

Capítulo 1

La calle tiene algo que decir. Estudio de caso del proyecto Tour Street Art GDL como experiencia de turismo cultural en Guadalajara, Jalisco, México

*Karen Eréndira Estrada Mora
Universidad de Colima
Universidad de Guadalajara
karenmoramx@gmail.com*

DOI: <https://doi.org/10.61728/AE20259310>



Introducción

Las calles de Guadalajara albergan un sinfín de historias inscritas en sus muros, mensajes visuales que solo pueden ser comprendidos a través del caminar atento y la observación curiosa. El arte urbano, en sus múltiples formas —*graffiti*, *stickers*, *stencil*, *paste-up* y muralismo contemporáneo—, ha convertido al espacio público en una plataforma para narrar memorias, expresar inconformidades y construir identidad. Estas manifestaciones gráficas se configuran como herramientas simbólicas que permiten leer el territorio, resignificarlo y, a la vez, invitar a quienes lo habitan o visitan a descubrir lo que la calle tiene que decir.

Desde mediados de los años noventa, Guadalajara ha sido reconocida como una de las ciudades con mayor presencia de *graffiti* en el país. De hecho, en 1994 los medios locales reportaban que la ciudad ostentaba el título de “la más grafiteada de México (e incluso del mundo)”, fenómeno que consolidó una escena urbana vibrante y diversa (Abundis, 2019). Este ecosistema visual ha dado lugar al desarrollo de otras formas de expresión que enriquecen el imaginario colectivo y dotan al entorno urbano de una narrativa propia.

Según el Dr. Jorge Fregoso (2017), el *graffiti* es una expresión social moldeada por las condiciones personales y contextuales de quienes lo practican, lo que se refleja en la pluralidad de estilos visibles en las calles de Guadalajara. Esta diversidad ha sido documentada por investigadores como Daniel Neufeld en el libro publicado Arte urbano GDL en 2009 por el CECA Jalisco y la Secretaría de Cultura, quien reconoce en el arte urbano un movimiento cultural representativo que se manifiesta a través de técnicas como el neomuralismo, la rotulación tradicional, los *stickers* y el *graffiti* con permiso, todas ellas insertas en el fenómeno global del street art.

En los últimos años, estas prácticas han cobrado una relevancia particular en zonas de interés turístico, no solo por su presencia estética, sino por su capacidad de provocar interrogantes, generar vínculos afectivos

y fomentar reflexiones sobre el devenir urbano. El arte urbano en Guadalajara ha evolucionado hasta convertirse en una especie de radiografía visual de la ciudad: una forma de comunicar desde la calle y para la calle.

Este auge ha coincidido con un creciente interés institucional por estudiar el turismo cultural y sus diversas manifestaciones. Según el “Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México” de la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) del 2015, todo desplazamiento turístico conlleva una dimensión cultural, pues sin cultura no hay turismo. En este sentido, el turismo cultural se concibe como aquel motivado por el deseo de conocer, comprender y disfrutar los rasgos distintivos —materiales y simbólicos— que definen a una sociedad. Esta visión se alinea con las definiciones de la Organización Mundial del Turismo (UNWTO, 2008) y de la UNESCO, que reconocen el turismo como fenómeno social, económico y cultural vinculado al conocimiento de lo local.

Partiendo de esta premisa, y con la convicción de que la ciudad puede leerse a través de sus expresiones urbanas, se diseñó en 2015 el proyecto *Tour Street Art GDL*. Esta iniciativa autogestiva propone rutas a pie por barrios emblemáticos del centro histórico de Guadalajara y la Colonia Americana, con el objetivo de visibilizar el arte urbano como dispositivo comunicativo, herramienta pedagógica y experiencia de turismo cultural. A través del uso de herramientas digitales, plataformas tecnológicas y estrategias de comunicación aplicadas en medios tradicionales y redes sociales, el proyecto ha buscado diversificar públicos, fortalecer el vínculo entre arte y territorio, y posicionar el fenómeno del arte urbano como parte del patrimonio cultural vivo de la ciudad.

Este capítulo presenta un estudio de caso sobre el *Tour Street Art GDL* como experiencia de turismo cultural. En la primera sección se analiza el estado de la cuestión respecto al arte urbano y su potencial como atractivo turístico. En la segunda, se abordan las bases metodológicas de la experiencia. En la tercera, se discute el diseño de las rutas y su implementación en el territorio. La cuarta sección expone los resultados obtenidos y, finalmente, se presentan las conclusiones y reflexiones sobre el impacto cultural y social de esta práctica.

Metodología

El presente estudio se construye desde una perspectiva cualitativa y situada, vinculada a la epistemología del territorio, los estudios culturales urbanos y la investigación-acción en el campo de la gestión cultural. Dado que se trata de un proyecto autogestivo y en constante desarrollo, se privilegió una metodología flexible, exploratoria y participativa que permitiera observar, documentar y reflexionar sobre los efectos sociales, comunicativos y culturales del arte urbano en la ciudad de Guadalajara a través de una experiencia concreta: el *Tour Street Art GDL*.

La experiencia se basa en la práctica de las caminatas urbanas como forma de lectura del espacio público. Esta metodología ha sido utilizada como herramienta de mediación cultural, pero también como forma de generar conocimiento in situ, mediante la observación directa, el registro visual y la interacción con los participantes de las rutas. El caminar se convierte en un acto de investigación, documentación y reflexión colectiva que recupera las voces de la ciudad desde sus muros.

Durante el desarrollo del proyecto se implementaron diversos instrumentos metodológicos complementarios, entre ellos:

- Bitácoras de campo, escritas después de cada recorrido, que permitieron sistematizar observaciones sobre el comportamiento de los participantes, los temas más comentados, las preguntas frecuentes y las emociones que surgían al recorrer la ciudad desde una perspectiva estética y crítica.
- Registros fotográficos y audiovisuales de los recorridos y del arte urbano encontrado, que han permitido construir un archivo visual en constante actualización.
- Entrevistas informales con transeúntes, artistas urbanos, vecinas/os y visitantes, que han enriquecido la comprensión del contexto territorial, la historia de las piezas y las percepciones sociales respecto al fenómeno del arte urbano.
- Herramientas digitales de mapeo colaborativo, como Google My Maps y la plataforma de Street Art Cities, para geolocalizar obras relevantes y construir narrativas visuales accesibles para públicos diversos.

Desde una perspectiva epistemológica, el proyecto se ubica en el cruce entre la cultura visual, la antropología urbana y los estudios de la experiencia estética en espacios no convencionales. Se reconoce la importancia del conocimiento sensible, situado y construido colectivamente, como alternativa a los enfoques extractivistas que tradicionalmente han documentado el arte urbano desde lógicas externas al territorio. En este sentido, el proyecto apuesta por una lectura afectiva, política y comunitaria de la ciudad, donde el arte urbano se entiende no solo como expresión visual, sino como lenguaje que dialoga con las memorias, tensiones y deseos de quienes la habitan y recorren.

El enfoque también retoma elementos del determinismo cultural de Franz Boas, al considerar que las expresiones culturales —en este caso, el arte urbano— son manifestaciones simbólicas profundamente ligadas al entorno social que las produce. Bajo esta perspectiva, las rutas del *Tour Street Art GDL* no se entienden como simples productos turísticos, sino como procesos vivos de mediación, reconocimiento y resignificación de los imaginarios urbanos.

Desarrollo

El análisis sobre el diseño de rutas de turismo cultural centradas en el arte urbano ha sido abordado en diversos estudios en América Latina, evidenciando el creciente interés por integrar expresiones contemporáneas del espacio público en las dinámicas turísticas. En el caso de México, el desarrollo de estas rutas se ha fortalecido a partir de las directrices señaladas en el Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural en México (SECTUR, 2015), donde se plantea que:

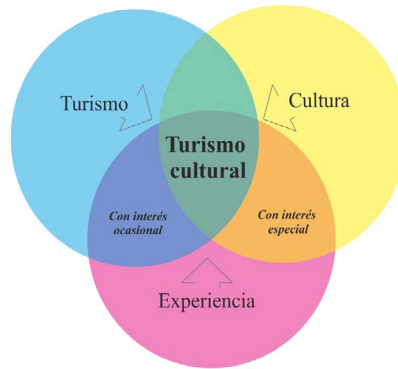
La complejidad del análisis del turismo relacionado con la cultura radica en la necesidad de considerar las características de funcionamiento de dos sectores que, si bien se complementan, tienen lógicas y necesidades diferentes, aunque ambas se determinan en el entorno político, social, económico y ambiental de los sitios en que se ubica. (SECTUR, 2015, p. 4)

A partir de este enfoque, se reconoce que el turismo cultural debe valorarse no solo como una actividad económica, sino como un medio para

visibilizar y fortalecer el patrimonio tangible e intangible, promover las costumbres locales y contribuir a la construcción de identidades en los territorios visitados. Así, la creación de rutas culturales como el *Tour Street Art GDL* se inserta en un contexto más amplio de estrategias culturales y turísticas orientadas a revalorizar los imaginarios urbanos desde el arte y la experiencia caminante.

El turismo vinculado a la cultura ha adquirido una relevancia creciente en las últimas décadas como estrategia para fortalecer identidades locales, preservar el patrimonio y diversificar la oferta turística. En este contexto, el diseño de rutas culturales centradas en expresiones contemporáneas como el arte urbano ha sido documentado en diversos trabajos en América Latina, consolidándose como una herramienta eficaz para resignificar el espacio público. En México, este enfoque se ha fortalecido a partir de los lineamientos establecidos en el Resumen Ejecutivo del Estudio Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural (SECTUR, 2015), en el cual se señala que el turismo cultural implica la interacción de dos sectores con lógicas distintas —el turismo y la cultura— que deben operar en armonía con el entorno político, social, económico y ambiental de cada territorio, en este sentido se entiende como aquel viaje turístico impulsado por el interés de conocer, comprender y disfrutar los rasgos y elementos distintivos —tanto materiales como espirituales, intelectuales y afectivos— que conforman la identidad cultural de una sociedad o grupo social en un destino determinado. De acuerdo con este documento, el turismo vinculado a la cultura puede clasificarse en dos modalidades: con interés especial —enfocado directamente a contenidos culturales desde una perspectiva didáctica, estética, científica o espiritual— y con interés ocasional —donde las actividades culturales forman parte secundaria de la experiencia turística, con un enfoque más recreativo o panorámico, como se muestra en la imagen 1.

Imagen 1. Vinculación del turismo y la cultura



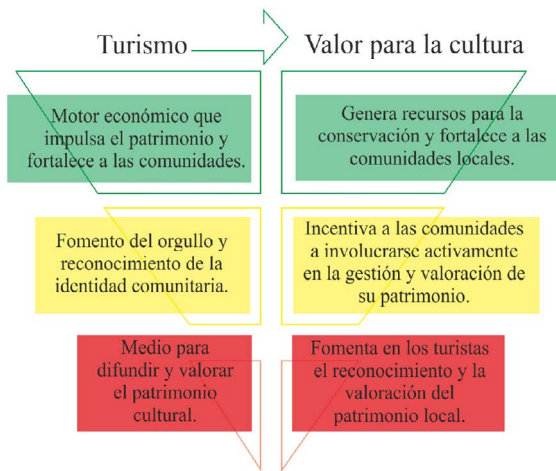
Nota: Elaboración propia.

Ambos enfoques coinciden en un punto clave: el reconocimiento del turismo como vehículo para la divulgación del patrimonio tangible e intangible, la transmisión de las costumbres locales y la creación de conciencia en torno a la diversidad cultural. Así, el turismo cultural no solo aporta al desarrollo económico, sino que también fortalece el tejido social y simbólico de los territorios que lo acogen

El turismo cultural desempeña un papel fundamental como medio de divulgación y valorización del patrimonio local, contribuyendo a que tanto visitantes como comunidades locales reconozcan y aprecien la riqueza cultural de un territorio. Según el Resumen Estratégico de Viabilidad del Turismo Cultural (SECTUR, 2015), este proceso se articula a través de diferentes niveles de apropiación cultural por parte del turista, que van desde una experiencia superficial hasta una inmersión profunda en las tradiciones y saberes del lugar visitado. En el nivel más básico, el turismo puede generar una apreciación panorámica o recreativa del patrimonio, lo que abre la puerta al interés y la curiosidad. Sin embargo, en niveles más avanzados, el turismo cultural fomenta la conciencia y el respeto hacia las expresiones culturales, favoreciendo el diálogo intercultural y el fortalecimiento de la identidad local. De este modo, las rutas y experiencias diseñadas con una perspectiva cultural no solo buscan atraer

visitantes, sino también promover una reflexión crítica sobre el valor del patrimonio tangible e intangible, incentivando su preservación y transmisión. En consecuencia, el turismo vinculado a la cultura se convierte en una herramienta clave para el desarrollo sostenible y la construcción de comunidades más cohesionadas y culturalmente conscientes, como se detalla en la imagen 2.

Imagen 2. Valor del turismo para la cultura



Nota: Elaboración propia.

En este marco, el *Tour Street Art GDL* se gestó en 2015 como la primera ruta de arte urbano formalmente organizada en Guadalajara, con el propósito de documentar y dar a conocer a los protagonistas detrás de las expresiones gráficas que pueblan la ciudad (Freyría, 2021). En un contexto donde el arte urbano había sido históricamente marginalizado o estigmatizado, esta iniciativa buscó resignificar estas expresiones como patrimonio cultural vivo y dinámico, estableciendo un diálogo entre la comunidad local, los creadores y los visitantes. De este modo, el tour no solo visibiliza las manifestaciones artísticas, sino que también promueve una reflexión crítica sobre el espacio público y su transformación a través del arte, contribuyendo a una nueva valoración social y cultural del entorno urbano.

Diseño de experiencias de turismo cultural

Desde su creación, el proyecto se enfocó en construir una experiencia cultural que trascendiera el simple turismo visual para incorporar un componente de mediación cultural. Esto significa que el recorrido no solo mostraba las obras de arte, sino que también facilitaba el diálogo entre visitantes, artistas y contexto urbano, haciendo visible la complejidad social, política y cultural que rodea al arte urbano en Guadalajara. En este sentido, el diseño de esta ruta de turismo cultural sugiere una serie de elementos importantes para el desarrollo de experiencias de turismo cultural, las cuales se muestran en la imagen 3.

Imagen 3. Elementos para el desarrollo de experiencias de turismo cultural

| Etapa 1. Análisis de la situación | Etapa 2. Diagnóstico y prueba piloto | Etapa 3. Diseño de producto turístico. | Etapa 4. Evaluación |
|---|---|---|---|
| <i>Etapa</i> | <i>Método</i> | <i>Indicador</i> | |
| <p>1.1 Desde la oferta de experiencias:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estudio del territorio • Infraestructura • Equipamiento • Recursos turísticos <p>1.2 desde la demanda del consumidor</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencias internas y externas que impactan en la decisión de reserva de las experiencias turísticas. <p>1.1.1. Observación, estudio de campo, registro fotográfico y cartográfico</p> <p>1.2.1. Análisis de productos existentes en Guadalajara y otras ciudades de México.</p> <p>1.1.2. Murales en el espacio público en la zona de implementación del diseño de la ruta.</p> <p>1.2.2. Oferta de experiencias en plataformas digitales: TripAdvisor y Airbnb.</p> | <p>2.1 Elaboración de un FODA de productos existentes.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Experiencias de turismo cultural existentes • patrimonio histórico edificado • valor cultural • valor social <p>Características únicas y particulares del producto.</p> | <p>3.1 Identificación del mercado actual y potencial</p> <p>3.2 Descripción detallada del producto</p> <p>3.3 Estrategia de divulgación y distribución</p> <p>Plataformas de viajes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • TripAdvisor • Airbnb <p>Divulgación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instagram • Redes sociales • Alianzas • Medios digitales • Medios tradicionales <ul style="list-style-type: none"> ◦ agencias de viajes ◦ folclórica <p>Reservaciones</p> <ul style="list-style-type: none"> • recibidas • concluidas | <p>4.1 Recopilación</p> <p>4.2 Segmentación</p> <p>Análisis de comentarios</p> <p>Reseñas de clientes</p> |

Nota: Elaboración propia.

El desarrollo de experiencias de turismo cultural requiere una metodología estructurada que contemple diversas etapas, desde el análisis inicial hasta la evaluación final. En la primera etapa, se realiza un análisis de la situación, tanto desde la oferta —mediante el estudio del territorio, observación directa, registros fotográficos y cartográficos de los murales y espacios intervenidos— como desde la demanda, analizando las expe-

riencias turísticas disponibles en plataformas como TripAdvisor y Airbnb. La segunda etapa consiste en un diagnóstico y prueba piloto, donde se elabora un análisis FODA que permite identificar fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas en los productos existentes, considerando el valor cultural, social y simbólico del patrimonio. Posteriormente, en la tercera etapa, se diseña el producto turístico mediante la identificación del mercado actual y potencial, así como la planificación de su divulgación a través de medios digitales y tradicionales. Finalmente, en la etapa de evaluación, se recopila y segmenta la información obtenida de los comentarios y reseñas de los usuarios, lo cual ofrece retroalimentación valiosa para posibles ajustes. Esta metodología permite tener un panorama claro y documentado del producto cultural, facilitando su adaptación continua para lograr una experiencia auténtica, significativa y sostenible.

Inicialmente, la ruta se diseñó en torno a un circuito delimitado en la Colonia Americana, barrio caracterizado por su diversidad cultural y artística, donde confluyen diversas generaciones y estilos. Esta elección estratégica permitió conectar el arte urbano con la arquitectura, la historia y las dinámicas comunitarias del lugar.

Con el paso de los años, el *Tour Street Art GDL* ha evolucionado para aprovechar las herramientas digitales que facilitan su difusión y acceso. La incorporación de plataformas como TripAdvisor, posteriormente renombrado como Viator, y Airbnb Experiences en 2018, permitió ampliar el público objetivo, pasando de un perfil local a un turismo internacional, principalmente proveniente de Estados Unidos, Canadá y Europa.

Además, el reconocimiento en medios internacionales como National Geographic UK y ELLE México otorgó legitimidad al tour y contribuyó a posicionarlo como una experiencia turística cultural única en Guadalajara y en México, ampliando su alcance y visibilidad.

Este crecimiento se traduce no solo en un aumento en el número de visitantes, sino en un impacto en el ecosistema cultural y turístico local, promoviendo el reconocimiento del arte urbano como un componente clave de la identidad y memoria colectiva de la ciudad.

En este sentido, el diseño del *Tour Street Art GDL* se fundamenta en una metodología que combina la investigación documental, el trabajo de campo, la mediación directa con artistas locales y la aplicación de prin-

cipios de diseño de productos turísticos culturales. Este proceso asegura que la experiencia no solo sea atractiva para el visitante, sino también rigurosa y respetuosa con el contexto social y artístico.

Variables clave en el diseño

El diseño de experiencias de turismo cultural, particularmente aquellas vinculadas al arte urbano, requiere la identificación y análisis de variables que inciden directamente en su planificación, ejecución y recepción por parte del público. Estas variables no solo determinan la viabilidad logística de la ruta, sino que también configuran su alcance narrativo, educativo y estético. En el caso del *Tour Street Art GDL*, se definieron elementos clave como el espacio físico (la calle como escenario y soporte), la investigación contextual que sustenta los contenidos, la duración del recorrido, el costo para el visitante, el perfil del público objetivo y los medios de divulgación utilizados. La articulación de estas variables permitió construir una experiencia coherente, significativa y accesible, que vincula el arte urbano con procesos de mediación cultural y resignificación del espacio público. A continuación, se detallan estas variables y su impacto en el diseño metodológico de la ruta.

- **La calle como espacio fundamental:** La experiencia se realiza exclusivamente en el espacio público, entendiendo este como un espacio de encuentro, tensión y producción cultural donde el arte urbano se manifiesta en diálogo directo con la ciudad y sus habitantes.
- **Investigación e información contextual:** Para asegurar una experiencia informativa y reflexiva, se realiza una exhaustiva investigación histórica, social y artística sobre cada obra y artista, con el fin de que los recorridos transmitan conocimiento y promuevan una lectura crítica del entorno.
- **Duración y logística:** Se diseñó la ruta para que tuviera una duración de aproximadamente dos horas, balanceando la profundidad de la experiencia con la comodidad y atención del visitante. Además, el recorrido se realiza caminando para facilitar la inmersión y la observación detallada.

- Costo accesible: Se estableció un precio inferior a 20 dólares, considerando que el turismo cultural debe ser una inversión accesible que motive la participación y la difusión orgánica a través de recomendaciones.
- Público abierto: Aunque el tour es principalmente turístico, está abierto a cualquier interesado local o visitante, sin restricciones de edad o perfil, fomentando la inclusión y la diversidad.
- Difusión digital: La experiencia se promociona y reserva a través de plataformas digitales reconocidas como TripAdvisor y Airbnb, que garantizan confianza y visibilidad global.

La ruta se construye no solo sobre la selección cuidadosa de piezas de arte urbano, sino también sobre la construcción de narrativas que contextualizan cada obra, el artista y su relación con el espacio y la comunidad. Se incluyen materiales impresos complementarios, como mapas y textos explicativos, y la guía es un mediador cultural capacitado que facilita el diálogo, responde preguntas y genera reflexión crítica en los participantes.

Este enfoque metodológico busca que el visitante no sea un simple observador pasivo, sino un participante activo en la construcción de significado del arte urbano y su papel en la ciudad.

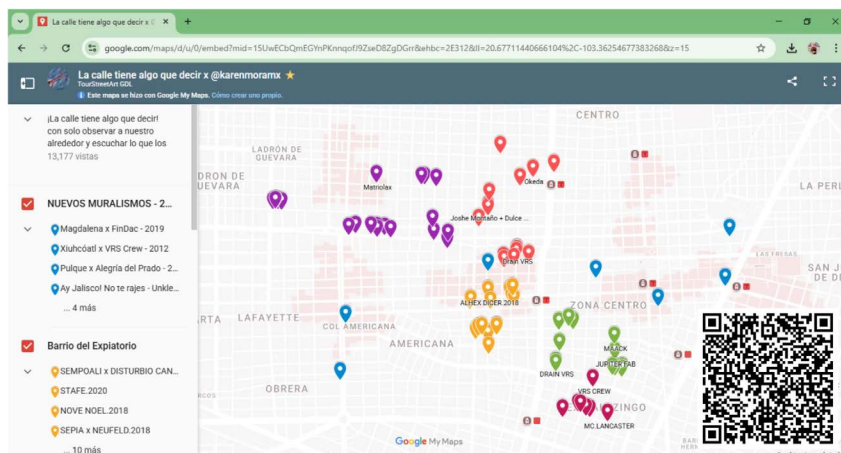
Tipos de arte urbano en la ruta y generación de sentidos

Así bien, el *Tour Street Art GDL* no se limita a exhibir un solo tipo de arte urbano, sino que integra una diversidad de manifestaciones artísticas que enriquecen significativamente la experiencia de los participantes y permiten la generación de múltiples sentidos y lecturas.

- *Graffiti*: El *graffiti* es uno de los elementos más emblemáticos y reconocibles dentro del arte urbano. En Guadalajara, ha sido históricamente un medio de expresión para las juventudes urbanas, muchas veces asociado a discursos contestatarios y reivindicativos. Los grafitis presentes en la ruta cuentan con estilos variados que van desde el tagging hasta piezas complejas de wildstyle, y constituyen un testimonio visual de la evolución del movimiento urbano en la ciudad.

- **Stickerismo:** El stickerismo, o arte en forma de calcomanías, es una modalidad efímera y accesible que ha ganado relevancia en los últimos años. Al integrar el stickerismo, el tour visibiliza un tipo de arte que se caracteriza por su rapidez de aplicación, repetición y capacidad para llegar a espacios difíciles, además de ser una herramienta para la difusión de mensajes políticos, culturales y personales en la ciudad. Esta modalidad aporta dinamismo y un lenguaje visual único al recorrido.
- **Paste Up:** Los *paste ups* o afiches pegados en el espacio público permiten insertar imágenes e ideas con mayor complejidad y riqueza visual. En Guadalajara, los *paste ups* frecuentemente abordan temáticas sociales y culturales, permitiendo un diálogo directo con los transeúntes y ampliando la diversidad estética y temática de la ruta.
- **Muralismo contemporáneo:** El muralismo contemporáneo, heredero del muralismo clásico mexicano, representa una evolución en términos de técnicas, estilos y temáticas. En la ruta, la cual se muestra en la imagen 4, los murales dialogan con el pasado histórico y las problemáticas actuales, muchas veces involucrando a la comunidad local en su creación. Estos murales generan un impacto visual y simbólico que invita a la reflexión sobre la memoria, la identidad y el espacio urbano.

Imagen 4. Mapeo de arte urbano de Guadalajara



Nota: elaboración propia con Google MyMaps, 2020.

Generación de sentidos

Estas diversas manifestaciones artísticas generan sentidos múltiples en las y los participantes, quienes son invitados a leer la ciudad no solo como un espacio físico, sino como un escenario de narrativas sociales, culturales y políticas. El tour promueve una lectura crítica que desvela tensiones, memorias y propuestas transformadoras, situando al arte urbano como un actor fundamental en la configuración del espacio público y la identidad urbana.

La generación de sentidos en el contexto de una ruta de turismo cultural basada en el arte urbano no se limita a una mera apreciación estética de las obras, sino que implica un proceso de construcción simbólica, afectiva y crítica que se activa en el encuentro entre el visitante, el espacio y las expresiones gráficas. En el *Tour Street Art GDL*, esta generación de sentidos se articula en tres niveles interrelacionados: el nivel visual y comunicativo de las obras, el nivel espacial y territorial del recorrido y el nivel experiencial y reflexivo del público participante.

En primer lugar, el nivel visual se manifiesta en la diversidad de técnicas y lenguajes del arte urbano presentes en la ruta: *graffiti*, *stencil*, *paste-up*, stickerismo, muralismo contemporáneo y otros formatos híbridos. Cada una de estas formas posee códigos visuales específicos y modos de inscripción en el espacio que interpelan al espectador desde distintos registros. Por ejemplo, mientras el muralismo puede ofrecer narrativas amplias de identidad o memoria colectiva, los stickers y *paste-ups* suelen ser vehículos de micromensajes, intervenciones críticas o discursos de disidencia gráfica que exigen una lectura más detallada y situada.

En segundo lugar, el nivel espacial implica el reconocimiento del espacio público como soporte, escenario y archivo vivo de lo urbano. Las paredes intervenidas no son solo superficies decoradas: son testimonios de luchas simbólicas, disputas por el sentido de lo común y afirmaciones de pertenencia. Así, el recorrido por la Colonia Americana no solo permite descubrir obras, sino también experimentar la ciudad desde una mirada distinta, donde las estéticas callejeras funcionan como mapas afectivos y políticos. En este sentido, el tour contribuye a la construcción de una geografía emocional del barrio, donde los muros “hablan” y el visitante se convierte en lector activo del entorno.

El tercer nivel, el nivel experiencial y reflexivo, se desarrolla en la interacción directa entre los contenidos narrados, las preguntas de los participantes y la mediación de quien guía el recorrido. La experiencia turística deja de ser pasiva para transformarse en una instancia de aprendizaje no formal y de coconstrucción de significados. Las interpretaciones personales que los visitantes generan a partir de las obras, sus vínculos previos con el arte urbano, sus emociones al caminar por el barrio y las reflexiones que surgen durante la caminata conforman una experiencia integral donde la cultura se vive, se comprende y se resignifica.

Además, la ruta permite abrir discusiones sobre temas como la gentrificación, el derecho a la ciudad, las políticas culturales, la memoria urbana y las dinámicas de visibilidad/invisibilidad en el espacio público. La mediación cultural en este contexto no solo informa, sino que habilita procesos de pensamiento crítico sobre lo que vemos, por qué está ahí, quién lo produjo y qué nos dice sobre la ciudad que habitamos o visitamos. De este modo, se favorece una lectura situada del arte urbano como forma de conocimiento sensible del territorio.

Finalmente, es importante subrayar que la generación de sentidos no concluye con el recorrido, sino que muchas veces se prolonga en el recuerdo, la documentación fotográfica, las redes sociales y la conversación posterior, lo cual refuerza el valor de la experiencia como herramienta de transformación cultural. La ruta *Tour Street Art GDL* se convierte así en un catalizador de imaginarios alternativos de ciudad, promoviendo un turismo más consciente, reflexivo y conectado con las realidades urbanas contemporáneas.

Turismo cultural: una mirada crítica y situada en Guadalajara

Tomando como referencia lo anterior, podemos identificar que el turismo cultural en torno al arte urbano presenta una oportunidad para conectar visitantes con las expresiones culturales emergentes y con las realidades urbanas contemporáneas, pero también implica desafíos y tensiones que requieren una mirada crítica y situada. El turismo cultural vinculado al arte urbano puede, por un lado, generar valor cultural, económico y

social, promoviendo la valorización y preservación de expresiones a menudo marginadas. Por otro lado, puede provocar fenómenos como la gentrificación, la mercantilización excesiva o la apropiación cultural que descontextualiza y diluye el significado original de las obras y sus comunidades.

En Guadalajara, estas tensiones se manifiestan en la necesidad de equilibrar la promoción turística con el respeto hacia los artistas y la comunidad, asegurando que el turismo no desplace ni transforme negativamente los espacios y las expresiones artísticas.

Abordar el turismo cultural desde una perspectiva situada implica considerar el contexto histórico, social y cultural de Guadalajara, así como escuchar las voces de los actores involucrados: artistas, residentes y visitantes. Este enfoque promueve una mediación cultural consciente que fomente la corresponsabilidad, la participación y la sostenibilidad cultural.

Así bien, en el *Tour Street Art GDL*, al incorporar estas perspectivas, se convierte en una experiencia que no solo entretiene, sino que educa, sensibiliza y genera vínculos entre visitantes y comunidad. Promueve el reconocimiento del arte urbano como patrimonio cultural vivo y contribuye a la construcción de una ciudad más inclusiva, diversa y democrática.

Resultados y conclusiones

El análisis del *Tour Street Art GDL* revela transformaciones significativas en la manera en que el espacio público es experimentado y resignificado a través de una narrativa compartida entre visitantes, artistas y habitantes locales. La ruta no solo ofrece un recorrido visual, sino que se convierte en un dispositivo narrativo que articula diversas voces y relatos urbanos, convirtiendo los muros y calles en un lienzo colectivo de historias, identidades y memorias. Este proceso de construcción de sentido contribuye a que el espacio público deje de ser un mero escenario pasivo para convertirse en un lugar activo de diálogo y participación cultural.

El arte urbano, dentro del marco de esta experiencia turística, funge como un mecanismo que moviliza significados y discursos, posicionándose como un agente de mediación entre la ciudad y sus públicos. A través de la inclusión de diversas expresiones —como el *graffiti*, stickerismo,

paste up y muralismo contemporáneo—, el *Tour Street Art GDL* propone una lectura plural del entorno urbano que va más allá de la estética para incorporar dimensiones sociales, políticas y culturales que enriquecen la percepción del espacio.

En este sentido, el proyecto funciona también como una herramienta educativa no formal que fomenta la sensibilización estética y cultural entre sus participantes. La experiencia brinda una oportunidad para que los visitantes desarrollen una mirada crítica y apreciativa hacia las manifestaciones urbanas efímeras, promoviendo así el reconocimiento de estas como formas legítimas y valiosas de expresión cultural. La mediación del guía y los materiales complementarios facilitan la contextualización de cada obra, permitiendo que el conocimiento artístico y social se transmita de manera accesible y didáctica.

Además, la experiencia contribuye a la construcción de imaginarios urbanos alternativos, desafiando visiones tradicionales y hegemónicas sobre la ciudad. Al visibilizar manifestaciones artísticas vinculadas con comunidades diversas y a menudo marginadas, la ruta invita a repensar Guadalajara no solo como un conjunto de monumentos o símbolos oficiales, sino como un espacio vivo en constante transformación, habitado por múltiples narrativas y voces ciudadanas.

Más allá de su función como producto turístico para visitantes nacionales o internacionales, las rutas de turismo cultural —como el *Tour Street Art GDL*— adquieren una relevancia fundamental en tanto dispositivos de sensibilización y apropiación del patrimonio por parte de los propios habitantes de la ciudad. Divulgar estas experiencias entre los públicos locales no solo incrementa la visibilidad del arte urbano como expresión cultural legítima, sino que también fomenta una lectura activa del espacio público, generando nuevos vínculos afectivos con el territorio. La participación de la ciudadanía en estas experiencias culturales permite el reconocimiento de la diversidad simbólica que habita en las calles y muros de su entorno cotidiano, y fortalece la idea de que la cultura no es un objeto distante ni exclusivo, sino una construcción viva que se produce desde abajo, en los márgenes y en el día a día urbano.

Este tipo de iniciativas, cuando se comunican adecuadamente entre públicos locales, permiten romper con las jerarquías tradicionales del patrimonio, que históricamente han privilegiado monumentos o edifi-

caciones históricas sobre las expresiones contemporáneas, efímeras o callejeras. En este contexto, el turismo cultural adquiere un valor estratégico: se convierte en un medio para la democratización del acceso al conocimiento, la valorización de la memoria urbana reciente y el fortalecimiento de la identidad comunitaria. Además, posicionar el arte urbano como parte del relato colectivo de la ciudad posibilita imaginar y construir otras formas de habitar y narrar el territorio.

Por tanto, la divulgación local de estas rutas culturales no debe ser vista como una acción secundaria, sino como un eje prioritario en su diseño y sostenibilidad. A mayor involucramiento comunitario, mayor será la potencia transformadora de estas experiencias: no solo como fuentes de ingreso económico o atractivo turístico, sino como verdaderas herramientas para la formación de ciudadanía cultural crítica, consciente y activa. Reconocer el valor del turismo para la cultura implica precisamente comprender su capacidad para tejer puentes entre pasado, presente y futuro, entre visitantes y residentes, entre lo visible y lo silenciado de la ciudad.

Este proceso de resignificación colectiva tiene el potencial de fortalecer el sentido de pertenencia y la identidad local, posicionando el arte urbano como un elemento central en la narrativa cultural de la ciudad. Asimismo, contribuye a democratizar el acceso al patrimonio cultural, incluyendo en él expresiones hasta ahora marginalizadas o invisibilizadas, como se muestra en la imagen 5.

Imagen 5. Resultados y alcances del Tour street art GDL

| Categoría | Descripción | Evidencia / Datos | Interpretación | Implicaciones |
|---|--|--|---|---|
| Transformación del espacio público | Cambio en la percepción y uso del espacio público a través de la narrativa compartida | Observaciones en ruta, testimonios de participantes | El espacio público se resignifica como lugar de diálogo cultural y participación comunitaria | Fortalece la identidad local y la apropiación ciudadana del entorno urbano |
| Arte urbano como dispositivo narrativo | Diversidad de manifestaciones artísticas (graffiti, stickerismo, paste up, muralismo) que comunican mensajes sociales y culturales | Registro visual y explicaciones del guía | El arte urbano se entiende como un medio para contar múltiples historias y discursos sociales | Amplía la comprensión del arte urbano más allá de lo estético hacia lo sociopolítico |
| Experiencia educativa no formal | Mediación cultural que genera sensibilización estética y cultural entre turistas y locales | Materia didáctico, interacción con guía, feedback | La ruta funciona como espacio de aprendizaje y reflexión estética accesible | Posibilita la inclusión del arte urbano en procesos educativos y culturales más amplios |
| Construcción de imaginarios urbanos | Creación de visiones alternativas sobre la ciudad y sus identidades a partir del arte urbano | Narrativas compartidas, análisis discursivo | Se generan imaginarios plurales que desafían representaciones oficiales y tradicionales | Promueve la diversidad cultural y la inclusión social en la narrativa urbana |
| Turismo cultural y cohesión social | Vinculación entre turismo y fortalecimiento de sentido de pertenencia | Participación comunitaria, percepción de habitantes | El turismo cultural puede fomentar la cohesión social y el orgullo local | Impulsa modelos turísticos responsables que respetan y valorizan las comunidades receptoras |
| Potencial de replicabilidad y expansión | Posibilidad de aplicar el modelo a otras ciudades y ampliar la oferta con herramientas digitales | Análisis comparativo y revisión de plataformas digitales | El modelo es escalable y adaptable a distintos contextos urbanos y públicos | Facilita la creación de redes de turismo cultural que promuevan el arte urbano a nivel nacional e internacional |

Nota. Elaboración propia.

Como se muestra en el cuadro anterior, el análisis del *Tour Street Art GDL* revela cómo el diseño de experiencias de turismo cultural basadas en el arte urbano puede transformar el espacio público en un relato compartido, activar nuevas formas de mediación cultural y fomentar procesos educativos no formales. A través de la incorporación de diversas expresiones gráficas como el *graffiti*, el stickerismo, el paste up y el muralismo contemporáneo, esta ruta permite a sus participantes leer la ciudad desde múltiples capas simbólicas, estéticas y sociales. El arte urbano, entendido como un dispositivo narrativo, no solo enriquece la experiencia turística, sino que habilita la construcción de imaginarios urbanos alternativos que cuestionan las representaciones tradicionales de la ciudad. Asimismo, se constata que este modelo tiene un potencial significativo para promover la cohesión social, reforzar el sentido de pertenencia y fomentar un turismo cultural más consciente y comprometido con el entorno. La experiencia demuestra ser replicable y escalable a otros territorios, especialmente si se integra con herramientas digitales y estrategias de participación comunitaria. En este sentido, el *Tour Street Art GDL* se posiciona no solo como una propuesta innovadora de turismo cultural, sino también como una plataforma de activación ciudadana y educación estética desde y para el espacio público.

Finalmente, el *Tour Street Art GDL* no solo representa un producto turístico innovador, sino que se proyecta como un espacio de encuentro cultural, reflexión social y aprendizaje estético, con amplias posibilidades para su réplica en otros contextos urbanos y su integración con estrategias educativas y comunitarias. Este modelo demuestra cómo el turismo cultural puede ser una plataforma efectiva para la construcción de ciudadanía crítica y participativa, así como para el fortalecimiento de imaginarios urbanos plurales y contemporáneos.

Referencias bibliográficas

Abundis, A. (2019). *El graffiti ha muerto: Aproximación sociohistórica de la aparición y evolución del fenómeno del graffiti en la ciudad de Guadalajara de 1990 a la actualidad* [Tesis de maestría, Universidad de Guadalajara]. https://www.academia.edu/44683736/El_graffiti_ha_

muerto_Aproximaci%C3%B3n_sociohist%C3%B3rica_de_la_aparici%C3%B3n_y_evoluci%C3%B3n_del_fen%C3%B3meno_del_graffiti_en_la_ciudad_de_Guadalajara

Boas, F. (1928). *Anthropology and modern life*. W. W. Norton & Company.

Fregoso, J. (2017, 18 de octubre). *El graffiti, expresión cultural más popular en Guadalajara: UdeG* [Video]. YouTube. <https://youtu.be/COCStFyNpw0>

Freyría, M. (2021, 3 de marzo). *Qué es Tour Street Art GDL y quién es su creadora*. Milenio Diario, Cultura. <https://www.chicmagazine.com.mx/sociedad/cultura/que-es-tour-street-art-gdl-y-quien-es-su-creadora>

Mora, K. (2025). *Estrategias de mercadotecnia cultural para la visibilización del sticker urbano en Guadalajara* [Tesis de maestría, Universidad de Guadalajara].

Neufeld, D., & Haasser, J. (2010). *Arte urbano GDL*. Consejo Estatal para la Cultura y las Artes, Gobierno de Jalisco.

Secretaría de Turismo (SECTUR). (2015). *Turismo cultural en México: Resumen ejecutivo del estudio estratégico de viabilidad del turismo cultural en México*. https://www.cultura.gob.mx/turismocultural/pdf/Resumen_Ejecutivo.pdf

Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL). (2019a). *Áreas turísticas de interés*. <https://secturjal.jalisco.gob.mx/nuestro-estado/areas-turisticas-de-interes>

Secretaría de Turismo de Jalisco (SECTURJAL). (2019b). *Informe de estadísticas en el sector turístico*. <https://secturjal.jalisco.gob.mx/invierte-en-jalisco/estadisticas-en-el-sector-turistico>

World Tourism Organization (UNWTO). (2008). *Definición de turismo. Glosario de términos de turismo*. <https://www.unwto.org/es/glosario-terminos-turisticos>