, and health or the environment. Touristification interweaves with other urban issues in cities that have become important tourist destinies, such as the changes in the housing market or people and retail gentrification. We explore the process through linking it to the concept of landscape understood as space socially produced, perceived, and shaped – we look into the transformations in the physical, social, symbolic, and emotional arenas, following previous studies on the landscapes of gentrification. Our research frames a methodology to explore these changes, highlighting the contradictions that emerge as the process unfolds. We test the results on San Luis Street and its surroundings, an axis

---

1. Universidad de Sevilla. [mbarrerorescalvo@gmail.com](mailto:mbarrerorescalvo@gmail.com)

2. City University of New York. [jjover@gc.cuny.edu](mailto:jjover@gc.cuny.edu)

that connects traditionally non-tourist neighbourhoods (San Gil, San Luis, and San Marcos) in Seville historic district, which has become touristic in recent years.

---

Keywords: Touristification; urban landscape; gentrification; methodology; San Luis; Seville

---

## 1. Introducción

El turismo bate records año tras año en todo el mundo. El crecimiento de la actividad, especialmente en entornos urbanos, ha sido intenso en el contexto capitalista postindustrial tras el estallido de la crisis financiera de 2008. Esta última ha condicionado una nueva reestructuración económica que en las ciudades del sur de Europa se ha traducido en una mayor especialización en el sector turístico. La expansión mundial del turismo ha provocado una rápida transformación económica, social y cultural de áreas urbanas centrales, estimulando análisis críticos ante sus injustas consecuencias socio-espaciales (Morell, 2019; Cócola-Gant y Gago, 2019). Las diversas aproximaciones al fenómeno urbano y turístico han abierto nuevas vías de investigación, así como debates metodológicos, pero en ocasiones los resultados se han compartimentado en exceso, obviando una mirada multidimensional sobre los procesos. Esta investigación trata de superar esas limitaciones, vinculando estudios urbanos y turísticos a través de una visión holística sobre la ciudad.

El análisis del paisaje responde a esta visión. Si bien se trata de un concepto de difícil definición que despierta interés en varias disciplinas, una característica común es su naturaleza integradora. El paisaje es el territorio, comprendido a distintas escalas, y son las personas quienes lo configuran en su día a día. Así lo entiende el Convenio Europeo del Paisaje (CEP) del Consejo de Europa de 2000<sup>3</sup>, que lo define como «cualquier parte del territorio tal como la percibe la población, cuyo carácter sea el resultado de la acción y la interacción de factores naturales y/o humanos» (artículo primero). Mata Olmo (2008, p. 155) sitúa esta definición como «la reivindicación cada vez más extendida del derecho a vivir en entornos paisajísticamente dignos» en el contexto de la globalización, que podría identificarse tanto con la proliferación de los no-lugares (Augé, 1992) como con la «urbanización» (Muñoz, 2008). Por su parte, Priore (2002) apunta que con esta definición se supera una concepción elitista del paisaje que entendía como tal solamente aquellos territorios con valores culturales o naturales, para configurar un «derecho al paisaje» ampliamente entendido. A pesar de la incorporación de nociones de paisaje a la planificación urbanística o territorial (Zoido, 2002) o en el ámbito del patrimonio (Silva Pérez y Fernández Salinas, 2017), esta idea todavía no se ha materializado completamente. Las respuestas pueden estar, por una parte, en la dificultad de articular la participación ciudadana dentro de la toma de decisiones a la hora de diseñar y ejecutar políticas públicas o, por otra parte, en el carácter conflictual del propio concepto (Phillips, 2018). En este sentido, si bien se parte de la amplia definición del CEP, su comprensión y exploración metodológica incorpora perspectivas críticas aplicadas al análisis del paisaje.

Desde los años ochenta se han abordado los significados culturales e ideológicos del paisaje y su papel en la reproducción de las relaciones de poder, que determinan no solo qué se percibe a simple vista, sino también qué queda oculto (Cosgrove, 1984). Así, el paisaje se produce activamente y como tal resulta imprescindible atender a cómo se mercantiliza en el sistema de producción

---

3. Recuperado el 15 de enero de 2020, de <https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/planes-y-estrategias/desarrollo-territorial/convenio.aspx>

capitalista y a cómo se representa –incluyendo los materiales con los que se construye–, en tanto que forma de poder (Mitchell, 2008). La comprensión del paisaje va más allá de una observación a simple vista; su estudio requiere de una investigación histórica, arquitectónica, etnográfica y geográfica que explore las presencias, las ausencias y cómo opera el conflicto con y en el paisaje. Tales estudios se han fundamentado en trabajos empíricos, sobre edificios simbólicos (Domosh, 1988), espacios públicos (Mitchell, 2003), ámbitos rurales (Mitchell, 2008) o, en relación con procesos de transformación como la gentrificación (Phillips, 2018). En el contexto de la expansión mundial del turismo urbano, y de nuevos debates sobre la forma de estudiarlo (Chirot, 2019), cabe preguntarse qué paisaje se está produciendo, cómo y para quién se representa.

Otra cuestión a la hora de estudiar el paisaje está relacionada con la metodología. Existen diferentes estudios que abordan los paisajes de toda una región (Gómez Zotano y Riesco Chueca, 2010), si bien predominan aquellos sobre unidades territoriales con ciertas características comunes, como comarcas (Silva Pérez y Jover Báez, 2016). A nivel urbano también se puede estudiar a distintas escalas, desde toda la ciudad hasta un barrio o un espacio público, como se acaba de referir. De hecho, Rossi (1966, p. 118) escribía que: «el barrio es una unidad morfológica y estructural; está caracterizado por cierto paisaje urbano, cierto contenido social y una función propia». El paisaje urbano de un barrio contiene el carácter del mismo, reflejando su evolución, sus significados y su estado actual, configurado por sus habitantes y sus actividades a lo largo del tiempo. No obstante, cierto nivel de detalle solo está disponible a escalas más acotadas o microescalas, que sirven para informar una realidad urbana que siempre es compleja. Como recuerda Relph (1987), al estar en constante cambio, las técnicas que usamos para aproximarnos a los paisajes deben combinar rigor metodológico y flexibilidad con el fenómeno estudiado.

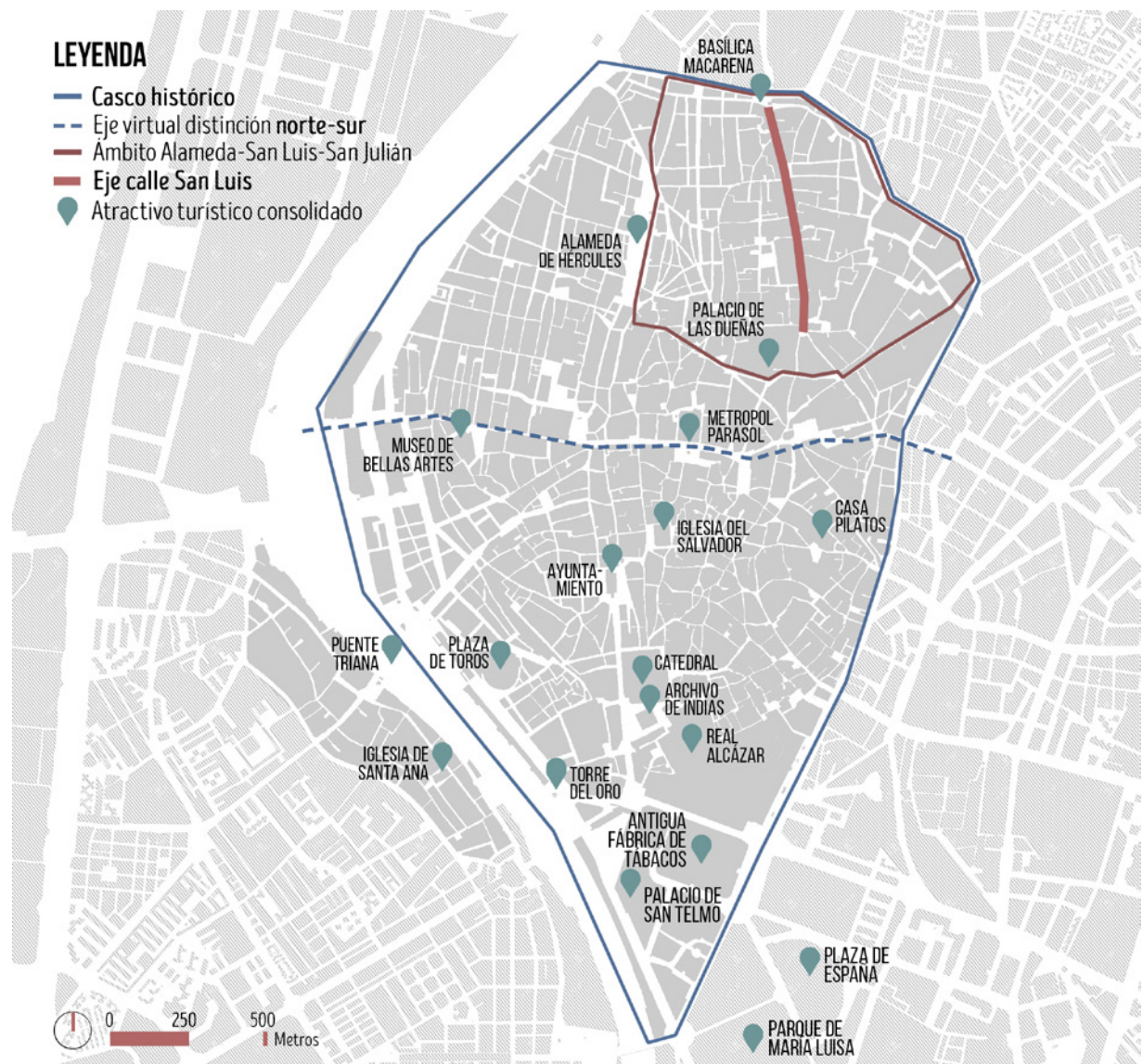
El análisis de los paisajes urbanos a escalas acotadas cobra especial interés en aquellas zonas donde las transformaciones han sido más profundas, como las áreas donde el turismo ha crecido con fuerza. Se trata de espacios que sufren procesos de turistificación, es decir, la apropiación física y simbólica de un territorio a causa de una fuerte intensificación del turismo. Su impacto en la población local se refleja de distinta manera: en el mercado de la vivienda, con la reducción de su oferta y el aumento de los precios, especialmente del alquiler; en el tejido comercial por la desaparición del comercio de proximidad orientado a los residentes; o en la funcionalidad del espacio público como lugar de encuentro vecinal al pasar a ser espacios de consumo (Cócola-Gant et al., 2020). La turistificación transforma tanto aspectos visibles del espacio urbano como otros ocultos, incidiendo en la pérdida del sentimiento de pertenencia de los residentes, el cambio de prácticas culturales cotidianas o la simplificación de los relatos compartidos (Benach Rovira, 2016). Se parte de la hipótesis de que estos elementos cambiantes en un determinado espacio pueden estudiarse a través del paisaje, relacionando variables visuales, aspectos sociales y funciones urbanas, así como las imágenes del lugar producidas por diferentes actores, lo que se aplica en un caso en el centro de Sevilla.

El estudio en la capital andaluza es especialmente relevante. Sevilla es la cuarta ciudad más grande del Estado que, con una economía especializada en turismo cultural, ha vuelto a romper su techo de visitantes en 2019, superando los 3,12 millones (Morillo, 2020). El aumento de las cifras es bienvenido por el sector hostelero y está fomentado por la agenda de promoción internacional de macro-eventos y *marketing* de los gobiernos local y autonómico (Macías, 2019). Esto ha provocado la expansión del área tradicionalmente turística de Santa Cruz, Arenal y Triana (Villar Lama y Fernández Tabales, 2017) hacia barrios populares con un fuerte componente vecinal, en la mitad norte del centro histórico. Uno de los ejes norte-sur que vertebra este sector es la calle



San Luis (Figura 1), desde el arco de la Macarena hasta la plaza de San Marcos. Se trata de una de las calles más largas del casco que articula un sector con un amplio pasado obrero. En la actualidad, en la zona conviven usos residenciales, comerciales y todavía algunas industrias de baja intensidad, con un pujante turismo. Partiendo de diferentes variables, el presente trabajo analiza los paisajes de la turistificación, atendiendo a las transformaciones en la calle San Luis entre 2008, que marca un punto de inflexión por la crisis económica y la política urbana resultante de la aprobación unos meses antes del Plan General de Ordenación Urbana, y 2020, momento previo a la pandemia del Covid-19 que ha alterado, al menos temporalmente, la movilidad internacional y puesto freno a estos procesos.

Figura 1. Ámbito de estudio



Fuente: Elaboración propia.

## 2. Debate: el estudio de la transformación urbana a través del paisaje

### 2.1. Similitudes y diferencias entre gentrificación y turistificación

El estudio de las transformaciones urbanas en Occidente ha estado dominado, en gran medida, por los debates en torno a la gentrificación (Lees *et. al.*, 2008). Desde que Smith (1996, 2002) identificara este proceso como una estrategia global de las clases dominantes a través de un urbanismo neoliberal revanchista, numerosos trabajos han incidido en el tema desde distintos ángulos y en diferentes contextos. En el sur de Europa, la irrupción del turismo ha espolado la discusión. Por un lado, la turistificación parece compartir aspectos clave con la gentrificación, como el desplazamiento de residentes o la sustitución comercial (Gotham, 2005). Esta definición pone énfasis en la transformación de un área bajo la lógica de la reestructuración económica neoliberal, extrayendo plusvalías urbanas de los mercados del suelo e inmobiliario, a cuya revalorización contribuye el turismo. Por otro lado, mientras que la gentrificación implica la sustitución del vecindario residente de nivel socioeconómico medio y/o bajo por otro de mayor poder adquisitivo, la turistificación desplaza a la población residente para introducir visitantes que se hospedan, de forma creciente, en viviendas convertidas en alojamientos turísticos. Este aspecto no concuerda con la conceptualización *clásica* de gentrificación como «lucha de clases» (Smith, 1996). Además, la popularidad del turismo ha supuesto que la figura del «turista» se haya hecho más compleja y diversa, siendo difícil identificarla con una clase socioeconómica específica de forma general (Sequera y Nofre, 2018). Así, se entiende que ambos procesos son diferentes, aunque se retroalimentan: la gentrificación moldea una zona con poco conflicto social, buenos servicios y una oferta para el consumo de clases medias y altas que también responde al requerido por el mercado turístico, mientras que la atracción de visitantes aumenta el valor de las propiedades inmobiliarias. En definitiva, tanto en su comprensión como estrategia revanchista, como en sus consecuencias para la población local con menores recursos, gentrificación y turistificación comparten características comunes. Ahora bien, como procesos urbanos específicos sí cabe hacer distinciones. De hecho, el enfoque analítico de la gentrificación es insuficiente para entender la turistificación y sus consecuencias en la actualidad (tabla 1). Cabe tener en consideración que estos aspectos no son exclusivos de uno u otro proceso, pudiendo aparecer en ambos.

Uno de los aspectos más interesantes de la conceptualización de la gentrificación clásica es que pone el foco en su carácter de proceso (desinversión, revalorización, inversión) y no solo en sus consecuencias. Así, las transformaciones que se observan en el paisaje también cambian conforme avanza la turistificación. Aunque generalmente se asocia la actividad turística con la esfera del consumo, esta también determina aspectos clave de la producción de la ciudad. De hecho, el turismo es un modo de producción urbano (Mullins, 1991) cuyo paisaje condensa las diversas caras del multiproceso. La producción de la «ciudad turística» viene determinada por el mercado inmobiliario, la oferta de alojamientos, la expansión de la infraestructura turística y de transportes o la conversión de negocios enfocados a los visitantes. Todo ello forma parte de la producción del paisaje, no de manera compartimentada, sino como un panorama conjunto donde la realidad física y la intangible entran en contacto.

Tabla 1. Aspectos analíticos de la gentrificación y la turistificación

Variable	Gentrificación	Turistificación
Cambio demográfico	Desplazamiento: población de clases bajas	Desplazamiento: reducción de población, también de clases medias
	Llegada de clases medias y altas	Llegada de turistas
Espacio público	Regeneración: mejora física urbana general	Regeneración e intensificación de la privatización
Arquitectura mayor	Rehabilitación (y adquisición pública en algún caso) para equipamientos	Rehabilitación e introducción en circuitos turísticos
Tejido comercial	Comercio enfocado a nuevos habitantes de clases medias y altas	Comercio enfocado crecientemente a turistas
Tipologías tradicionales	Renovación de tipologías tradicionales populares: pintoresquismo, <i>fachadismo</i>	Renovación de tipologías tradicionales populares: escenificación, tematización, <i>disneyficación</i>
Usos del suelo	Fortalecimiento del uso residencial y reducción de usos productivos	Nuevos usos comerciales: Hoteles, apartamentos turísticos y otros usos terciarios
Tipos de resistencias	Movimiento por el derecho a la vivienda	Intensificación del movimiento por el derecho a la vivienda
	Apertura del debate sobre el derecho a la ciudad	Ampliación de la reivindicación por el derecho a la ciudad

Fuente: Elaboración propia a partir de Sequera y Nofre (2018); Smith (1996); Zukin (1995); Davidson y Lees (2005); Lees et. al. (2008).

Por tanto, mediante el estudio del paisaje se reconcilian enfoques que no siempre se conjugan en las investigaciones sobre transformaciones urbanas y turismo. Por un lado, se encuentran los trabajos centrados en la producción inmobiliaria y las estrategias políticas (Blázquez-Salom *et al.*, 2019), mientras que, por otro, están los análisis enfocados en el consumo y los cambios culturales en la ciudad (Zukin, 1995). Al centrar la atención en el paisaje, estos enfoques se conectan, tal y como exploran Path (2004) o Phillips (2018) respecto a los paisajes de la gentrificación. A pesar de que los cambios en el paisaje han sido uno de los aspectos principales para definir la gentrificación desde los inicios de su teorización, no ha sido este un enfoque preeminente para su análisis. Tanto Ruth Glass como después Smith lo tienen presente; este último definiendo la gentrificación como «la reconstrucción de clase del paisaje de los centros urbanos» (1996, p.87). Smith (2002) también argumenta que la gentrificación abarca la reconstrucción de complejos paisajísticos completos, incluyendo el espacio existente entre los objetos construidos. Davidson y Lees (2005), por su parte, incluyen el cambio del paisaje como una de las características definitorias de la gentrificación contemporánea, junto a la reinversión de capital, la llegada de población de altos ingresos y el desplazamiento directo o indirecto de población de renta baja. El paisaje ha estado constantemente presente en la literatura científica sobre la reestructuración urbana. Sin embargo, Phillips (2018, p. 82) apunta que pese a las «frecuentes referencias al término paisaje, puede apreciarse que ninguno incluye realmente una discusión sustancial sobre lo que significa el término paisaje, o cómo está siendo interpretado dentro de un estudio específico». Por ello, Phillips propone cuatro conceptualizaciones del paisaje según diferentes tradiciones académicas en relación con la gentrificación, que pueden ser trasladadas, con ciertas previsiones, al análisis de la turistificación. Tales categorías son: paisaje físico, paisaje social, paisaje simbólico y paisaje afectivo. Las cuatro sirven de base metodológica de esta investigación.



## 2.2. La turistificación a través de cuatro categorías de paisaje en Sevilla

El paisaje material hace referencia a la superficie visible del mundo. Se trata del espacio físico que se ha producido a lo largo de las diferentes etapas de desarrollo capitalista, por lo que su transformación en la ciudad no solo engloba los objetos construidos, sino también la trama urbana, el parcelario, los rótulos comerciales y las tipologías arquitectónicas, incluso las tradicionalmente poco consideradas por voces autorizadas, como los patios de vecinos o los *corralones* de artesanos<sup>4</sup> en Sevilla. No obstante, como han comprobado Mercado Alonso y Fernández Tabales (2018), en Sevilla se suele asociar la idea de paisaje histórico con la ciudad monumental. La presencia de elementos diversos de etapas anteriores, que en muchos casos son adaptados por y para la nueva población –incluyendo aquí a los visitantes– ilustra cómo se interviene en el paisaje físico para crear una escena determinada. Path (2004) afirma que la gentrificación «se incrusta» en el paisaje previo, el cual actúa como objeto que puede bloquear o favorecer los procesos de cambio. Con respecto a la turistificación, aquí entroncan las políticas de regeneración urbana y renovación de tipologías arquitectónicas, muy vinculadas a los cambios en los usos del suelo, como ocurre en el centro de Sevilla. Esto también se relaciona con el planteamiento marxista del análisis del paisaje como relación dialéctica (Mitchell, 2002), donde el paisaje es producto de procesos sociales y, a la vez, agente activo que crea y conforma dichos procesos.

Siguiendo esta idea, el paisaje social pone el foco en las consecuencias socio-espaciales de los procesos de transformación urbana, en quién provoca y en quién es perjudicado por el cambio, y también en la transformación cultural. Esta concepción está próxima a la «imagen sociológica» del paisaje entendida por Zukin (1991, p.16) que evoca no solo los aspectos de la vida socio-cultural de un lugar, sino también las relaciones de poder: «[u]n paisaje media, simbólica y materialmente, entre la diferenciación socio-espacial del capital que implica el *mercado* y la homogeneidad socio-espacial del trabajo que sugiere el *lugar*». En este sentido, las resistencias colectivas a las transformaciones socio-espaciales de un lugar son esenciales para visibilizar sus relaciones sociales y los conflictos asociados, a menudo ocultos en el paisaje material. Por ejemplo, uno de los resultados menos visibles de la turistificación es la expulsión de vecinos hacia otras áreas urbanas, de la que Sevilla no ha estado exenta (Jover y Díaz Parra, 2020). A veces, hay casos evidentes donde un edificio al completo se desaloja para convertirse en hotel o apartamentos turísticos. Sin embargo, en otras ocasiones se habla de «desahucios invisibles», cuando los propietarios no renuevan contratos de alquiler, o lo hacen duplicando o triplicando la renta (Jover *et. al.*, 2018). A menudo, el destino de estas viviendas es convertirse en negocio turístico que, al no precisar una señalización específica en la fachada, solo puede identificarse visualmente por la existencia de un porterillo con contraseña, por cajetillas o candados que contienen las llaves y que suelen estar fijados a una reja de ventana o junto a la puerta.

El comercio también es parte del paisaje social, entendido como espacio de sociabilidad, amén de lugar de abastecimiento de necesidades básicas cuyo cambio a causa de la turistificación es evidente. En el proceso de la expansión del turismo, la inserción de servicios enfocados a las necesidades de los visitantes supone nuevos negocios orientados al ocio. Además, la transformación comercial tiene un impacto directo sobre el espacio público ya que, junto a los nuevos bares y restaurantes, se extiende la privatización de plazas y calles para instalar mesas, sillas, sombrillas o estufas. Esta apropiación del espacio común es especialmente intensa en Sevilla, donde tiene im-

4. Organización edificatoria de interior de manzana común en el centro histórico de la ciudad, habitualmente con un gran patio interior en torno al cual se disponen talleres de artesanos y oficios manuales. El contacto con la calle lo organiza la llamada casa-tapón, que cierra el espacio y permite el acceso a través de pasajes o adarves.

pacto sobre el paisaje (Fernández Tabales y Santos Pavón, 2018). La última ola de especialización viene con las franquicias y grandes cadenas comerciales, que en Sevilla proporcionan evidencias de gentrificación comercial en las zonas centrales del casco (Jover Báez, 2019) y de la Alameda (Díaz Parra y Jover Báez, 2019).

Por su parte, el paisaje simbólico está vinculado a la idea de paisaje histórico como representación cultural o identitaria de una sociedad. Cosgrove y Daniels (1992) lo definen como una imagen cultural y pictórica que representa, estructura y simboliza la realidad, y que puede leerse en los materiales, pero también en la forma de ver y contar el mundo mediante imágenes puestas en circulación. En el estudio del paisaje como expresión de poder, destaca el trabajo de Zukin (1995) sobre la dimensión simbólica de la economía urbana expresada en el diseño de la construcción o en las industrias culturales que se abren paso y ponen énfasis en los patrones de consumo y las modas de la clases altas y medias en su regreso a los centros urbanos. La turistificación se alimenta de esos mismos patrones culturales, asociados a la necesidad de visitar aquellos centros urbanos, ahora entendidos también como contenedores patrimoniales, que han sufrido procesos de gentrificación como en Sevilla (Díaz Parra, 2014). La novedad que introduce la turistificación es que los sujetos desplazados no son exclusivamente estratos sociales bajos (Mínguez *et. al.*, 2019). Esto también se observa en la composición social de la movilización contra el turismo, con alta presencia de profesionales cualificados junto a clases trabajadoras, en torno a reivindicaciones tradicionales como el derecho a la vivienda y otras por el derecho a la ciudad, incluyendo la protesta frente a los obstáculos en la movilidad, la falta de comercios de proximidad o la pérdida de espacio público como lugar de encuentro (Fernández *et. al.*, 2019). Además, estos movimientos rompen el consenso del relato hegemónico del turismo como riqueza para el conjunto de la sociedad a través de narrativas sobre el barrio como espacio de descanso y de encuentro frente a aquellas que lo moldean como espacio de negocio y de consumo turístico.

Por último, el paisaje afectivo es la conceptualización más experimental que propone Phillips (2018) aproximándose a los trabajos de Lefebvre y, posteriormente, de Soja. Tiene que ver con el entendimiento del paisaje como experiencia vivida, encarnado y mezclado con el hacer cotidiano de las personas. Esta cuarta perspectiva del paisaje se refiere al sentido vivido del espacio por todo tipo de habitantes. Phillips (2018, p.96) escribe que estos paisajes son afectivos «en el sentido de que impactan a las personas de múltiples maneras más allá de lo cognitivo o visual», es decir, que en ellos interviene toda una panoplia de experiencias sensoriales, emocionales, semi-conscientes y no representativas del paisaje. Soja, inspirado en la escritora bell hooks, incluye en la definición de Tercer Espacio (1999, p. 195) la noción de «lugar de encuentro estratégico para fomentar la acción política colectiva contra todas las formas humanas de opresión», tomando los márgenes como espacio de apertura para una subjetividad radical, construida con realidades materiales y metafóricas, pero también con prácticas espaciales y representaciones literarias. Algunas de las propuestas de los estudios urbanos feministas –como el estudio del rol de la afectividad en la conformación de espacios de la vida cotidiana– estarían cercanas a la comprensión de la realidad paisajística desde esta concepción, así como las geografías emocionales de las desigualdades (Davidson *et. al.*, 2007), de las que todavía no tenemos trabajos en Sevilla.



### 3. Metodología y fuentes

Para cada una de las cuatro categorías conceptuales propuestas para el estudio de la turistificación, el trabajo utiliza diferentes tipos de análisis cuantitativos y cualitativos, comparando el estado actual con aquel que existía en 2008 para todas las variables de las que se disponen datos. Partiendo de las características de la turistificación recogidas en la Tabla 1, la Tabla 2 esquematiza los elementos que se exploran en el estudio del paisaje de la turistificación. En primer lugar, el paisaje material se analiza a través de la comparación de fotografías e imágenes del ámbito de estudio usando las que ofrece Google Street View; las disponibles en el Archivo de la Asociación Casa del Pumarejo en 2008 y las recogidas por los autores entre 2018 y 2020. Como complemento, el análisis de la privatización del espacio público con veladores se realiza mediante mapeo, técnica que también usamos para situar la señalética turística y comercial enfocada al turismo.

Tabla 2. Esquema de análisis en el estudio de los paisajes de la turistificación

Conceptualización	Evidencias	Metodología
Paisaje material (mundo físico)	Contraste en el estado de la edificación	- Comparación por fotografías - Entrevistas
	Rehabilitación de edificios (en especial para actividad turística)	- Comparación de fotografías - Licencias de obras - Registro de alojamientos turísticos
	Regeneración de espacios públicos	- Comparación por fotografías - Análisis del planeamiento
	Privatización espacio público: veladores	- Mapeo
	Señalética turística y comercial	- Mapeo
Paisaje social (relaciones de poder)	Cambio del tejido poblacional	- Cifras de población (censo y padrones) - Entrevistas
	Cambio de tipo de comercio	- Mapeo - Producto o servicio, precios. - Entrevistas
	Relaciones de poder	- Seguimiento de conflicto - Entrevistas - Observación <i>in situ</i>
	Conflictos (resistencias)	- Mapeo de okupaciones - Acciones, pintadas, etc. - Entrevistas
Paisaje simbólico (narrativas)	Cambios en espacios de la memoria	- Entrevistas
	Cambios en los relatos sobre el barrio	- Análisis de páginas de promoción turística públicas y privadas, inmobiliarias - Noticias de prensa
Paisaje afectivo (prácticas cotidianas)	Experiencias sensoriales e imaginativas	- Entrevistas
	Cambios en prácticas cotidianas y culturales	- Entrevistas - Observación etnográfica
	Higienización, formas de evitar y ocultar lo molesto	- Entrevistas - Noticias de prensa (centradas en <i>sinhogarismo</i> ) - Mapeo de arquitectura hostil

Fuente: Elaboración propia.

En segundo lugar, el paisaje social se analiza fundamentalmente a través de quince entrevistas en profundidad con vecinos y trabajadores en el entorno de los barrios por los que transcurre la calle San Luis en Sevilla, de entre 30 y 60 años, algunos residentes tradicionales, otros llegados con la gentrificación desde los años noventa con los que se ha contactado de forma directa –uno de los autores ha vivido tres años en el entorno– e indirecta, utilizando la técnica de muestreo en *bola de nieve*. Además, se han entablado charlas informales con casi la totalidad de comerciantes y dueños de negocios ubicados en la calle San Luis y plazas adyacentes, que en total suman cincuenta y tres. También se ha hecho seguimiento y analizado la aparición de pintadas, pegatinas y acciones durante los últimos años, y para el estudio de la población, se ha consultado el padrón municipal. Respecto a la oferta de alojamiento turístico, se ha consultado el Registro de Turismo de la Junta de Andalucía para el alquiler turístico regulado, y la plataforma DataHippo.org para el no regulado de Airbnb. Con respecto al comercio, se ha analizado el número y tipo de comercios cerrados, sustituidos y abiertos entre principios de 2008 y de 2020, así como un estudio de precios y clientela entre comercios de distinta orientación activos. En tercer lugar, el paisaje simbólico se explora a través del análisis de los portales de promoción turística en línea, así como noticias de prensa relacionadas, además de las entrevistas, que son también la principal técnica para el estudio de los paisajes afectivos de los vecinos, residentes y desplazados. Aquí nos detenemos sobre las capas de complejidad de sus experiencias en el espacio vivido y compartido, frente a la forma en que se comercializa ese mismo espacio para el turismo, cuyas prácticas de consumo están preestablecidas. De nuevo, cabe precisar que se estudia una situación en constante cambio, por lo que las categorías son flexibles y puede haber evidencias que se superpongan en varias conceptualizaciones. Por falta de disponibilidad de datos, no ha sido posible profundizar en todas las variables, si bien se hace referencia a todas aquellas susceptibles de análisis.

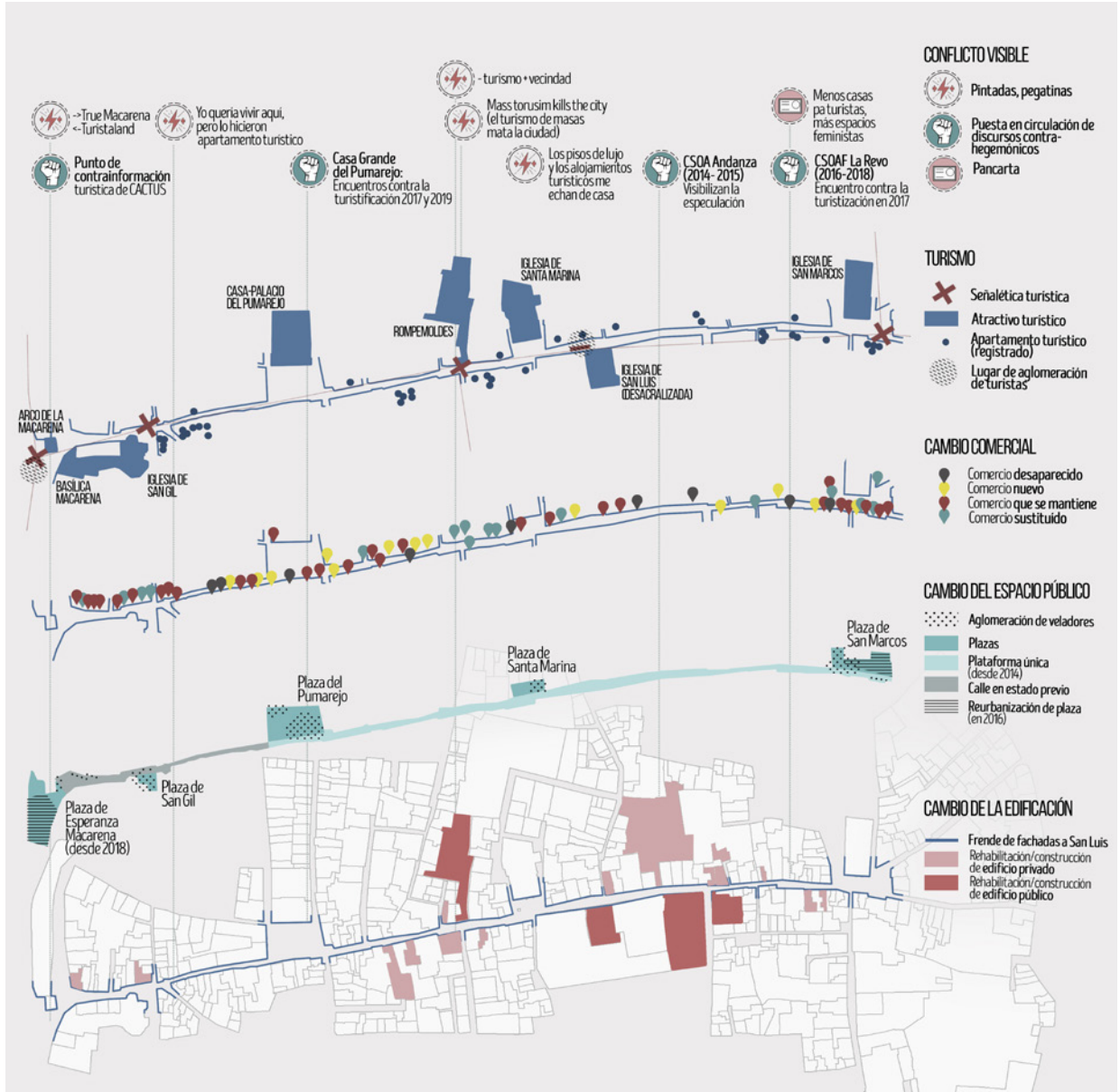
#### 4. Resultados

La calle San Luis, conocida antiguamente como calle Real, sirve de eje estructurador de los barrios de San Luis (al oeste), San Julián (al este) y San Gil (al norte). Esta vía funciona como eje de tránsito articulador entre el casco histórico sur, a través de la calle Bustos Tavera, y el distrito Macarena, al norte, extramuros. En su recorrido, la calle conecta las iglesias de San Marcos, San Luis de los Franceses, Santa Marina y San Gil, hasta la basílica de la Macarena, pasando por la casa-palacio del Pumarejo, el único edificio no religioso de entidad histórica y simbólica de la zona. La arteria es prácticamente recta en sus casi 800 metros de longitud con una mayor latitud que las vías perpendiculares, lo que confiere protagonismo a San Luis como eje comercial y de sociabilidad.

El área que recorre es de tradición popular y obrera, marginada durante décadas por el franquismo por su resistencia al golpe de Estado (Muñoz Ortiz, 2006), que ha sufrido una fuerte transformación socio-espacial desde los ochenta, fruto de operaciones especulativas inmobiliarias, muy vinculadas a los preparativos de la Exposición Universal en 1992. Esto se tradujo en la ya mencionada gentrificación, que desplazó a un buen número de residentes de clases trabajadoras, viviendo muchos todavía en patios de vecinos (Fernández Salinas, 2003), también en antiguos palacios convertidos en casas de partido como la casa-palacio del Pumarejo. Una de las grandes operaciones de regeneración urbana asociadas a este proceso fue la iniciativa comunitaria Plan URBAN, que abarca de lleno esta calle, y que la transformó de manera visible junto al resto de su entorno. Dicho proceso fue denunciado y contestado por entidades sociales y vecinales (Barber *et. al.*, 2006; Cantero *et. al.*, 1999), si bien poco pudieron hacer para frenar la ola de desalojos,

entre los que se encontró el corralón de artesanos de San Luis, convertido hoy en el espacio creativo Rompemoldes. Ahora bien, la gentrificación provocó un incremento de la sensibilidad por aspectos sociales, reforzando el carácter reivindicativo de estos barrios. La gentrificación ha continuado hasta nuestros días, aunque con menor intensidad y con matices diferentes, entrelazado con un creciente proceso de turistificación (Jover y Díaz Parra, 2019), en el que nos centramos.

Figura 2. Análisis de los paisajes de la turistificación en la calle San Luis y plazas adyacentes



Fuente: Elaboración propia.

En primer lugar, en el análisis de la evolución del paisaje material, se observa que se han producido un número significativo de obras de rehabilitación y de nueva construcción desde 2008, a pesar de la crisis. Si bien puede afirmarse que la mejora del medio construido se retroalimenta con la actividad turística, no todas las rehabilitaciones de edificios están dirigidas a pisos turísticos

(Figura 2). Del total de trece reformas de edificios de viviendas que se contabilizan<sup>5</sup>, en apariencia ninguna se ha destinado a alojamientos turísticos (información del Registro de Turismo de Andalucía). No obstante, la cifra de estos alojamientos turísticos es mayor, dado que existen fincas residenciales con viviendas en alquiler turístico, lo que comentaremos más adelante. También cabe destacar que con la crisis se *okuparon* edificios abandonados, tanto para viviendas como para centros sociales: el Centro Social Okupado y Autogestionado Andanza, en unas antiguas casas y naves industriales propiedad de la Sareb, y la Casa Okupada y Autogestionada Feminista La Revo. Ambos proyectos, desalojados en 2015 y 2018 respectivamente, tenían como objetivo denunciar la especulación y la escasez de vivienda, especialmente para la gente joven, por lo que también forman parte del paisaje social. Tras los desalojos, el Plan Especial de Reforma Interior sobre la antigua «Andanza», según consta en la web de la Gerencia de Urbanismo<sup>6</sup>, está aprobado definitivamente desde septiembre de 2016 y las obras, que comprenden 38 viviendas, empezarán pronto; mientras que el edificio de «La Revo» continúa cerrado, y junto al número 28 y el 71 son los únicos inmuebles que se observan en situación de abandono de toda la calle. Cabe tener en cuenta que en 2008 se contabilizaban cuatro edificios en dicha situación, incluidos los mencionados 28 y 71, además de los números 7 y 18. En esta línea, también destaca el avance del estado de deterioro en el que se encuentra uno de los edificios más señeros, la mencionada casa-palacio del Pumarejo, un bien de interés cultural –en la tipología de *monumento*– cuyas obras llevan reivindicándose por la asociación vecinal que gestiona el espacio y los vecinos residentes desde 2000. Por otro lado, la iglesia barroca y desacralizada de San Luis de los Franceses se ha abierto al público en 2017 tras varias fases de restauración, hecho que ha contribuido a una mayor afluencia de turistas en sus inmediaciones, como han señalado diferentes entrevistados.

Otra transformación socio-espacial del tejido edilicio reseñable es la apertura del espacio Rompemoldes, un antiguo corralón en parte rehabilitado y en parte construido de nueva planta por el consistorio conservando esa estructura espacial. Si bien es cierto que aún quedan talleres, en lugar de alfareros, carpinteros o servicio de pequeñas reparaciones, desalojados en 2000, ahora hay talleres ocupados por arquitectos, artesanía limpia, artistas plásticos o diseñadores que están asociados a 25 viviendas. Rompemoldes se ha consagrado como uno de los espacios creativos del casco norte (García García *et. al.*, 2016), dentro de una estrategia más amplia del Ayuntamiento que pretendía transformar vacíos industriales en espacios terciarios, con un fuerte peso de empresas tecnológicas e informáticas siguiendo la idea del *Barrio@* (Jover Báez, 2017). Aunque la estrategia de reconversión ha empezado a dar sus frutos, no ha sido en el sector tecnológico, sino en el turístico: los cambios en el paisaje social y material se aprecian, por ejemplo, en que en Airbnb se recomienda la experiencia de visitar Rompemoldes. Cabe añadir que otros corralones y espacios industriales del entorno de San Luis están sufriendo procesos similares (Barrero Rescalvo *et. al.*, 2019).

Una gran parte del paisaje de la ciudad lo constituyen sus espacios públicos. Los cambios en la calle y su entorno inmediato han sido varios hasta la fecha, incluyendo las obras de repavimentación en 2014 desde la plaza de San Marcos hasta la del Pumarejo, en las que se incorporó la plataforma única pero no se restringió el tráfico, ni se incluyó arbolado o bancos a pesar de las reivindicaciones vecinales, según comentan varios entrevistados. Además, dos espacios abiertos vinculados a los dos extremos de la calle San Luis han sufrido cambios importantes. En 2016 se ejecuta la reurbanización de la plaza de San Marcos y en 2019 se inaugura una nueva plaza en

5. Al menos de manera visible desde el exterior, ya que para este trabajo se ha solicitado a la Gerencia de Urbanismo de Sevilla el listado de licencias de obras del ámbito de estudio y no se ha recibido respuesta.

6. El Plan Especial que desarrolla el ARI-DC-02 del Plan General, de consulta pública aquí: [https://sig.urbanismosevilla.org/Ficha\\_PD.aspx?nir=PD\\_ARI-DC-02\\_PERI](https://sig.urbanismosevilla.org/Ficha_PD.aspx?nir=PD_ARI-DC-02_PERI)



torno a la basílica de la Macarena, donde anteriormente había un par de filas de aparcamientos y una parada de taxis. Respecto a esta segunda plaza, uno de los entrevistados comenta que «quitaron la manta de asfalto y han hecho un espacio peatonal duro que se podría haber aprovechado para hacer otra cosa. Sin ir más lejos no pusieron árboles, solo naranjitos. En verano es insufrible, pero los autobuses de turistas pueden descargar tranquilamente» (Figura 3). Esta operación va en sintonía con las pretensiones que ha mostrado la Hermandad de la Macarena de ampliar su visibilidad y oferta turística, cuyo espacio expositivo probablemente sea el establecimiento que más factura de la zona (Parejo, 2020).

Figura 3. Visita turística frente al arco y la basílica de la Macarena



Fuente: de los autores. Noviembre de 2019.

La plaza de San Marcos también se ha repavimentado con plataforma única eliminando aparcamientos y ganando espacio al tráfico rodado. Los vecinos entrevistados valoran positivamente este cambio, aunque otros lamentan el aumento de veladores, especialmente los que han irrumpido junto a la fachada de la iglesia: «esos veladores pegados al perímetro [de la fachada del bar] no me parecen tan molestos, pero que ya crucen la calle y los pongan ahí en medio me parece súper invasivo». Otro lugar con una alta presencia de veladores es la plaza del Pumarejo, y también es llamativa la presencia de mesas, sillas y estufas en una plaza tan pequeña como la de San Gil, tal y como apunta un entrevistado. Junto a esta plaza se colocó en 2017 una señal turística que indicaba los principales monumentos del entorno, como también sucedió en San Marcos, junto a la basílica y en la puerta de Rompemoldes (figura 2).

En segundo lugar, al analizar el paisaje social debemos comenzar haciendo una puntualización demográfica. Al estudiar años fuera de la dinámica censal, los datos disponibles son del padrón municipal, que indican un aumento testimonial de efectivos en la zona entre 2008 y 2018. El leve incremento contrasta con el estancamiento de la población en el conjunto del centro histórico, y el retroceso evidente de Sevilla en su conjunto. Siguiendo estos datos, no se estaría produciendo una expulsión de residentes debido a una mayor presencia de turistas; sin embargo, todas las personas consultadas sí perciben esta dinámica. Por ejemplo, un entrevistado explica que:

«[...] hay una parte de la población que está siendo desplazada. Con eso no hay fanfarria, no hay cintas que se corten cada vez que una vecina se va. Muchas veces se van en silencio

y lo sabemos los vecinos más cercanos o los de la tienda de al lado. Además, se da gotita a gotita y no te das cuenta. Cuando cierra un negocio lo ves cuando pasas por allí habitualmente, que se vaya una vecina, que ahora se vaya otra, que ahora muera una y lo [que] sustituya [su vivienda sea] un piso turístico, eso pasa desapercibido para mucha gente».

La pérdida de población local va asociada a la proliferación de alquileres turísticos, entendido como un cambio de uso residencial a uso comercial del espacio. En este sentido, en la calle existen dos edificios completos de apartamentos turísticos<sup>7</sup> que en 2008 eran viviendas, los números 2 y 15, que se suman a la ya existente Pensión Macarena. Además, de los edificios reformados, dos han sido destinados en su totalidad a viviendas con fines turísticos, según observamos, aunque ninguno está incluido en el Registro de Turismo de Andalucía. En dicho registro se contabilizan 38 viviendas turísticas a lo largo de San Luis con tres focos importantes: en torno a San Marcos, en los alrededores del cruce con la calle Arrayán y en las inmediaciones de la iglesia de San Gil. En el global de los tres barrios, se registran 560. Ahora bien, estos son los alquileres turísticos oficiales, una parte de la oferta continúa siendo irregular y, en estos casos, no se conoce la localización exacta. Atendiendo a los datos de DataHippo.org, en esos tres barrios en cuestión se contabilizan 935 alquileres turísticos ofertados en Airbnb a finales de 2018. Es más, los candados *guardallaves* han aparecido para evidenciar la existencia de muchos alojamientos no identificables a simple vista, a los que un vecino ha nombrado «el símbolo de los pisos turísticos en el barrio».

En el análisis del paisaje comercial observamos que más de la mitad de los establecimientos han sufrido cambios desde 2008. La causa no puede ser exclusivamente la turistificación, otras razones están en la crisis económica, el incremento del comercio electrónico o la competencia de las grandes superficies. Sin embargo, sí se pueden asociar algunas de las nuevas tipologías comerciales a la tendencia turística de la zona. De forma general, un total de 27 establecimientos han desaparecido, sobre todo panaderías, peluquerías y tiendas de comestibles. Entre los nuevos establecimientos se encuentran un supermercado, cinco tiendas de productos ecológicos o dos barberías, en línea con la gentrificación de la zona. Además, aparecen comercios de artesanía, diseño de moda flamenca y locales de recuerdos turísticos, estos con un enfoque muy evidente hacia el turismo, como los propios dueños y dependientes reconocen. Las charlas informales con estos nuevos comercios evidencian que entre el 40 y el 80% de sus clientes son turistas, excluyendo una ferretería, dos papelerías-librerías y dos bazares. Un comerciante del final de la calle, próximo a la iglesia de San Gil, explica que:

«Si no hay turismo nos vamos al garete. Tú lo puedes ver ¿ves todas estas casas? [señala edificios alrededor], la mayoría son apartamentos turísticos [...]. Hay casas que se están reformando, esta de aquí de la esquina es un hotelito, este un aparta-hotel. Está lleno. El que vive aquí se está yendo o vendiendo, esto se está quedando para puro turismo. Y cuando no hay turismo [como en invierno], ¿qué pasa?, nada».

El cambio comercial no solo supone la sustitución de unas tipologías por otras, también implica que los existentes adapten su oferta, sus precios y estética a su nuevo público (figura 4). Es el caso de uno de los bares tradicionales de la plaza de San Marcos, que ha instalado consignas para maletas en una parte de sus dependencias de acuerdo con los propietarios de pisos turísticos de la zona.

7. Por apartamentos turísticos, la legislación andaluza entiende edificios completos dedicados a alojamientos de visitantes, que funcionan como una suerte de pequeño hotel sin recepción. El planeamiento urbano los incluye, por lo general, como uso hotelero. Por su parte, las viviendas con fines turísticos son viviendas convertidas en alojamientos para turistas, que están ordenadas como uso residencial.

Figura 4. Vestigio de comercio tradicional (rótulo) en un nuevo establecimiento



Fuente: de los autores. Diciembre de 2019.

En tercer lugar, el análisis del paisaje simbólico requiere profundizar en las imágenes de la calle San Luis que se han puesto en circulación por parte de las instituciones públicas y privadas para la promoción turística de la zona. La estrategia para favorecer la expansión del circuito turístico hacia el norte del centro urbano es un anhelo del consistorio que se remonta a los años sesenta (Jover Báez, 2017), si bien no se ha concretado hasta hace poco. Para alcanzar este objetivo han sido clave la construcción del Metropol Parasol, la promoción de la basílica de la Macarena o la reapertura de la iglesia de San Luis. La idea se enmarca en una reordenación de los flujos turísticos para aliviar las zonas más saturadas o, como comenta uno de los entrevistados, «más bien pensando en que si había más atractivos que ofrecer pernoctarían más noches». Recientemente se ha propuesto una ruta recorriendo iglesias, conventos y edificios civiles de la zona, para «ensalzar la Sevilla renacentista, barroca y gótico-mudéjar» (Guzmán, 2019).

Esta imagen monumentalista que pone en circulación el Ayuntamiento la complementa con la promoción del área bajo la etiqueta de la más «camaleónica» de la ciudad, la preferida por bohemios, artistas y *hipsters*. En concreto, Lonely Planet, que nombró Sevilla como la mejor ciudad para visitar en 2018, recoge en su web que «existe otra Sevilla moderna, alternativa, vital y renovada; una ciudad que apuesta por lo ecológico y por el consumo responsable y que se mueve en bicicleta o en tranvía». Esta es, para la empresa de guías de viajes, «la Sevilla de los sevillanos», y se recomienda la visita de la Casa del Pumarejo como ejemplo de palacio convertido en casa de partido, «donde hasta hace poco se compartían habitaciones, baño y pila para lavar la ropa», haciendo referencia a la forma de vida popular que hoy prácticamente ha desaparecido. Según la web de Turismo de Sevilla, esta Casa es «sede de movimientos sociales alternativos», entre otros el Colectivo-Asamblea contra la Turistización de Sevilla (CACTUS), un movimiento vecinal que nació en dicho espacio en 2018 dedicado a cuestionar y visibilizar las consecuencias negativas que provoca el turismo (Barrero Rescalvo, 2019). El vecindario ha organizado encuentros con otros movimientos sociales para abordar el tema difundiendo otro relato del proceso, haciendo hincapié en la expulsión de los residentes. El Consorcio de Turismo de Sevilla también se refiere a la zona como un espacio bohemio y creativo, incluyendo algún restaurante –de los nuevos que han aparecido en los últimos años– como los mejores para «hacer un buen *brunch*», mientras que en el resumen de la ciudad que hace el portal de promoción del Gobierno de España, se incluye



esta zona como un «barrio de hondo sabor popular». <sup>8</sup> Como vemos, varias representaciones de la zona -la popular, la bohemia y la reivindicativa- circulan tanto en narrativas promocionales como en discursos contestatarios.

Relacionado con el espacio simbólico, y también vinculado al paisaje social, el conflicto respecto a la turistificación se hace visible con la aparición de pintadas, pegatinas y pancartas. La mayoría de ellas hace referencia al problema de la vivienda, como el aumento de los precios de alquiler y la presencia de apartamentos turísticos. En dos bloques señalizados como tal en el entorno de la iglesia de San Gil se han observado estarcidos que rezaban «yo quería vivir aquí, pero lo hicieron apartamento turístico» (Figura 5). En el extremo norte de la calle, junto a la basílica de la Macarena, una pintada aclara cual es el límite geográfico del área con presión turística señalando la zona extramuros como *true macarena* (la verdadera Macarena) e intramuros como *Turistaland* (tierra de turistas). Cabe mencionar también la intervención con pegatinas con la frase «Mass tourism kills the city» (el turismo de masas mata la ciudad) sobre las nuevas señales turísticas instaladas a lo largo de San Luis en 2017, que tuvo repercusión en prensa (Grosso, 2017). Al hilo, un entrevistado comenta los problemas de movilidad que genera esta señalética: «estéticamente son estridentes y además por el diseño que tienen obliga a separar el poste y ponerlo en mitad de la acera, obstaculizando el tránsito peatonal en una calle que de por sí ya es poco accesible».

Figura 5. Pintada en el entorno de la iglesia de San Gil



Fuente: de los autores. Noviembre de 2018.

A todo ello hay que sumar el paisaje imaginado por los diferentes actores. Por un lado, las instituciones y empresas privadas turísticas ven la zona como un área de oportunidad para la expansión turística. En esta línea se sitúan las inmobiliarias, con anuncios de venta de inmuebles como inversión para alquiler turístico. Más allá de lo que se puede encontrar con una simple búsqueda en portales como Idealista o Fotocasa, destaca el buzoneo incesante de empresas y agentes inmobiliarios con consignas de «compramos su piso en 20 días, pago al contado» o «vuelve con nosotros al centro», que comentan algunos entrevistados. Por otro lado, los vecinos imaginan un

8. Para más información, visitar [www.spain.info](http://www.spain.info), [www.visitasevilla.es](http://www.visitasevilla.es) o [www.lonelyplanet.es](http://www.lonelyplanet.es)



barrio de forma distinta, por ejemplo, una vecina de mediana edad comenta: «me gustaría que la gente más joven pudiera hacer un proyecto de vida en el barrio y no tuviera que irse a otro sitio para poder hacerlo. Me gustaría que hubiera fruterías, zapaterías, las cosas que necesita la gente que vive en los sitios».

Por último, el cambio del paisaje afectivo y sensible también ha tenido protagonismo en las entrevistas, dado que el proceso de turistificación se vive por los residentes como un despojo de redes sociales y memorias o, como otra vecina afirma, de «desposesión de la cotidianeidad». En cuanto al ámbito sensorial, los vecinos entrevistados mencionan, sobre todo, el ruido nocturno de los apartamentos turísticos, así como el sonido de maletas sobre los adoquines: «desde hace cuatro años el cambio sonoro ha sido muy claro, yo no escuchaba el *tacatacataca* de los *trolleys* por mi calle [...] si vas con la maleta es que vienes a dormir en una vivienda turística, porque no hay ni pensiones ni hoteles en mi cercanía». Todo ello ocurre en el entorno de la plaza del Pumarejo, que ha sido objeto de conflicto a causa de la presencia de personas sin hogar. Quizá por eso no siempre aparece referida en las señales turísticas, aun siendo monumento la casa-palacio que la preside. En los últimos años, el aumento de la presencia policial y la instalación de bancos llamados *antiindigentes* en la plaza ha sido una fuente de conflicto entre algunos vecinos por ser una forma de ocultar lo molesto para sanear la zona sin resolver el problema (Navarro, 2018).

Respecto a las vivencias afectivas, hay dos posiciones diferenciadas en los entrevistados: el cambio según los vecinos desplazados y según los todavía residentes en la zona. Un vecino y activista comenta que «la presión más cercana que siento es que tarde o temprano me va a llegar la hora de irme, sin contar con el malestar por tener amistades que se han tenido que ir forzosamente». Este y otros entrevistados mencionan emociones como el miedo o la incertidumbre provocados por la pérdida de vínculos sociales, estando aquellas detrás de prácticas espaciales y de resistencia. Así, en San Luis, esa construcción de geografías cotidianas se ha traducido en alianzas estratégicas, tanto en «La Revo» como en la casa-palacio del Pumarejo, donde colectivos de mujeres feministas e identidades disidentes han desarrollado prácticas potencialmente emancipatorias de cuidados comunitarios y cooperación, desde una conciencia espacial compartida<sup>9</sup>. No es casual que tales colectivos consideren su existencia antagónica al crecimiento del turismo (Figura 6).

Figura 6. Pancarta de «La Revo» colgada en la plaza del Pumarejo el día de su desalojo (21 de abril de 2018)



Fuente: Maite Iglesias Buxeda.

9. Para más información, visitar <https://larevolucion.wordpress.com/> y <https://pumarejo.org/colectivos/>

En relación al vecindario desplazado, una entrevistada comenta cómo siente la pérdida del barrio: «Ahora estoy intentando tender puentes porque me dolió mucho irme, estoy viendo dónde situarme respecto al que fue mi barrio [...] porque ya no forma parte de mi cotidianeidad. Aunque haya turistas, haya gentrificación, esté todo mucho más caro y hayan cerrado un montón de sitios importantes, sigue conservando algo mío, o quizás la que lo conservo soy yo». La antigua vecina hace referencia al sentimiento de pertenencia y su relación con la memoria personal y social, interconectadas en el entorno construido más allá de los límites físicos. Por ejemplo, la calle San Luis es importante en lo personal porque «por ella han ido mis niños al colegio durante doce años» y en relación con el vecindario, porque «cuando empezó a ir mi hijo solo yo sabía que estaba vigilado por todo el mundo, tenía la sensación de que si le pasaba algo me iba a enterar, el barrio lo conoce y sabía que es mi hijo, ahora lo dudaría». Esto es un ejemplo de un cambio potencial de la práctica cotidiana como consecuencia de la transformación del paisaje social.

## 5. Conclusiones

El concepto paisaje, como el de turistificación, está en continua transformación y, al mismo tiempo, también en disputa. El presente trabajo ha puesto en relación ambas nociones desde una perspectiva crítica. Partiendo de los estudios sobre la gentrificación, se ha identificado y analizado la incidencia de un proceso reciente de cambio urbano a través de las diferentes conceptualizaciones del paisaje propuestas. Dicho análisis ayuda a hacer más compleja la mirada sobre las transformaciones urbanas, por un lado, conjugando distintos enfoques y, por otro, relacionando cambios materiales e intangibles. En este sentido, la contribución es doble: en el campo teórico-metodológico y en el caso concreto del estudio de la turistificación en la calle San Luis y su entorno inmediato en el centro histórico de Sevilla.

En primer lugar, se ha propuesto una aproximación metodológica sobre los paisajes de la turistificación que pretende articular diferentes aspectos de un mismo proceso combinando distintos tipos de análisis. La propuesta parte de una lectura holística del fenómeno urbano, derivado de la interrelación de teorías de varias disciplinas que trabajan sobre la ciudad, tratando de encajar y sintetizar esas visiones en torno al concepto de paisaje. En concreto, se estudia un caso a escala acotada, asumiendo una metodología que puede ser extrapolable a otros lugares, dentro y fuera de Sevilla, y a otras escalas urbanas, con el objeto de establecer comparaciones y seguir mejorando la propuesta. En este sentido, cabe mejorar las evidencias que sustentan cada una de las categorías, amén de profundizar en el análisis de algunas variables y en sus formas de representación gráfica en futuros trabajos. Esta aproximación metodológica no está cerrada y así, debe complementarse a través de trabajos concretos sobre las distintas categorías de paisaje, especialmente el afectivo por encontrarse menos estudiado, u otros que aborden el tema en su conjunto.

En segundo lugar, se certifica la existencia de un proceso de turistificación en el ámbito de estudio. Usar el paisaje, además, nos permite entender cómo elementos que pasan desapercibidos a simple vista están modificando un espacio urbano. Si atendemos a los datos de población o a los discursos institucionales, el proceso parece inexistente. En el paisaje físico, incluso, la mejora del entorno de San Luis podría sostenerse que está dentro de la recualificación urbana vinculada a la gentrificación de la zona. Pero nada de esto se entiende sin la actividad turística, que se hace evidente en las cuatro categorías paisajísticas analizadas. Por ejemplo, y dentro de las evidencias visibles del paisaje social, la identificación de viviendas con fines turísticos ayuda a reconocer algunas que son irregulares. Los testimonios y vivencias de los habitantes y desplazados con-

firman el paso de viviendas de uso residencial al hostelero, además de dar otras pistas sobre la transformación del paisaje social, como la provocada en el tejido comercial. Si bien no todos estos cambios tienen una raíz turística, se observa cómo algunos comercios de apertura reciente han adaptado con mayor facilidad su oferta para el turismo que otros tradicionales (pescaderías, droguerías, ultramarinos, etcétera). Por el contrario, los bares, tiendas ecológicas y artesanías ofrecen servicios más especializados, lo que a su vez concuerda con el paisaje simbólico de la Sevilla moderna, bohemia y alternativa promocionada por las administraciones y los turoperadores, que se alterna con la oferta monumental centrada en las iglesias y museos, y responde al escenario que el turista busca al visitar la zona. El paisaje construido socialmente por la cotidianeidad de las clases populares queda en un segundo plano, bien reinterpretado (véase Rompemoldes), bien en estado de degradación (véase la Casa del Pumarejo), aunque se hace visible en las –todavía presentes– relaciones sociales del vecindario, y con la aparición de acciones, pegatinas y pancartas, que evidencian el conflicto sobre el derecho a la vivienda y a la ciudad. Estas reivindicaciones ilustran la creciente desafección y el desarraigo territorial de proyectos de vida personales y comunes, y así el paisaje afectivo queda condicionado por una turistificación que destruye espacios de convivencia y sociabilidad.

## Nota final

Esta investigación se ha realizado y este texto se ha escrito antes de la pandemia mundial del Covid-19. El contexto ha cambiado de forma radical, pero no así el análisis de la realidad del impacto del turismo en la ciudad que, por otra parte, atendiendo a los discursos de las instituciones públicas y las empresas privadas, aspira a volver al escenario cuyos efectos se analizan aquí a través del paisaje. Asimismo, este trabajo se enmarca dentro de los proyectos de investigación *LIKE-ALOCAL: Efectos socioespaciales de AIRBNB. Turismo y transformación en 4 ciudades de España*, financiado por el Ministerio de Ciencias, Innovación y Universidades (RTI2018-093479-A-I00) e *ITUCA. Impactos del Turismo Urbano Cultural en Andalucía. Desarrollo urbano y procesos socioespaciales ligados al sector turístico en grandes ciudades andaluzas* (PRY192/19), financiado por la Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces.

## 6. Bibliografía

- Augé, M. (1992). *Los no lugares*. Barcelona: Gedisa, 1998.
- Barber, S.; Fresnel, V. & Romero, M.J. (coords., 2006). *El Gran Pollo de la Alameda*. Sevilla: Consejo Redactor del Gran Pollo de la Alameda.
- Barrero Rescalvo, M. (2019). Algo se muere de las setas a la Alameda. Efectos del turismo sobre la población y el patrimonio en el casco norte de Sevilla. *Revista PH*, 98. 46-49. doi: 10.33349/2019.98.4432
- Barrero Resalvo, M.; Jover Báez, J. & Fernández-Valderrama Aparicio, L. (2019). Innovación docente sobre espacios productivos en contextos de transformación urbana: el caso de Barrio Abierto en Sevilla. En: J.J. Vázquez Avellaneda (ed.), *IdPA\_04: Investigaciones Departamento de Proyectos Arquitectónicos* (pp. 251-266). Sevilla: Recolectores Urbanos.
- Benach Rovira, N. (2016). ¿Ciudades en el mapa o en la guía turística? Venta de la ciudad y sentido del lugar. *Revista CIDOB*, 113, 89-105. doi: 10.24241/rcai.2016.113.2.89
- Blázquez-Salom, M.; Blanco-Romero, A. Vera-Rebollo, F. & Ivars-Baidal, J. (2019). Territorial tourism planning in Spain: from boosterism to tourism degrowth? *Journal of Sustainable Tourism*, 27 (12), 1764-1785. doi: 10.1080/09669582.2019.1675073
- Cantero, P.A.; Escalera, J.; García del Villar, R. y Hernández, M. (1999). *La ciudad silenciada: vida social y Plan Urban en los barrios del casco antiguo de Sevilla*. Sevilla: Ayuntamiento de Sevilla.
- Chirot, C. M.d. (2019). Rematerializar los estudios turísticos. En: E. Cañada & I. Murray (eds.), *Turistificación global* (pp. 75-90). Barcelona: Icaria.

- Cocola-Gant, A. & Gago, A. (2019). Airbnb, buy-to-let investment and tourism-driven displacement. A case study in Lisbon. *Environment and Planning A*. doi: 10.1177/0308518X19869012
- Cocola-Gant, A.; Gago, A. & Jover, J. (2020). Tourism, gentrification and neighbourhood change: an analytical framework. Reflections from Southern European cities. En: J. Oskam (ed.), *The overtourism debate* (pp. 121-135). Bingley: Emerald.
- Cosgrove, D. (1984). *Social Formation and Symbolic Landscape*. Londres: Croom Helm.
- Cosgrove, D. & Daniels, S. (1992). *The iconography of landscape*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Davidson, J.; Bondi, L. & Smith, M. (eds., 2007). *Emotional geographies*. Aldershot: Ashgate.
- Díaz Parra, I. (2014). *¿Gentrificación o barbarie?*. Sevilla: Atrapasueños.
- Díaz Parra, I. & Jover Báez, J. (2019). Enclaves urbanos de éxito. Transformación urbanística, gentrificación y turismo en la Alameda de Hércules de Sevilla. En: J. Gasca, *Capital Inmobiliario* (pp. 337-357). Ciudad de México: UNAM.
- Domosh, M. (1988). The symbolism of the skyscraper. Case studies of New York's tall buildings. *Journal of Urban History*, 14(3), 320-345.
- Fernández, M.; Hernández Conde, M. & Barragán, V. (2019). Rompiendo el consenso: comunidades virtuales y discurso contra-hegemónico en el movimiento contra la turistificación en Sevilla. *Revista Científica de Comunicación*, 16, 285-323. DOI: 10.12795/IC.2019.i01.09
- Fernández Salinas, V. (2003). Vivienda modesta y patrimonio cultural: los corrales y patios de vecindad en el conjunto histórico de Sevilla. *Scripta Nova*, VII, 146(70). URL: <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-146%28070%29.htm>
- Fernández Tabales, A., & Santos Pavón, E. (2018). La difícil convivencia entre paisaje urbano y turismo: clasificación de conflictos y propuestas de regulación a partir del análisis comparativo de normativas locales. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 78, 180-211. doi: 10.21138/bage.2715
- García García, A.; Fernández Salinas, V.; Caravaca Barroso, I. & González Romero, G. (2016). Actividades creativas, transformaciones urbanas y paisajes emergentes. El caso del casco norte de Sevilla. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 62(1), 27-54. doi: 10.5565/rev/dag.245
- Gómez Zotano, J. & Riesco Chueca, P. (2010). *Marco conceptual y metodológico para los paisajes españoles. Aplicación a tres escalas espaciales*. Sevilla: Centro de Estudios Paisaje y Territorio.
- Gotham, K.F. (2005). Tourism gentrification. The case of New Orleans' Vieux Carre. *Urban Studies*, 42(7), 1099-1121. doi: 10.1080/00420980500120881
- Greenhough, B. (2010). Vitalist geographies: life and the more-than-human. En: B. Anderson & P. Harrison (eds.), *Taking Place: Non-Representational Theories and Geography* (pp. 37-54). Aldershot: Routledge.
- Grosso, N. (24 de agosto de 2017). ¿La 'turismofobia' llega a Sevilla? *El Correo de Andalucía*. Recuperado el 25 de enero de 2020 de <https://elcorreoweb.es/sevilla/la-turismofobia-llega-a-sevilla-CY3274631>
- Guzmán, M.J. (12 de marzo de 2019). La Ruta del Cardo Máximo de Sevilla, un proyecto que desespera. *Diario de Sevilla*. Recuperado el 27 de enero de 2020 de [https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Ruta-Cardo-Maximo-Sevilla\\_0\\_1335766845.html](https://www.diariodesevilla.es/sevilla/Ruta-Cardo-Maximo-Sevilla_0_1335766845.html)
- Jover Báez, J. (2017). *Volviendo al centro histórico. La recuperación diferencial del patrimonio y su supeditación a dinámicas urbanísticas: el caso de Sevilla* (Tesis doctoral). Universidad de Sevilla: Sevilla. Recuperado de <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/63968>
- Jover Báez, J. (2019). Geografía comercial de los centros históricos: entre la gentrificación y la patrimonialización. El caso de Sevilla. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 82(2788), 1-33. doi: 10.21138/bage.2788
- Jover, J.; Berraquero-Díaz, L.; Barrero-Rescalvo, M. & Jiménez, A. (2018). Turistización y movimientos urbanos de resistencia: experiencias desde Sevilla. En: C. Milano & J. Mansilla (eds.), *Ciudad de vacaciones* (pp. 403-437). Barcelona: Pol.len.
- Jover, J. & Díaz-Parra, I. (2019). Gentrification, transnational gentrification and touristification in Seville, Spain. *Urban Studies*. doi: 10.1177/0042098019857585
- Jover, J. & Díaz Parra, I. (2020). Who is the city for? Overtourism, lifestyle migration and social sustainability. *Tourism Geographies*. doi: 10.1080/14616688.2020.1713878
- Lees, L.; Slater, T. & Wylie, E. (2008). *Gentrification*. Nueva York: Routledge.
- Macías, J. (18 de junio de 2019). Sevilla reorganiza sus servicios para acoger un macroevento por semana. *ABC de Sevilla*. Recuperado el 15 de enero de 2020 de [https://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-sevilla-reorganiza-servicios-para-acoger-macroevento-semana-201906172341\\_noticia.html](https://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-sevilla-reorganiza-servicios-para-acoger-macroevento-semana-201906172341_noticia.html)



- Mata Olmo, R. (2008). El paisaje, patrimonio y recurso para el desarrollo territorial sostenible. *Arbor*, CLXXXIV (729), 155-172.
- Mercado Alonso, I. & Fernández Tabales, A. (2018). Percepciones y valoraciones sociales del paisaje en destinos turísticos. *Cuadernos de Turismo*, 42, 355-383. DOI: 10.6018/turismo.42.16
- Mínguez, C.; Piñeira Mantiñán, M.J & Fernández Tabales, A. (2019): Social vulnerability and touristification of historic centers. *Sustainability*, 11, doi:10.3390/su11164478
- Mitchell, D. (2002). Cultural landscapes: the dialectical landscape – recent landscape research in human geography. *Progress in Human Geography*, 26(3), 381–389. doi: 10.1191/0309132502ph376pr
- Mitchell, D. (2003). *The right to the city*. Nueva York: Guilford Press.
- Mitchell, D. (2008). New axioms for reading the landscape: paying attention to political economy and social justice. En: J. Wescoat & J. Douglas (eds.), *Political economies of landscape change* (pp. 29-50). Dordrecht: Springer.
- Morell, M. (2019). Turismo y diferencial de renta. No hay vacaciones para la lucha de clase. En: E. Cañada & I. Murray (eds.), *Turistificación global* (pp. 309-323). Barcelona: Icaria.
- Morillo, J. (31 de enero de 2020). Sevilla superó los 3,1 millones de turistas en 2019, logrando un crecimiento de casi el 4%. *ABC de Sevilla*. Recuperado el 2 de febrero de 2020 de [https://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-nuevo-record-para-turismo-sevilla-supera-barrera-3-millones-visitantes-2018-201901312016\\_noticia.html](https://sevilla.abc.es/sevilla/sevi-nuevo-record-para-turismo-sevilla-supera-barrera-3-millones-visitantes-2018-201901312016_noticia.html)
- Mullins, P. (1991). Tourism urbanization. *International Journal of Urban and Regional Research*, 15(3), 326–342.
- Muñoz, F. (2008). *Urbanización: paisajes comunes, lugares globales*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Navarro, A. (18 de julio de 2018). Los bancos «anti-indigentes» dividen a los vecinos del Pumarejo de Sevilla. *El Mundo*. Recuperado el 1 de febrero de 2020 de <https://www.elmundo.es/andalucia/2018/07/18/5b4efeac268e3ef1668b45a8.html>
- Parejo, J. (26 de febrero de 2020). La Hermandad de la Macarena se alza como motor del turismo en la zona norte del Casco Histórico. *Diario de Sevilla*. Recuperado el 29 de febrero de 2020 de [https://www.diariodesevilla.es/semana\\_santa/hermandad-Macarena-motor-turismo-norte-Casco-Historico\\_0\\_1441056293.html](https://www.diariodesevilla.es/semana_santa/hermandad-Macarena-motor-turismo-norte-Casco-Historico_0_1441056293.html)
- Path, J. (2004). The embedded landscape of gentrification. *Visual Studies*, 19(2), 169-187. doi: 10.1080/1472586042000301674
- Phillips, M. (2018). Gentrification and landscape change. En: L. Lees & M. Phillips (eds.), *Handbook of Gentrification Studies* (pp. 81-102). Cheltenham and Northampton: Edward Elgar.
- Priore, R. (2002). Derecho al paisaje, derecho del paisaje. En: F. Zoido & C. Venegas, *Paisaje y ordenación del territorio* (pp. 92-99). Sevilla: Junta de Andalucía.
- Relph, E. (1987). *The modern urban landscape*. Baltimore: Johns Hopkins University Press.
- Rossi, A. (1966). *La arquitectura de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili, 1982.
- Sequera, J. & Nofre, J. (2018). Shaken, not stirred. New debates on touristification and the limits of gentrification. *City*, 22(5-6), 843-855. doi: 10.1080/13604813.2018.1548819
- Silva Pérez, R. & Jover Báez, J. (2016). Los paisajes patrimoniales de la Sierra de Hueva. Ensayo metodológico. *Estudios Geográficos*, 281, 647-670. doi: 10.3989/estgeogr.201622
- Silva Pérez, R. & Fernández Salinas, V. (2017). El nuevo paradigma del patrimonio y su consideración con los paisajes. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 63(1), 129-151. doi: 10.5565/rev/dag.344
- Smith, N. (1996). *La nueva frontera urbana*. Madrid: Traficantes de Sueños, 2012.
- Smith, N. (2002). New globalism, new urbanism: gentrification as global urban strategy. *Antipode*, 34(3), 427-450. doi: 10.1111/1467-8330.00249
- Soja, E. (1999). Tercer Espacio. Extendiendo el alcance de la imaginación geográfica. En: N. Benach & A. Abet (eds.), *Edward W. Soja. La perspectiva postmoderna de un geógrafo radical* (pp. 181-209). Barcelona: Icaria, 2010.
- Villar Lama, A. & Fernández-Tabales, A. (2017). Reconstruir la historia del turismo a través de la prensa: la evolución del espacio turístico de Sevilla (1915-2015). *Cuadernos Geográficos*, 56(1), 290-321.
- Zoido Naranjo, F. (2002). El paisaje y su utilidad para la ordenación del territorio. En: F. Zoido & C. Venegas, *Paisaje y ordenación del territorio* (pp. 21-32). Sevilla: Junta de Andalucía.
- Zukin, S. (1991). *Landscapes of Power*. Berkeley: University of California Press.
- Zukin, S. (1995). *The Culture of Cities*. Oxford: Blackwell.

## Sobre las/os autoras/es

### MARÍA BARRERO RESCALVO

Arquitecta por la Universidad de Sevilla (2014), Máster en Rehabilitación Arquitectónica por la Universidad de Granada (2016). Actualmente está realizando estudios de Doctorado en Arquitectura en la Universidad de Sevilla y es Becaria contratada del Proyecto de Investigación "ITUCA. Impactos del Turismo Urbano Cultural en Andalucía. Desarrollo urbano y procesos socio-espaciales ligados al sector turístico en grandes ciudades andaluzas", financiado por la Fundación Pública Centro de Estudios Andaluces (PRY192/19). Miembro del grupo de investigación In-Gentes (HUM958) y de la Red Iberoamericana de Investigadores en Política, Conflictos y Movimientos Urbanos (AUIP). Sus líneas de investigación son el urbanismo, el patrimonio y la arquitectura desde una perspectiva social, contando con trabajos sobre procesos urbanos y sus relaciones con el patrimonio local, la participación política y los conflictos asociados, y centrando su investigación doctoral en las interacciones del pasado popular e industrial con los paisajes de la gentrificación y la turistificación.

### JAIME JOVER

Investigador posdoctoral en el Centro de Estudios de Posgrado (The Graduate Center) de la City University of New York. Previamente ha sido docente e investigador en las universidades de Lisboa y Sevilla, habiéndose doctorado en Geografía Humana en esta última. Sus líneas de investigación se centran en la geografía radical, la teoría urbana, los estudios críticos patrimoniales y la economía política del turismo.