



Voces en la calle:

Narrativas del *Graffiti* y
el arte urbano, escenarios
de creación y turismo.

Construcción de imaginarios
como escenarios turísticos
a través de los diferentes
tipos de *graffiti* y arte urbano



Mariana Landeros Morales
Vanessa Isabel Castillo Romero
Marco Tulio Pedroza Amarillas
Coordinadores

Voces en la calle: narrativas del *graffiti* y el arte urbano, escenarios de creación y turismo.

Construcción de imaginarios como escenarios turísticos a través de los diferentes tipos de *graffiti* y arte urbano



astra
editorial

Voces en la calle: narrativas del *graffiti* y el arte urbano, escenarios de creación y turismo.

Construcción de imaginarios como escenarios turísticos a través de los diferentes tipos de ***graffiti*** y arte urbano

Mariana Landeros Morales
Vanessa Isabel Castillo Romero
Marco Tulio Pedroza Amarillas
Coordinadores



Voces en la calle: narrativas del graffiti y el arte urbano, escenarios de creación y turismo. Construcción de imaginarios como escenarios turísticos a través de los diferentes tipos de graffiti y arte urbano. Coordinadores: Mariana Landeros Morales, Vanessa Isabel Castillo Romero, Marco Tulio Pedroza Amarillas. —Puebla, México, 2025.

220 P. 23 cm.

Primera edición

D. R. © copyright 2025

ISBN: 979-13-88142-24-6

DOI: <https://doi.org/10.61728/AE20259303>



La presente obra fue dictaminada bajo el sistema de doble ciego y cuenta con el aval de los dictámenes de pares académicos en el campo de las ciencias sociales en México.

Edición y corrección: **Astra ediciones**



Todos los contenidos de esta obra se comparten bajo la licencia Creative Commons Atribución/Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional (**CC BY-NC-SA 4.0**). Esto implica que no está autorizado el uso comercial de la obra original ni de las eventuales obras derivadas, las cuales deberán distribuirse bajo la misma licencia que rige la obra original. No obstante, se permite a terceros compartir el contenido siempre y cuando se reconozca debidamente la autoría y la publicación original en esta editorial.

HECHO EN MÉXICO | MADE IN MEXICO

Contenido

Prólogo	9
<i>Eloy Méndez Sainz</i>	
Introducción	14
<i>Vanessa Isabel Castillo Romero</i>	
 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	25
<i>Karen Eréndira Estrada Mora</i>	
Capítulo 2	
Muralismo y arte urbano: entre la revitalización de las ciudades y los procesos de gentrificación. Germen y desarrollo del arte urbano y el muralismo público con relación al contexto urbano y comunitario: conceptos y reflexiones.....	45
<i>Laura Luque Rodrigo</i>	
<i>Adris Díaz Fernández</i>	
<i>Carmen Moral Ruiz</i>	
Capítulo 3	
Turismo, arte y transgresión.....	75
<i>Laura Cristina Soria Valdés</i>	
Capítulo 4	
Gestión cultural, intervención artística, imaginarios y construcción cultural en Puerto Vallarta. El caso del colectivo multidisciplinario de arte urbano ROMPE	95
<i>Jimena Vanina Odetti</i>	
<i>Gloria De Rosario Rodríguez García</i>	
<i>Ángeles Amairani Hernández Mancía</i>	

Capítulo 5

Transformación del paisaje urbano: percepciones del *graffiti* y el arte urbano de Ensenada 117

Juan Pablo Melchum Alba

Capítulo 6

Procesos de apropiación en el espacio público, expresiones de graffiti y arte urbano y su relación con el desarrollo local: el caso de las intervenciones en el Centro Histórico de Hermosillo, Sonora..... 141

Manuela María Tenorio Guerra

Capítulo 7

Arte urbano y turismo, ¿la comercialización de la contracultura en el barrio mágico de Jalatlaco, Oaxaca?..... 159

Elke Köppen

Capítulo 8

La desigualdad entre *graffiti* y la creación del escenario turístico.

Taxco, Guerrero 177

Osbelia Alcaraz Morales

Martha Elena Soria Pulido

Said Arturo Castro Luna

Capítulo 9

De la resistencia a la resiliencia: el arte público como herramienta del neoliberalismo..... 195

Pablo Ángel Lugo

Prólogo

Voces en la calle nos invita a escuchar las urbanizaciones actuales desde la lectura de las pinturas en sus muros. El libro se ha ingeniado y coordinado en la estancia posdoctoral de Vanessa Isabel Castillo Romero, Mariana Landeros Morales y Marco Tulio Pedroza Amarillas en el Instituto de Ciencias Sociales y Humanidades de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. Los nueve capítulos contienen textos testimoniales del fenómeno social artístico que recupera la epidermis urbana para incorporarla al diálogo ciudadano, testimonios que son a su vez reflexiones sobre una compleja emergencia de incidencia transversal en la turistificación, la gentrificación, la especulación inmobiliaria, la espacialidad del arte, la comercialización de la cultura o la territorialidad de las políticas públicas. El conjunto de aportaciones contribuye al entendimiento crítico de la pictografía callejera y con ello de la vida urbana.

Autoras y autores de los textos reunidos en la obra han recorrido el espacio público interrogando, dialogando con las pinturas que les interpelan a manera de voces efímeras sostenidas en las superficies de permanencias edificadas. Han tenido oportunidad de verificar que la calle es lugar de encuentro y comunicación social gracias a la apropiación individual y colectiva, que es también no-lugar y hasta anti-lugar cuando en ella se está de paso o se expulsa la diferencia y la diversidad; es escenario del orden dominante que homogeniza simplificando, borrando la apariencia del contrapunto, y del desorden de la heterogeneidad, de la diversidad compleja de lo real. De la historicidad de lo urbano se desprenden los distintos momentos de construcción de sitios que liberan, oprimen, protegen, vulneran, siendo con demasiada frecuencia en la ciudad contemporánea contenedores de conjuntos sociales de las clases medias y alta.

Nuevas calles se flanquean con muros envolventes de espacios ocupados por grupos autosegregados que no comparten la seguridad enclaustrada, un bien escaso de distribución diferencial, mercantilizado como el

suelo, o como el aire filtrado en dispositivos eléctricos, o la playa anexa a los hoteles de gran turismo. El muro es monovalente, con demasiada frecuencia su representación es tanto más brutal cuanto más legible se requiere su significado. Es paradójico, el muro desvanecido por la modernización tecnológica de la construcción edilicia cada vez más aligerada, desdeñosa de la masividad arcaica de la piedra y el concreto, ahora es objeto de recuperación febril para implantarse en calidad de garante alegórico de la protección respecto a los otros, quienes son excluidos tras la distancia de la barrera física. Se subordina el elemento estructural visible a la función de soporte del significado ambivalente y engañoso de la seguridad, pues la línea divisoria real es invisible al pasar por la comunicación inalámbrica, sensores y acceso a información privilegiada.

Es decir, los conjuntos sociales autosegregados fluyen en el interior de sistemas de burbujas homogéneas interconectadas dentro de heterogeneidad urbana difusa. La barda es el velo oportuno al ocultamiento de las fachadas traseras, áreas privadas residuales indignas a la decoración y exhibición pública. Los beneficios de aglomeración monopolizan la renta absoluta derivada de la concentración atrincherada de bienes, servicios y equipamiento que fluyen independientes de la separación amurallada. Este privilegio se preserva en territorios urbanizados carentes del sentido de proyectos urbanos con horizonte definido, remitidos a urbanizaciones inacabadas conseguidas mediante intervenciones intermitentes. El sentido de fragmentos territoriales desarticulados lo imprimen los tejidos carreteros, a los que se adosan toda suerte de entramados menores.

Estos muros se prolongan en líneas kilométricas de fronteras internacionales tratadas como artilugios útiles a la estrategia militar de ocupación de territorios nacionales. La violencia sorda del rechazo explícito a vecindades indeseadas a la vez que se intenta subsumirlas a voluntad, configura a manera de rizoma y laberinto interminable urbanizaciones crecientes sujetas a ordenamientos disimulados con diseños de geometría recta y perspectiva transparente, con visión de frontera divisoria y excluyente.

Al compás de la calle, el muro se ha resignificado descargándose de las convenciones tradicionales y modernas, ahora es un dispositivo depurado al extremo de la hiper funcionalidad. La calle vecinal del

encuentro tiende a ser ubicada en el último tramo de la estructura vial arbórea de utilidad automotriz, mientras se trata que el muro se reduzca a línea infranqueable, obstáculo que consagra la diferencia y distinción sociales, ambas son despojadas de la integración polivalente a las relaciones sociales complejas.

Ahora, la reducción significativa del muro es clara y en apariencia redundante en la barda en tanto construcción envolvente. Sin embargo la reutilización de dicha estructura perimetral forma parte del imaginario urbano y arquitectónico dominante en la contemporaneidad, el cual es representado en el siglo XXI en edificaciones que llevan al extremo el código funcional y estético del movimiento moderno, que se desplegó en la primera mitad del siglo XX, con un racionalismo ajeno al ornamento y a la complejidad de las relaciones sociales en arquitecturas y urbanismos despreocupados de crear lugares como espacios sociales apropiados y cambiantes, en cambio habrían de ajustarse a estándares normativos y diseños acabados en gabinete. Con visión crítica del funcionalismo que LeCorbusier impulsó en los congresos internacionales de la arquitectura moderna (CIAM), en el auge estadounidense del movimiento moderno, Jane Jacobs destacó la polifuncionalidad de la calle, lugar social seguro.

La proliferación de muros en blanco, al lado de cantidad de superficies y formas, ha hecho de la calle una oferta inagotable a la expresión pictográfica entendida como medio de comunicación creativa: un lienzo interminable. El funcionalismo extremo ha instrumentalizado la calle, si acaso pantalla soporte de marcas y mensajes publicitarios inductores del consumo mercantil, político e informativo, a la larga cómplice de la parquedad comunicativa de las arquitecturas y lugares ausentes. La “ciudad” se presenta convertida en epidermis que visibiliza en términos legibles mensajes inductores de comportamientos determinados, sobre todo de consumo de mercancías, recordando la interpretación marxista de Manuel Castells, para quien la calle tiene el rol urbano de distribución mercantil dentro del circuito de la producción material.

El subtítulo *Narrativas del graffiti y el arte urbano, escenarios de creación y turismo*, enuncia el interés expresado en lo particular de los diversos contenidos capitulares. Se explora el mundo simbólico creado en lo signos lingüísticos configuradores de palabras y textos dotados

de rasgos plásticos, así como en la pintura; los dos ámbitos creativos -al fin uno solo-, tienen fronteras diferenciadoras que suelen fundirse y desvanecerse; mientras tanto, se potencian uno y otro. El muro de la barda y de la arquitectura brutalista brindan la condición de posibilidad lo mismo que el lienzo en blanco, pero no es la tela en la privacidad del bastidor, sino en el espacio público.

La palabra escrita nombra, emite mensaje, revela emisor, capta receptores. Al exhibirse hace visible lo que previamente era inexistente, quizás oculto, callado, interpelando ahora desde un fragmento de superficie antes prescindible del diálogo y la disputa urbana, de modo que en la calle emerge de súbito un sujeto anónimo que pone en escena su presencia, haciendo a su vez significativo el fragmento de superficie que pasa a activarse en tanto pieza escénica. El surgimiento metafórico de la voz en la calle se constituye con el mensajero o la mensajera, el mensaje y el escenario. El anonimato del emisor, la fugacidad material del mensaje y el escenario cambiante hacen de la acción comunicativa un evento intermitente, un reclamo participativo por el derecho a la vida urbana haciendo ciudad donde todo pasaba desapercibido. Si el texto es críptico, si es censurado total o parcialmente, si se sobreponen textos consiguiendo lo ilegible, sucede que hay múltiples voces y tiempos, inaugura sin intención en cualquier rincón ordinario una suerte de asamblea mural, un palimpsesto con orden propio.

Autoras y autores del graffiti y el arte mural urbano observan una actitud dual hacia la barda y la arquitectura amurallada. La pinta y la pega rápidas, previstas candidatas de la censura, requeridas del lienzo urbano involuntario invitado de piedra al no-lugar y de implantación violenta para el anti-lugar, juegan con su disposición, valoran la superficie en blanco. A su vez, en la relación con la emblemática barda divisoria México-USA, se evidencia el rechazo a la significación opresiva y excluyente que cristaliza la actitud autoritaria del soberbio vecino del Norte, así lo sintetiza el mensaje “contra los muros” enviado en el libro colectivo coordinado por Antonio Navalón en 2005, con motivo del larguísimo mural sobre la barda divisoria, que, cual cinta cinematográfica extiende la película polisémica de la vecindad vista desde el Sur. Otra relación se establece en la estrategia de “rescate” o dignificación del muro pre-

cario, del rincón oscurecido, del callejón rugoso, de la ventana rota en la construcción abandonada donde se cruza la pobreza, la especulación inmobiliaria, la propiedad en litigio, o el estigma retenido en la imagen del sitio con la organización barrial o la política pública o la expectativa de la construcción del atractivo turístico mediante el muralismo creativo que deja asomar la seducción del enigma irresistible al interés del turista, que intuye la alternancia estética de los lugares.

En 1933 se elaboró la Carta de Atenas protagonizada por LeCorbusier, representación hegemónica del imaginario del urbanismo y la arquitectura moderna, con añeja raigambre en las metrópolis del Norte, nuevo instrumento de colonización de las ciudades. Tras casi un siglo de vigencia de aquel paradigma y prácticas constitutivas de la narrativa dominante, las voces de la calle corroen y recrean lo urbano encaminadas a la emergencia narrativa con el Sur participativo.

Eloy Méndez Sainz
Puebla, noviembre de 2025

Introducción

Arte urbano y su configuración en la ciudad

En las ciudades de países ubicados en América y Europa existen formas de manifestación social y urbana por parte de sus habitantes, que pueden expresarse en el espacio público apropiándose de éste de diferentes maneras, lo vemos en marchas pacíficas, en manifestaciones sociales y políticas, en protestas por problemáticas sociales, y también, apoderándose de fragmentos del territorio reflejándose en muros que hablan, a través del graffiti y el muralismo urbano, sumándose otros modos de expresión, mismos que pueden observarse en esculturas colocadas en puntos estratégicos o significativos de la ciudad, siendo en muchas ocasiones, zonas y sitios de interés turístico donde se detectan expresiones del arte urbano, ya sea a través del graffiti, de murales o de esculturas que exalten las cualidades turísticas del territorio del que se trate. Es en este contexto donde se constituye el imaginario urbano de la ciudad o poblado, a través del arte urbano, dado que éste capta, recrea y proyecta imágenes que siempre establecen un diálogo con el colectivo, a lo que García Canclini alude como "(...) las ciudades se configuran también con imágenes" (1999, p. 107).

Ahora bien, el arte urbano es una expresión social y humana que se introduce en las ciudades, plasmando imágenes, escritura y representaciones a través de diversas maneras, materiales y técnicas, cuyos fines y propósitos también son variados como ya se ha señalado. El territorio es el lugar imprescindible para albergar estas expresiones que van desde lo personal a lo gregario, llegando hasta lo político, pasando a veces por el filtro de lo institucionalizado, dejando de lado lo que, de entrada, se percibe como una expresión auténtica, surgida de un propósito personal, para pasar también en determinados casos a un propósito colectivo o comunitario. Con ello, la ciudad y su territorio transitan por procesos de intervención desde lo socio urbano y lo político, así como por procesos de creación artística y de diseño de escenarios turísticos, en donde la irrupción de la resistencia es manifiesta de forma individual, y en ciertos

casos, forma parte de la expresión de un colectivo y/o de sucesos sociales que buscan imprimirse en los muros, en el espacio público, buscando la perpetuidad en lo pasajero -a veces- de su naturaleza, teniendo en ocasiones un carácter transgresor, pero siempre comunicativo, buscando transmitir mensajes con un sentir, una idea determinada o un propósito muy claro desde su concepción. En ocasiones lo pasajero o efímero del arte urbano se encuentra en el graffiti, el cual siempre deja un impacto al percibirlo como parte integrante de un entorno o como una expresión simbólica o muy directa de un mensaje que se busca transmitir. Silva (1988) plantea y examina siete caracterizaciones -o valencias- de las cuales se encuentran dotados estos mensajes -es decir, imágenes y/o escritura que los contienen- a saber: *marginalidad*, *anonimato*, *espontaneidad*, *escenicidad*, *velocidad*, *precariedad* y *fugacidad* (Silva, 1988: 27-28), y estas caracterizaciones se detectan e identifican en los capítulos que conforman este libro.

Imaginarios y narrativas

García Canclini afirma que “Los imaginarios han nutrido toda la historia de lo urbano” (1999, p. 89), y por tanto, nutren también diversas narrativas urbanas a lo largo del territorio; una de ellas se enfoca en las ciudades turísticas, o en su caso, proclives hacia el turismo, donde una de las prácticas para la creación de atmósferas ha sido el diseño de murales urbanos y la colocación de monumentos, junto con la inserción y rotulación de graffiti, cuyo propósito generalmente busca reflejar las identidades locales y culturales de la ciudad o sitios, mostrando tanto rasgos culturales, pasando por procesos de transformación del espacio público urbano. En algunos casos, llegan a trastocarse estas identidades por efectos del turismo. También se identifican narrativas del arte urbano donde se identifican graffiti con mensajes transgresores cuyo contenido se basa en situaciones de impacto social e interés de la comunidad. En todos los trabajos, los escenarios turísticos aparecen recurrentemente, incluso en algunos estudios de caso, las representaciones visuales enriquecidas con símbolos culturales e identitarios, llegan a ser utilizadas para exacerbar la turistificación, transformando dichos símbolos originales

e introduciendo nuevos significados, ajenos a la autenticidad cultural local y/o regional.

En estos trabajos de investigación es recurrente cómo la mayoría aluden el sentido de pertenencia en las creaciones artísticas, ya sean estas realizadas por iniciativa propia y de manera espontánea, o bien, como se menciona en algunos trabajos, por encargo mediante instituciones de gobierno, hecho que es discutido y analizado, mismo que hace cuestionar hasta dónde llega la autenticidad, la propuesta de arte urbano genuino, y en donde empieza la línea que divide esto y los trabajos -murales urbanos, graffitis- elaborados bajo previo acuerdo y propósito, mismos que, según mencionan los autores, pueden restringir, cambiar o supeditar de alguna manera la honestidad en el diseño del arte urbano. También se encuentra como similitud, la existencia de colectivos, grupos de personas unidas por la misma finalidad; generar un cambio en el paisaje, el espacio urbano, el diseño del escenario turístico, del escenario de creación, cuyo impacto sea positivo para la población; de tal manera se observa que la visión en todo ello se encuentra implícito la aplicación de los imaginarios urbanos, sociales y turísticos.

La representación de las imágenes del muralismo urbano y del graffiti buscan transformar la atmósfera del paisaje urbano, contrarrestar efectos negativos en la cuestión socio urbana de una zona o poblado, y dotar de cierta percepción determinada al visitante, turista y/o habitante, buscando la construcción de imaginarios orientados hacia el diseño de escenarios turísticos, aunque hay que señalar que, en ocasiones, el propósito es también dotar a la comunidad de un ambiente del que previamente carece, por varias razones: a) ya sea porque se busca diseñarlo propicio para el turismo, b) porque se diseña con un propósito anticipado¹, c) porque se pretende reconstruir el ambiente social y urbano en zonas específicas, y finalmente, d) porque el arte urbano es utilizado como recurso en sitios que pueden denominarse como no lugares (Augé, 2005) esos espacios del anonimato donde “no se crea ni identidad singular ni relación, sino soledad y similitud” (2005, p.107) y es ahí donde el muralismo urbano

¹ Un ejemplo es que se trate de un espacio urbano vandalizado y se pretende reestructurar la atmósfera o también, porque se plantea generar cierta imagen de la ciudad en un barrio o zona y los murales urbanos o el graffiti funcionan como herramientas visuales.

-por ejemplo- materializa la recuperación de la identidad local a través de diseños cuyos signos y significados son retomados de la comunidad, pueblo o ciudad, replanteando un nuevo diálogo, una nueva imagen del sitio con base en la autenticidad y generando un sentido de pertenencia en la gente local. Aquí entra la interrogante, ¿cuál es el diálogo, el relato, que se establece entre el espectador del mural, del monumento urbano, del graffiti con cada una de estas imágenes? Para Méndez Sainz, la percepción de la ciudad y el consiguiente relato -imaginario y real- de ésta, ya sea por parte de quienes viven la cotidianeidad del día a día o por quienes la viven de forma efímera -el turista-, ambos, percepción y relato, se encuentran anclados en la definición de figuras -imágenes- mediante la representación, “así como en la agrupación de elementos en conjuntos identitarios” (2016, p. 25). Esto muestra cómo la interacción, percepción y relación del entorno incide en quienes habitan la ciudad, en las formas de experimentarla, habitarla y vivirla.

Introducción a los capítulos

Esta obra contiene nueve capítulos elaborados por investigadoras e investigadores de diferentes universidades e instituciones educativas, tanto de México como de otros países, quienes han documentado a través de estos trabajos de investigación cómo se vive la ciudad y cómo se encuentra su territorio, desde la perspectiva de diferentes manifestaciones del arte urbano, fungiendo como herramienta principal la construcción de imaginarios, específicamente enfocados en el diseño de escenarios turísticos -y en los sitios proclives a ser visitados- con el propósito de generar una narrativa visual que revela símbolos y significados propios de las culturas locales y de los grupos comunitarios en las poblaciones y ciudades analizadas; se observan similitudes y semejanzas en cada caso de estudio, y cada trabajo ha sido desarrollado con una metodología de investigación propia, pertinente y adecuada para lo que se ha pretendido y llegando a profundizar, revelar y exponer cada estudio de caso.

El primer capítulo se titula *La calle tiene algo que decir GDL Jalisco Tour Street Art*, la autora, Karen Estrada, se enfoca en el arte urbano como una experiencia de turismo cultural, misma que, a su vez, busca

atraer al visitante, donde plantea que este turismo es una herramienta de fortalecimiento de la identidad local, ayuda a preservar el patrimonio y diversifica la oferta turística. Este trabajo busca resignificar el patrimonio desde el arte urbano apoyándose en el diseño de rutas de turismo cultural con un contenido visual plasmado en murales en el espacio público, y con ello, examina la reflexión sobre dicho espacio y su transformación a través del arte urbano, involucrando también a artistas, visitantes y sus interacciones, mismas que van desarrollando las experiencias de turismo cultural que este trabajo plantea. Estrada Mora elabora el diseño de la ruta cultural a partir de una metodología propia que desarrolla cuatro etapas: 1) el análisis de la situación, 2) diagnóstico y prueba piloto, 3) el diseño de producto turístico, en el cual expone el método que utiliza, y 4) la evaluación, misma que implica indicadores, análisis y reseña. En el diseño de la ruta cultural, la autora plantea seis variables extraídas de los elementos para el desarrollo de experiencias de turismo cultural, y otra parte medular del capítulo desarrolla los diferentes tipos de arte urbano localizados en la ruta de turismo cultural, ubicados en mapa, así como la generación de los sentidos, manifestado en los niveles visual, espacial y experiencial y reflexivo.

El segundo capítulo se titula *Muralismo y arte urbano: entre la revitalización de las ciudades y los procesos de gentrificación. Germen y desarrollo del arte urbano y el muralismo público con relación al contexto urbano y comunitario: conceptos y reflexiones*, de las autoras Laura Luque, Adris Díaz y Carmen Moral. Este trabajo desarrolla la relación entre el arte urbano y uno de los fenómenos derivados del turismo: la gentrificación. Las autoras parten de los papeles que desempeñan el arte urbano y el graffiti en el espacio urbano de la ciudad, en donde detectan también el uso de plataformas virtuales como instrumento para la identificación y determinación de problemáticas sociales y políticas, cuyos intereses son retomados para el diseño del muralismo en espacios públicos urbanos; en ellos resaltan espacios verdes y zonas orientadas al turismo -por cierto, propensas a gentrificarse- dado que, las zonas urbanas propicias para la turistificación provienen de políticas y procesos de neoliberalización del espacio urbano. Luque, Díaz y Moral atribuyen gran importancia a la participación comunitaria, la cual la vislumbran

como una acción colectiva que desemboca en la captura y registro de elementos que preservan la identidad y autenticidad cultural, al plasmar dichos elementos en graffitis y murales urbanos en la ciudad, cuestión que, dicho sea de paso, al tratarse de zonas y espacios turísticos, éste arte urbano puede llegar a adquirir un carácter de mercantilización del mismo, entrando en esta parte la posibilidad de musealizar el espacio urbano, teniendo como consecuencia la pérdida de autenticidad, cuando la propuesta del arte y el muralismo provienen del propósito de utilizarlo como mera decoración urbana. Así pues, el arte urbano institucionalizado o realizado por encargo -en aras de propiciar o incrementar el crecimiento turístico- y también el arte urbano espontáneo, nacido de la gente local, son dos caras de una misma moneda: la primera lleva a generar imágenes atractivas para el turismo, y con ello, surge la posterior gentrificación; la segunda, busca integrar las voces de la comunidad a un nivel colectivo, auténtico y de expresión social real. Aquí entra un cuestionamiento, ¿cuáles mecanismos son los adecuados de aplicar para la revitalización de la imagen urbana de las ciudades a través del graffiti y el muralismo urbano, sin la consecuencia de la gentrificación?

El siguiente capítulo es *Turismo, arte y transgresión*, y su autora, Laura Cristina Soria Valdés, analiza dos casos de estudio, el primero se sitúa en Barcelona, España, y el segundo se centra en la Ciudad de México, en ambos, reflexiona en las formas de habitar y de hacer ciudad, ante hechos socio urbanos como el graffiti ilegal, el arte urbano, y cómo se relacionan e interactúan en las ciudades con instituciones y la intervención de éstas para la creación del arte urbano así como su incidencia en sitios turísticos. En el caso de Barcelona, Soria Valdés se refiere a la transgresión y centra su análisis en una imagen poderosa que reúne la coexistencia de fenómenos como el turismo y el comercio a la par del fenómeno de la migración y la alegoría del graffiti, como emblemas de lo legal y de lo ilegal dentro del espacio urbano, representados tanto por símbolos gráficos como escritos, en donde la transgresión claramente se encuentra incrustada en los significados de los textos escritos, las imágenes, los colores, y los simbolismos que ellos representan. En el caso de la Ciudad de México es interesante la importancia del trabajo del artista urbano en los muros, su rescate y preservación no sólo por la

aportación del mural en sí, sino por la conservación de la obra artística debido a quien la realizó; intervenciones en murales del Centro Histórico denotan el propósito de recuperar el espacio público utilizando como herramienta el graffiti y el muralismo urbano.

El cuarto capítulo, *Gestión cultural, intervención artística, imaginarios y construcción cultural en Puerto Vallarta. El caso del colectivo multidisciplinario de arte urbano ROMPE*, es un trabajo elaborado por Jimena Vanina Odetti, Gloria del Rosario Rodríguez García y Ángeles Amayrani Hernández Mancía, analizan los mecanismos y acciones realizados por el colectivo de arte urbano mencionado y su interacción con la comunidad, con el propósito de incidir, recuperar y aportar revitalización y cohesión al espacio urbano y que, al mismo tiempo, es territorio turístico. La iniciativa nace de manera orgánica llegando a realizarse tres festivales por parte del colectivo ROMPE por tres años de manera consecutiva a medida que se va expandiendo e integrando a más actores sociales. Por tal motivo se fueron sumando instituciones educativas y gubernamentales, teniendo el apoyo de empresarios del ramo turístico, en donde al mismo tiempo, la intervención de vecinos y comunidad han sido indispensables para lograr la conformación de un bagaje gráfico a través del muralismo urbano diseñado y establecido en ubicaciones estratégicas y con imágenes simbólicas y representativas de la cultura local y del turismo desarrollado en el territorio de la ciudad; ello incluyó un análisis de paletas cromáticas y larguillos de fachadas, entre otros, para la transmisión visual del carácter e imagen de la ciudad, mediante proyectos de intervención artística-comunitaria, realizándose trabajos de forma multidisciplinaria con colaboraciones valiosas por parte de quienes participaron desde sus respectivas trincheras.

En *Transformación del paisaje urbano: percepciones del graffiti y el arte urbano de Ensenada*, su autor, Juan Pablo Melchum Alba, nos lleva a conocer la visión ambigua del arte urbano en esta ciudad, al mismo tiempo que transforma y desestigmatiza espacios públicos dando nueva perspectiva al entorno inmediato. Para ello, se analiza la obra artística realizada por el autor y su evolución a lo largo de veinte años, centrándose no sólo en el contenido de dicha obra sino también en sus cambios, temáticas y cómo se relaciona con su entorno inmediato; este

trabajo se nutre con entrevistas y análisis visual, teniendo en cuenta que, un protagonista relevante es la cultura del movimiento Hip Hop nacido en Estados Unidos, y cómo se manifestó posteriormente en Ensenada, ciudad mexicana muy cercana a la frontera con Estados Unidos, así como las interacciones y relaciones que ello implicó, y la manera de reflejarse en las creaciones de graffitis y diseños muralistas realizados; la representación de rostros es un rasgo significativo del artista urbano y también autor de este capítulo.

El siguiente trabajo se titula *Procesos de apropiación en el espacio público, expresiones de graffiti y arte urbano y su relación con el desarrollo local, el caso de las intervenciones en el Centro Histórico de Hermosillo, Sonora*, y su autora, Manuela María Tenorio Guerra, se enfoca en trabajos y obras realizados por grafiteros y artistas urbanos, en donde la apropiación del espacio nace de una iniciativa de los habitantes, su interés y objetivo es rehabilitar y generar un ambiente de seguridad, un espacio urbano atractivo, cuya imagen sea de protección hacia el habitante, contrario a como se encontraba antes de dicha iniciativa, comenzando al más puro estilo grafitero, sin solicitar permiso a autoridades, sino con la firme convicción de colaborar de manera espontánea a crear una imagen urbana más amable para todos, situación que, fue transformándose e incorporando a instituciones de cultura de Hermosillo, en sinergia con habitantes y artistas urbanos. Entre las representaciones gráficas que se advierten en los murales urbanos se retoman símbolos de la flora de la región, árida, -característica muy peculiar- y la fauna local y regional, sin faltar la etnia de la tribu Yaqui, símbolo de la cultura en Sonora, y también, emblemas de la ciudad, como lo es el Cerro de la Campana, entre otros más que se ubican en el Barrio Mágico de Villa de Seris. Los murales urbanos propiciaron la actividad turística en la zona, lográndose el propósito de regenerarla para la gente, brindarles seguridad, y su posterior disfrute como zona de atracción para visitantes y turistas, dejando atrás la degradación urbana de estructuras arquitectónicas y su entorno.

En el séptimo capítulo titulado *Arte urbano y turismo, ¿la comercialización de la contracultura en el Barrio Mágico de Jalatlaco, Oaxaca?*, su autora, Elke Köppen, analiza dos tours de Street Art, realizados mediante caminata urbana y ofrecidos por agencias turísticas, donde se

detecta la presencia de murales urbanos, pinta de bardas y de fachadas, carteles pegados en muros, graffitis con mensajes gráficos y escritos de protesta, -este es un rasgo social característico de la población en el estado de Oaxaca: el levantar la voz en aras de alguna causa social o política y unirse para manifestarlo, en este caso, se expresa en los muros- todas estas manifestaciones de arte urbano son detectadas en el sitio de estudio. Las representaciones simbólicas de tradiciones mexicanas como el Día de Muertos son parte de la experiencia turística que ofrece el Barrio Mágico. La autora muestra la participación de colectivos como parte instrumentadora de estas voces en la calle que buscan ser escuchadas bajo condiciones a veces adversas, con resistencia a fenómenos como la turistificación, la gentrificación y la comercialización de la cultura.

Los autores Osbelia Alcaraz Morales, Martha Elena Soria Pulido y Said Arturo Castro Luna desarrollan el capítulo *La desigualdad entre graffiti y la creación del escenario turístico. Taxco, Guerrero*, donde la creación del escenario turístico, incide al grado de llegar a legislarse e incorporar por ley formas específicas para diseñarlo, apuntalando el propósito de mantener la visual urbana con una determinada representación arquitectónica y así crear una percepción lineal del diseño de la ciudad, propiciando un escenario atrayente para el turismo; se suman a ello las edificaciones históricas adaptadas para reutilizarlas como establecimientos comerciales y turísticos, los cuales se perciben como una amenaza para la preservación del patrimonio edificado. El contraste pervive en el embellecimiento para la creación de un paisaje turístico, al tiempo que, la desigualdad de condiciones de vida decorosa para la población subyace tras la careta del escenario turístico, teniendo como contrapeso la resistencia social a través del graffiti plasmado en edificaciones históricas en forma de protesta ante la marginalidad de la población para quienes son inaccesibles espacios y sitios turísticos, y donde las expresiones del graffiti son equiparadas al vandalismo, sin integrarlas de forma atractiva y estética a la realidad urbana que vive la población de Taxco. Este Pueblo Mágico posee el apoyo económico de este Programa de la Secretaría de Turismo en México, sin embargo, éste beneficia principalmente al sector turístico y comercial, excluyendo a la población local, acentuando las carencias en los servicios públicos municipales, vialidades y arquitectura

local de la vida cotidiana del nativo. Esta desigualdad se refleja en el abordaje del espacio público a través del graffiti y las pintas como una forma de protesta por la disparidad social y económica.

El noveno y último capítulo de este libro es *De la resistencia a la resiliencia: el arte público como herramienta del neoliberalismo* y su autor, Pablo Ángel Lugo, se enfoca en los barrios y zonas de tres ciudades europeas, en Londres, Barcelona y Berlín, y un barrio de la Ciudad de México, exponiendo diversas maneras en que los procesos de neoliberalización inciden en el arte urbano y la relación de éste con la gentrificación, señalando que este fenómeno es derivado del neoliberalismo, y desarrollándose en poblaciones con espacios de consumo simbólico a través del turismo, donde la revalorización de los barrios desencadena nuevos usos y costumbres. De esta manera, se transforma el paisaje urbano con cambios en las arquitecturas de barrios históricos, trastocando las conexiones de las comunidades y su sentido de pertenencia a una zona ahora modificada. El autor resalta los conceptos city branding, clase creativa, entre otros, los cuales propician modificaciones en los modos de vida, con la incorporación de nuevos habitantes. Es aquí donde los murales urbanos y el graffiti fungen como herramientas bajo la premisa de revitalización urbana, sin embargo, es un hecho que, a mayor turismo, mayores elementos de atracción turística, y el arte urbano es utilizado precisamente como captación visual para el turismo. En los barrios de las cuatro ciudades examinadas, se observa en común cómo el fenómeno de la gentrificación convierte a las estructuras arquitectónicas espaciales en mercancía, mientras que se redefinen las identidades culturales y tradiciones, en donde la autenticidad es opacada por nuevos estilos de vida.

Para concluir, en varios de los textos de este libro, la incorporación del arte urbano a través del graffiti, de esculturas o del muralismo, implican mensajes de regeneración del espacio, del entorno urbano, en zonas que se encontraban urbanísticamente en decadencia; en otros de los textos, se puede observar que el propósito es transformar el espacio urbano para el disfrute del turista, diseñando escenarios turísticos, llegando a la turistificación y a la posterior gentrificación del barrio o zona, poniendo en riesgo tradiciones, cultura local, identidades y arquitecturas con valor histórico. También son evidentes las resistencias manifiestas en

las poblaciones y reflejadas en la escritura de graffitis, como forma de protesta. Los habitantes de las comunidades, los artistas urbanos y los colectivos son parte fundamental del andamiaje para hacer visibles los escenarios de creación, resistencia y turismo. Así pues, el territorio de la ciudad es el lienzo donde se plasma la construcción de imaginarios y sus procesos de representación que estos nueve capítulos examinan, analizan y estructuran a profundidad, con diferentes visiones y ciertas coincidencias, pero todos con una aportación original, consistente e innovadora. Se espera que su contribución sea parte de un acervo novedoso y enriquecedor a la investigación en la materia.

Vanessa Isabel Castillo Romero
Noviembre 2025

Referencias

Augé, Marc. (2005). *Los no lugares Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, Barcelona: Gedisa.

García, Canclini, Néstor. (1999). *Imaginarios urbanos*, Editorial Universitaria de Buenos Aires, Argentina: Eudeba.

Méndez, Sainz, Eloy. (2016). *El imaginario de la ciudad*, Universidad de Guadalajara, México.

Silva, Téllez, Armando. (1988). *Graffiti. Una ciudad imaginada*, primera edición, Universidad Nacional de Colombia, Tercer Mundo Editores, Bogotá, Colombia.



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

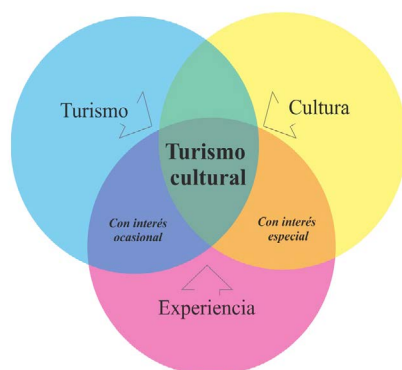
El análisis sobre el diseño de rutas de turismo cultural centradas en el arte urbano ha sido abordado en diversos estudios en América Latina, evidenciando el creciente interés por integrar expresiones contemporáneas del espacio público en las dinámicas turísticas. En el caso de México, el desarrollo 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

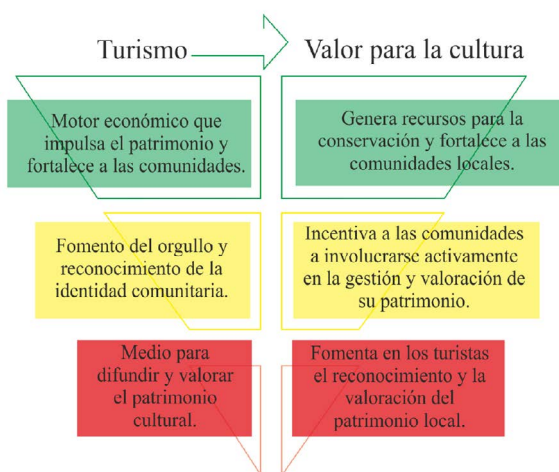
Nota: Elaboración propia.

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	
Etapa		Método		Indicador			
1.1 Desde la oferta de experiencias: • Estudio del territorio • Infraestructura • Equipamiento • Recursos turísticos		2.1 Elaboración de un FODA de productos existentes. • Experiencias de turismo cultural existentes • patrimonio histórico edificado • valor cultural • valor social		3.1 Identificación del mercado actual y potencial		4.1 Recopilación	
1.2 desde la demanda del consumidor • Experiencias internas y externas que impactan en la decisión de reserva de las experiencias turísticas.		3.2 Descripción detallada del producto		4.2 Segmentación			
1.1.1 Observación, estudio de campo, registro fotográfico y cartográfico		3.3 Estrategia de divulgación y distribución		Análisis de comentarios			
1.2.1 Análisis de productos existentes en Guadalajara y otras ciudades de México.		Plataformas de viajes: • TripAdvisor • Airbnb					
1.1.2. Murales en el espacio público en la zona de implementación del diseño de la ruta.		Divulgación: • Instagram • Redes sociales • Alianzas • Medios digitales • Medios tradicionales ◦ agencias de viajes ◦ folletería					
1.2.2. Oferta de experiencias en plataformas digitales: TripAdvisor y Airbnb.		Reservaciones • recibidas • concluidas				Reseñas de clientes	
		Características únicas y particulares del producto.					

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.

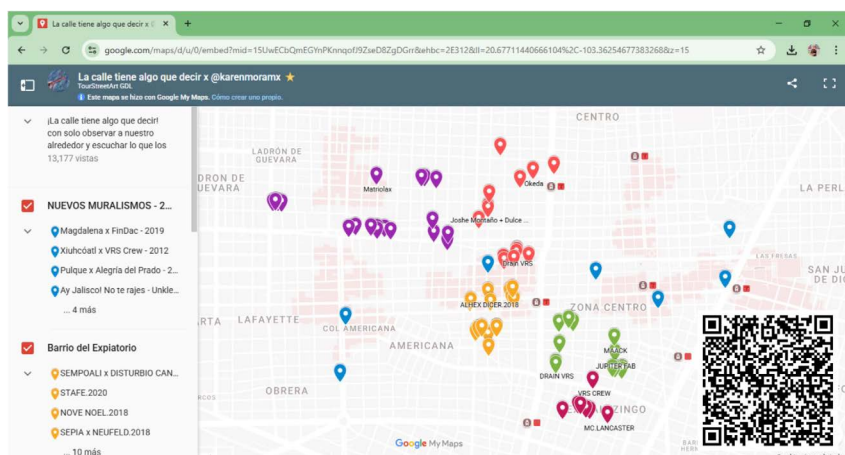
Tipos de arte urbano en la ruta y generación de sentidos

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.

- *Grffiti*: 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	Material 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 grafiti, 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>

Capítulo 2

Muralismo y arte urbano: entre la revitalización de las ciudades y los procesos de gentrificación. Germen y desarrollo del arte urbano y el muralismo público con relación al contexto urbano y comunitario: conceptos y reflexiones

Laura Luque Rodrigo

Universidad de Jaén

lluque@ujaen.es

Adris Díaz Fernández

Universidad de Monterrey

adris.diaz@udem.edu

Carmen Moral Ruiz

Universidad de Sevilla

mmoral@us.es

DOI: <https://doi.org/10.61728/AE20259327>



Introducción

El muralismo y el arte urbano se han consolidado como herramientas esenciales en la revitalización de las ciudades, enfrentando al mismo tiempo los retos que presentan los procesos de gentrificación. Estas prácticas artísticas fomentan la apreciación de la diversidad cultural y promueven un sentido de identidad comunitaria, favoreciendo la inclusión y el diálogo en espacios públicos que podrían quedar desprovistos de significado.

En las últimas décadas, el arte contemporáneo ha experimentado transformaciones notables, reflejando los cambios sociales, políticos y culturales actuales. Las tendencias artísticas han evolucionado de un enfoque centrado en el objeto hacia uno más conceptual y contextual, influenciado por la Internacional Situacionista y la contracultura punk (Claramonte, 2011).

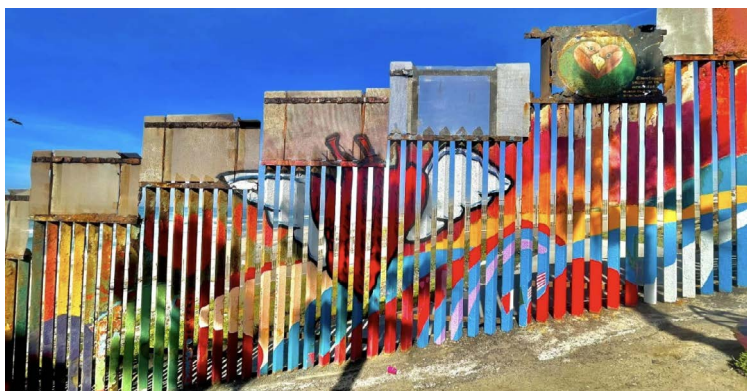
En este contexto, el arte urbano ha emergido como una vía de expresión social, que no solo invita a la participación del público, sino que también establece un diálogo dinámico entre artistas y espectadores (Bourriaud, 2008). Mientras que el *graffiti* se presenta como una forma de comunicación que se enfoca en la competencia entre artistas y no propicia un intercambio con el entorno urbano, el arte urbano, en cambio, busca activamente transformar espacios públicos mediante un diálogo participativo.

No obstante, fenómenos recientes han contribuido a la dilución del significado de estos lugares de intervención artística, lo que llevó a Augé (2000) a describir la ciudad como un “no-lugar”, caracterizado por la transitoriedad y la ausencia de conexión emocional. Es fundamental, además, el considerar a la ciudad desde una perspectiva emocional, un aspecto clave del situacionismo y su interés por la psicogeografía. Esta perspectiva ha impulsado la aparición de intervenciones artísticas que son tanto lúdicas como políticas, muchas de las cuales se han comercializado desde los años 80 (Debord, 1958; Perniola, 2008; MNCARS, 2014).

Así, el arte urbano, que inicialmente se veía como un acto de rebelión, ha sido reevaluado a la luz de su rol en la narrativa sociocultural y su relación con el entorno. Con el desplazamiento del arte hacia espacios públicos y su exposición a procesos de institucionalización y comercialización, han surgido nuevos desafíos y oportunidades para los artistas urbanos (López, 2018). La virtualización del arte, impulsada por plataformas digitales, también redefine las dinámicas de creación y participación, permitiendo a los artistas innovar en su interacción con la sociedad (González y Casero, 2018). En este sentido, el arte urbano se sitúa en la intersección del arte y el activismo, funcionando como una herramienta potente, dentro del espacio público y las plataformas virtuales, para abordar problemas sociales, políticos y económicos contemporáneos.

De igual manera, sobresalen conceptos como “arte de frontera” y “liminalidad”, que se presentan como marcos teóricos relevantes para entender las complejidades de la identidad cultural y social en contextos de migración y cambio. Proyectos como el “Mural de la Hermandad” de Enrique Chiu (véase Imagen 6), no solo desafían barreras físicas, sino que resaltan la importancia de un arte comprometido socialmente, que actúe como agente de cambio en la creación de un espacio compartido donde todas las voces sean escuchadas (Milla, 2020). Esto subraya el papel del arte en la disolución de fronteras y en la creación de entornos donde diversas identidades puedan coexistir, enriqueciendo la cultura contemporánea. Resulta necesario exponer, además, que la comercialización e institucionalización del arte urbano pueden diluir la esencia crítica de este, generando dudas sobre su función y autenticidad en un entorno urbano en constante transformación.

Imagen 6: Mural de la hermandad, Arte para unir el corazón de las Naciones en la Frontera



Nota: Barda Fronteriza (2023) Recuperado de <https://acortar.link/ZuMAe4>.

Al reflexionar sobre la intersección entre el arte y la vida social, es fundamental entender las repercusiones que el arte urbano y el graffiti tienen en la configuración de nuestras ciudades. Es esencial investigar de qué manera estas formas de expresión artística pueden emplearse para reconstruir narrativas que valoren la diversidad cultural y promuevan la cohesión comunitaria en un mundo que se vuelve cada vez más fragmentado. Asimismo, es importante reconocer el papel que estas manifestaciones artísticas desempeñan en la revitalización urbana y en los procesos de gentrificación.

El arte urbano y el muralismo no solo funcionan como formas de comunicación visual, sino que también poseen un impacto transformador en el entorno urbano y en las dinámicas sociales. En un contexto en el que, en 2015, alrededor de 4000 millones de personas (54 % de la población mundial) vivían en áreas urbanas y se proyecta que esta cifra alcanzará los 5000 millones para 2030 (ONU Hábitat, 2017), es crucial investigar cómo estas expresiones artísticas pueden servir para reconstruir narrativas que aprecien la diversidad cultural y fomenten la cohesión comunitaria. La rápida urbanización ha traído varios retos, como el aumento de barrios marginales y la contaminación del aire, lo que resalta la necesidad de mejorar la planificación urbana para crear ciudades más sostenibles y seguras, promoviendo políticas inclusivas y participativas (ONU Hábitat, 2017).

Uno de los desafíos más significativos en las ciudades actuales es el acceso limitado a espacios verdes y lugares públicos seguros, un tema discutido en la Conferencia Hábitat III de 2016 (ONU, 2017). Lotta (2010) sostiene que el espacio público es esencial para la vida comunitaria, aunque el avance del capitalismo ha transformado estas interacciones, a menudo trasladándolas a entornos privados como los centros comerciales, lo que limita la socialización genuina entre los ciudadanos.

En Europa, la *Carta de Leipzig* y el *Libro Blanco de la Sostenibilidad en el Planeamiento Urbanístico en España* establecen directrices para un desarrollo urbano accesible y sostenible, enfatizando la importancia de la participación ciudadana durante la planificación (Ministerio de Vivienda, 2010). En México, el enfoque del urbanismo es multidimensional, incorporando aspectos sociales, económicos y ambientales, y busca involucrar a la comunidad en la planificación de sus entornos urbanos. Sin embargo, la efectividad de la implementación de las leyes y regulaciones urbanísticas varía considerablemente según el contexto local y la voluntad política, lo que implica la necesidad de un compromiso más sólido con políticas que realmente fomenten la accesibilidad y la sostenibilidad.

De hecho, la gentrificación ha tenido un impacto notable en diversas ciudades mexicanas, donde la transformación de barrios de clase trabajadora a áreas de clase media altera la estructura social y cultural. Sequera (2015) señala que este proceso puede desestabilizar las redes y relaciones que mantienen la cohesión en estos barrios. Según Sorando y Ardura (2016), la gentrificación pasa por cinco fases: abandono, estigmatización, regeneración, mercantilización y resistencia. A medida que aumenta el interés en la urbanización, muchas de estas áreas pierden su vitalidad, siendo estigmatizadas por su deterioro. Aunque la regeneración puede parecer beneficiosa, a menudo conduce a la mercantilización, donde los precios de la vivienda se elevan, atrayendo a comercios dirigidos a un público con mayor poder adquisitivo.

La resistencia de los habitantes originales es crucial, reflejada en movimientos comunitarios que buscan preservar su cultura e historia local. Este fenómeno se ve influenciado por la industria cultural, impulsada por inversores y plataformas como Airbnb, que a menudo, aunque fomentan

el turismo e impulsan nuevos negocios, contribuyen a la pérdida de la identidad comunitaria. Zukin (1987) destaca cómo el turismo masivo puede transformar áreas reconocidas por su riqueza cultural en localidades homogéneas, afectando su autenticidad y desplazando a los residentes originales. Este ciclo de desposesión no solo erosiona el tejido social, sino que convierte las tradiciones locales en productos de consumo turístico.

En el contexto de España y América Latina, es fundamental examinar la gentrificación considerando las características y conflictos espaciales relacionados con el neoliberalismo urbano (Brenner et al., 2010). Según Janoschka, Sequera y Salinas (2014), al extenderse fuera del ámbito anglosajón, la gentrificación adopta particularidades locales que integran las dinámicas sociales y políticas existentes. Este análisis permite cuestionar visiones que simplifican o celebran las políticas de renovación urbana y fomenta una reflexión más profunda sobre el derecho a la ciudad y el uso del espacio público (Chaskin y Joseph, 2012). Las políticas neoliberales no solo afectan los precios de la vivienda, sino que también limitan el acceso al espacio público, alterando las actividades comunitarias.

Este proceso transforma los espacios públicos en áreas comercializadas y controladas, resaltando la necesaria revisión de los efectos de la gentrificación, en especial en el contexto latinoamericano. Los desalojos de comunidades “indeseables” ilustran cómo la renovación urbana puede funcionar como un proceso de “higienización social”, desplazando y estigmatizando interacciones sociales y políticas no deseadas (Marcuse, 1986). No solo en relación a la creación artística se produce este fenómeno; no hay más que ver la polémica que suscitan estas acciones de “higienización social” de cara a grandes acontecimientos, el último, con motivo de los Juegos Olímpicos de París celebrados en el verano de 2024, donde se transportaron a cientos de personas sin hogar, entre otros, a otros barrios de la ciudad de París o incluso a otras ciudades, para que durante la celebración de los juegos no diera mala imagen. Estos son casos extremos, pero al final provocar a conciencia desde la institución un proceso de gentrificación a través de la elitización de los barrios mediante el arte no deja de ser lo mismo, una forma de expulsar a los habitantes de una zona para que se marchen a otra donde se considera que son menos “molestos”; si el problema no se ve, será que no existe,

por lo que no hay que darle solución. Una mala praxis social donde se involucran cuestiones como el arte.

Resulta claro que la gentrificación en España y México, al igual que en otras partes del mundo, presenta complicados desafíos que abarcan impactos sociales y culturales, así como formas de resistencia de las comunidades afectadas. Para abordar este fenómeno, es vital adoptar un enfoque integral que considere las necesidades de los residentes originales y promueva la preservación de la identidad cultural. En este contexto, surge la pregunta: ¿De qué forma puede el muralismo contribuir a la gentrificación dentro de las áreas urbanas? ¿Cómo influye el arte urbano en la transformación de comunidades durante los procesos de gentrificación?

Conviene aceptar que el muralismo en las últimas décadas ha dado lugar a un fenómeno de musealización que transforma espacios públicos en auténticas galerías de arte al aire libre. Esta tendencia no solo redefine la función del arte en el entorno urbano, sino que también plantea preguntas sobre la apropiación y la interpretación del espacio público. La musealización implica un proceso de institucionalización, donde las obras de arte se enmarcan dentro de un discurso cultural que a menudo busca legitimarse como parte del patrimonio artístico de una ciudad.

Según Janoschka, Sequera y Salinas (2014), la gentrificación y el muralismo están conectados, ya que las intervenciones artísticas pueden servir para atraer inversiones y alterar la estructura socioeconómica de una zona, todo ello trae consigo que, si bien el muralismo puede servir para revitalizar un espacio y celebrar la identidad cultural, también puede convertirse en un instrumento que facilite la gentrificación, desplazando a los residentes de larga data y alterando las dinámicas comunitarias.

En este contexto, la participación comunitaria es una dimensión esencial que se debe considerar. La efectividad del muralismo como medio de resistencia y expresión depende en gran medida de la inclusión de las voces locales en el proceso creativo. Como lo enfatizan Chaskin y Joseph (2012), la participación de la comunidad en el arte público no solo fortalece el tejido social, sino que también ayuda a mantener la autenticidad cultural del espacio.

Sin embargo, este proceso de musealización puede llevar a un “blanqueamiento del arte”, donde las obras pierden su contexto crítico y se

convierten en meros atractivos turísticos. Esto plantea preocupaciones sobre cómo se perciben y se valoran estas obras en relación con las realidades sociales y políticas de sus entornos. La industria cultural, a través de la promoción de ciertos estilos de muralismo que atraen al turismo, también puede contribuir a la pérdida de la identidad comunitaria y a la homogeneización de las expresiones culturales locales (Zukin, 1987).

En la actualidad, en Europa, se está llevando a cabo un debate sobre la diferencia entre el arte urbano espontáneo y el muralismo por encargo, lo cual plantea cuestiones relevantes sobre la evolución y la identidad del arte en el espacio público. Muchos críticos argumentan que la institucionalización del muralismo podría despojar al arte urbano de su carácter subversivo, transformándolo en un mero elemento decorativo sin una carga crítica social. Según Janoschka, Sequera y Salinas (2014), la gentrificación y la mercantilización del muralismo pueden conducir a una homogeneización del arte urbano, alterando su significado y su propósito.

Este fenómeno de institucionalización pone en riesgo la autenticidad del arte urbano, que ha sido históricamente una herramienta de resistencia y expresión comunitaria. Cuando los murales son creados por encargo o financiados por instituciones, existe el peligro de que se alineen con intereses comerciales y políticos, alejándose de las preocupaciones sociales que los motivaron inicialmente, o simplemente se conviertan en un “escaparate” que almacene “imágenes triviales” que carecen de originalidad, como la reproducción de retratos sin elementos estéticos de relevancia, pues los intereses políticos gustan de ofrecer esa imagen tergiversada de la realidad. Zukin (1987) señala que la industria cultural suele transformar las expresiones genuinas en productos para el consumo, lo que puede llevar a una pérdida de la identidad y el significado dentro de la comunidad. A pesar de estas preocupaciones, existen aspectos positivos en el muralismo por encargo. Cuando se incluye a la comunidad en el proceso de creación, estos murales pueden fortalecer la identidad local y fomentar el diálogo social. Chaskin y Joseph (2012) destacan que cuando se involucra a la comunidad en el arte público, este puede tener efectos beneficiosos, al fortalecer las relaciones interpersonales y promover un sentido de pertenencia.

El debate sobre el arte urbano espontáneo frente al muralismo por encargo es un tema complejo. Es esencial que artistas, comunidades e instituciones colaboren para lograr un equilibrio que permita que el arte urbano mantenga su función crítica, adaptándose a las realidades cambiantes de las ciudades. Esto asegura que el arte urbano siga siendo un medio auténtico de expresión social y cultural.

En muchos contextos europeos y latinoamericanos, el arte urbano ha surgido de movimientos espontáneos y subversivos; en cambio, en Italia ha experimentado un desarrollo más institucional el arte público, influenciado por corrientes artísticas como el arte povera. Este movimiento, que valora la simplicidad y los materiales humildes, sentó las bases para una apreciación del arte en contextos urbanos.

Sin embargo, se observan procesos diferentes. Por ejemplo, en Roma, una ciudad donde áreas como el barrio del Pigneto se habían revitalizado, no sin cierta gentrificación, por ejemplo, a través de llevar allí a un turismo que buscaba algo diferente, en este caso murales institucionales, y que ahora vive un proceso de auge del *graffiti* y el arte urbano en zonas masificadas como el Trastevere, el corazón de la ciudad, tanto histórico como turístico. (Ver Imagen 7). Este cambio se puede entender como una reacción al arte mural institucional que, aunque inicialmente contribuyó a la revitalización de ciertas zonas, ha dado paso a un resurgimiento del arte urbano espontáneo y un aumento de *graffiti* en lugares que ya están bajo presión por el turismo y la masificación. Este fenómeno sugiere que los métodos de intervención artística están en constante evolución, reflejando la dinámica social y cultural de la ciudad. Por lo tanto, la experiencia italiana con el arte urbano es un ejemplo de cómo los contextos locales pueden influir en la forma en que se desarrolla y percibe el arte en espacios públicos, haciendo evidente que no se puede generalizar el análisis de estas dinámicas a toda Europa o América Latina. Este contraste entre el arte mural institucional y el arte urbano espontáneo resalta la complejidad de las interacciones entre las comunidades, la institucionalidad y las presiones del desarrollo urbano.

Imagen 7. Una de las calles principales del Trastevere, Roma, 2024



Nota: Imagen propia.

La relación entre el arte urbano, el muralismo y la gentrificación es un proceso complejo, y México y España no quedan exentos del mismo. Aunque estas formas de arte pueden revitalizar y expresar la cultura, su integración en proyectos de inversión y desarrollo a menudo lleva a la exclusión social y el desplazamiento de comunidades. Por lo tanto, es crucial que artistas, comunidades y gobiernos colaboren para asegurar que el arte urbano contribuya a un desarrollo inclusivo que respete la identidad cultural. Esto implica establecer políticas que prioricen la participación comunitaria en el arte público, evitando su transformación en un simple producto turístico y preservando su carácter de resistencia y expresión cultural.

Colores y cambios: el impacto del arte urbano y mural en la gentrificación de barrios

El arte urbano y el muralismo están intrínsecamente vinculados a los procesos de gentrificación en diversas ciudades del mundo, incluidos México y España. A medida que las ciudades enfrentan desafíos como el deterioro urbano, el arte urbano ha emergido como una respuesta creativa

y una forma de revitalización. Sin embargo, esta revitalización a menudo viene acompañada de la gentrificación, un fenómeno que transforma áreas de clase trabajadora en espacios más exclusivos, lo que altera la dinámica social de estas comunidades.

En años recientes, se ha observado un fenómeno de “cooptación del arte urbano”, proceso mediante el cual un grupo, movimiento o idea es absorbido o incorporado por una organización, institución o sistema más grande, a menudo con el objetivo de neutralizar su potencial de cambio o crítica. En el contexto del arte urbano, puede ser la forma en que estas expresiones artísticas que originalmente tienen un mensaje subversivo o crítico son integradas en el ámbito institucional o comercial, lo que puede contribuir a que pierdan su capacidad de cuestionar el status quo y se conviertan en productos consumibles. Este proceso se refleja en la creciente institucionalización del arte urbano y en el auge de festivales y murales en ciudades y áreas rurales, que, aunque pueden celebrar la creatividad y el talento local, a menudo convierten estas obras en meros objetos de consumo que carecen de profundidad crítica. A medida que el arte urbano se adapta a las expectativas del mercado y los patrones de consumo, su capacidad de cuestionar y desafiar el status quo se ve comprometida, transformándose en una herramienta de estética y entretenimiento más que en un medio de resistencia y reflexión social.¹

1 El término cooptación, según la Real Academia Española de la Lengua, significa: “Llenar las vacantes que se producen en el seno de una corporación mediante el voto de los integrantes de ella” (RAE, 2024). Sin embargo, tiene otros significados; por ejemplo, en México, Nicaragua y Colombia, se entiende como “Obligar a alguien a que piense de una manera determinada. cult. 2. Mx, Ni. Sobornar. cult.” (AALE, 2024). Es más, el término cooptar se emplea también a nivel jurídico y político. En este último punto, Valenzuela y Yébenes (2015) explican que cooptar “tiene que ver con control (...) evitando la autonomía y el poder de otro distinto al poder central omnipotente”. Es por ello que nos parece pertinente emplear el término “cooptación del arte urbano” para referirse a ese fenómeno por el cual ese arte urbano espontáneo y libre que actúa en las calles sin pedir permiso se convierte en un muralismo institucional, profesionalizado, estetizado y, como señalan algunos críticos, domesticado, perdiendo su capacidad de ofrecer una crítica sociopolítica, de incomodar tanto a la institución como incluso al viandante, en pro de ofrecer una reflexión sobre un tema candente si fuera preciso o simplemente ofrecer estéticas rupturistas que no tienen cabida en un ideal de belleza canónico.

Estas iniciativas son impulsadas por diversos actores, como ayuntamientos, instituciones privadas, universidades y comunidades de artistas. Aunque muchas obras se crean de manera espontánea, la institucionalización ha generado críticas, ya que el abandono de algunas piezas puede afectar la imagen de las áreas y contribuir a la gentrificación.

En México, el muralismo ha sido históricamente una expresión poderosa de identidad cultural y resistencia social. Sin embargo, en los últimos años, su institucionalización ha generado preocupaciones sobre la gentrificación. Las intervenciones artísticas, inicialmente vistas como herramientas de revitalización comunitaria, han atraído la atención de desarrolladores e inversionistas, lo que puede resultar en un aumento del precio de la vivienda y el desplazamiento de residentes de larga data. Por ejemplo, en áreas como Roma y Condesa en la Ciudad de México, el muralismo ha contribuido a embellecer los espacios, pero también ha facilitado la llegada de nuevos residentes más adinerados, generando tensiones y conflictos sociales. Según algunos críticos, el muralismo contemporáneo puede ser usado para justificar la gentrificación al presentar un “embellecimiento” que disfraza el efecto desestabilizador que tiene en las comunidades existentes.

En España, el fenómeno es similar, especialmente en ciudades como Málaga, Barcelona y Madrid. El auge del arte urbano ha sido celebrado como una forma de democratización del espacio público y ha servido para revitalizar barrios previamente abandonados. Sin embargo, en lugares como el barrio del Soho en Málaga, Raval en Barcelona o Lavapiés en Madrid (ver Imagen 8), el arte urbano a menudo va de la mano con la gentrificación. Los programas de arte por encargo y la promoción de festivales urbanos han atraído a turistas y nuevos residentes, lo que ha llevado a un aumento en el costo de vida y al desplazamiento de los habitantes originales. Los críticos señalan que, aunque el arte urbano puede inicialmente enriquecer la cultura local, la mercantilización de estos espacios puede transformar su significado y función, convirtiéndolos en meros atractivos turísticos.

Imagen 8. Pintada sobre gentrificación que pisa un mural en el barrio de Lavapiés. Esta imagen ilustra un texto que habla precisamente de la subida de precios de la vivienda donde hay arte urbano o muralismo



Nota: Imagen propia.

Si bien el muralismo se considera una herramienta para revitalizar zonas deterioradas, este enfoque positivo a menudo carece de respaldo en estudios que ofrezcan datos económicos o análisis psicosociales. El auge del muralismo también genera preguntas sobre su profesionalización y aceptación académica, como lo demuestra su inclusión en planes de estudio, como en un libro de texto de Educación Plástica en Andalucía que menciona a la artista Virginia Bersabé.

Sin embargo, es fundamental contar con una plataforma que centralice esta información, facilitando el acceso digital para residentes y visitantes, y contribuyendo a la conservación de la memoria cultural. Un ejemplo de esfuerzo en este sentido es el Registro de Arte Urbano y Mural Contemporáneo (FRAUM) en Monterrey, que recopila información valiosa sobre las obras, entre otras que resguardan imágenes que son proporcionadas, más bien, por los turistas. Como esta, existen otras iniciativas, por ejemplo, la aplicación Mural Hunter, una app de geolocalización y catalogación de arte urbano que funciona mediante la incorporación de obras por parte de los internautas, creada a través de un proyecto de la Universidad de Zaragoza (España) (Navarro, 2021), o el mismo Google Arts & Culture. Sin embargo, ¿pueden/deben los usuarios catalogar obras de arte? ¿Y quiénes son los usuarios de este tipo de apps?

A pesar de que existen iniciativas para conservar las memorias visuales en entornos urbanos y rurales, estas aún se encuentran en una fase inicial. La creación de plataformas digitales integradas podría aumentar la visibilidad de las obras, fortalecer el sentido de comunidad y fomentar un turismo cultural responsable.

Asimismo, un enfoque coordinado podría redefinir la percepción del muralismo y el arte urbano como componentes esenciales de la identidad cultural regional, promoviendo una mayor educación y conciencia sobre su impacto en el entorno. Aunque este proceso es inevitable, abordarlo con un enfoque de responsabilidad social y respeto por la cultura local, junto con el apoyo de la comunidad, podría ayudar a mitigar los efectos de la gentrificación. Esto implica fomentar la “revitalización inclusiva”, que busca revertir la gentrificación mediante la responsabilidad social y el respeto por las tradiciones locales, priorizando las necesidades y contribuciones de los residentes originales, conservando su patrimonio cultural y promoviendo su participación activa en el proceso, así como asegurando la inclusión de las comunidades afectadas en la toma de decisiones.

Un ejemplo específico, “Arte Nueve Luna” en México, se caracteriza por la realización de murales que representan la historia y las tradiciones locales, buscando también revitalizar áreas que han sido descuidadas o estigmatizadas. Estas iniciativas no solo embellecen el paisaje urbano, sino que también potencian el sentido de pertenencia y orgullo de la comunidad, fortaleciendo la cohesión social y promoviendo una cultura de solidaridad y participación activa. Al integrar el arte urbano con la acción comunitaria, Nueve Arte Urbano demuestra cómo el muralismo puede ser una poderosa herramienta para la transformación social, proporcionando plataformas para expresar la libertad cultural y dar visibilidad a las luchas de las comunidades en México.

La moda del muralismo y la ausencia de planificación: análisis

Como se ha explicado en los apartados anteriores, en los últimos años se ha producido una clara patrimonialización del arte urbano con la

institucionalización de este, apareciendo así numerosos festivales y otro tipo de proyectos de creación de murales en el espacio urbano, tanto de ciudades como de poblaciones más rurales. Estas iniciativas parten tanto de instituciones, especialmente ayuntamientos, pero no solo —también universidades, diputaciones, etc.—; como de gestores particulares o incluso de las propias comunidades. Este rápido crecimiento del muralismo en nuestras localidades, ha provocado diversas cuestiones:

- En primer lugar la profesionalización del medio, así como que entre en la academia, es decir, ahora se investiga sobre este fenómeno y se estudia en los planes de estudio, no solo universitarios (por ejemplo en el Grado de Historia del Arte y en el Grado en Conservación y Restauración), sino también ya en secundaria, por ejemplo, en el libro de ANAYA de la asignatura de Educación Plástica de 1º de la ESO, en Andalucía, aparece el muralismo en la página 41, incluye un breve texto explicativo y una imagen de una obra de la artista andaluza Virginia Bersabé. Sin embargo, aún no se ha realizado un estudio integral de este fenómeno en Andalucía que establezca una historia desde el punto de vista artístico, un estudio de los principales artistas, temáticas, estilos, una genealogía de artistas, etc. Se realizó un primer acercamiento con un texto presentado en un congreso EUMED por Luque Rodrigo y Moral Ruiz (2021), pero no es más que un estado de la cuestión. Y como en este caso, lo podemos extrapolar a cualquier región e incluso entenderlo de manera global. El arte urbano y el muralismo adolecen de un estudio histórico-artístico global.
- En segundo lugar, se ha producido un interés creciente en la población, tanto local como para el turismo que busca visitar este tipo de piezas. Sin embargo, de nuevo se aprecia la necesidad de contar con una herramienta que aglutine la información de manera que tanto los habitantes de la zona, como, sobre todo, el turismo, pueda encontrar información sistematizada sobre dónde encontrar qué obras, es decir, un panorama general, con las localizaciones y con información básica, como se ofrece de otro tipo de monumentos.
- En tercer lugar, este tipo de creaciones se han producido sin una planificación, algo que debe seguir siendo así en parte dado el carácter de la propia manifestación artística, que es efímera y parte del arte

urbano que es algo espontáneo. Sin embargo, al convertirse el muralismo en algo profesionalizado e institucionalizado, donde se invierte dinero público y se incide en comunidades, se han producido algunas críticas al respecto, por ejemplo, por el abandono de ciertas obras que generan una imagen degradada de la zona, o incluso se ha culpabilizado al muralismo de procesos de gentrificación. En otros casos se ha entendido como un medio para revitalizar zonas degradadas, pero realmente estas afirmaciones positivas en cuanto a los efectos del muralismo en ciertas zonas y su población se basan en la observación, no existiendo estudios que analicen los efectos económicos con datos reales, pero mucho menos a nivel psicosocial.

- En cuarto y último lugar, y como se ha apuntado en el punto inmediatamente anterior, la ausencia de una planificación en cuanto a la conservación de los murales, generan una imagen de degradación que no siempre es necesaria. Teniendo en cuenta que se trata de manifestaciones efímeras, no se pretende ni mucho menos que las piezas se restauren, salvo casos muy concretos donde la propia comunidad lo necesite y solicite, tampoco que se empleen medidas de conservación preventiva en cada mural que se vaya a realizar, puesto que en muchos casos los propios artistas buscan la degradación de la obra como parte de la misma (Moral y Luque, 2023), pero sí que se tome conciencia de ello, y que existan ciertos compromisos, incluso de borrar la pieza poniendo otra encima o blanqueando cuando la situación lo requiera, en tanto en cuanto esté afectando negativamente a la comunidad. Considerando también la necesidad de un posible asesoramiento a los artistas que lo puedan requerir de manera que esto suponga una mejora en su futura conservación.

La ausencia de planificación y, sobre todo, de un manual de buenas prácticas —existe uno de la Red Iberoamericana de Arte Urbano, a modo de decálogo, pero muy enfocado a la actividad artística profesionalizada, para uso de los gestores— (RIAU, 2020), que aglutine no solo el trabajo del artista, sino la parte material y, sobre todo, la social, genera estas situaciones que deben evitarse, como la gentrificación. Esto, además, va unido a un desconocimiento de qué son los propios fenómenos artísticos y antropológicos. La no diferenciación entre qué es *graffiti*, qué

es arte urbano y qué es muralismo, entre otras cuestiones, provoca que las decisiones políticas puedan generar conflictos sociales; por ejemplo, en España muy recientemente se han vivido varios. Uno de ellos con respecto a la decisión del Ayuntamiento de Sevilla de borrar todos los grafitis de la ciudad, sin distinguir qué es y qué no es un *graffiti*, lo que conllevó el borrado de un mural de integración social pintado dos años antes por el alumnado del IES Salvador Távora situado en Rochelambert, uno de los tres barrios más pobres de España. El mural se realizó con la participación de cinco centros educativos, después de meses de trabajo previo y con la participación de dieciocho entidades. Ahora, el borrado indiscriminado ha supuesto un daño en la comunidad que el Ayuntamiento tratará de reparar financiando uno nuevo (Wancha, 2024). Es decir, se ha gastado dinero público en borrar una obra que cohesionaba un barrio que lo necesitaba, y se gastará más dinero público en reparar el daño, todo ello por no contar en los equipos de trabajo con personal formado en estas lides.

El otro caso es el del Festival MIAU Fanzara, que, como tantos otros, ya le pasó; por ejemplo, a Scarpia. Tras afianzarse en el territorio y ser un auténtico revulsivo para localidades con un gran problema de despoblación, las voluntades políticas mal asesoradas destruyen. En este caso, finalmente, hubo que volver atrás tras el revuelo mediático y social, pero con matices, dejando el festival en el aire (Bosch, 2024).

Estos casos, además, muestran la importancia de contar con historiadores del arte expertos en este campo que actúen como intermediadores, una figura capaz de enlazar las necesidades sociales, la creación artística desde el respeto a la creación y las instituciones.

Casos de éxito donde se ha rehabilitado barrio o localidad vs. Casos de gentrificación

El arte urbano y el muralismo han emergido como importantes formas de expresión cultural a nivel global, jugando un papel fundamental en la transformación y revitalización de espacios urbanos. Estas corrientes artísticas no solo contribuyen a la estética de los ambientes, sino que también abordan importantes temas sociales, políticos y comunitarios.

En este contexto, diversos colectivos de artistas han llevado sus obras a diferentes regiones, estableciendo diálogos interculturales que enriquecen tanto las comunidades locales como el panorama artístico global. A continuación, se presentan ejemplos destacados de iniciativas que demuestran el impacto y las dinámicas del muralismo y el arte urbano en distintas partes del mundo, especialmente en América Latina y Europa.

Boamistura es un colectivo de artistas de renombre en el hemisferio norte que ha llevado su trabajo al hemisferio sur. Fundado en 2001 en Madrid, su objetivo es transformar los entornos a través del arte (Boamistura, s. f.). Un ejemplo destacado de su trabajo en el hemisferio sur es el mural “Sisi Ni Mashujaa” en Kibera, Nairobi, Kenia, una de las áreas más pobladas de África, donde, a pesar de las adversidades, existe un fuerte espíritu comunitario (Boamistura, 2016). Este mural de 100 m², ubicado en el hospital AMREF, se inspira en las telas leso o khangas que lucen las mujeres de la región, llevando un mensaje motivacional que se traduce como “somos héroes” en swahili.

Otro proyecto notable es la colaboración entre Boamistura y el artista puertorriqueño Myke Towers, que resalta los lazos entre personas y lugares a través de obras diseminadas en varias ciudades, incluyendo Santo Domingo y Medellín (Boamistura, 2021). De manera similar, la obra “Luz nas Vuelas” en Brasil utiliza anamorfosis para representar palabras que reflejan la realidad de la favela de Vila Brasilândia, vinculando así a la comunidad local en un proceso de creación colectiva (Boamistura, 2012).

En cuanto a la obra del artista francés JR, su proyecto “Women Are Heroes” busca dar visibilidad al papel de las mujeres en la sociedad. En Kibera, utilizó imágenes de mujeres locales en vagones de tren y tejados, creando retratos que cobran vida al pasar el tren (JR, 2009).

Isidro López Aparicio también vincula el arte con la reivindicación social a través de su proyecto “Muestra Sonora Desaparecida”, que busca visibilizar la situación del pueblo saharauí en los campos de refugiados de Tinduf (López Aparicio, 2021). La colaboración en este proyecto incluye a diversas asociaciones y lleva el mensaje de lucha y resistencia a diferentes sedes, incluyendo Maputo, Mozambique.

El trabajo de artistas como Ygor Marotta y Cecis Soloaga resalta la producción conjunta de arte, con el proyecto “VJ Suave”, que combina

dibujos y animaciones a nivel internacional (VJ Suave, s. f.). Asimismo, la artista chilena Bastardilla, a través de su obra “Bajo Lempa”, da voz a los pueblos de El Salvador y su lucha por la libertad (Bastardilla, s. f.).

Por su parte, la Bienal de Arte Urbano de Cochabamba (BAU)—que comenzó en 2011—busca resignificar la ciudad mediante expresiones artísticas (BAU, s. f.). El colectivo femenino Simi Warmi y la artista Julieta XLF han participado en estas iniciativas, promoviendo la visibilidad de las mujeres como figuras heroicas en la sociedad.

En el contexto africano, el arte urbano es una poderosa herramienta para revitalizar comunidades, cuando se trabaja de la mano con los habitantes locales. Un ejemplo es el proyecto “Wide Open Walls”, que busca atraer turismo a Balabú, Gambia, a través de arte comunitario (González, 2016).

La artista sudanesa Ana Taban utiliza su trabajo para crear conciencia sobre la violencia y el lenguaje de las armas en la infancia (Wiriko, 2017). Asimismo, artistas como Shamsia Hassani en Afganistán y Faith47 en Sudáfrica utilizan su arte para abogar por los derechos de las mujeres.

El festival “Muchachitas pintoras” en Chile se centra en visibilizar a las mujeres artistas del *graffiti*. En Brasil, Chermie Ferreira ha organizado festivales como “*Graffiti Queens*”, que incluye un espacio para que las artistas madres puedan cuidar de sus hijos mientras trabajan (Ferreira, 2021).

El proyecto “Caminando la Imagen del Barrio” del gobierno de Costa en Lisboa busca revitalizar comunidades urbanas a través de la participación ciudadana y el arte urbano. Su objetivo es fortalecer la conexión entre los residentes y su entorno, documentando la historia y cultura de barrios específicos. Al involucrar a los ciudadanos en la creación artística, se intenta preservar la identidad cultural frente a la gentrificación. Sin embargo, es necesario analizar críticamente la percepción de esta iniciativa. Algunos la ven como una celebración de la comunidad, mientras que otros cuestionan si realmente se están considerando las voces de los residentes originales o si se está utilizando para atraer a nuevos residentes y turistas, potencialmente llevando a la pérdida de la identidad del barrio.

En México, varios proyectos de arte urbano ejemplifican la tendencia de revitalización y gentrificación. Un ejemplo es el “Mural de la Hermandad” en Tijuana, creado por Enrique Chiu, que promueve la unidad y la inclu-

sión en un área afectada por la división social. Asimismo, el “Festival de Muralismo en San Miguel de Allende” reúne a artistas para crear murales que reflejan la cultura local y fomentan la participación comunitaria.

En la Ciudad de México, el “Museo del Chopo” invita a artistas como Sote y Pogo a transformar fachadas en homenajes a la cultura popular. El colectivo “Pictoline” utiliza el arte urbano para generar conciencia social a través de murales informativos. Por otro lado, “Nueve Arte Urbano” ha promovido la creación de arte en espacios públicos durante 14 años, involucrando a comunidades locales y abordando temas como la identidad cultural y los derechos humanos.

El colectivo “Catarsis”, compuesto por mujeres, busca visibilizar la realidad social a través del muralismo, enfocándose en la violencia de género y la identidad femenina. Sus obras colaborativas fomentan la participación de otras mujeres, fortaleciendo la cohesión social y empoderando a las artistas.

Las colonias “La Roma” y “Condesa” en la Ciudad de México han experimentado un notable proceso de gentrificación por el auge del arte urbano, lo que ha elevado los precios de alquiler y desplazado a residentes originales. Similarmente, el “Barrio del Artista” en Puebla y el “barrio de Ladrón de Guevara” en Guadalajara enfrentan desafíos similares, con murales que embellecen el entorno, pero también afectan el costo de vida local.

Finalmente, la colonia “Tampiquito” en San Pedro Garza García ha sido transformada por el desarrollo urbano y el arte urbano, lo que ha revitalizado la zona, pero ha generado gentrificación, aumentando los precios y poniendo en riesgo a los residentes originales. A pesar de estos cambios, la comunidad sigue unida y busca equilibrar la modernización con la preservación de su identidad cultural.

Resulta claro que, el arte urbano adquiere significados diversos según el contexto, y en un mundo globalizado, las fronteras se diluyen. Los artistas realizan intercambios culturales que enriquecen la escena internacional y, en el caso del activismo, visibilizan las luchas locales mientras empoderan a comunidades en diferentes regiones, desde grandes urbes hasta áreas rurales.

Estos son solo algunos de muchos casos de éxito que podrían citarse, sin embargo, existen también esos casos que se deben evitar. En este sentido Málaga es el paradigma, una ciudad con un patrimonio histórico rico, pero ensombrecido por grandes monumentos cercanos como los que componen la oferta turística de las vecinas Granada, Córdoba o Sevilla, se ha afanado en las últimas décadas por ligarse a la creación contemporánea a través no solo de la citada Noche en Blanco o el CAC, sino también el Museo Picasso, la sede del Centro Pompidou, la sede del Museo del Hermitage, o el Carmen Thyssen, entre otros, además de la creación del SOHO, el barrio en torno al CAC, donde se ha fomentado el muralismo y se ha producido la elitización y gentrificación. Una fuerte crítica a este modelo aparece en los textos e intervenciones del artista Rogelio López Cuenca, que critica la reconversión del modelo de ciudad en un espacio donde la cultural es por y para el capital (López Cuenca, 2021).

Por ejemplo, se ha estudiado muy a fondo el caso de Lisboa, donde las políticas públicas en torno a la creación artística para embellecer ciertos barrios de la ciudad tras la crisis de 2008 provocaron un aumento exponencial en el precio de la vivienda, expulsando de estas zonas a sus habitantes y quedando sobre todo como espacios turísticos, algo muy alabado por los inversores y muy criticado por los activistas. A nivel puramente artístico, esto ha atraído a numerosos artistas y gestores culturales, pero, de otra parte, ha ensombrecido el trabajo de los artistas locales (Rodríguez y Lestegás, 2019).

A medida que los barrios se embellecen y atraen inversiones, se hace urgente encontrar un equilibrio entre desarrollo y conservación de la identidad cultural. Como mencionan Buscemi et al. (2021), es fundamental conectar las iniciativas artísticas con las necesidades y deseos de las comunidades locales para garantizar que el cambio beneficie a todos los habitantes.

¿Qué ha fallado en estos casos? Analizar este fenómeno no es una cuestión sencilla por los múltiples factores que lo componen y la diversidad de contextos que complejizan la cuestión, pero sí hay una máxima es que en estos casos o hay una ausencia de planificación, o la planificación es unidireccional. La gentrificación se produce en muchos casos porque las políticas institucionales se encaminan en pro de un solo objetivo,

que implica precisamente que se produzca este fenómeno, pero no se miden bien las consecuencias y el impacto social y cultural a largo plazo que conlleva, especialmente en relación a la pérdida de identidad de la población local y de la pérdida de nivel de vida.

En este sentido, es necesario trabajar para crear instrumentos de diagnóstico para evaluar el impacto sociopolítico de estas acciones creativas en las comunidades en que se integran, tratando así de evitar problemas como la gentrificación y promoviendo la identidad. El muralismo, no obstante, puede servir para descongestionar zonas masificadas, con el fin de descongestionar el turismo y ofrecer una alternativa cultural de calidad llevando el turismo a zonas menos frecuentadas. El fin no es “turistificar” el arte urbano, sino presentar la información de una forma reorganizada y ofrecer una gestión que promueva un equilibrio turístico y social, siempre integrando a las comunidades en los procesos. Si la gestión patrimonial no mejora la vida de las personas de la comunidad en la que se integra ese bien, la gestión es fallida.

Por ejemplo, si miramos a Galicia, encontramos que un fenómeno como la elección del mejor *graffiti* del mundo por Street Art Cities en Lugo, una obra de Diego As que representa a Cesar Augusto junto a la muralla romana (véase Imagen 9), ha sido un polo de atracción turística que ha revolucionado la ciudad (Duarte, 2024), sin embargo, hay quien opina que ha provocado que la muralla pierda su valor simbólico para cederlo al mural. En estos casos, ¿el valor simbólico de los bienes artísticos suma o uno bebe del otro agotando al primero? El miedo en la ciudad a que se produzca un proceso de gentrificación es evidente, dada la proliferación de murales en este mismo entorno con el fin de repetir el éxito en este concurso. Sin embargo, también en Galicia encontramos el caso contrario, el de las Meninas de Canido en Ferrol, un barrio degradado que ha recuperado población gracias a la iniciativa particular de un padre —el artista Eduardo Hermida—, que simplemente quería un barrio mejor para su hija (Ramis, 2023). Un caso similar puede ser el del barrio del Almendral en Jaén (Luque, 2023) o el barrio del Oeste en Salamanca.

Imagen 9. Mural de Julio César, obra de Diego As, visto desde la Muralla romana, Lugo, 2024



Nota: imagen propia.

Se observa una dinámica que se repite, las iniciativas que parten de lo vecinal, lo social, de los propios artistas funcionan mejor en cuanto a integración que las iniciativas institucionales.

Propuestas abiertas

Para mitigar las consecuencias negativas de la gentrificación, es fundamental involucrar a las comunidades locales en la planificación y ejecución de proyectos urbanos. Según Milla Rosas (2020), fortalecer a estas comunidades es vital para que el arte actúe como un medio de transformación social en lugar de convertirse en un elemento de exclusión. Es necesario también establecer políticas de protección habitacional que salvaguarden a los inquilinos y regulen el aumento de precios de las rentas. Iniciativas como el control de alquileres y subsidios para personas de bajos ingresos pueden contribuir a mantener la diversidad social en barrios en transformación (Buscemi et al., 2021).

Además, es crucial apoyar el comercio local frente al crecimiento de grandes desarrollos y crear espacios de diálogo para analizar el impacto del arte urbano y de otras iniciativas en la comunidad. Estas discusiones pueden facilitar la identificación de soluciones conjuntas que benefician

a todos y refuercen el sentido de pertenencia (Milla, 2020). Por último, se debe monitorear el impacto de los proyectos artísticos, urbanísticos y comerciales, entre otros, haciendo ajustes cuando sea necesario para garantizar que los beneficios de las proyecciones de modernización y desarrollo, así como el arte urbano no perjudiquen a los residentes. Esto permite detectar y gestionar a tiempo posibles efectos negativos (Buscemi et al., 2021).

Considerar la ubicación y el contexto del espacio donde se va a intervenir, así como su significado para la comunidad. Tener en cuenta el estado previo del muro y los elementos del entorno que puedan afectar la durabilidad de la obra, así como la necesidad de mantenimiento a largo plazo. Involucrar a los residentes en el proceso de creación, promoviendo talleres y reuniones que permitan la cocreación y el *feedback*, asegurando que el mural responda a las aspiraciones y preocupaciones de la comunidad.

Establecer las diferencias entre muralismo arte urbano y *graffiti*, para establecer un marco que valore a cada una de estas expresiones urbanas como formas de expresión que se alinea con las dinámicas y necesidades comunitarias, promoviendo un enfoque más formal y respetuoso hacia la creación artística en el espacio público. Por otro lado, implementar proyectos que permitan a la comunidad participar no solo como espectadores, sino como creadores. Esto puede incluir murales colaborativos que reflejen la identidad del barrio, abordando temas de interés comunitario y promoviendo un sentido de pertenencia. Involucrar a la academia, para realizar estudios de caso y evaluaciones continuas sobre el impacto de los proyectos artísticos en la comunidad. Esto permitirá ajustar estrategias y asegurar minimizar los riesgos asociados con la gentrificación.

Estas propuestas buscan no solo mitigar los efectos de la gentrificación, sino también empoderar a las comunidades a través del arte. Al incorporar prácticas interdisciplinarias, fomentar la colaboración y documentar la historia local, se puede construir un enfoque más equitativo y sostenible del muralismo y el arte urbano que valore y respete las identidades culturales de los barrios en transformación. No es una receta que tiene el antídoto para la “cooptación del arte urbano”, tan solo son sugerencias que intenta mitigar estos alcances negativos y fomentar la “revitalización inclusiva”.

En resumen, se propone que:

- En la medida de lo posible, se apoyen las iniciativas vecinales artísticas desde las instituciones sin intervenir en su desarrollo, priorizándolas a las iniciativas políticas.
- Cuando sean iniciativas institucionales, se fomente la participación comunitaria.
- Se cuente en los proyectos con historiadores del arte y conservadores/restauradores, que hagan de intermediadores.
- Desde lo académico se trabaje en la elaboración de instrumentos objetivos y sencillos de emplear para emprender la senda de las buenas prácticas reales.
- Si bien el turismo es una forma de desarrollo necesaria, no se priorice frente a la comunidad que reside en el entorno en el que se va a intervenir.
- Se estudie el contexto en todos sus aspectos, social, histórico, cultural, identitario, material, etc. antes de cualquier intervención.
- No se abandonen los murales y/o proyectos sin más, dejando una degradación no buscada que influya negativamente en la comunidad.

Conclusiones

A lo largo del texto se han ido realizando una serie de reflexiones y propuestas que ya han apuntado a una serie de conclusiones que pueden resumirse en: se ha producido un fenómeno que va en aumento y que tiene que ver con una cooptación del arte urbano, una colonización de este fenómeno que implica una aculturación; se ha culpabilizado al muralismo de procesos de gentrificación, esto se debe a la ausencia de planificación no unilateral y la falta de profesionales en los equipos que integran las instituciones que toman estas decisiones, y sobre todo, que la comunidad debe ser el centro de cualquier tipo de gestión patrimonial, por lo que debemos trabajar en generar recursos que nos permitan una mejor integración, esa ‘revitalización inclusiva’ que antes se mencionaba y que se define como un modelo de gestión urbana y artística que permite el desarrollo del barrio recurriendo, por ejemplo, al turismo, pero incluyendo a la población de la zona.

Referencias bibliográficas

- AALE. (2024). *Cooptar. Diccionario de americanismos*. Asociación de Academias de la Lengua Española. <https://www.asale.org/damer/cooptar>
- Augé, M. (2000). *Los no lugares: Espacios del anonimato*. Gedisa.
- Bastardilla. (s. f.). *Bajo Lempa (El Salvador)*. <http://www.bastardilla.org/>
- BAU. (s. f.). *Sobre la BAU: ¿Qué es la Bienal de Arte Urbano?* <https://bau.martadero.org/sobre-la-bau/>
- Boamistura. (2012). *Luz nas vielas*. <https://boamistura.com/proyectos/luz-nas-vielas-3/>
- Boamistura. (2016). *Sisi ni Mashujaa*. <https://www.boamistura.com/proyecto/sis-ni-mashujaa/>
- Boamistura. (2021). *Unión*. <https://boamistura.com/proyectos/union-2/>
- Boamistura. (s. f.). *¿Quiénes somos?* <https://www.boamistura.com/bio/>
- Bosch, M. (2024, 27 de septiembre). *MIAU Fanzara avanza hacia el 2025, pero aún no está garantizado*. Nomepierdoniuna. <https://www.nomepierdoniuna.net/miau-fanzara-avanza-hacia-el-2025-pero-aun-no-esta-garantizado/>
- Bourriaud, N. (2008). *Estética relacional*. Adriana Hidalgo Editora.
- Brenner, N., Marcuse, P., & Mayer, M. (2010). *Cities for people, not for profit: Critical urban theory and the right to the city*. Routledge.
- Buscemi, E., Ramírez, L. I., Martínez, Z. C., Riojas, A. C., & Alcaraz, D. M. (2021). *Diagnóstico sociodemográfico y dinámicas socioculturales de las familias del municipio de San Pedro Garza García*. Universidad de Monterrey. <https://infamilia.sanpedro.gob.mx/wp-content/uploads/sites/4/2021/08/Diagno%CC%81stico-sociodemogra%CC%81fico-SPGG-UDEM.pdf>
- Chaskin, R. J., & Joseph, M. L. (2012). Positive consequences of negative publicity: The impact of media coverage on the social integration of low-income neighborhoods. *Journal of Urban Affairs*, 34(1), 1–30.
- Claramonte Arrufat, J. (2011). *El arte de contexto*. Nerea.
- Debord, G. (1958/1999). Teoría de la deriva. En *Internationale Situationniste* (Vol. I: La realización del arte). Literatura Gris.

- Duarte, M. C. (2024, 5 de febrero). *Galicia con los mejores grafitis del mundo*. Viajes National Geographic. https://viajes.nationalgeographic.com/es/a/pueblos-galicia-mejores-grafitis-mundo_20077
- Ferreira, C. (2021). Entrevista realizada el 21 de julio de 2021 a través de videoconferencia.
- González Miranda, C. (2016, 25 de enero). *Cuando el graffiti llegó a la aldea (de Gambia)*. Traveler. <https://www.traveler.es/viajes-urbanos/articulos/arte-urbano-en-las-aldeas-de-gambia/8226>
- González Vázquez, M., & Casero Martín, M. (2018). Las herramientas digitales y el arte urbano: del proyecto a la diseminación. En J. C. Martínez Coll (Coord.), *VII Congreso Virtual Internacional Arte y Sociedad: Arte de los nuevos medios* (pp. 219–299). Eumed. <https://www.eumed.net/actas/18/arte/21-las-herramientas-digitales-y-el-arte-urbano.pdf>
- Janoschka, M., Sequera, J., & Salinas, L. (2014). Gentrificación en América Latina y España: Nuevas formas y efectos sociales. *Revista de Geografía Norte Grande*, (58). <https://doi.org/10.4067/S0718-34022014000200002>
- JR. (2009). *Women are heroes, Kenya*. <https://www.jr-art.net/projects/woman-are-heroes-kenya>
- López Aparicio, I. (2021). *Muestra sonora desaparecida / Sound missing show*. AAPSS y Creación.
- López Cuenca, R. (2018). En la ciudad donde la cultura es capital. En B. Montalvo (Ed.), *Actas 3.º Congreso Internacional Arte, Ciencia y Ciudad* (pp. 37–48). Universidad de Málaga.
- Lotta, F. (2010). Reinventar los espacios públicos en la ciudad contemporánea. En C. Cornejo Nieto, J. Morán Sáez, & J. Prada Trigo (Coords.), *Ciudad, territorio y paisaje: Reflexiones para un debate multidisciplinar* (pp. 63–67). CSIC.
- Luque Rodrigo, L. (2023). Festival Finde Almendral. En L. Luque Rodrigo (Coord.), *Aprendizaje-servicio: investigación, educación y divulgación científica en relación a la historia del arte, la arqueología y el desarrollo sostenible* (pp. 211–224). Universidad de Jaén.

- Luque Rodrigo, L., & Moral Ruiz, C. (2022). Arte urbano en Andalucía: de la contracultura a la patrimonialización. En A. Nadal Masegosa (Coord.), *Educación patrimonial, contracultura, ecoturismo. Diagnósticos y didácticas de otro turismo posible* (pp. 3–16). Servicios Académicos Intercontinentales.
- Marcuse, P. (1986). Abandonment, gentrification and displacement: The linkages in New York City. En N. Smith & P. Williams (Eds.), *Gentrification of the city* (pp. 153–177). Allen & Unwin.
- Milla Rosas, A. (2020, 22 de junio). *Conoce al artista detrás del proyecto “El Mural de la Hermandad” en la frontera*. 24 Horas. <https://www.24-horas.mx/2020/06/22/conoce-al-artista-detras-del-proyecto-el-mural-de-la-hermandad-en-la-frontera-fotos/>
- Ministerio de Vivienda. (2010). *Libro blanco de la sostenibilidad en el planeamiento urbanístico español*. <http://habitat.aq.upm.es/lbl/a-lbl.es.pdf>
- Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. (2014). *Playgrounds: Reinventar la plaza*. <https://www.museoreinasofia.es/publicaciones/playgrounds-reinventar-plaza>
- Moral Ruiz, C., & Luque Rodrigo, L. (2023). Cuando las señales del tiempo son una inspiración: La entrevista al artista vs. lo digital para la catalogación y conservación de arte urbano. *Tsantsa: Revista de Investigaciones Artísticas*, 14, 253–266. <https://doi.org/10.18537/tria.14.01.18>
- Navarro Neri, I. (2021). Mural Hunter: una app de catalogación y diálogo en torno al patrimonio artístico urbano. *Revista PH*, (103), 124–126. <https://doi.org/10.33349/2021.103.4871>
- ONU. (2017). *Nueva Agenda Urbana: Hábitat III*. <https://habitat3.org/wp-content/uploads/NUA-Spanish.pdf>
- ONU Hábitat. (2017, 5 de junio). *Dos visiones divergentes de las ciudades del mundo en 2036*. <https://www.onu-habitat.org/index.php/dos-visiones-divergentes-de-las-ciudades-del-mundo-en-2036>
- Perniola, M. (2008). Los situacionistas: Historia crítica de la última vanguardia del siglo XX. Acuarela & A. Machado.
- RAE. (2024). *Cooptación*. Diccionario de la lengua española. <https://dle.rae.es/cooptación>

- Ramis, S. (2023, 30 de enero). Las “meninas” de Canido, el degradado barrio de Ferrol transformado por el arte. *La Vanguardia*. <https://www.lavanguardia.com/magazine/viajes/20230130/8712078/original-iniciativa-artistica-cambio-barrio-ferrol-llenarlo-meninas.htm>
- RIAU. (2020). *Decálogo de buenas prácticas*. 7H Cooperativa Cultural. <https://7hcoop.gal/wp-content/uploads/2021/08/Decalogo-de-Buenas-Practicas.pdf>
- Rodríguez González, M. A., & Lestegás, I. (2019). Xentificación e comunidade artística en Lisboa. Quintana: *Revista de Estudos do Departamento de Historia da Arte*, (17), 337–353. <https://doi.org/10.15304/qui.17.5161>
- Sequera, J. (2015). A 50 años del nacimiento del concepto “gentrificación”: La mirada anglosajona. *Biblio3W: Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, 20(1), 1–23. <https://doi.org/10.1344/b3w.0.2015.26116>
- Sorando Ortín, D., & Ardura Urquiaga, Á. (2016). First we take Manhattan: La destrucción creativa de las ciudades. Los Libros de la Catarata.
- Valenzuela Van Trek, E., & Yévenes Arévalo, P. (2015). Aproximación al concepto de cooptación política: la maquinaria presicrática y sus formas. *Polis*, 14(40). <https://doi.org/10.4067/S0718-65682015000100022>
- VJSuave. (s. f.). *VJ Suave*. <https://web.archive.org/web/20170225140912/http://www.vjsuave.com/>
- Wancha, G. (2024, 27 de junio). La cruzada contra el grafiti del alcalde de Sevilla le lleva a borrar una obra de integración social. *El Plural Andalucía*. https://www.elplural.com/autonomias/andalucia/cruza-contra-grafiti-alcalde-sevilla-lleva-borrar-obra-integracion-social_332679102
- Wiriko. (2017, 29 de mayo). *Artistas para la paz*. Wiriko Artes y Culturas Africanas. <https://bit.ly/3wEpCHv>
- Zukin, S. (1987). Gentrification: Culture and capital in the urban core. *Annual Review of Sociology*, 13, 129–147. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.13.080187.001021>

Capítulo 3

Turismo, arte y transgresión

Laura Cristina Soria Valdés
Universidad Autónoma de la Ciudad de México
senizabell@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.61728/AE20259334>



Introducción

El objetivo de este capítulo es examinar el turismo como factor clave en el reconocimiento, fomento y protección del *graffiti*. Se expondrá el cruce entre las narrativas testimoniales de autores y las imágenes que las ciudades brindan al viandante, para comprender los nuevos imaginarios del *graffiti* en el siglo XXI, al sumarse, además de los creadores, otros actores como vecinos, turistas e instituciones.

El actual planteamiento parte de dos preguntas que abren el debate sobre la relación entre el *graffiti* y el turismo: ¿es el turismo un motor para el reconocimiento, fomento y protección del *graffiti*?, o bien; ¿es el *graffiti*, con su carácter disruptivo y estético, un atractivo esencial que impulsa la afluencia turística en ciudades y países? Estas preguntas no pueden responderse sin antes cuestionar: ¿de qué tipo de *graffiti* hablamos? Ya que las diferentes manifestaciones, desde el tag hasta el muralismo, encierran significados y connotaciones que no solo transforman los espacios urbanos, sino que también reconfiguran las dinámicas sociales, económicas y culturales.

A partir de esta premisa, se explora la relación entre el *graffiti* y el turismo en la Ciudad de México, con énfasis en proyectos institucionales que han convertido al Centro Histórico en un lienzo donde convergen artistas nacionales e internacionales. Este análisis mostrará el diálogo entre las intervenciones artísticas, la política pública, el mercado turístico y las dinámicas sociales en un espacio urbano profundamente simbólico y disputado.

Los resultados de esta investigación se presentaron el miércoles 16 de octubre de 2024, en el Primer Seminario Internacional de Investigación de *Graffiti* y Arte Urbano, celebrado en la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla. La ponencia, titulada igual que el proyecto, formó parte del eje temático Construcción de imaginarios como escenarios turísticos a través de los diferentes tipos de *graffiti* y arte urbano.

Metodología y epistemología

La metodología empleada es cualitativa, con un diseño basado en estudio de caso. Se seleccionaron como unidades de análisis diversos proyectos de intervención urbana en el Centro Histórico de la Ciudad de México, que han integrado el *graffiti* como parte de la “marca ciudad”.

Para abordar las preguntas eje —¿el *graffiti* fomenta el turismo o es el turismo el que impulsa el *graffiti*?— se utilizó el siguiente andamiaje teórico-metodológico: revisión documental que incluye un análisis espacial de los diversos proyectos de *graffiti* y arte urbano con apoyo del gobierno central y la iniciativa privada para su conservación en los muros del Centro Histórico, entrelazado con la base teórica de autores como Bataille (1997), y su concepto de transgresión, Manuel Delgado (2000) y su análisis de los centros históricos museificados, que serán fundamentales para sustentar el concepto de turismo creativo.

También se accedió a las diversas intervenciones a partir de la realización de entrevistas semiestructuradas a vecinos y visitantes de la zona central de la Ciudad de México.

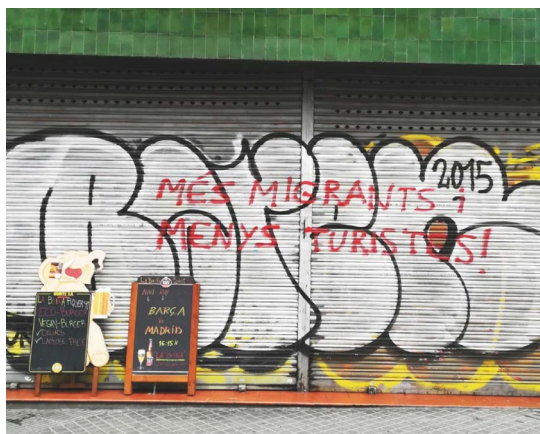
Los resultados obtenidos mostrarán que la práctica del *graffiti* en Ciudad de México puede funcionar simultáneamente como una forma de resistencia simbólica y como un instrumento de promoción cultural en el contexto del turismo contemporáneo que se ha conformado, de experiencias y estilos de vida para manifestarse en una de sus formas, el turismo creativo. Al final de este capítulo se presentará la relación entre transgresión y mercado, entendiendo al *graffiti* como parte de un negocio en expansión. Al rastrear la conexión entre *graffiti* y experiencia, se identifica un mercado turístico basado en lo transgresor, que no se limita al *graffiti*, sino que se extiende al marketing de experiencias y al consumo de la transgresión como producto cultural. Desde esta perspectiva se construye el eje teórico que permite comprender cómo el *graffiti* dialoga con las estructuras de poder, las políticas públicas y las expectativas turísticas.

Desarrollo

Dos preguntas articulan el desarrollo que a continuación se presenta: ¿Es el turismo un factor clave en el reconocimiento, fomento y protección del *graffiti*? O, por el contrario, ¿es el *graffiti* un elemento que impulsa la afluencia turística en una ciudad o país?

Estas dos preguntas convergen como dos caras del mismo fenómeno y para hacerlo partimos de una imagen que sintetiza la complejidad de las intervenciones urbanas contemporáneas: una fotografía tomada en el centro de Barcelona en 2013. En ella se entrelazan visualmente el turismo, la migración, el comercio y la vida cotidiana, en un espacio urbano donde lo público es también escenario de disputas, apropiaciones y tensiones constantes. Es una fotografía de una cortina en el centro de Barcelona, en España, que manifiesta precisamente la vida de sus calles en 2013: turismo, migrantes, comercio y vida cotidiana; vida pública que implica disputas en el día a día de la experiencia de la calle en una zona céntrica de aquella la ciudad (véase Imagen 10).

Imagen 10. Más migrantes menos turistas, 88 Carrer del Roser, Barcelona, Cataluña 2013



Nota: Fotografías para diario de campo, Cristina Soria Valdés.

La doble transgresión que observamos en dos formas de *graffiti* ilegal —la bomba y el tag— y el mensaje de protesta (iconoclastia) que de alguna forma recompone el espacio para el que, en un principio, fue pensada

la cortina y posiblemente imaginada la calle. Se explica no como una negación de lo prohibido, sino que, siguiendo a Bataille, lo supera y lo completa (Bataille, 1997: 46). En este sentido, la transgresión en aquella cortina de Barcelona en 2016 supera y completa tanto la función de la cortina como la experiencia de la calle.

Para quien viaja, independientemente de las diversas formas del turismo que realice,¹ existe un paréntesis, un tanto similar al paréntesis de la fiesta, donde lo que habitualmente es prohibido puede ser permitido, o incluso exigido: despertar a horas diferentes que las del día a día, comer cosas nuevas, realizar prácticas espirituales milenarias, cooperar con la conservación de la fauna local, etcétera. En cierto sentido, la idea de la actividad turística es habitar, experimentar o vivir un espacio social del que no es parte y del que a veces puede formar parte en sentido experiencial. En su artículo Desarrollo de marca país y turismo. En el caso de estudio de México, Lina María Echeverri (2013) señala que:

¹ Autoras como (Valene L. Smith, 1977), (Martha Honey, 1999), (Milena Ivanovic, 2008), (Maria Gravari-Barbas, sin año específico), (Jenny Cave, sin año específico), (Ana María Rivas, 2014), y en México (Silvia Arjona), (Norma Polanco Ojeda), (Cristina Barrera Tijerina), (Marisol Silva Laya), (Margarita Barroso Basurto, sin año específico). Han investigado y reclasificado el turismo a lo largo del tiempo, basándose en las actividades que los visitantes realizan en los lugares que visitan, desde actividades culturales, recreativas y de aventura hasta las experiencias gastronómicas, turismo de festivales y conciertos, turismo de aventura, turismo de lujo, espiritual o religioso, turismo solidario, ecoturismo, arqueológico, etc. Atlántida Coll-Hurtado en 2016 resaltaba en foco que la Organización Mundial del Turismo (OMT) pone en el tipo de persona que realiza la práctica turística, dividiéndolos entre visitantes o viajeros, y reclasificando sus actividades en las siguientes: turismo interno, turismo receptor, turismo emisor, turismo de distinción, turismo de fantasía, turismo extremo. En México, por ejemplo, hubo un énfasis en pensar el turismo desde la lógica del lugar, tal vez porque desde los años setenta la propia FONATUR impulsó los Centros Integralmente Planeados (CIP): Lugares diseñados desde cero bajo un esquema de planificación estatal o privada para atraer turismo masivo, con infraestructura y servicios específicos, que han sido profundamente estudiados por Martha Marivel Mendoza Ontiveros. A partir de esta idea del turismo pensado desde el lugar, existe otra clasificación del lugar turístico, como por ejemplo: Destinos turísticos espontáneos, culturales, espacios de turismo sustentable y zonas de turismo urbano, que son las que por lo regular competen al estudio del *graffiti*, el arte y la transgresión.

...los países, las regiones y las ciudades tienen un fuerte interés en atraer turistas e inversionistas a través de una estrategia de promoción internacional. Estrategia que debe ser desarrollada por la integración de empresas, gobierno, población civil y prescriptores. Esta estrategia, conocida como marca país, marca región o marca ciudad. (Echeverri, 2013, p. 1122)

Lo que implica que los espacios producidos por las relaciones sociales y materiales de una comunidad determinada conforman el atractivo que llevará al turista a los lugares que recorre. Luego de los años en que el foco turístico lo tuvieron los “centros integralmente planeados”. Se observó que las ciudades podían erguirse como fuertes atractivos para el llamado turismo cultural y el turismo de experiencias. Como señala Echeverri (2013), “Los viajes, el turismo, las ciudades y parques y el entretenimiento en general se están convirtiendo en el centro del nuevo híper-capitalismo que comercia ahora con experiencias culturales” (Echeverri, 2013, p. 1123).

Imagen 11. *Calle Regina frente a Jardín Infantil Regina en Regina 40 CDMX*



Nota: Fotografías para diario de campo, Cristina Soria Valdés.

En la Ciudad de México, el Corredor Cultural Regina y el Jardín Infantil Regina (ver Imagen 11), que son producto de una revitalización intencional del Centro Histórico, forman parte de esta marca país, o específicamente marca ciudad. Los trabajos que se han enfocado a nivel nacional

por la construcción de México como marca coinciden con el inicio de siglo. De acuerdo con los datos que proporciona Echeverri (2013):

La intencionalidad de crear una marca país para México se origina en el 2003 pero se materializa en el 2004. Idea fundamentada en integrar los valores culturales, productivos y comerciales a través del Consejo de Promoción Turística de México creado desde 1999 (Urrutia, 2006). Se creó la marca “México” como símbolo de unidad e integración de regiones y sectores (Barriandos, 2006). El objetivo principal era comunicar la actualidad del país por lo que a cada letra de la palabra “México” tenía su propio significado: M de civilización milenaria, E de nación que nace de dos mundos, X de símbolo de encuentro, I de verticalidad, aspiraciones modernas, C de vitalidad, recursos naturales, O de mares y cielos, belleza natural. (Echeverri, 2013, p. 1123)

Expuesto esto y volviendo a la pregunta, ¿cuál *graffiti* acompaña a la marca ciudad CDMX? Es necesario ahondar en los proyectos que durante la investigación se ocupaban del fortalecimiento de la expresión del *graffiti* con apoyo de las instituciones gubernamentales en el centro de la ciudad: proyectos como Circuito Lienzo CDMX, Arte Urbano por la Ciudad que Queremos,² Manifiesto MX,³ Cortinas comerciales en Avenida 20 de Noviembre,⁴ Plaza Francisco Zarco,⁵ Festival Cromática⁶

² Puesto en marcha por el Instituto de la Juventud, nace en el 2013 y cuenta con 12 obras distribuidas en el centro histórico (ver tesis *¡Vamos a pintar los muros!* Soria, 2021).

³ En 2015, 11 intervenciones realizadas por la iniciativa privada con la colaboración activa de la galería Fifty24MX que convocó a nueve artistas internacionales para expresar en las calles la situación del país a través de un proyecto artístico conocido como Manifiesto MX, donde participaron artistas de países como Italia, Colombia, Argentina, Estados Unidos y México. (Ver tesis *¡Vamos a pintar los muros!* Soria, 2021).

⁴ Coordinada por el colectivo Mixer Crew, encargado de gestionar Meeting of Styles y varios jóvenes graffiteros de la ciudad y el país, con el apoyo institucional del Fideicomiso Centro Histórico. (Ver tesis *¡Vamos a pintar los muros!* Soria, 2021).

⁵ Otro de los lugares en los que el Fideicomiso Centro Histórico ha promovido el *graffiti*. Un mural de 55 metros que conmemora a algunos de los tantos periodistas asesinados en el país en el año. (Ver tesis *¡Vamos a pintar los muros!* Soria, 2021).

⁶ En 2017, bajo la iniciativa del Fideicomiso Centro Histórico, se realizó el festival Cromática con la participación de 25 artistas mexicanos y 5 internacionales. Todos en

y el Festival Meeting of Styles, proyecto del que me ocupo a continuación, pues considero que se diferencia de los anteriores porque tanto sus organizadores como quienes se suman a la iniciativa con sus piezas son mayoritariamente grafiteros.

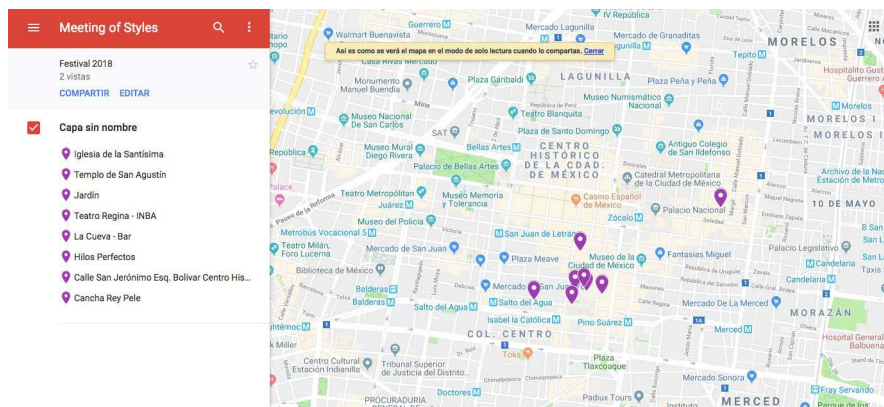
De acuerdo a su propia fan page, “Meeting Of Styles México es un proyecto sin fines de lucro organizado por voluntarios, con el objetivo de difundir el *graffiti* de México”. (Meeting of Styles, 2019) Sus áreas de intervención están ubicadas exclusivamente en la zona centro de la ciudad,⁷ ya que desde 2013 es la sede oficial de este festival. De acuerdo al sitio de internet del Centro Histórico, el 14 y 15 de octubre de 2018, “60 artistas nacionales e internacionales mostraron paso a paso el proceso de creación en calles y bardas del Centro Histórico” (Fideicomiso Centro Histórico, 2019).

Las zonas intervenidas fueron (ver Imagen 12): Muros del deprimido del Templo de la Santísima (cruce de Zapata y República de Guatemala), Tapial del Templo de San Agustín (entre República de Uruguay y República de El Salvador), Jardín de Juegos Regina (Regina 40). Foro de Ensayos del INBA (1er callejón de Mesones esquina Regina), Tapial de Regina (entre 1er callejón de Mesones y 5 de Febrero), Vecindad Regina (entre 5 de Febrero y 20 de Noviembre), San Jerónimo (entre 5 de Febrero e Isabel la Católica) .

lugares y edificios que antes de la intervención se encontraban en abandono. (Ver tesis *¡Vamos a pintar los muros!* Soria, 2021).

⁷ Aunque hasta 2019 este festival llevaba varios años realizándose en el centro de la ciudad, inició en las periferias de la misma y, en tiempos de pandemia, volvió a la zona de Nezahualcóyotl, frontera de la ciudad con el Estado de México.

Imagen 12. Ubicación de las intervenciones en el festival Meeting of Styles 2019



Nota: Personalizados Google Maps (Google 2024).

La mayoría de los proyectos mencionados coincide estilísticamente en lo siguiente: uso de pintura en aerosol y esténcil, tags, letras y bombas. En el festival también hay un gran trabajo de mural, con bastante realismo, pero, a diferencia de los demás proyectos mencionados, Meeting of Styles respeta el estilo del *graffiti* tradicional en al menos una parte de las piezas que pueden verse en el centro de la ciudad.

Imagen 13. Vecinos en el Jardín Infantil Regina Calle de Regina #40, 2018



Nota: Fotografías diario de campo, Cristina Soria.

Ahora bien, llama la atención de esta investigación que en este proyecto se da cabida a artistas nacionales e internacionales del *graffiti*, además de que se permite la bomba, el tag, la pieza y la firma, porque pocas veces este estilo fue bien recibido en la centralidad de la Ciudad de México; considérese solamente que la hoy conocida como unidad *graffiti* (SSP-CDMX, 2018) por años fue la Unidad Antigraffiti. Pues el poder ejecutivo y el legislativo, a través de su política pública y sus sanciones a esta expresión, han sido actores fundamentales de la relación entre *graffiti* tradicional y transgresión. Sabemos, por ejemplo, que en el año 2003 el exalcalde de Nueva York Rudolph Giuliani⁸ realizó 146 recomendaciones al gobierno del entonces Distrito Federal desde su cargo de asesor de seguridad. De acuerdo con Trejo Camacho (2019), entre sus recomendaciones aparecen las siguientes:

Recomendación 119: Integrar la unidad de control antigraffiti. Esta unidad tendrá por tarea registrar y sistematizar los mensajes de las bandas

⁸ Rudolph Giuliani es el alcalde a quien Nueva York le debe la aplicación del Programa Tolerancia Cero, ideado a partir del estudio de las ventanas rotas, que se dice bajó en altos porcentajes la delincuencia en los distritos más problemáticos, entre ellos el Bronx, espacio geográfico del nacimiento del *graffiti*.

que se dedican a la venta de drogas y coordinar las acciones de la SSP, asimismo se debe promover la utilización de elementos antigraffiti como una manera de desincentivar las pintas.

Recomendación 120: Cámaras de circuito cerrado de televisión. Promover la utilización de cámaras de circuito cerrado de televisión en unidades habitacionales y ubicaciones con mayor número de *graffiti* y delincuencia, asimismo se debe asegurar que el material grabado pueda ser presentado frente a las autoridades para acreditar daño de propiedad privada y otros delitos. (Trejo Camacho, 2019, p. 12)

Para 2017, catorce años de existencia, la Unidad Graffiti de la Secretaría de Seguridad Pública en la Ciudad de México se encargaba de “brindar apoyo al desarrollo de expresiones culturales y artísticas, así como recuperar espacios urbanos en donde los jóvenes puedan exponer su arte de manera legal” (SSP/CDMX, 2017). En el presente año 2025, esta unidad pertenece a la Secretaría de Seguridad Ciudadana y continúa participando en programas que, por medio de la práctica del *graffiti* entre las juventudes de la ciudad, logran revertir los índices de violencia.

Puede verse un cambio en la concepción institucional acerca del *graffiti* desde las recomendaciones de Tolerancia Cero de Rudolph Giuliani hasta la tendencia y cambio de denominación de la unidad antigraffiti propuesta por este asesor.

Sergio de Piero (2003) afirma que, desde la segunda mitad del siglo XIX en América Latina, lo público se identificó casi exclusivamente con el Estado. Las instituciones creadas en defensa de lo público, en realidad, servían para respaldar el modelo de Estado-nación. En este contexto, fueron los estados los que negociaron y garantizaron los derechos sociales para la población, promoviendo espacios públicos a través de la generación de estos derechos. Así, el espacio público en la región quedó profundamente vinculado y subordinado a las decisiones del Estado nacional. Con énfasis en el Centro Histórico, Duhau (2008) señala que:

...desde el punto de vista de un análisis de las prácticas urbanas, una característica principal de la ciudad del espacio disputado es

el hecho de ser objeto de frecuentación por parte de habitantes que no residen en ella, pero que la visita por diferentes razones, por ejemplo para trabajar, divertirse, visitar oficinas y centros culturales. Por ello, se trata de un espacio que aunque puede implicar estar “rodeado” de conocidos, amigos y familiares, está sometido a múltiples presiones y contradicciones —de ahí la definición de espacio disputado— por un conjunto de factores tanto intrínsecos, como derivados de la dinámica metropolitana. Es un tipo de contexto urbano en el cual coexisten, de modo altamente conflictivo y en equilibrio precario, los usos residenciales con los no residenciales, el comercio establecido, los servicios formales y los edificios de oficinas, con la presencia de las más diversas actividades informales en los espacios públicos. (Duhau, 2008, p. 239)

Desde perspectivas como la de Duhau y Giglia, espacios de este tipo son víctimas de su propio éxito. Ha de considerarse, sin embargo, que el conflicto es reconfigurador de la comunidad y pudiera ser capaz de crear espacios con multiplicidad de puntos de encuentro (Sennett, 2023) los espacios intervenidos en el centro histórico de la Ciudad de México pueden ser leídos como lugares cuyo éxito: a veces les victimiza y a veces les enriquece, pues si bien como mencionan los autores han sido víctima de su propio éxito en el aumento de las rentas, las expulsiones de diversos miembros de su comunidad y el aumento de los precios de los productos y servicios que se compran y se venden en dichos espacios: desde cigarros, comida y bebida hasta inmuebles, ha posibilitado también la integración de ciertos actores nuevos, cuyas prácticas pueden ser también fuente de encuentro con la diferencia, revitalizando el significado que puede tener la calle.

En este sentido, la propia interpretación de la calle se disputa constantemente. Entre la interpretación neoyorkina del plano cuadrículado que ha desembocado hoy en el hiper-capitalismo que todo lo mercantiliza y que tiene su pasado en el capitalismo del siglo XVII, que de acuerdo a Sennett (2021) “convirtió la calle y la avenida en comunidades abstractas para comprar y vender, independientemente de los usos históricos, las condiciones topográficas o las necesidades sociales” (Sennett 2021, p. 32), de modo que aunque la calle es definida por Sennett (2021) como

el espacio en el que los extraños se encuentran, donde “podían llegar a relacionarse de forma regular” (Sennett 2021, p. 32), también es el lugar donde se da el comercio y por ende un espacio importante para el turismo, por lo que es tan importante que en la calle se pueda ejercer la compraventa como que en esta misma se prevean espacios de encuentro, donde sin compra o venta de nada, tanto la comunidad como el turismo tengan acceso a un espacio de encuentro social, como es el Jardín Infantil Regina, que es constantemente intervenido por artistas del *graffiti* y el arte urbano y especialmente por el colectivo Mixer Crew: salvaguarda del evento Meeting of styles. Lo que implica que turistas y vecinos están en contacto constante con la expresión más tradicional del *graffiti*.

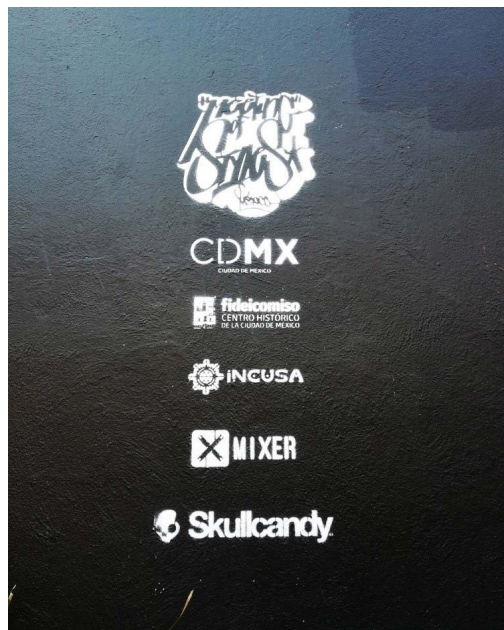
El turismo cultural, en efecto, trae apoyo a las economías locales, pero en la actualidad uno de sus problemas es: ¿Quiénes son los locales que reciben más favores por parte del turismo? Si consideramos que los costos de renta van de \$900 a \$1600 pesos por día en la aplicación Airbnb, el costo de servicios como bebida y comida y a quiénes pertenecen los lugares rentados y los espacios para comer y beber. Estos mismos turistas gozan de la estética y, en ocasiones, pagan para diversos tours de *graffiti* en el Centro Histórico, como es el caso de la empresa Street Art Chilango.

Graffiti y turismo creativo

Existe un turismo que se da como consecuencia del *graffiti*, como es el caso de los graffiteros que viajan a la ciudad con motivo del festival Meetings of Styles, donde puede verse el proceso de construcción de significado con vistas a un turismo creativo de parte de los artistas del *graffiti*, ya que, como menciona Gerso_Siete en entrevista:

Este lugar tampoco es (...) tan conocido como (...) un wall afame, sino que nosotros lo hemos tratado de implementar, pero te comento no es abierto, porque si no cualquiera llegaría y yo he visto que es lo que pueda pasar, se encima y encima (...) eso es lo que nosotros regulamos un poco (Gerso_Siete, 2019)

Imagen 14. Logotipos institucionales que enmarcan la producción en el Jardín Infantil Regina. Calle de Regina # 40, 2018



Nota: Fotografías diario de campo Cristina Soria.

Richard Florida (2002), en su texto *El ascenso de las clases creativas*,⁹ afirmó que, además del éxito financiero que pueden alcanzar las ciudades globales (Sassen, 1999), se debe a su capacidad de concentrar creatividad, diversidad y empleos en ámbitos como el arte y la tecnología. Aunque el autor no se enfoca específicamente en el *graffiti*, destaca la importancia de las ciudades que fomentan el arte, la diversidad étnica y sexual, situando a la creatividad como punta de lanza de la economía metropolitana. Este enfoque se ve fortalecido, en parte, por el turismo asociado a áreas de creatividad y tecnología, que en la actualidad podríamos considerar integradas en la fusión entre turismo creativo y el fenómeno del trabajo a distancia, estudiado bajo la categoría de “nómadas digitales”.

En el Centro Histórico de la Ciudad de México, lo público está estrechamente relacionado con el comercio y el turismo. Ambos espacios

⁹ Su nombre original es *The Rise of the creative Class*. Ya que el texto no está traducido al español.

reflejan la influencia del comercio en la visibilidad del *graffiti*, ya que incrementan el tránsito y brindan mayor exposición a las piezas. En el caso específico de Regina 40, se observa la convergencia entre comercio y turismo, reforzada por su ubicación central. Esta combinación, promovida desde las instituciones, asigna un alto valor tanto objetivo como subjetivo al espacio.

El turismo, como parte de las condiciones de posibilidad que llevaron a cierta expresión del *graffiti* a la centralidad, tiene un fuerte peso. El interés de hacer una marca país apoyada en las centralidades radica en que los lugares ubicados en el área de los centros históricos cargan con fuertes significados, le cuentan al visitante aquello que los Estados requieren que seamos y evitan también que conozcan lo que no quieren difundir, construyendo para el turismo una imagen de quiénes somos. Como revela la Constitución de la Ciudad de México (2019), CDMX es “intercultural, tiene una composición plurilingüe, pluriétnica y pluricultural” (p. 3), de modo que los significados de los espacios turísticos y centrales han de sumar a la significación de nuestros edificios históricos y monumentos la pluralidad cultural hoy bien vista y orgullosamente mostrada. Relacionando edificios históricos y los monumentos con otras expresiones culturales y arquitectónicas.

El *graffiti* entra en esa mezcla de significados, con la capacidad de sumar a la historia de los muros el vestigio de la diversidad actual. Manuel Delgado (2000) pone atención en el valor subjetivo que tiene esta mezcla de significados ubicada en los Centros Históricos globales, afirmando que:

Los centros urbanos museificados, los edificios públicos singulares, los monumentos, los puntos marcados en los mapas turísticos, en los que aparece lo que merece la pena ser visto por sus valores históricos o artísticos, implican una cartografía en cierto modo mágica, que no es propiamente sincrónica, ni tampoco diacrónica, sino más bien anacrónica (...). Los monumentos y edificios destacados en las guías están ahí para significar, y para significar justamente el tiempo, o, mejor, la elisión del tiempo. Como objetos de autenticidad tienen lo que los demás puntos que les rodean en el espacio no tienen ni seguramente tendrán nunca: la capacidad

de transportarnos a la infancia, al nacimiento, a la madre, al origen o incluso a vidas pasadas, realidades de las que la verdad o la impostura son del todo irrelevantes a la luz de la eficacia simbólica que ejecutan. (Delgado 2000, p. 5)

Por lo que la expulsión pareciera una herramienta para transformar los centros urbanos, o al menos el Centro Histórico de la Ciudad de México, en un “centro imaginado” y representado como una ciudad-museo destinada a los visitantes externos. Un enfoque más contemporáneo, propio del siglo XXI, es considerar cierto tipo de *graffiti* y determinadas prácticas estéticas como arte, reconociendo su potencial estético como motor de cambios esperados en el espacio social. Este enfoque incluye programas orientados a revitalizar espacios, otorgarles nuevos significados, educar, transmitir mensajes específicos a la sociedad a través del arte como un reactivador social, y prepararlos para su integración en el circuito del turismo.

El MOS muestra que la acción repetitiva del *graffiti* en la ciudad influyó en las autoridades encargadas de diseñar políticas, programas y leyes. Con el tiempo, la política comenzó a entender tanto la dinámica del *graffiti* como la importancia de establecer acuerdos con estos actores y convertirlos en aliados. A su vez, los integrantes del movimiento también evolucionaron, reconociendo la utilidad de integrarse en la estructura gubernamental para generar acuerdos, obtener ingresos y establecer vínculos que favorecieran la libre expresión de las generaciones de grafiteros futuras.

Este capítulo aborda un movimiento complejo, no solo en su desarrollo, estética y expansión, sino en su presencia y legitimación a nivel institucional y social. También se evidencia que la estética y expresión visual poco se reflexionan a nivel legislativo, y la inclusión de todas y todos en el derecho expresivo sobre la ciudad se dejaría de lado si no fuera por la participación y apertura de graffiteros, ciudadanos y turistas.

Conclusiones

Hoy día, el *graffiti*, entendido como la intervención de texto a modo de imagen en el espacio público, está configurado por la relación entre el

tema, el lugar de enunciación y quién lo combate o aprueba. Parece haber atravesado un recorrido tanto espacial como estilístico, donde un mayor realismo influye significativamente en la ocupación de espacios centrales y turísticos en la ciudad. Sin embargo, esta investigación destaca que la manera de proteger y defender el estilo que incluye letras y tags al ocupar espacios en las centralidades está relacionada con la participación de los propios artistas del *graffiti* en niveles políticos, lo que les permite mayores libertades en la toma de decisiones.

Imagen 15. Interior de Jardín Infantil Regina en Regina 40 CDMX 2019



Nota: Fotografías para diario de campo, Cristina Soria Valdés.

Los signos que es capaz de dejar el *graffiti* en una ciudad visibilizan a su vez sus realidades, esas que no veríamos si dejáramos pasar el *graffiti*, si lo diéramos por sentado. Vemos en la Ciudad de México diversas aristas como consecuencia del rescate del Centro Histórico. Por un lado, las marcas ciudad y marcas país generan espacios de cultura de atracción al público, que mejoran la economía al hacerlas ciudades diversas; sin embargo, es una realidad que los centros históricos a nivel global corren

el riesgo de generar una puesta en escena para el turismo (Delgado 2002) que rompa el verdadero tejido social de los mismos, formando una curaduría de la cultura de la que muchas veces cierto *graffiti* podría ser parte.

Como una hallazgo final de esta investigación, cabe poner el foco en los juicios estéticos que rigen la política urbana, pues posiblemente se muestre conservadora frente al estilo que desea proteger y enarbolar para la mirada del turismo, incluyendo prioritariamente al *graffiti* en su forma más realista, conocida como arte urbano en los centros históricos.

Con todo y lo mencionado es evidente que para el *graffiti* en su más radical tradición estilística siempre habrá maneras de manifestar la naturaleza transgresora que le acompaña desde sus orígenes.

Referencias bibliográficas

- Bataille, G. (1997). *El erotismo*. Tusquets.
- Cachú Gómez, J. M. (2012). *Reciclaje urbano en la calle de La Santísima, Centro Histórico, Ciudad de México* (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México). <https://goo.su/vPhGR>
- Ciudad de México. (2017). Constitución Política de la Ciudad de México. *Gaceta Oficial de la Ciudad de México*. <https://www.cdmx.gob.mx/storage/app/media/Constitucion/constitucion-cdmx.pdf>
- De Piero, S. (2003). Pensando el espacio público en la globalización: Cuatro reflexiones. *POLIS, Revista Latinoamericana*, 1(4).
- Delgado, M. (2000). Trivialidad y trascendencia: Usos sociales y políticos del turismo cultural. En L. C. Herrero (Ed.), *Turismo cultural: El patrimonio histórico como fuente de riqueza*. Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León.
- Duhau, E., & Giglia, A. (2008). *Las reglas del desorden: Habitar la metrópoli*. Siglo XXI Editores.
- Echeverri, L. M., et al. (2013). Desarrollo de marca país y turismo: El caso de estudio de México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 22(6), 1121–1139.
- Fideicomiso Centro Histórico. (2018). *Meeting of Styles. Gobierno de la Ciudad de México*. <https://www.centrohistorico.cdmx.gob.mx/proyectos/meeting-of-styles>

- Gerso_Siete. (2019, 25 de marzo). *Entrevista personal* [Integrante de Mixer Crew, grafitero y artista urbano]. Entrevista realizada por Cristina Soria Valdés, Galería Planta Baja, Ciudad de México, México.
- Gobierno de la Ciudad de México. (2019). *Meeting of Styles*. https://www.facebook.com/pg/meetingmexico/about/?ref=page_internal
- Google. (2024). *Mapa personalizado Meeting of Styles 2019* [Mapa]. <https://www.google.com/maps/d/viewer?mid=1XhGMDAAngInwR-SgcQLtwf03Fk6is4KGW>
- Mumford, L. (citado en Sennett, R.). (2003). *En Carne y piedra: El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental* (p. 383). Alianza Editorial.
- Sassen, S. (1999). *La ciudad global*.
- Sennett, R. (1978). *El declive del hombre público*. Alianza Editorial.
- Soria Valdés, L. C. (2021). *¡Vamos a pintar los muros! Graffiti* (Tesis de licenciatura, Universidad Nacional Autónoma de México). <https://goo.su/OznhA>

Capítulo 4

Gestión cultural, intervención artística, imaginarios y construcción cultural en Puerto Vallarta. El caso del colectivo multidisciplinario de arte urbano ROMPE

Jimena Vanina Odetti

Tecnológico Nacional de México / Instituto Tecnológico José Mario

Molina Pasquel y Henríquez, Campus Puerto Vallarta

jimena.odetti@vallarta.tecmm.edu.mx

Gloria De Rosario Rodríguez García

Directora del Colectivo multidisciplinario de arte urbano ROMPE.

holasoysharo@gmail.com

Ángeles Amairani Hernández Mancía

Integrante del Colectivo multidisciplinario de arte urbano ROMPE

arq.angelesmancia@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.61728/AE20259341>



Introducción

El presente trabajo realiza un análisis de los procesos de gestión cultural e intervenciones artísticas realizados por el colectivo multidisciplinario de arte urbano “ROMPE” en la ciudad de Puerto Vallarta. Desde un enfoque cualitativo y etnográfico, se explora cómo dichas acciones reconfiguran los imaginarios urbanos y la apropiación del espacio público turístico. Los hallazgos muestran que las prácticas artísticas participativas del colectivo dinamizan y generan sentidos de pertenencia y nuevas formas de prácticas de ciudadanía cultural.

“ROMPE” es el nombre de un colectivo multidisciplinario de arte urbano, que promueve la creatividad como un mecanismo central de participación social para recuperar el espacio público en la zona metropolitana interestatal de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas, en los estados de Jalisco y Nayarit respectivamente, México.

Ubicados en la costa del Pacífico mexicano, esta zona se caracteriza por constituirse desde hace más de veinte años como destino internacional de turismo de sol y playa. La expansión urbana que provocó la difusión como destino turístico de la ciudad de Puerto Vallarta generó que el crecimiento demográfico y urbano conectara a ambas regiones y se comenzaran a vivir procesos de conexión metropolitana e interestatal.

Puerto Vallarta se ha consolidado como uno de los destinos turísticos más prominentes a nivel internacional. Desde su descubrimiento en la década de 1960 hasta su proyección actual, estas dos localidades han experimentado un crecimiento demográfico y urbano significativo que ha transformado su panorama social, económico y cultural.

El auge turístico de Puerto Vallarta comenzó con el desarrollo de infraestructuras hoteleras y servicios orientados al turismo, atrayendo a visitantes de diversas partes del mundo. Este fenómeno ha generado un aumento constante en la población, tanto local como migrante, lo que ha propiciado una expansión urbana notable. Nuevos desarrollos

inmobiliarios, centros comerciales y una mayor accesibilidad a través de mejoras en la conectividad vial y aérea han facilitado este crecimiento, posicionando a la región como un destino ideal para el turismo de playa y ecoturismo.

Paralelamente, este crecimiento demográfico ha fomentado un enriquecimiento cultural que se manifiesta en la aparición y evolución de diversas expresiones artísticas. Entre estas, el arte urbano ha cobrado relevancia como una forma de revitalización de espacios públicos y de expresión de la identidad local. En este contexto, surge el colectivo de arte urbano “ROMPE”, un grupo comprometido con la transformación del entorno urbano a través de intervenciones artísticas innovadoras y participativas.

“ROMPE” ha llevado a cabo múltiples proyectos que no solo embellecen la ciudad, sino que también abordan temas sociales y medioambientales, invitando a la comunidad a ser parte activa del proceso creativo. Estas intervenciones no solo aportan valor estético, sino que también impulsan el diálogo cultural y fortalecen el sentido de pertenencia entre los habitantes de Puerto Vallarta y Bahía de Banderas.

La convergencia del crecimiento turístico, la expansión demográfica y la efervescencia cultural a través del arte urbano están posicionando a Puerto Vallarta y Bahía de Banderas como referentes de desarrollo turístico en México. La labor del colectivo “ROMPE” es un ejemplo paradigmático de cómo la creatividad puede jugar un papel fundamental en la construcción de una identidad urbana dinámica y sostenible.

El colectivo realiza labores de gestión cultural, educación artística, investigación y preservación histórica, creación de murales y promoción turística alrededor del patrimonio cultural de uno de los destinos de playa más importantes de Latinoamérica.

Metodología y marco teórico

Para sustentar el desarrollo del presente artículo, el marco teórico se construye desde tres ejes principales: Imaginarios sociales y urbanos, antropología urbana y la relación entre el arte urbano y la gestión cultural. Estos ejes han sido anclados en las realidades particulares de una ciudad turística.

Desde los imaginarios sociales y urbanos, se toman las obras de Cornelius Castoriadis (2013): “La institución imaginaria de la sociedad”. Armando Silva (2006) —imaginarios urbanos— y Néstor García Canclini (1997) —Imaginarios urbanos.

Desde la antropología urbana, se toma la obra de Amanda Signorelli (1999) —Antropología urbana.

Desde el arte urbano y la gestión cultural se analiza la obra de Rafael Schacter, (2014) Ornamento y orden. Graffiti, arte callejero y el parergon. Así como las aportaciones de la relación entre el territorio y la cultura en la obra de Milton Santos (2002).

Para Castoriadis (2013), los imaginarios sociales fundan la realidad, otorgando así sentido a la vida colectiva. En la escala urbana, Silva (2006) explica cómo estos imaginarios (urbanos) concentran memorias, deseos y simbologías que construyen los habitantes sobre su entorno. García Canclini (1997) agrega a estos planteos el concepto de hibridación, describiendo cómo se pueden observar nodos locales y globales que convergen en la producción simbólica de la urbe latinoamericana.

Signorelli (1999), desde la antropología urbana, enfatiza la necesidad de desarrollar etnografías particulares, para poder analizar y comprender las prácticas cotidianas que (re)significan y configuran a la ciudad. El espacio público, desde esta perspectiva y en particular en las ciudades turísticas, se comprende como un “escenario de negociación” (Low, 2005); se concibe como el lugar donde se encuentran las representaciones turísticas junto con las expresiones locales.

Schacter (2014) analiza en particular cómo el arte urbano se desenvuelve como un elemento que reconfigura los límites entre la obra, el lugar y el público. Y Santos (2002) agrega a esta perspectiva el enfoque socioespacial para los estudios de la gestión cultural, ya que se concibe al territorio como una construcción histórica mediada por prácticas simbólicas y relaciones de poder.

Para el desarrollo metodológico de este trabajo se empleó un enfoque cualitativo (Creswell, 2014) sustentado principalmente en la observación participante (Geertz, 2000).

Para ello se plantearon objetivos que abarcaron: Realizar un análisis de los procesos de gestión cultural e intervenciones artísticas realizados

por el colectivo multidisciplinario de arte urbano “ROMPE” en la ciudad de Puerto Vallarta. Describir el trabajo realizado en las distintas etapas de intervención y analizar los espacios de reflexión que se generan sobre la construcción de imaginarios en torno al paisaje y al territorio en la ciudad turística.

Entre 2022 y 2024 se realizaron 5 sesiones de campo durante intervenciones del colectivo de arte urbano “ROMPE”. Se aplicaron 8 entrevistas semiestructuradas a artistas y vecinos involucrados. Se realizó la revisión y análisis de material gráfico y redes sociales del colectivo. Para poder desarrollar el análisis interpretativo, se triangularon las fuentes y se generaron categorías emergentes sobre imaginarios urbanos y usos del territorio.

Para ello, el trabajo se organizó en torno a la descripción y registro documental de las actividades del colectivo en la ciudad. El análisis de los mecanismos de participación y de los actores involucrados en cada una de las etapas. La descripción de los procesos de investigación que se incorporaron a la práctica y a la gestión. (Procesos de investigación histórica y de análisis y registro cromáticos).

Contexto: Puerto Vallarta y la génesis de ROMPE

Para comenzar con la descripción de las actividades realizadas por el colectivo, es preciso mencionar los puntos rectores que los integrantes se han planteado como estructura organizativa al interior de su agrupación; en ellos enuncian sus declaraciones del colectivo y ejes estratégicos:

Realizamos iniciativas e intervenciones culturales, sociales y educativas para fortalecer la identidad y el tejido social a través del arte, fomentando el pensamiento creativo. Nuestro compromiso es crear espacios inclusivos donde el arte sea un catalizador para el empoderamiento. Además, incorporando prácticas sostenibles en todas nuestras actividades. (García, 2023).

Los ejes estratégicos los precisan de la siguiente manera: Representación de la identidad y la cultura metropolitana. Inclusión social Posicionamiento nacional e internacional de la zona metropolitana. Promoción de la economía local. Innovación de tecnologías para la expresión artística.

También desde un inicio los jóvenes artistas se han trazado su estructura como colectivo desde el planteamiento de su misión:

Realizamos iniciativas e intervenciones culturales, sociales y educativas para fortalecer la identidad y el tejido social a través del arte, fomentando el pensamiento creativo. Nuestro compromiso es crear espacios inclusivos donde el arte sea un catalizador para el empoderamiento. Además, incorporando prácticas sostenibles en todas nuestras actividades. (García, 2023)

En su visión manifiestan: “ROMPE” tiene como visión impulsar el arte, la cultura, para de esta manera promocionar el destino turístico, la reactivación de la economía local y además generar cohesión social. Guiados por su filosofía: “Se trata de un colectivo que, a través de la historia y arte local, busca fusionar lo contemporáneo en pro de la difusión artística y cultural” (García, 2023), Y reconociendo sus fortalezas: “Crear conciencia social mediante el arte, con la participación de sectores educativos, gubernamentales y privados” (García, 2023).

Así es como surge el colectivo en su primera edición de actividades, con un formato de festival en el año 2022, en la localidad de Yerbabuena, Jalisco. Yerbabuena es una pequeña localidad ubicada en Mascota, Jalisco, a unas dos horas aproximadamente de camino desde la ciudad de Puerto Vallarta, tiene alrededor de 388 habitantes.

En esta pequeña comunidad, ligada por historia y tradición al puerto turístico, es donde todo comienza con la realización de las primeras intervenciones artísticas. Talleres de yoga y cata de café, así como los primeros acercamientos con patrocinadores locales y recorrido guiado para los participantes al pueblo.

Esta primera edición permitió a la fundadora y directora del colectivo conectarse con la comunidad y comenzar a generar redes de contactos que le mostraron que era posible pensar en acciones de gestión cultural y artística que se continuaran en el tiempo y que comenzaran a generar un impacto de transformación social y cultural, desde acciones micro a impactos más grandes a largo plazo.

Para la segunda edición del festival “ROMPE”, en el año 2023 ya se habían sumado más integrantes desde diversas disciplinas, con ciertas

características comunes, la mayoría jóvenes, con muchas inquietudes de transformar su comunidad y de aportar desde el arte, la creatividad y el diseño a la ciudad, que, si bien tiene su predominancia turística, observan ellos que presenta mucha deficiencia en términos de la conservación o regeneración de espacios públicos dignos para la comunidad local, o actividades y espacios de oferta cultural y de oportunidades de manifestación artística, sobre todo para los jóvenes que comienzan sus carreras en disciplinas relacionadas con el arte y la cultura. Así deciden pensar en intervenir el espacio público, y esta vez ya sí se acercan a su ciudad y a uno de los parques tradicionales ubicados en una de las colonias populares para la comunidad local.

En esta ocasión se invita a artistas muralistas a intervenir y rescatar dos canchas deportivas ubicadas en dos parques de colonias populares de Puerto Vallarta. Para ello, se dieron a la tarea de reunirse con los vecinos, generar talleres participativos en los que se presentó el proyecto y el recién creado colectivo de arte urbano, y se sumaron también a esta invitación comerciantes y primeros patrocinadores de la zona. La intervención con arte urbano de estas dos canchas representó un punto de inflexión en una campaña de difusión por sus primeros pasos y en una creciente visibilidad con el resto de la comunidad artística de la ciudad y las instancias gubernamentales correspondientes.

Lo interesante de estas propuestas fue que, además de la pintura, se incluyeron talleres artísticos gratuitos para niños y niñas de la localidad y para la comunidad en general, impartidos por los artistas locales y los artistas invitados a pintar las canchas. Se generaron los primeros convenios y acuerdos de colaboración con patrocinadores, empresarios y emprendedores locales y se organizó una primera subasta de arte. Esta última tuvo la virtud de ofrecer, por un lado, una oportunidad de exhibición y difusión del trabajo de los artistas del colectivo y de otros artistas jóvenes involucrados, hacia la comunidad no solo local, sino internacional, de visitantes del puerto turístico. Y por el otro se generó una opción más de recaudación de fondos para las acciones autosustentables del colectivo. La imagen 16 resume en imágenes la edición de los dos primeros festivales.

Imagen 16. Segunda edición del festival “ROMPE”



Nota: Registro visual de las intervenciones artísticas en canchas deportivas de colonias populares de Puerto Vallarta. Participación comunitaria, talleres y murales realizados por artistas locales e invitados durante la segunda edición del festival ROMPE (2023).

El entusiasmo, el fortalecimiento como colectivo y la creciente divulgación de sus actividades hicieron posible que, en el 2024, se plantearan un programa mucho más ambicioso y llegaron a impactar en la ciudad de Puerto Vallarta, de manera significativa, tanto a nivel turístico como a nivel local, y crecieron en oportunidades para la conexión de intervenciones y acciones culturales con la región de Bahía de Banderas, por la realidad conurbada que ya existe entre estas dos zonas.

Para ello se plantearon una tercera edición que duraría de marzo a noviembre. La primera de las acciones fue, a través de las gestiones con el gobierno municipal, relacionar los cinco ejes estratégicos del colectivo con la creación de 4 murales en sitios emblemáticos del destino, realizados con el apoyo de la iniciativa privada y el Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta.

Con el objetivo de representar la cultura y la identidad vallartense fundamentada en la investigación y adecuar la creación de estos murales a las características propias del espacio urbano en el que se insertaron, el colectivo realizó una revisión histórica y fotográfica basada en el material publicado por Carlos Munguía Fregoso (1938-2005) y Juan Manuel Gómez Encarnación, segundo y tercer cronista vitalicio de Puerto Vallarta.

Los 4 murales se realizaron con la participación del Fideicomiso de Turismo de Puerto Vallarta, el Gobierno de Puerto Vallarta, el Consejo

Ciudadano del Centro Histórico de Puerto Vallarta, las empresas patrocinadoras, Benjamín Moore México, The Opal Mine Joyería, Gaby's Restaurante Bar, Cimbra Nieto y otras instituciones y actores claves de la ciudad. Para ello, ROMPE se propuso celebrar tanto al pasado como al presente, fusionando la historia de Puerto Vallarta con la realidad actual. A través de esta propuesta artística, se pusieron como meta construir un puente entre generaciones, destacando la conexión entre la tradición y la contemporaneidad de las comunidades de Puerto Vallarta.

Esta edición buscó mostrar a través de los años (guiado de los relatos del cronista Carlos Munguía Fregoso y el registro fotográfico de archivo) parte de la esencia del viejo Puerto Vallarta, recordando y celebrando aspectos que han sido parte fundamental de la historia entre los años 1932 y 1978.

Como temática central a través de estos 4 murales, se resalta la belleza de la biodiversidad, cultura, tradiciones y costumbres de lo que fue el puerto en su época dorada, de migrar de un pueblo costero a un destino turístico de talla internacional y contemporáneo, integrando al proceso el desarrollo del corazón urbano, resaltando la autenticidad que ha definido la paleta de colores a través de la imagen actual y el imaginario colectivo de las comunidades de Puerto Vallarta. (García, 2023).

Con la convicción de que el turismo puede ser una fuerza positiva para este proyecto, los integrantes del colectivo buscan construir puentes culturales, ofreciendo a los visitantes y habitantes de Puerto Vallarta la oportunidad de sumergirse en una narrativa visual de murales que les permita disfrutar de una oferta cultural que enriquezca tanto a los viajeros como a las comunidades locales. Y a su vez aportar al mejoramiento del espacio público a través de intervenciones artísticas que reflejen los valores que definen el origen de este destino turístico y facilitando la exploración cultural y artística a través de la tecnología que nos permite la actualidad, como la realidad virtual y un mapa interactivo.

En sintonía con los tiempos modernos, facilitamos la exploración cultural y artística a través de la tecnología, llevando un ojo al pasado con herramientas del futuro, integrando a todas las generaciones a su patrimonio cultural, creando un puente entre el pasado y el presente, donde la tradición y la innovación convergen para inspirar el aprendizaje y la apreciación (García, 2023).

Así se desarrolló una convocatoria en la que se invitó a artistas jóvenes locales y nacionales a presentar las propuestas para la realización de estos cuatro murales. A continuación, se detallan los contenidos, temáticas y ejes de trabajo de cada uno de ellos:

1. Ubicado en el Centro Asistencial de Desarrollo Infantil (CADI) Centro del DIF municipal, donde se brinda atención a pequeñas y pequeños de entre 6 meses y 4 años de edad, que son hijos de padres y madres solteros, estudiantes o trabajadores, se encuentra el primer mural que está dedicado a la difusión de la flora y la fauna de la ciudad de Puerto Vallarta. El mural fue una colaboración entre Alondra Murúa Carrillo, artista independiente egresada del CUC Costa, UDG, la universidad con presencia local de la ciudad, y la bióloga Yuridia Curiel. Este mural reúne la experiencia de una artista y una bióloga que se dieron a la tarea de seleccionar aquellas especies y ejemplos más representativos de la flora y fauna locales, para desarrollar una experiencia visual de valoración y difusión del patrimonio natural de la ciudad..
2. El segundo mural se encuentra en la casa privada, de estilo arquitectónico serrano, ubicada en la calle Morelos 291A, que alberga un mural de la artista, María Dolores Gómez Navarro, también conocida como “Yuda”. Este mural representa una conmemoración de las costumbres y tradiciones de la familia vallartense. Y pone especial acento en el trabajo femenino de las lavanderas, acciones tradicionales que conectaban a las mujeres en el pasado con el río de la ciudad, desde un espacio de trabajo y también de convivencia y de sentido de pertenencia con la comunidad y con su entorno natural. Para ello la artista trabajó rigurosamente con fotografías históricas brindadas por el cronista de la ciudad.
3. El tercer mural representa una narrativa de la historia de la minería de ópalos en Jalisco y está pintado en la fachada de la joyería The Opal Mine, ubicada en el Malecón, espacio público primordial y protagonista de la escena turística y local de la ciudad. El mural es obra de la artista y diseñadora de Guadalajara, Ale Poiré, y cuenta con la colaboración de la diseñadora Nadia Taméz, de la firma Synergy Studio, uno de los estudios de creación de realidad extendida más importantes del mundo. Este mural reúne la experiencia de una artista y una diseña-

- dora de realidad aumentada y ofrece una experiencia artística, visual y sensorial nunca antes vista en Puerto Vallarta y Bahía de Banderas.
4. Y finalmente, el 4to mural ubicado en el Faro de Matamoros, construido en 1932, alberga un trabajo dedicado a la actriz Elizabeth Taylor, quien vivió en Puerto Vallarta de manera intermitente entre 1963 y 1989, realizó donaciones a la ciudad y dio fama internacional a este destino. El espacio fue intervenido por la artista local y directora del colectivo, Sharo García.

Este último mural representó también una gran oportunidad de ejemplo del rescate de un espacio público abandonado e identificado como zona de peligro y de reunión de antecedentes delictivos en el centro de la ciudad. Para ello, los integrantes del colectivo activaron un espacio que fue abandonado, utilizando como basurero y volviéndose un punto rojo en la ciudad.

En colaboración con el gobierno municipal, se trabajó en la reparación de las instalaciones eléctricas, mediante la colocación de tapas a los registros y el aislamiento adecuado del cableado. El primer paso fue ranurar para encontrar las mangueras del cableado eléctrico; se instaló cableado eléctrico totalmente nuevo, se colocaron cinco tapas en los registros eléctricos empotrados en los muros y los firmes. Se instalaron cuatro lámparas fotoceldas, se instalaron y sellaron once luminarias LED para piso, luz blanca, tres lámparas reflectores para escalera de luz blanca, tres rejillas soldadas para la protección de las lámparas para escaleras y dos botes para basura. También los integrantes limpiaron la presencia de grafiti urbano y se realizó el mantenimiento a los muros, con actividades de cepillado, enjarre y colocación de sellador.

Todo esto hizo posible que, al momento de la inauguración de los murales, la campaña de difusión y el impulso al reconocimiento de las actividades y aportes del colectivo crecieran exponencialmente. En la imagen 17 se puede observar el 4to mural ubicado en el Faro de Matamoros del centro de la ciudad.

Imagen 17. *Mural en el Faro Matamoros*



Nota: Intervención artística en el Faro de Matamoros, realizada por Sharo García. Mural dedicado a Elizabeth Taylor como figura histórica vinculada al desarrollo turístico de Puerto Vallarta. Proyecto de rescate urbano y activación comunitaria (2024).

Dos instancias más se sumaron a esta tercera edición del festival y representaron una colaboración y crecimiento en una visión de gestión cultural multidisciplinaria. El desarrollo por parte de los integrantes del colectivo del área de diseño de toda la identidad gráfica de este festival. Nuevamente, para ello trabajaron con el material histórico y la documentación con fotografías para generar la comunicación visual, en videos, imágenes de difusión en redes sociales y diseño de objetos y elementos de marketing para incluir en cada una de las presentaciones del colectivo.

En la imagen 18 puede observarse parte de la identidad gráfica desarrollada y de su potente aporte en la comunicación de las acciones artísticas y culturales del colectivo.

Imagen 18. Identidad Gráfica y comunicación visual

Nota: Diseño gráfico desarrollado por el colectivo ROMPE para la tercera edición del festival.

Incluye elementos visuales basados en archivo histórico, utilizados en redes sociales, objetos promocionales y materiales de difusión.

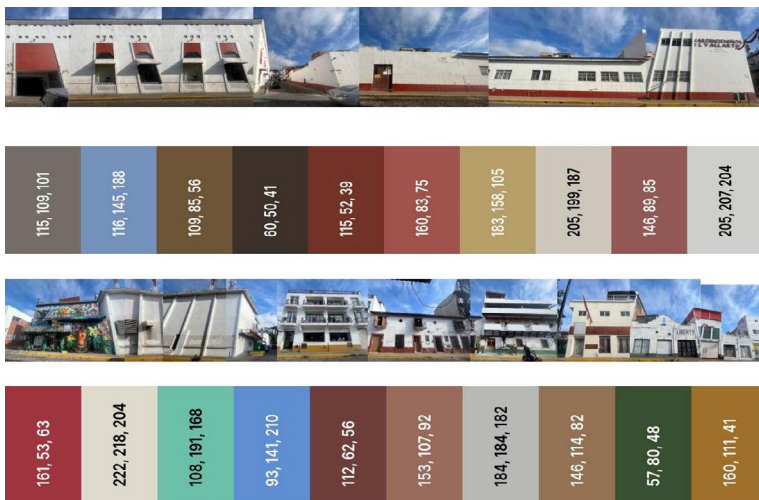
Por último, para esta edición y como parte de la vinculación del colectivo con las universidades de la región, se firmó un convenio con el Cuerpo Académico de Diseño e Innovación del Instituto Tecnológico José Mario Molina Pasquel y Henríquez, en donde sus integrantes colaboraron en el desarrollo de una investigación y soporte de análisis cromático de la zona a intervenir con los murales.

Se partió de la premisa de que:

Los colores de la ciudad, colonia o calle donde vivimos gran parte del día influyen en nuestra vida, aunque muchas veces no lo hacen de manera consciente. Un ambiente cuyos colores son agradables para quien lo habita puede mejorar su calidad de vida (Odetti, 2019).

Se realizaron visitas de campo y captura de fotografías de las fachadas de la zona a intervenir, para realizar el análisis de los colores presentes y predominantes en las fachadas con las que se construyeron los larguillos urbanos. Como se puede observar en la imagen 19 (representación visual y registro con larguillos cromáticos de las fachadas de la zona a intervenir).

Imagen 19. *Larguillos cromáticos de la zona a intervenir*



Nota: Registro visual de los larguillos cromáticos obtenidos en el análisis de fachadas del área intervenida. Estudio realizado en colaboración con el Instituto Tecnológico José Mario Molina Pasquel y Henríquez (2024).

De los 5 larguillos seleccionados se obtuvieron 5 paletas cromáticas con los 10 colores predominantes. De los 50 colores obtenidos, se realizó un estudio de la presencia en cantidad de cada uno de ellos, dividido por familias de colores de acuerdo a su tono cromático. Se observó una predominancia de tonos marrones con una presencia del 20 %. En segundo lugar, aparecen los tonos rosáceos, con una presencia del 18 %. En tercer lugar, con un 16 %, ambos aparecen: los tonos azules y blancos. En cuarto lugar, los rojos, con un 12 %, en tanto que los naranjas-ocres tienen una presencia del 8 %. Por último y en menor cantidad, pero como elemento de alto contraste, aparecieron los verdes, turquesas, grises y negros.

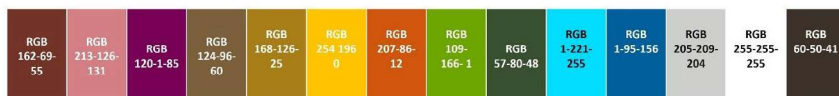
A partir de las paletas seleccionadas desde los colores que pertenecen a las fachadas actuales y representan colores del patrimonio construido, para añadir variedad cromática, contraste y relación con su contexto, se tomaron tres elementos protagonistas que pertenecen al patrimonio natural de la zona. En colaboración con las artistas y la bióloga participante, se

analizaron los colores de la flora y la fauna local. Se seleccionaron como símbolos los colores de la flor de la buganbilia, del ave guacamaya y del fruto mango. Tres especies protagonistas del paisaje local.

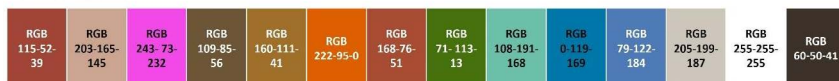
Como puede observarse en la Imagen 20, para finalizar la propuesta, se presentaron tres modelos de paletas cromáticas que representaron la diversidad cromática analizada, distribuida con cantidad de colores que cubrieran el espectro cromático obtenido y que presenten tres variedades de contraste: alto, mediano y bajo.

Imagen 20. Tres modelos de paletas cromáticas

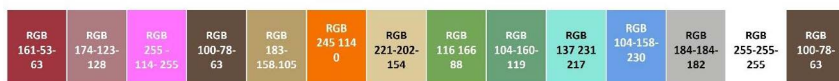
Alto contraste



Medio contraste



Bajo contraste



Nota: Propuesta de paletas cromáticas derivadas del análisis territorial y patrimonial. Incluyen colores predominantes de la zona y elementos simbólicos de la flora y fauna local: buganbilia, guacamaya y mango.

Estas tres paletas fueron socializadas con los vecinos de la zona, propietarios de las fachadas a intervenir y personal del Ayuntamiento municipal. Ellos votaron y eligieron a la paleta de alto contraste como favorita. En general, se observó una predominancia de tonos cálidos, entre marrones, rosas, naranjas y ocre, con tonos subordinados en azules y blancos, y en menor cantidad, pero como elementos de acento, aparecen los verdes, turquesas y los acromáticos como grises y negros. Esta conclusión se presentó a los organizadores del festival para guiar la aplicación de la paleta de colores en la propuesta de los artistas.

Este tipo de estudios permitió ubicar al color como un elemento visual preponderante en la imagen urbana de la ciudad y como un punto de partida para anclar las propuestas de intervención artística a los valores culturales de identidad identificados en el patrimonio edificado y natural de la zona seleccionada. Nuevos alcances y retos a partir de la difusión y la vinculación con la comunidad y el sector turístico de la ciudad.

Para concluir con la descripción de las actividades realizadas por el colectivo y abrir una puerta al análisis del impacto que estas tres ediciones de festivales han generado en la ciudad, se puntualizan algunos logros y los nuevos retos que se visualizan para el colectivo y para su trabajo como agente de cambio en la ciudad. Los integrantes del colectivo lograron generar importantes acuerdos y vinculación con las dos universidades de educación pública de la ciudad. De estos acuerdos surgen, al finalizar el momento de este escrito, dos proyectos:

La colaboración en el proyecto de intervención cromática para una de las colonias del periurbano de Puerto Vallarta. Con el Cuerpo Académico de Diseño e Innovación del Instituto Tecnológico José Mario Molina Pasquel y Henríquez. Y el liderazgo y colaboración con el proyecto Tracemos el CUC, concurso de muralismo con estudiantes de la carrera de artes visuales. CUCOSTA UDG.

Dentro de los grandes impactos, se encuentra, como se comentó anteriormente, la gran difusión que esta tercera edición ha generado. Los tres murales en calle Morelos y el mural y rescate del espacio público del Faro Matamoros en el Centro Histórico de la ciudad representan la oportunidad de generar una ruta turística y cultural (representada en la Imagen 21) para una audiencia de más de 6 millones 43 mil turistas al año.

Imagen 21. Ruta de Morales

Nota: Mapa de la ruta cultural y turística conformada por los murales realizados en la tercera edición del festival ROMPE. Proyecto de visibilización artística y revitalización del espacio público en el centro histórico de Puerto Vallarta.

Además de otras iniciativas que vienen para el próximo año, en las que se participa en un intercambio cultural con la ciudad de McAllen. En la organización de eventos como una cena con causa artística y presentación del 1er informe del colectivo. Y en nuevas solicitudes de intervención para espacios públicos de la ciudad que conecten a esta nueva ruta de murales con un recorrido por zonas más tradicionales y locales del puerto.

Discusión

A partir de la descripción de los aportes y actividades de gestión cultural generados por el colectivo de arte urbano “ROMPE”, es oportuno destacar cómo la cultura desempeña un papel fundamental en el proceso de renovación e innovación de las ciudades en general y en este caso turísticas. Este aspecto lo podemos ver manifestado en estos casos no solo desde la revitalización de los espacios públicos a través del arte urbano, sino también en la manera en que se integran en estas propuestas las tradi-

ciones y las prácticas culturales en el tejido social de la comunidad que participa. Además, el patrimonio en este tipo de ciudades, tanto material como inmaterial, se convierte en un componente esencial de la identidad urbana, contribuyendo a la creación de un sentido de pertenencia entre los habitantes y fomentando la cohesión social. Así, la cultura se erige como un pilar sobre el cual se construyen las dinámicas de desarrollo urbano.

Por otro lado, desde sus ejes estratégicos, el colectivo apunta hacia experiencias que involucren la creatividad en sus procesos y en sus actividades de transmisión de conocimientos, respetando la diversidad cultural, concibiéndola como elemento clave que puede impulsar el éxito de las ciudades en el contexto actual.

En este sentido, las actividades culturales no solo enriquecen la experiencia y la vida urbana, sino que también actúan como catalizadores para la inclusión social, promoviendo el entendimiento y el diálogo entre diferentes comunidades.

Este intercambio cultural es vital para el fortalecimiento del tejido social, ya que permite a las personas de diversas procedencias, en el contexto de una ciudad turística internacional, colaborar y compartir experiencias, lo que a su vez enriquece la vida comunitaria y fomenta un ambiente de respeto y tolerancia.

Así, el arte se considera el alma de una ciudad, ya que no solo embellece el entorno urbano, sino que también inspira a sus habitantes a soñar y a aspirar a un futuro más prometedor. A través de la expresión artística, las ciudades como Puerto Vallarta pueden avanzar hacia un desarrollo más equitativo y sostenible, donde todos los ciudadanos tengan la oportunidad de participar y beneficiarse de los recursos culturales. En este aspecto, el arte se convierte en un vehículo para la transformación social, permitiendo que las ciudades construyan un futuro digno y accesible para todos sus habitantes. Como señala Bokova (2016), el arte como alma de una ciudad le permite progresar y construir un futuro digno para todos.

Desde este punto de vista, es interesante incluir el análisis desde el enfoque de los imaginarios urbanos, si comprendemos que a partir de estas intervenciones de gestión cultural y arte urbano se desarrollan en la ciudad nuevas relaciones cognoscitivas que se construyen entre los habitantes de una urbe y constituyen una forma de apropiar el lugar donde se reside. (Castoriadis, 2013), (García Canclini, 1997), (García Canclini, 1997), (Silva, 2006).

Así, estos procesos generan una construcción cultural urbana, comprendiendo que cada ciudad tiene su propia particularidad. Podemos entenderla y analizarla desde lo objetivo, lo físico, la vida social, el uso y la representación, y cómo se genera una relación que conforma un diálogo en el cual se puede pensar que lo físico (lo objetivo) provoca un efecto en lo simbólico (lo subjetivo), y que las representaciones que se hagan en este sentido sobre la ciudad pueden afectar y guiar su uso social y modificar la concepción de una urbe (Silva, 2006).

Así, los imaginarios urbanos abordan el estudio de las representaciones, no como meros reflejos, sino como una creación orientadora a la acción. En el caso de los imaginarios, y aplicable a las iniciativas del colectivo en cuestión, el resultado de esto es un conjunto no fijo, sino cambiante, y que aporta características asociadas a un sitio (Iglesia, 2016).

La experiencia de vivir la ciudad es tomada desde este análisis como una construcción cultural: La ciudad es compartida: usada, consumida comúnmente —aunque de manera diferente—. Y ello da lugar a que en un primer nivel la experiencia urbana aparezca como un conjunto de rasgos que son el resultado de una experiencia propiamente urbana y comúnmente compartida. (Nieto, 1999).

A través de la observación de la acción del colectivo de arte urbano y de sus distintas intervenciones, se pueden indagar las concepciones del mundo y de la vida: sus obras y acciones revelan un sistema cognoscitivo-valorativo elaborado en y por contextos urbanos... como elementos activos de las dinámicas culturales, de los sincretismos y de las hibridaciones, de las transformaciones, de la refuncionalización, de la resemantización y de las revaloraciones que se entretajan en todo proceso de producción cultural (Signorelli, 1999).

Todo esto da como resultado que podamos permitirnos estos espacios de reflexión que se generan sobre la construcción de imaginarios en torno a las acciones artísticas y culturales de un colectivo y su relación con el paisaje y el territorio en la ciudad turística. Enfatizando sus búsquedas y anhelos por rescatar la identidad cultural de las comunidades de los espacios intervenidos, promover desde sus acciones de rescate y la revalorización de la vida pública y de sus espacios públicos. Incentivar la promoción de un destino turístico como el de Puerto Vallarta, originalmente asociado al sol y la playa, con una nueva perspectiva cultural y artística.

Generar nuevas oportunidades y lazos que inserten y difundan en medios digitales a los artistas, locales y nacionales. Acompañando estas acciones desde su impetuosa juventud con la búsqueda de la innovación y la inclusión de nuevas tecnologías como la realidad aumentada. Y el acompañamiento de todo esto con una concepción de la gestión que se refuerza y apoya en la vinculación y difusión con las empresas, locales, nacionales e internacionales.

Conclusiones

A partir de lo anteriormente expuesto, es fundamental resaltar la relevancia de las propuestas del colectivo de arte urbano “ROMPE” en Puerto Vallarta y Bahía de Banderas, específicamente en relación con su vinculación con diversas dimensiones de la gestión cultural. Este colectivo no solo promueve la intervención artística como un medio de expresión, sino que también fomenta la participación activa de la comunidad, lo cual es esencial para la construcción de nuevos imaginarios y la redefinición de la cultura urbana. Estos ejes de acción se entrelazan de tal manera que enriquecen tanto el tejido social como el paisaje urbano, evidenciando la importancia de una praxis cultural inclusiva.

Las intervenciones artísticas llevadas a cabo por “ROMPE” se configuran como espacios de diálogo y encuentro que permiten que diversos sectores de la comunidad interactúen, generando un intercambio significativo de ideas y experiencias. A través de técnicas de investigación-acción, el colectivo no solo se alimenta de la realidad que lo rodea, sino que también contribuye a modificarla, impactando de manera directa en la percepción urbana y el panorama cultural de la región. Esta dinámica de retroalimentación permite que la ciudad misma y los diferentes actores involucrados sean partícipes activos en el proceso de transformación cultural.

En este contexto, “ROMPE” se erige como un actor clave en el ámbito cultural de la zona, enfrentándose a nuevos retos que requieren de una amplia colaboración y conexión con diversos sectores. Su rol se amplía más allá de ser un mero agente artístico; se constituye como un protagonista en la esfera cultural y como un agente de cambio que promueve el desarrollo sostenible y la innovación social. Así, sus iniciativas tras-

cienden el carácter turístico de Puerto Vallarta, extendiendo su influencia hacia la metrópolis conurbada de Bahía de Banderas. En conclusión, la labor del colectivo “ROMPE” no solo redefine el paisaje cultural urbano, sino que también establece un modelo de intervención que puede ser replicado en otras ciudades, convirtiéndose en un referente en la lucha por un espacio público más inclusivo, participativo y dinámico.

Referencias bibliográficas

- Bokova, I. G. (2016). *Informe mundial sobre la cultura para el desarrollo sostenible*. UNESCO.
- Castoriadis, C. (2013). *La institución imaginaria de la sociedad*. Fábula Tusquets.
- Creswell, J. W. (2014). *Diseño de la investigación: Enfoques cualitativos, cuantitativos y de métodos mixtos* (4.ª ed.). SAGE Publications.
- García Canclini, N. (1997). *Imaginarios urbanos*. Eudeba.
- García, S. (2023, 18 de diciembre). *Historia y desarrollo del colectivo de arte urbano ROMPE* (J. V. Odetti, Entrevistador) [Entrevista].
- Geertz, C. (2000). *La interpretación de las culturas*. Gedisa.
- Iglesia, R. E. (2016). *Imaginar la ciudad*. Nobuko.
- Low, S. (2005). Transformaciones del espacio público en la ciudad latinoamericana. *Bifurcaciones*, 5(5), 1–14.
- Nieto Calleja, R. (1999). Cultura y antropología urbanas en América Latina: La experiencia mexicana. En A. Signorelli, *Antropología urbana* (pp. 217–233). Anthropos Editorial.
- Odetti, J. V. (2019). *Los colores de Puerto Vallarta en la construcción cultural urbana de una ciudad turística (1990–2016)* [Tesis de posgrado, Universidad de Palermo].
- Santos, M. (2002). *A natureza do espaço: Técnica e tempo, razão e emoção*. Edusp.
- Schacter, R. (2014). *Ornament and order: Graffiti, street art and the parergon*. Routledge.
- Signorelli, A. (1999). *Antropología urbana*. Anthropos Editorial.
- Silva, A. (2006). *Imaginarios urbanos*. Arango.

Capítulo 5

Transformación del paisaje urbano: percepciones del *graffiti* y el arte urbano de Ensenada

Juan Pablo Melchum Alba
Universidad Autónoma de Baja California
pmelchum@uabc.edu.mx

DOI: <https://doi.org/10.61728/AE20259358>



Introducción

En los últimos años, el arte urbano ha adquirido un papel relevante en diversas ciudades del mundo, transformando espacios públicos y ofreciendo una nueva visión del entorno urbano. En el caso de Ensenada, Baja California, a pesar de la rica tradición cultural del movimiento *hip hop*, el *graffiti* y otras formas de arte urbano han sido vistos de manera ambigua, oscilando entre la percepción de vandalismo y la apreciación como expresión artística legítima.

Sin embargo, no se ha encontrado evidencia de estudios sobre el *graffiti* en Ensenada, Baja California, una ciudad de menos de medio millón de habitantes de acuerdo con el censo de INEGI 2020 y que alberga varias agrupaciones del movimiento *hip hop* y a numerosos raperos, grafiteros, *b-girls*, *b-boys* y *DJs*. Con más de tres décadas de manifestaciones culturales urbanas, la falta de documentación sobre este fenómeno resalta la necesidad de investigar su impacto cultural, social y económico, especialmente en las zonas turísticas y en los barrios con intervenciones artísticas.

Esta investigación se justifica por el vacío de información existente y por el potencial de las intervenciones artísticas para mejorar la identidad local y promover un cambio en la percepción social de la cultura urbana. Al examinar cómo el *graffiti* y el arte urbano transforman el espacio público, esta investigación no solo contribuirá al entendimiento de la dinámica social en Ensenada, sino también a la promoción de políticas públicas que puedan aprovechar este arte como herramienta para la regeneración urbana y la inclusión social.

Metodología

Esta investigación adopta un enfoque cualitativo y longitudinal, con una perspectiva autoetnográfica y reflexiva, dado que el investigador también es el sujeto creador de la obra analizada. La autoetnografía permite una

exploración profunda desde la vivencia personal como fuente de conocimiento social y cultural (Ellis, Adams y Bochner, 2011). Esta metodología facilita documentar el proceso artístico, su evolución estética y las interacciones entre el arte urbano, el espacio público y la comunidad.

Epistemológicamente, el estudio se sitúa dentro de un paradigma interpretativo, donde el conocimiento se construye a partir de la experiencia subjetiva y las interacciones sociales (Denzin y Lincoln, 2011). La reflexión crítica del autor se complementa con análisis visuales y contextuales, permitiendo una comprensión del fenómeno desde múltiples dimensiones simbólicas y socioculturales.

Objeto de estudio

El objeto de estudio se centrará en el análisis de la evolución de la obra del propio artista-investigador a lo largo de veinte años, enfocándose en cómo su estilo, técnicas y temáticas han cambiado con el tiempo. Se considerarán las intervenciones realizadas en diversos puntos de Enseñada y cómo han impactado el paisaje urbano, así como la percepción pública sobre el arte urbano en la ciudad.

El análisis de los datos se realizará a través de un enfoque mixto que combine el análisis visual de las fotografías con una reflexión crítica sobre el proceso creativo y el impacto social de las obras. Para ello, las fotografías serán analizadas para identificar patrones de cambio en el estilo del artista a lo largo de los veinte años. Se buscarán transformaciones en las técnicas empleadas (por ejemplo, el uso de colores, formas, herramientas) y en los temas representados en sus intervenciones, como la evolución de su mensaje o la relación con el entorno urbano. Este enfoque metodológico permite una comprensión profunda y personal de cómo la obra de un único artista ha evolucionado a lo largo de 20 años, tanto desde su propia perspectiva como desde las percepciones externas.

Aunque el investigador es también el creador de la obra, el uso de una metodología reflexiva, combinada con entrevistas y análisis visuales, ayuda a mantener un equilibrio entre el conocimiento subjetivo y el análisis objetivo. En este contexto, es fundamental comprender el origen y la evolución del movimiento *hip hop*, ya que este ha sido el marco cultural

y artístico que ha influido directamente en la obra del autor. El *hip hop*, con sus raíces en la cultura urbana y su enfoque en la expresión a través del *graffiti*, la música, el *breakdance* y el rap, ha sido una herramienta poderosa para la transformación social y cultural en diversas ciudades. A través de la historia del *hip hop* en Ensenada, se podrá contextualizar cómo este movimiento ha influido en la identidad local y en la evolución estética del arte urbano en la ciudad, especialmente en las intervenciones que marcaron el paisaje urbano en las últimas dos décadas.

El movimiento *hip hop* y su impacto en el *graffiti* urbano: breve historia del movimiento *hip hop*

El hip-hop es un movimiento cultural que surgió en las comunidades marginadas afroamericanas y latinas del Bronx, en Nueva York, a principios de la década de 1970. Tiene sus raíces en una combinación de elementos como el rap, el *DJ*, el *graffiti* y el *breakdance*, así como en las condiciones sociales y políticas de la época. En los barrios del Bronx “habitaban mayoritariamente poblaciones negras pobres de Estados Unidos, negros afroamericanos y centroamericanos, en especial provenientes de: Jamaica, Puerto Rico y Costa Rica”. (Frasco, 2008, p. 3).

El contexto económico en esos barrios era de extrema pobreza. Desde los cincuenta, “la tasa de desempleo crecía continuamente, así como la tasa de crímenes” Es en este contexto que aumentaron ampliamente las gangs (pandillas), tanto en cantidad como en número de seguidores”. (Frasco, 2008, p. 3). Esta ola de violencia comenzó a generar rivalidad territorial que se extendió hasta los clubes nocturnos, lo que orilló a jóvenes y adultos a buscar “otros espacios como parques, calles o patios de escuelas” (Frasco, 2008, p. 3) para actividades artístico-musicales que estuviesen de cierta manera alejados de la violencia de las pandillas.

“El *hip hop* es un movimiento artístico que se divide en los que se conocen como sus ‘cuatro elementos’: *MCing* o *rapping* (MC significa master of ceremonies, es decir, maestro de ceremonias, y se refiere a la acción de rapear), *breakdancing* o *b-boying* y *b-girl* (el baile *breakdance*), *DJing* (*DJ* significa *disc jockey*, y se refiere a la acción de seleccionar y pasar música) y *graffiti* (la conocida forma de arte pictórico urbano, usual-

mente realizada con pinturas en aerosol). Estos cuatro componentes (cuyos respectivos orígenes son diversos) conforman lo que suele denominarse como la “cultura *hip hop*” (Frasco, 2008, p. 3).

De esta manera, aunque se define como un movimiento artístico, se debe reconocer que “la «cultura *hip hop*» propone valores considerados positivos por la sociedad (colaboración, creatividad, comprensión, expresividad); sin embargo, la imagen que los medios de comunicación trasladan sobre el *hip hop* corresponde a un estereotipo negativo —y en cierto modo discriminatorio— de las comunidades de hiphopers” (Rodríguez, 2014, p. 167). Esto ha generado una estigmatización global en torno a todos los medios de expresión del *hip hop*, de tal manera que palabras como “*graffiti*” o “*rap*” se vinculan directamente con actos de vandalismo.

Incursión del *graffiti* en la escena del *hip hop*

Ahora bien, el *graffiti* ya se encontraba manifestado desde algunos años antes en los muros, trenes y paredes de Filadelfia y Nueva York, encontrando fuerza en el Bronx, solo que, a diferencia de los otros tres (MC, DJ y *breakdance*), no se consideraba propia y exclusivamente de la comunidad negra o afroamericana, puesto que era practicado por una gran variedad de comunidades de distintos países dentro y fuera del Bronx, y lo mismo sucedía con el *breakdance*. “La llegada de esta actividad expresiva a Nueva York siembra la primera semilla que daría lugar a la escena de *graffiti*” (Martín, 2017, p. 207).

Casualmente, dentro de esta primera etapa, durante los primeros años de la década de los sesenta y principios de la década de los setenta, coincidiría el desarrollo del *graffiti* y los comienzos de la cultura *hip hop*, dentro de la cual está “rama expresiva se encuadraría como uno de sus elementos fundamentales, como parte gráfica de la misma” (Martín, 2017, p. 207).

Los medios de comunicación tuvieron un papel importante en la difusión de estas prácticas consideradas ilegales en los años setenta y ochenta, tanto del *graffiti* como de las fiestas clandestinas e incluso la expresión misma del rap, por su alto contenido de lenguaje agresivo,

pero que alzaba la voz de una minoría marginada. Fue solo cuestión de tiempo para que estos ingredientes detonaran en una comunidad viva y latente que encontró su fuerza en todas aquellas comunidades oprimidas, que vivían al margen de las consecuencias de una sociedad capitalista, no solo de Estados Unidos, sino por todo el globo terráqueo.

Con respecto al *graffiti*, podemos decir que fue “la primera expresión artística que se originó, de manera independiente, fuera de lo que hoy conocemos como cultura” (Lara, 2018, p. 72), *hip hop*. Se desarrolla visiblemente en el espacio público de las ciudades a través de pintas, rayas, tags (firmas de los artistas), piezas (ya sean letras o caracteres más elaborados) y murales. Al referirnos al espacio público, se menciona que es un constructo sociocultural y, por lo tanto, son los mismos actores culturales quienes, a través de sus manifestaciones artísticas, hacen visible todo aquel elemento cultural que no permea a los medios de comunicación. Es el soporte mediante el cual se pueden representar y rescatar los saberes y conocimientos de distintas culturas a través de la manifestación cultural como la pintura, la música, el canto y el baile urbano. Por lo tanto, “el arte urbano puede convertirse en un recurso para la identidad de pueblos, culturas, costumbres propias de nuestra sociedad u otras realidades no visibles, que se muestran a través de la producción y realización de obras de arte plasmadas en el espacio público” (Salas, 2021, p. 14).

“Se trata de una forma de creatividad al servicio de la comunidad, trabajando para la conformación de vínculos y espacios de encuentro creativo. Podríamos situar estas prácticas en lo que se ha dado en llamar arte comunitario” (Dubatti y Pansera, 2006), con origen en los planteamientos que en los años setenta integraron dos tendencias clave: en primer lugar, la idea de que el significado del arte debe encontrarse en el contexto (físico o social) y no en el objeto autónomo, y el nuevo interés por el público y por las formas de implicarlo en la obra (Palacios, 2009), (Bang 2013, p.5). “Su fin, (*graffiti*) es reconstruir la identidad a través de la ‘creación de sentido’, que permita un imaginario social donde la acción y la interacción sean común a todos los integrantes de la sociedad” (Muñoz, 2006, p. 11).

El *hip hop* y el *graffiti* trascienden hacia América Latina

La comunidad latina también tuvo fuerte presencia en los inicios del *hip hop*. *B-Boys* como *Crazy Leggs*, originario de Puerto Rico, y otros bailarines “fueron responsables por la introducción a la práctica de acción acrobática que se hizo el elemento más conocido del baile” (Brick, 2005, p. 4). En cuanto al rap, “en Los Ángeles, cerca de 1990, los latinos de Cypress Hill comenzaron a desarrollar un estilo marihuanero, funky y peligroso. Eso les capturó audiencias fuera de la propia demografía” (Brick, 2005, p. 4). Igual que como sucedió en el Bronx, fue cuestión de tiempo para que la cultura adquiriera fuerza entre la comunidad joven. De acuerdo con Frith (1998), *el hip hop* como expresión cultural sirvió como un mecanismo de integración, identificación y pertenencia para las juventudes que se encontraban al margen de la cultura hegemónica debido a diversas condiciones de desigualdad social, cultural y económica. “El *hip-hop* nació de manos de los niños que desarrollaban sus propios entramados sociales, desde las pandillas a los clubs de karate, creando sus propios bailes, su poesía y su música, en un intento de hacer que la ciudad, violenta, cruel y a menudo incomprensible, se convirtiera en un entorno habitable” (Frith, 2005, p.192).

En algunos países de Latinoamérica se tiene registro de la llegada del *hip hop*, como es el caso de Chile, donde la historia lo marca en el año 1984. “Existen muchas opiniones acerca de sus orígenes y de los primeros cultores en el país, pero los antecedentes indican que la primera práctica observada en las calles de Santiago fue el ‘*breakdancing*’” (Muñoz, 2006, p.42). En Ecuador, el *hip hop* llega a mediados de los 80 de la mano de migrantes que viajaban al país extranjero de Estados Unidos y que al regresar a su país “traían consigo el conocimiento de las bases sobre las cuales se edificaba el *hip hop* y además eran los encargados de transferir las diferentes tendencias identitarias de esta cultura, como son la música, el vestuario, formas de relacionarse, símbolos y signos” (Salazar, 2013, p. 17).

Sin embargo, la posición que obtiene el *hip hop* en los países latinoamericanos tiene un contexto un poco diferente que, en Estados Unidos;

esto se debe a que no comparten precisamente la misma historia y, por lo tanto, no se desarrolla el mismo tipo de rebeldía. “Además, allí el *hip hop* no exhibe la relativamente estricta separación entre las razas que se ve en su país natal. Así que, aunque es un género extranjero, no tiene que significar tanta oposición cultural como en los Estados Unidos” (Brick, 2005, p. 11).

La doble h y el graffiti llegan a México

En México también hubo un inicio del *hip hop*, como menciona Mendoza: “El *hip hop* llega a México en los ochenta de manera separada, transmitiéndose por los medios de comunicación, principalmente en películas y grupos musicales que tenían éxito artístico en estos años” (Mendoza, 2015, p. 7). Películas como *Wild Style* (1982) y *Beat Street* (1984) impactaron y transmitieron las bases de la cultura *hip hop* en México, sobre todo las expresiones del *graffiti* y sus pintas en los vagones de trenes neoyorquinos, así como los *house parties* y las mezclas de *DJs*; sin embargo, se tenía “una idea distorsionada de lo que es el rap, percibiéndolo solo como una música vacía, ‘para pasar el rato’” (Mendoza, 2015, p. 27).

Debido a la crisis económica que se vivió en México en la década de los setenta, muchos trabajadores regresaron a México y se establecieron en ciudades fronterizas donde los jóvenes comenzaron a replicar *graffiti*, además de la forma de vestir y de hablar, mismas que aprendieron en las ciudades norteamericanas. El *graffiti* en esos años llega de jóvenes que vivieron en los Estados Unidos y regresaron a ciudades como Tijuana, Aguascalientes y Monterrey, donde mostraron a otros las técnicas y maneras de hacer *graffiti*.

La fusión del graffiti y la cultura fronteriza de México

Como ya se mencionó anteriormente, este movimiento surge en los barrios marginados del Bronx en la década de los setenta, y posteriormente se exterioriza a otros estados de la unión americana, encontrando muchos seguidores del movimiento en lugares como California, donde, por su

situación geográfica y su cercanía con la ciudad de Tijuana, se filtra la cultura *hip hop* en los años noventa y con ello las tendencias del *graffiti*, el rap y el *breakdance* a México.

Las ciudades fronterizas como Tijuana, Ciudad Juárez y Matamoros han sido clave para el desarrollo único del *hip hop*, motivando estudios sobre juventudes subalternas y sus espacios de socialización. Estas investigaciones en la frontera han ampliado su enfoque, pasando de comunidades chicanas o cholos “a los raperos, narcobaladistas y otra serie de culturas juveniles transfronterizas que desarrollan prácticas alrededor de la música, la sexualidad y otras actividades estéticas y lúdicas en los contextos recientes de violencia” (Olvera, 2016, p. 88).

Otro aspecto que surge en esta frontera mexicana en relación al *hip hop* estadounidense es que en esta zona se ha mezclado con la cultura, tradiciones y contextos mexicanos, creando así un estilo único conocido como *hip hop* fronterizo o *hip hop* en español. Esta fusión de culturas ha dado lugar a una escena musical vibrante y diversa, con artistas que utilizan el *graffiti* como una herramienta para contar sus historias y transmitir mensajes de cambio social.

En Ensenada, el *graffiti* surgió aproximadamente en los primeros años de los noventa con escritores como “Knser” y “Asko”, con un estilo colorido propio. Al ser un movimiento que tiene como medios de expresión actividades con tintes de rebeldía e insubordinación (practicado principalmente por jóvenes, además de innovador y muy llamativo), fue cuestión de tiempo para que la cultura del *graffiti* adquiriera fuerza entre la comunidad joven y principalmente en las zonas marginales con alto índice de violencia denominadas los barrios en las colindancias de la ciudad de Ensenada.

Durante esa década de los noventa surgieron los primeros *crews* de *graffiti* en Ensenada, que se distinguían por ser agrupaciones de jóvenes, tanto de algunas pandillas de los barrios como de escuelas secundarias y preparatorias. Algunos jóvenes se reunían en salones de baile como El Chaparral (icónico en la historia del *hip hop* de Ensenada), donde en sus tardeadas domingueras se concentraban centenas de jóvenes de la ciudad y, por ende, muchos *crews* de *graffiti*. Por las noches, al terminar las tardeadas, los *crews* se agrupaban para salir a “tirar rayas” por

las zonas centro de la ciudad, específicamente en las calles Juárez, La Primera, Reforma, entre otras zonas. Estas actividades no solo eran una forma de desafiar el espacio público, sino también de construir identidad y comunidad en un contexto urbano que ofrecía pocas alternativas de expresión para la juventud. Este movimiento se mantuvo activo por más de una década, aunque experimentó altibajos en su continuidad debido a factores sociales.

El movimiento *hip hop* y el graffiti en la cultura de Ensenada

“Al *hip hop* se le reivindica como cultura por considerar que cumple con todos los elementos necesarios para lograr tal estatuto: lengua, cosmovisión y prácticas” (Lara, 2018, p. 70). A pesar de ello, el movimiento recibe fuertes críticas y censura, por la naturaleza de su origen en entornos violentos y por la agresividad de sus expresiones. Pero algo que también afecta a su reivindicación como cultura es que no cuenta con un espacio o territorio específico, “ya que, a diferencia de otras culturas, el *hip hop* no posee un espacio geográfico en el cual inscribirse” (Lara, 2018, p. 70). Este mismo factor lo convierte en una cultura viva, que puede tener representaciones a nivel global, en distintas razas e idiomas, ya que “no requiere territorio porque vive en las personas que lo practican y hacen suyo” (2018).

Actualmente, el *hip hop* en Ensenada tiene exponentes en sus cuatro elementos principales que presentan productos artísticos de buena calidad e incluso se destacan “esfuerzos de jóvenes con menores recursos y oportunidades que están intentando vivir de su trabajo artístico” (Olvera, 2018, p. 105). A pesar de ello, aún persiste esa percepción negativa por parte de la sociedad y las instituciones gubernamentales de Ensenada hacia la comunidad *hip hop* en general.

Sin embargo, existen comunidades de “*hip hoppers*” que no necesariamente están relacionadas con la violencia manifestada en las rayas en zonas particulares, privadas o en espacios públicos por el graffiti realizado de manera ilegal. Existen pocos espacios en los medios de comunicación que den información o contenido relacionado con el movimiento *hip hop*

de la ciudad y, sobre todo, la historia que existe desde sus inicios y cómo se ha transformado en la actualidad.

La estructura social del *hip hop* en la ciudad de Ensenada, Baja California, como en muchas otras ciudades, suele ser bastante diversa y multifacética. El concepto de *hip hop* parte de una ideología que, de acuerdo con Vago, sus funciones son la “legitimación y racionalización del comportamiento y las relaciones sociales; la provisión de una base para la solidaridad en un grupo o sociedad; y la motivación de los individuos para ciertos tipos de acción” (Vago, 2004, p. 21).

Desde los cuadernos y paredes a murales y las redes: evolución del *graffiti* a muralismo en Ensenada

El *graffiti* tiene una estructura social basada en crews, colectivos o artistas individuales. Estas agrupaciones pueden colaborar en la producción de pintas o murales de carácter urbano. En Ensenada, por más de 30 años, la escena del *graffiti* ha sufrido evoluciones de la mano de algunos artistas urbanos que lo han evolucionado a la técnica del muralismo, el cual se ha aceptado de manera paulatina durante estas décadas y en los últimos años ha proliferado la demanda de esta actividad artística.

El muralismo urbano ha permeado las instituciones gubernamentales y educativas; imperan los proyectos de transformación social a través de espacios intervenidos con murales relacionados con temas educativos, sociales y culturales. “El *graffiti* nace como expresión gráfica de este amplio movimiento cultural en el que la afirmación de lo individual se confunde con la del grupo en el marco de los barrios populosos y degradados de las grandes ciudades occidentales” (Muñoz, 2006, p. 40).

El año 2004 fue un parteaguas de la escena del *graffiti* de Ensenada. De acuerdo a los noticieros de ese año, se denominaba “De nuevo plaga de *graffiti*” a la reaparición del fenómeno urbano que, algunos años atrás, había reducido su práctica. Fue en ese año que el grafitero Nöche gana, junto a otro artista de la ciudad, un concurso de *graffiti* temático realizado por la preparatoria CECyTE Ensenada denominado Arte Urbano; esto los llevó a participar en un estatal de arte urbano en la ciudad de Tijuana,

donde se posicionaron en 2.º lugar. A partir de este evento comienzan a surgir proyectos en la ciudad relacionados con el arte urbano, como la vinculación de este artista con el Ayuntamiento de Ensenada y los programas culturales para transmitir a manera de exposición algunas piezas en este estilo.

En octubre del año 2006 se realiza otro concurso de *graffiti* titulado Halloween-NADA, el cual lo vuelve a ganar Noche, generando un reconocimiento en la comunidad ensenadense, lo que generó la vinculación con el Gobierno de Baja California y con la preparatoria Cecyte para llevar a cabo los primeros talleres de arte urbano en Ensenada.

Entre los años 2005 y 2007 surgen proyectos y murales de pequeña escala en la ciudad de Ensenada, así como exposiciones de arte urbano en espacios públicos como parques y jardines, además de pintura de murales en escuelas primarias a través de programas de gobierno municipal como el titulado Vive con sentido del XVIII Ayuntamiento de Ensenada y apoyo de organizaciones civiles tales como la agrupación O7, que se vincula con el artista Nöche para la ejecución de murales.

Comenzaba una era para el desarrollo del *graffiti* y su evolución al muralismo urbano. Esta evolución permitió al *graffiti* integrarse en programas culturales, proyectos educativos y colaboraciones con instituciones, transformando el entorno físico de las ciudades y generando un diálogo entre los artistas y sus comunidades.

Estos primeros murales, pintados en escuelas primarias, se destacaban por tener mensajes promocionando el deporte, la cultura, la música, el estudio, la prevención del delito, entre otras temáticas (véase Imagen 22). Se combinaban letras estilo *graffiti* con imágenes e ilustraciones animadas en colores vivos, lo que generó una empatía con las comunidades.

Imagen 22. Haz Deporte



Nota: Del Programa Vive con Sentido del XVIII Ayuntamiento de Ensenada, Nöche y O7, año 2006.

En el año 2008 y tras varias piezas y murales urbanos por la ciudad de Ensenada, el artista Nöche es invitado a participar en un programa del Instituto de Cultura de Baja California (ICBC), como coordinador. Este programa buscaba, por una parte, difundir el patrimonio cultural de Ensenada a través de murales artísticos en estilo *graffiti*, así como seguir promoviendo actividades como la cultura y el deporte.

En este periodo se forma la agrupación SUAT (Sociedad Urbana de Arte Temático o Street Urban Artist Team), liderada por Nöche y apoyada por el ICBC para la gestión y realización de murales en distintas partes de la ciudad.

Imagen 23. *Fray Junípero Serra*



Nota: El artista Nöche posando en uno de sus primeros rostros en estilo urbano, año 2008.

El objetivo del ICBC y el S.U.A.T. era promover el patrimonio cultural e histórico de Ensenada, así como representar a personajes icónicos de México y/o de la ciudad. “En el ámbito de la cultura *hip hop*, pensar al *graffiti* en estos términos permite visualizarlo como constituido por elementos de carácter simbólico que otorgan sentido a la realidad social de dicha manifestación cultural, transformando lo no conocido en un código cercano, representativo y, en definitiva, familiar” (Muñoz, 2006, p. 37).

Muralismo urbano en Ensenada: una estrategia de transformación cultural y social

Ahora bien, “el arte urbano resultó una oportuna e intercultural estrategia didáctica de diálogo y relación de saberes artísticos y culturales; que si bien son diferentes en tiempo y espacio, al ensamblarse de forma pertinente y estratégica, tienen un gran impacto en los jóvenes” (Quezada, 2022, p. 306). Durante los años 2010 a 2015, surgieron nuevas formas

de impulsar la cultura a través de las artes plásticas, destacando el muralismo urbano como una de las más significativas. En esta segunda etapa del muralismo en Ensenada, el discurso visual experimentó una transformación tanto en su estética como en su percepción artística. Estas obras comenzaron a ser mejor aceptadas por las comunidades, quienes encontraron en ellas no solo expresiones artísticas, sino también un reflejo de sus propias identidades, historias y cultura.

Además, los murales se convirtieron en herramientas para resignificar espacios públicos, fomentando el sentido de pertenencia y fortaleciendo los lazos entre los habitantes. Este movimiento también promovió el diálogo entre artistas y comunidades, abordando temas sociales, culturales y medioambientales que resonaban profundamente con los contextos locales, generando conciencia colectiva y fomentando la participación activa de los habitantes en la transformación de su entorno. Los murales servían como plataformas para reflexionar sobre problemáticas comunes y construir narrativas compartidas que fortalecieron el sentido de identidad y pertenencia.

En esta etapa, se observó una mejora significativa en la estética del artista urbano, especialmente en la representación de rostros, que adquirieron mayor profundidad y realismo. Los detalles técnicos, como el manejo de sombras, contrastes y proporciones, evidenciaron una evolución en la destreza del muralista, fusionando elementos del realismo con estilos más contemporáneos (véase Imagen 24). Además, el discurso visual de estas obras se enriquece contextualmente, integrando elementos específicos de la cultura local, los valores sociales y las problemáticas contemporáneas.

Imagen 24. José Clemente Orozco y el Hombre en llamas



Nota: Pintado en el Jardín de Niños José Clemente Orozco, Ensenada, B.C. por Nöche, año 2012.

Los murales se convirtieron en poderosos vehículos de comunicación que no solo reflejaban la realidad, sino que también invitaban a la reflexión sobre temas como la identidad, la justicia social, la memoria colectiva y el medioambiente. Este enfoque permitió que el arte urbano fuera percibido no solo como una forma de expresión estética, sino también como una herramienta para la construcción de conciencia y el fomento de un diálogo crítico, inclusivo y transformador, que impulsaba a la comunidad a cuestionar su entorno y valorar su historia.

Es importante señalar que la evolución mostrada en la ejecución de los murales en esos años fue notoria en la sociedad. Uno de los aspectos a resaltar es el impacto en el componente educativo. Desde jardines de niños, así como escuelas primarias, secundarias y preparatorias, abrían sus puertas para recibir proyectos de arte urbano y muralismo. En decenas de escuelas se pintaban murales urbanos. Dejando de lado los anteriores murales con imágenes de personajes de caricaturas o similares. Es en este periodo que el muralismo urbano empieza a comercializarse entre los locatarios y microempresarios; esto generó oportunidades para otros

artistas y muralistas de generar una fuente de empleo. “Lo que subyace tras el *graffiti* no solo alude a una demarcación de territorio, sino a una relación dialógica y dialéctica con el entorno físico, político, económico y social que va más allá del mero marcaje del territorio” (Barbero JM. 2002).

En los años posteriores, la escena del arte urbano en Ensenada experimentó un crecimiento notable, con la aparición de nuevos artistas que contribuyeron a la diversificación y expansión del muralismo en la ciudad. A la par de este proceso, el artista Nöche ingresa a la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, lo cual marcó un antes y un después en la evolución de su trayectoria. Su formación académica y su creciente involucramiento en proyectos culturales no solo ampliaron su visión artística, sino que también facilitaron la conexión con la empresa privada.

Este cambio propició una expansión exponencial del muralismo en Ensenada, especialmente con la adopción de formatos más grandes y ambiciosos que transformaron el paisaje urbano. Los murales de mayor escala comenzaron a aparecer en las fachadas de edificios de distintas facultades de la Universidad Autónoma de Baja California, convirtiéndose en verdaderas obras de arte que no solo decoraban la ciudad, sino que también la redefinieron visualmente (ver Imagen 25). A su vez, este fenómeno atrajo la colaboración de diversas organizaciones medioambientales, que vieron en los murales una oportunidad para transmitir mensajes.

La integración de la empresa privada como mecenas de estos nuevos proyectos también jugó un papel crucial en este auge del muralismo. Las empresas locales, conscientes del impacto cultural y social que estas obras podían generar, comenzaron a financiar y patrocinar murales como parte de sus iniciativas de responsabilidad social empresarial. De esta manera, el arte urbano en Ensenada no solo se ha consolidado como una forma de expresión artística, sino también como un medio para promover el cambio social, la conciencia ecológica y el fortalecimiento de la identidad local, abriendo nuevas posibilidades para la colaboración entre el arte, la comunidad y los diferentes sectores de la sociedad.

Esta sinergia ha permitido que el muralismo se convierta en una herramienta poderosa para abordar problemáticas locales, crear espacios de reflexión colectiva y fomentar el sentido de pertenencia entre los

habitantes.

Además, propició el surgimiento de un entorno culturalmente vibrante, donde el arte no solo embellece, sino que también educa, inspira y moviliza a la comunidad hacia acciones concretas para mejorar su entorno.

Imagen 25. *Universo FCAyS*



Nota. Pintado en Facultad de Ciencias Administrativas y Sociales, campus Valle Dorado, Ensenada, B.C. Año 2017.

El desarrollo profesional del artista no solo se limitó a perfeccionar su técnica en la creación de murales, sino que también se reflejó en su capacidad para gestionar recursos y establecer vínculos estratégicos con diversos sectores.

A lo largo de su trayectoria, el artista adquirió competencias en la gestión cultural que le permitieron articular colaboraciones con empresas privadas, instituciones gubernamentales a nivel estatal y federal, así como con fundaciones y organizaciones internacionales. Estas habilidades en

la gestión de proyectos culturales no solo garantizaron el financiamiento y la materialización de iniciativas más ambiciosas, sino que también contribuyeron al fortalecimiento del reconocimiento del muralismo urbano como una herramienta legítima para el desarrollo social y de culto.

Imagen 26. *Canto a la Luna y los cerros sagrados*



Nota: Mural basado en el poema de la cantora Pa ipai Delfina Albáñez, en vinculación con la Dirección General de Culturas Populares Indígenas y Urbanas, año 2019.

Esta capacidad de vinculación no solo garantizó el financiamiento de proyectos más ambiciosos, sino que también fortaleció el reconocimiento del muralismo urbano como una herramienta legítima para el desarrollo social y cultural en Ensenada (ver Imagen 26).

La profesionalización de estas actividades posibilitó que el artista supere las barreras tradicionales asociadas al arte urbano, anteriormente considerada una práctica marginal o vandálica. Al integrar a actores clave en sus proyectos, se continúa logrando un impacto significativo en la percepción social del muralismo, el cual se ha consolidado como un medio efectivo para abordar problemáticas sociales, culturales y medioambientales de relevancia local.

Imagen 27. *El color de la muerte*



Nota. Ubicado en la Benemérita Escuela Normal Estatal Jesús Prado Luna. Nóche 2022.

Estas colaboraciones no solo impulsan la realización de murales que resignifican y embellecen los espacios públicos, sino que también están fomentando un cambio en las narrativas urbanas, destacando el valor del arte urbano como una expresión cultural capaz de promover la transformación comunitaria y la identidad (ver Imagen 27).

Conclusiones

La presente investigación ha demostrado cómo el *graffiti* y el arte urbano en Ensenada han desempeñado un papel fundamental en la transformación del paisaje urbano, desafiando las percepciones tradicionales del vandalismo y posicionándose como una poderosa herramienta de expresión cultural. A través de los murales y otras intervenciones artísticas en diversos espacios públicos, el arte urbano ha logrado revitalizar barrios, mejorar la identidad local y generar un vínculo más estrecho entre los habitantes, el gobierno y el sector privado. Este fenómeno no solo ha transformado visualmente la ciudad, sino que también ha abierto un diálogo sobre temas sociales, culturales y medioambientales.

A través de la documentación fotográfica de los murales y las intervenciones en los últimos 20 años, se evidencia cómo el arte urbano ha

evolucionado y se ha integrado en proyectos de recuperación de espacios, logrando que estas obras sean vistas no solo como expresiones artísticas, sino como elementos que enriquecen y redefinen el entorno urbano. La percepción de la sociedad, el gobierno y la empresa privada ha ido cambiando gradualmente, reconociendo el potencial del *graffiti* y el arte urbano como motores de cambio social y cultural.

El estudio realizado aporta información valiosa sobre un fenómeno cultural aún poco documentado en Ensenada, resaltando su importancia como una forma de regeneración urbana y un medio para fomentar la inclusión social.

Es importante destacar que el arte urbano en Ensenada no solo ha transformado el paisaje visual de la ciudad, sino que también ha generado un impacto tangible en su tejido social. Las iniciativas artísticas se han accionado como catalizadores de cambio, movilizando recursos, fomentando la participación comunitaria y fortaleciendo las redes de colaboración entre artistas, instituciones y la sociedad en general. Este fenómeno evidencia que, cuando se integra de manera estratégica, el arte urbano puede trascender su carácter estético para convertirse en un medio efectivo de regeneración urbana.

En este contexto, el presente estudio contribuye al entendimiento del papel del arte urbano en la construcción de una narrativa colectiva que refuerza el sentido de pertenencia, fomenta la reflexión sobre temas contemporáneos y plantea nuevas posibilidades para el desarrollo cultural y social de la ciudad. La evolución de la percepción del *graffiti* y el muralismo en Ensenada continúa señalando un camino prometedor hacia la revalorización de estas expresiones como herramientas para la creación de entornos más resilientes e inclusivos.

Referencias bibliográficas

Bang, C. L. (2013). *El arte participativo en el espacio público y la creación colectiva para la transformación social: Experiencias actuales que potencian la creatividad comunitaria en la ciudad de Buenos Aires*. https://ri.conicet.gov.ar/bitstream/handle/11336/3608/CONICET_Digital_Nro.4839_A.pdf?sequence=2

- Barbero, J. M. (2002). *De la ciudad mediada a la ciudad virtual. Innovatec – Innovarium: Inteligencia del Entorno*.
- Brick, A. (2005). *Investigación del hip-hop latino*. University of California, Berkeley. <https://fog.ccsf.edu/~abrick/works/Investigación%20del%20hip-hop%20latino.pdf>
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2011). *The SAGE handbook of qualitative research* (4th ed.). SAGE Publications.
- Dubatti, J., & Pansera, C. (2006). *Cuando el arte da respuestas*. Editorial Artes Escénicas.
- Ellis, C., Adams, T. E., & Bochner, A. P. (2011). Autoethnography: An overview. *Forum: Qualitative Social Research*, 12(1), Art. 10. <https://doi.org/10.17169/fqs-12.1.1589>
- Frasco Zuker, L., & Toth, F. (2008). *La génesis del hip hop: Raíces culturales y contexto sociohistórico*. IX Congreso Argentino de Antropología Social, Universidad Nacional de Misiones. <https://cdsa.aacademica.org/000-080/454.pdf>
- Frith, S. (1988). El arte frente a la tecnología: El extraño caso de la música popular. *Papers: Revista de Sociología*, 178–196. <https://www.raco.cat/index.php/Papers/article/download/25019/56406>
- Lara, C. (2018). *Las mujeres y sus prácticas discursivas en la cultura Hip Hop en México: Un estudio en torno a las manifestaciones de agencia y resistencia genéricas* [Tesis de doctorado, Universidad Nacional Autónoma de México]. Dirección General de Bibliotecas, UNAM.
- Martín-Juan, C. (2017). Las leyes del hip hop: Normas no escritas de una cultura definida. En *Voces alternativas: Investigación multidisciplinar en comunicación y cultura*. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/93485/Pages%20from%20978-84-17270-21-6-13.pdf?sequence=1>
- Mendoza Olvera, D., & Sánchez Torres, E. (2015). *El hip-hop: Una cultura viva*. <https://repositorioinstitucional.buap.mx/server/api/core/bitstreams/ff0f7906-ba6c-43b0-9ef1-31961272ed61/content>
- Muñoz Farías, D. (2006). *Nuevas formas de representación social: Una investigación exploratoria-descriptiva del fenómeno del graffiti hip hop en Santiago*. https://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/106527/munoz_d.pdf

- Olvera, G. (2016). El rap como economía en la frontera noreste de México. *Frontera Norte*, 28(56), 85–111. <https://www.scielo.org.mx/pdf/fn/v28n56/0187-7372-fn-28-56-00085.pdf>
- Quezada Vera, C. Á. (2022). Arte urbano en la interculturalidad: Una experiencia artística y pedagógica en una comunidad Kichwa de Ecuador. *Ñawi: Arte, Diseño, Comunicación*, 6(2), 289–308. <https://nawi.espol.edu.ec/index.php/nawi/article/view/978/988>

Capítulo 6

Procesos de apropiación en el espacio público, expresiones de grafiti y arte urbano y su relación con el desarrollo local: el caso de las intervenciones en el Centro Histórico de Hermosillo, Sonora

*Manuela María Tenorio Guerra
Colegio de Sonora
manlategu@gmail.com*

DOI: <https://doi.org/10.61728/AE20259365>



Introducción

Los procesos de apropiación del espacio público por medio de intervenciones con grafiti y arte urbano son un fenómeno que ha logrado notoriedad en la transformación de zonas urbanas que presentan procesos de degradación, además de que se revelan como una oportunidad para transformar la imagen urbana y promover el desarrollo local al activar las zonas en las que se encuentran. Llegan a favorecer la apertura de comercios locales, las actividades culturales y se convierten en un atractivo turístico.

Al apropiarse de los espacios públicos, grafiteros y artistas urbanos emplean para realizar sus murales imágenes de los elementos de su entorno y la cultura local; entre estos elementos destacan la flora y fauna de la localidad y las etnias de la región. En particular, en el Barrio Mágico Villa de Seris, el mural comisionado retoma los aspectos más emblemáticos del lugar, reflejando el imaginario de la comunidad, mientras que la identidad regional es representada por la gastronomía local, el beisbol y las fiestas patronales.

Así mismo, los murales de grafiti, a menudo percibidos como subversivos e ilegales, funcionan como formas de resistencia y reapropiación del espacio público por parte de colectivos que reclaman su derecho a la ciudad; con estos expresan una protesta visual, generan identidades locales y refuerzan el sentido de pertenencia de los habitantes ante los cambios que en ocasiones responden a intereses comerciales o políticas de renovación urbana.

En el caso del Centro Histórico de Hermosillo, los procesos de apropiación del espacio público se insertan en dinámicas de conflicto y tensión entre los diferentes actores que definen el espacio, donde la degradación de las construcciones, algunas protegidas por el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), contrasta con los esfuerzos por revitalizar dichas áreas en busca de promover la economía y el turismo locales.

El objetivo de esta investigación es conocer los procesos de apropiación en el espacio público de los grafiteros y artistas urbanos en el Centro Histórico de Hermosillo, Sonora, y su relación con el desarrollo y rescate de la zona.

El diseño de investigación es cualitativo, se emplearon técnicas de observación y registro fotográfico de las intervenciones, y se elaboró un mapa con su ubicación. Se llevaron a cabo entrevistas semiestructuradas con grafiteros y artistas urbanos que han hecho intervenciones en el Centro Histórico de la ciudad, así como con habitantes de la zona y funcionarios públicos relacionados con los programas institucionales que promueven el desarrollo local por medio del arte urbano.

En la primera parte se menciona el marco teórico del que se parte; posteriormente, se describen tanto las características del Centro Histórico como las de las zonas históricas de la ciudad y cuáles han sido los proyectos e intervenciones con murales de grafiti y arte urbano que se han realizado desde el 2013 al 2024. Finalmente, se presenta la discusión de los hallazgos y las conclusiones.

Espacio público y apropiación

El espacio público está conformado por espacios abiertos como parques, plazas públicas, avenidas, calles y callejones, y espacios cerrados como bibliotecas públicas o centros comunitarios, entre otros; es un lugar de encuentro y convivencia en donde las personas socializan y construyen procesos de ciudadanía; así mismo es un lugar de manifestación ciudadana, lo que hace posible comprender la historia de una ciudad (Borja y Muxí, 2000; Estrada, 2009; Ramírez, 2013). De igual forma, en este se hacen visibles las diferencias y desigualdades de una sociedad, sus condiciones de marginalidad y las políticas públicas que ahí se implementan (Ramírez, 2007).

De acuerdo con Giménez (2004), el espacio público también se usa con fines comerciales, recreativos, y en este se promueve la formación de identidad; en particular, cuando un grupo de personas que comparten características similares usa el espacio público para actividades determinadas, se habla de apropiación del espacio público.

Minor y Gómez (2007) señalan que la apropiación se refiere a “la significación de poseer, estar, quedarse, habitar o usar un lugar” (p. XXXIII); es decir, al apropiarse del espacio público las personas se sienten con derecho a usar un lugar de acuerdo con sus intereses personales y dejar huella, por ejemplo, con grafitis y pancartas.

En el caso del Centro Histórico de Hermosillo, se tienen ejemplos de jóvenes que por iniciativa propia toman los espacios públicos para hacer sus eventos de graffiti, también de artistas urbanos que por iniciativa propia toman las paredes y fachadas de las casas para pintar murales de arte urbano; además, se tienen ejemplos de proyectos promovidos por instancias de gobierno que intervienen en los espacios públicos por medio del arte urbano. Todos ellos con la finalidad, entre otras, de expresarse, mejorar la imagen urbana o promover el turismo en el lugar.

Para conocer las dinámicas de apropiación del espacio público, se utilizó un diseño de investigación cualitativo, en el que las técnicas de observación y registro fotográfico de las intervenciones con arte urbano y graffiti se combinaron con entrevistas semiestructuradas a grafiteros y artistas urbanos que han hecho intervenciones en el Centro Histórico de la ciudad, así como con habitantes de la zona y funcionarios públicos relacionados con los programas institucionales que promueven el desarrollo local por medio de arte urbano. Así mismo, se elaboró un mapa en el que se registraron las diferentes intervenciones que se encontraron en las zonas del Centro Histórico y las zonas históricas de la ciudad, las cuales se describen en el siguiente apartado.

El centro histórico, la zona histórica y sus intervenciones

Para cumplir con los objetivos específicos del Plan Municipal de Desarrollo 2006-2009, que son mejorar la calidad de la imagen urbana, la conservación y rescate del patrimonio cultural e histórico de la ciudad de Hermosillo, se delimitó su zona histórica, la cual se formó con las áreas que tienen una mayor concentración de edificios, monumentos y sitios de valor histórico, así como las expresiones culturales, religiosas, políticas y económicas que describen los orígenes de la ciudad. Estas

zonas incluyen el mercado municipal, el Palacio de Gobierno, el Palacio Municipal, la Catedral y la plaza Zaragoza, así como las áreas de influencia del Cerro de la Campana y el Parque Madero. Así mismo, el Barrio de Villa de Seris también es considerado zona histórica de Hermosillo por ser un sitio histórico y de identidad para la ciudad (Gobierno del Estado de Sonora, 2008).

Estas zonas están señaladas con polígonos rojos en el mapa de la imagen 28. La zona 1 corresponde al Palacio Municipal, la Catedral, la plaza Zaragoza, y las áreas de influencia del Cerro de la Campana y el Parque Madero. La zona 2 corresponde al Barrio de Villa de Seris.

Imagen 28. Mapa del Centro Histórico y las zonas históricas de Hermosillo



Nota: Elaboración propia, 2024.

Zona 1. El Centro Histórico, administrativo y comercial

Esta zona se encuentra dividida por dos avenidas principales, en el lado oeste se encuentra el área administrativa y de gobierno, la cual comprende el Palacio Municipal, la Catedral y la plaza Zaragoza. Al costado de un edificio de oficinas en la plaza Alfonso Vidal, se encuentra un mural que fue comisionado por el Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia del Estado de Sonora (DIF) titulado Familias de Corazón. Fue realizado por el artista internacional Brady Black para promover el programa de acogimiento familiar temporal para niñas, niños y adolescentes migrantes (Izaguirre, 2023).

En el lado este se encuentra la zona del centro urbano y comercial con las áreas de influencia del Cerro de la Campana y el Parque Madero, el mercado municipal y el Centro Histórico fundacional. Dentro de este polígono se encuentran varias intervenciones de grafiteros y artistas urbanos, las cuales se describirán a continuación. Estas intervenciones surgieron por iniciativa propia, tanto de los artistas y grafiteros, como por programas institucionales, entre los que se encuentran el Instituto Municipal de Cultura y Arte (IMCA) y el Instituto Sonorense de Cultura (ISJ).

El proyecto llamado De las Galerías a la Calle es una iniciativa de las y los jóvenes que trabajan en un café ubicado en el Centro Histórico, cuya finalidad es mejorar la zona debido a que la percibían deteriorada:

Pues mira, esta idea se me ocurrió a mí en el 2012. Junté como que varios artistas, yo trabajaba en ese entonces en un café, que está ahí por el Centro Histórico. Entonces el café está muy bonito, pero la calle estaba muy deteriorada, o sea, como que no daban ganas de salir del café porque estaba muy feo. Y dije “pues aquí necesitamos, murales en la calle, ¿no?”. Y fue cuando me atreví, dije “¿sabes qué?, voy a pintar esta calle”, la que daba enfrente del café, dije “pues la voy a pintar así”. “Yo compro pintura”, dije, “y pues hago algo”, hice una cara y un rostro, con flores. Y pues ya cambió la acera totalmente, al momento de que ibas al café veías ese muralito, y ya cambiaba el área de alguna manera, entonces, así es como empezó el proyecto De las Galerías, y poco a poco fui invitando a gente que sí quería pintar. (Informante 1, comunicación personal, 11 de septiembre de 2021)

Otra de las trabajadoras del café relata que la zona era riesgosa:

Era una zona tan insegura... no te puedes imaginar cuántas veces entraron a robarme, conmigo adentro sola. O sea, yo adentro y de repente se me apagaba la música y yo: “Ay, qué pasó”. Volteo y ya me robaron el iPod, y yo: “¿Qué?, ¿en qué momento?”, o sea, una zona muy peligrosa. Y te juro que a raíz de los murales empezaron a abrir muchos negocios, que otro barecito, que otra librería, que otro... padrísimo todo se empezó a poner. Luego hay mucha gente que va a tomarse fotos, mucha gente caminando. Y la verdad me llena de gusto ver que ya no está tan inseguro (Informante 3, comunicación personal, 9 de agosto de 2021).

Este proyecto se llevó a cabo en una zona del Centro Histórico en la que decenas de casas se encuentran en ruinas, y sirven de refugio para indigentes. Por esto la mayoría de los murales se realizaron sobre las fachadas de los predios abandonados (Imagen 29) con la finalidad de “cubrir un poco el abandono y hacer que la gente se interese por invertir en la zona, promover el asentamiento de negocios como bares, cafeterías, teatros, galerías y, poco a poco, convertirlo en un espacio turístico, cuyo principal motor sea la cultura y el arte” (Larios, 2016).

Sin embargo, a inicios de estas intervenciones, hubo conflicto y tensión entre las autoridades y los artistas debido a que algunas casas en el Centro Histórico están protegidas por el INAH:

Pues nosotros empezamos a intervenir de manera ilegal o sea no a escondidas, pero sí de manera ilícita porque no nos daban los permisos de las casas, pero a la vez no estaban los dueños presentes tampoco, entonces fue así como si no están presentes ustedes no son dueños, aunque legalmente lo sean pues ¿no? Y empezamos a pintar las casas abandonadas. (Informante 9, comunicación personal, 19 septiembre 2023)

Imagen 29. Mural del proyecto De las Galerías a la Calle

Nota: Fotografía propia (2023).

Para esta intervención se realizaron más de 30 murales, algunos de los cuales han desaparecido y otros todavía pueden apreciarse sobre las calles de Sufragio Efectivo, Avenida Obregón y Avenida Chihuahua. A estos murales se han sumado otras intervenciones de arte urbano por encargo en las fachadas de los comercios de la zona, así como en los espacios culturales que han proliferado en el área, lo cual la distingue de otras en la ciudad. Como señala la informante 1:

La gente se tomaba fotos, la gente quería estar por ese lugar, incluso como te digo, con las Galerías a la Calle [...] esa zona cambió, tuvo un gran impacto al momento de que la gente trataba de mantener limpio, pusieron más luces del Gobierno incluso, hubo mucho más turismo, la gente, los turistas iban ahí. Incluso el camión que daba las rondas del turismo por ahí pasaba. Entonces sí tuvo un gran impacto ahí, los murales cambian mucho la zona en todos los aspectos [...] es una zona turística, digamos, y entonces creo que sí hacen gran cambio. (Informante 1, comunicación personal, 11 de septiembre de 2021).

De igual forma, junto a estos murales de arte urbano se encuentran varios murales de tipo piece hechos por grafiteros, que los renuevan al paso del tiempo. Si bien no se encuentran catalogados como parte del

proyecto De las Galerías a la Calle, su presencia nos habla de otras formas de apropiación del espacio público, en que los jóvenes grafiteros contribuyen también a la imagen urbana del Centro Histórico (Imagen 30).

Cerca de la zona de influencia del Cerro de la Campana, sobre las calles Mina y Rosales, se encuentra el lugar en donde se llevó a cabo en 2013 el Mega Graff, un evento de grafiteros locales y foráneos que intervinieron una barda de aproximadamente 300 metros de longitud con sus piezas. Los grafitis todavía se conservan, aunque se encuentran deteriorados por el sol y las inclemencias del tiempo.

Imagen 30 *Mural de grafiti tipo piece en el Centro Histórico*

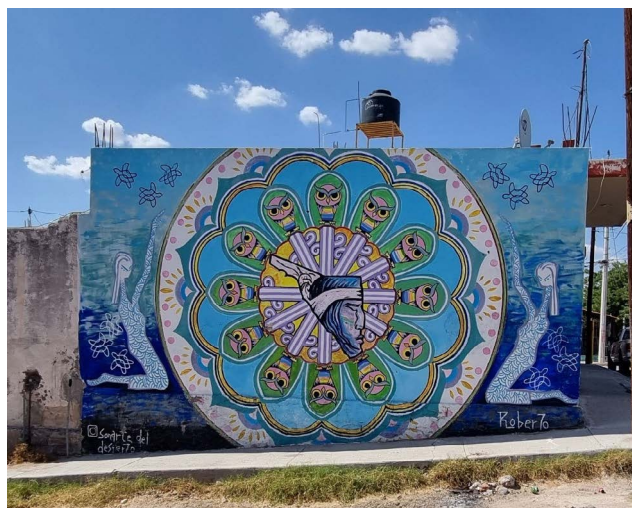


Nota: Fotografía propia (2022).

En la zona de influencia del Cerro de la Campana también se encuentra el Corredor Cultural, creado por el artista local Roberto Villalobos Rascón. Si bien el artista ha realizado varios murales de arte urbano en otras zonas de la ciudad, este sitio concentra una serie de murales inspirados en su concepto de Geoarte, que consiste en dibujar elementos que identifiquen a cada estado o país dentro de la forma del contorno de su territorio (véase imagen 31). “El corredor cultural tiene poesía, tiene artes visuales, plásticas, tiene escultura, las esculturas todavía no están, pero

van a ir empotradas, y va a tener festival [...] porque hay gente ahí con talento, jóvenes, hay grupitos de músicos” (Informante 5, comunicación personal, 1 de junio de 2024). En las calles de Oposura, Juan Álvarez y Garmendia, con el permiso de los dueños de los predios, ha plasmado varias obras con flora y fauna de la región, y figuras y elementos de las etnias de Sonora (imagen 30):

Imagen 31. *Geoarte de Roberto Villalobos Rascón*



Nota: Fotografía propia (2024).

Al norte de la zona del centro urbano y comercial, y a lo largo del camellón del Bulevar Luis Encinas, se realizó el proyecto del Parque Botánico Lineal de Oriente (PaBLO), impulsado por el Instituto Municipal de Planeación Urbana y del Espacio Público (IMPLAN), la Coordinación de Infraestructura, Desarrollo Urbano y Ecología (CIDUE) y el Instituto Municipal de Cultura y el Arte (IMCA), con la finalidad de rehabilitar el camellón. Se construyó un andador peatonal y zanjas para retener el agua de la lluvia y sembrar plantas endémicas. Así mismo se incorporan a este proyecto una serie de murales de arte urbano en los muros y bardas a lo largo del bulevar, con temáticas representativas de la región, como la flora y la fauna, y algunas imágenes que evocan la historia de la ciudad (Peñúñuri, 2021). Algunos murales tienen colibríes, también se aprecian el venado, la liebre y el coyote, la serpiente coralillo, así como

una figura yaqui con la máscara y vestimenta ceremonial.

En la Imagen 32 se muestra un mural con la reproducción de una litografía del Cerro de la Campana realizada por John Russel Barttlet en 1851, considerada la primera imagen de la ciudad (Grijalva, 2018). Otro de los murales que retoma los aspectos históricos de la ciudad es el de la antigua estación de ferrocarril, el cual se encuentra sobre la barda de una bodega en donde anteriormente se localizaba dicha estación. También se plasmó la imagen del vertedero de la presa Abelardo L. Rodríguez en otro mural a lo largo de la avenida en donde está el camellón rehabilitado como parte de este proyecto.

Imagen 32. *El emblemático Cerro de la Campana*



Nota: Fotografía propia (2022).

Finalmente, cerca de esta zona, en el distribuidor vial del Boulevard Luis Encinas y Rosales, se encuentra una intervención del colectivo Sangre del Desierto en la cual también se retoma el tema de la flora y fauna de la región, con sahuaros, flores y una biznaga, un coyote, una serpiente de cascabel y una churea, además de incluir figuras humanas que representan a las etnias de Sonora. Para esta intervención, el colectivo gestionó con las autoridades municipales los permisos para pintar en el distribuidor vial, y el patrocinio del material con empresas.

Zona 2. El barrio mágico de Villa de Seris

Esta zona corresponde a la colonia Villa de Seris, la cual ha sido nombrada Barrio Mágico en febrero de 2023 con el objetivo de generar una mayor captación de visitantes e impulsar la economía local a través del aprovechamiento de la historia, identidad y cultura del lugar. Villa de Seris es uno de los asentamientos más antiguos de la región, con el paso del tiempo y el crecimiento de la mancha urbana, este pueblo fue asimilado como una colonia más de la ciudad de Hermosillo, no obstante, conserva su arquitectura original, sus tradiciones, su gastronomía y artesanías, por lo que se ha convertido en un referente identitario de los sonorenses (Declaran Villa de Seris como Barrio Mágico, 2023; Saucedo, 2022). En la plaza principal de esta colonia, se colocaron letras grandes con el nombre “Villa de Seris” y una figura humana que porta la vestimenta tradicional de las mujeres seris y una canasta tradicional en la cabeza.

Con la finalidad de detonar los negocios que se encuentran en el área y promover la recuperación del patrimonio hermosillense, se remodeló parte del centro de Villa de Seris y se comisionó un mural a este efecto (imagen 32) (Informante 8, comunicación personal, 17 de marzo de 2023). Dentro de los elementos que se exhiben en el mural se encuentran las fiestas patronales de la Virgen de la Candelaria, la carne asada, el beisbol, las coyotas de Doña María y el Casino (ver Imagen 33). Resalta el hecho de que en el mural dice “Pueblo Mágico” en lugar de Barrio Mágico, esto se debe a que, para esa comunidad, Villa de Seris “es un pueblo dentro de una ciudad, ajeno a lo que durante años ha venido gestando la urbe, donde el arraigo a la tradición se combina con una fuerte identidad cultivada durante generaciones” (Saucedo, 2022).

Imagen 33. Mural comisionado en Villa de Seris



Nota: Fotografía propia (2024).

Discusión

Si bien las diversas formas de apropiación del espacio público por parte de grafiteros y artistas urbanos se presentan en varias partes de la ciudad, es en la zona centro y sus alrededores donde se encuentran más casos. Además, es en donde se propuso mejorar la calidad de la imagen urbana, la conservación y rescate del patrimonio cultural e histórico de acuerdo con el Plan Municipal de Desarrollo 2006-2009, para el cual se delimitaron las zonas históricas de Hermosillo.

Dentro de los casos expuestos en este trabajo, tres intervenciones han sido comisionadas por dependencias de gobierno, y los temas de cada mural están relacionados con los objetivos de cada proyecto. La primera es el mural del DIF, que representa a dos niños jugando, con lo que se promueve el bienestar por medio del acogimiento familiar temporal para niñas, niños y adolescentes migrantes; la segunda son los murales del proyecto PaBLO, que tienen la finalidad de promover la identidad local por medio de representaciones de la flora y fauna local, así como de lugares históricos de la ciudad (Informante 2, comunicación personal, 12 de septiembre de 2023); la tercera es el mural comisionado para el

nombramiento de Villa de Seris como Barrio Mágico, en el cual se destacaron sus aspectos más emblemáticos con el fin de promover el turismo.

Los demás ejemplos mencionados aquí son las intervenciones realizadas por los grafiteros y artistas urbanos que se han apropiado de los espacios por iniciativa propia. Estas formas de apropiación no siempre fueron hechas con la aprobación de los dueños de los predios o las autoridades municipales. En el caso del proyecto De las Galerías a la Calle, algunas de las casas en estado de abandono están protegidas por el INAH, por lo que surgió el conflicto con las autoridades al pintar murales en las fachadas sin contar con permiso. Por una parte, los dueños no contaban con los recursos para darles mantenimiento, lo que contribuía a que la zona sufriera procesos de degradación por las casas abandonadas e invadidas por indigentes, además de presentar delincuencia; por otra parte, las casas abandonadas no se podían intervenir debido a que están “protegidas” por el INAH. Si bien las autoridades no estaban de acuerdo con las intervenciones, finalmente los murales perduraron, más aún con la respuesta de las personas que ahí viven o frecuentan la zona, al verla revitalizada. De igual forma, foros, restaurantes, cafés y centros culturales comenzaron a abrir en esa zona, dándole un carácter de punto de reunión para la cultura y el entretenimiento.

Otra forma de apropiación se lleva a cabo dirigiéndose a los dueños de los predios para solicitar permiso para pintar ahí, lo que ha probado ser menos burocrático, pues el trámite de permisos en las diversas instancias de gobierno, además de pasar por un proceso de curaduría, en muchas ocasiones desanima a artistas urbanos y grafiteros, quienes prefieren una forma más directa acordándolo con las comunidades en las que realizan sus murales. De igual forma, en ocasiones los grafiteros que realizan murales de tipo *piece* también “piden las paredes”; pero incluso si no tenían permiso, al verlos grafiteando a plena luz del día, las patrullas de la policía asumen que sí lo tienen y no les hacen nada (Informante 4, comunicación personal, 18 de octubre de 2022).

Dentro de las propuestas temáticas de los murales de arte urbano tenemos que aún las que no forman parte de algún programa de gobierno presentan elementos de las etnias locales, flora y fauna de la región y abordan aspectos históricos de la ciudad, lo que indica que el imaginario

de los artistas urbanos y sus colectivos es presentar propuestas con las que se identifiquen las comunidades, y representar aspectos culturales de la región para promover la identidad cultural. Además, hay un sentir común entre los artistas urbanos de colaborar para mejorar la imagen visual de las zonas con la intención de revitalizar y hacer más atractivos los espacios públicos apropiados.

Conclusiones

Las formas de apropiación del espacio público en la zona del Centro Histórico de la ciudad de Hermosillo se han dado, tanto por iniciativa de los jóvenes grafiteros y artistas urbanos, como por parte de programas institucionales, quienes en conjunto plasmaron en sus propuestas elementos de la cultura y el entorno de la región, con la finalidad de promover la identidad cultural. En algunas ocasiones se contó con el permiso de los dueños de las propiedades, así como con el permiso del ayuntamiento de la ciudad; en otras ocasiones, a pesar de que no se contó con el permiso de las autoridades, a partir de los resultados obtenidos, las intervenciones fueron bien recibidas y a su vez sirvieron de detonante para que otros artistas y grafiteros participaran también en la transformación de las zonas históricas de la ciudad.

De igual manera, se encontró que las intervenciones en el Centro Histórico, tanto de grafiti como de arte urbano, atrajeron la atención a la zona y promovieron el establecimiento de comercios y espacios culturales; además, fueron incluidas en el recorrido del autobús turístico, e incentivaron a músicos y poetas a participar en la apropiación del espacio público; como el caso de una poeta local, quien al ver los murales que Roberto Villalobos realizó cerca de su casa, en la zona del Cerro de la Campana, se animó a escribir un poema en una barda; posteriormente, Villalobos pintó a un costado unos sahuaros. Es así que las iniciativas de los artistas urbanos y grafiteros contribuyen a la imagen urbana, la creación de corredores culturales y zonas de interés e inspiran a otros artistas a sumarse a la apropiación del espacio público con su talento; al tiempo que impulsan el desarrollo local, al revitalizar las zonas en las que a su vez se incentiva el número de visitantes y la economía local.

Referencias bibliográficas

- Borja, J., & Muxí, Z. (2000). *El espacio público, ciudad y ciudadanía*. <http://pensarcontemporaneo.files.wordpress.com/2009/06/el-espacio-publico-ciudad-y-ciudadania-jordi-borja.pdf>
- Declaran Villa de Seris como Barrio Mágico. (2023, 23 de febrero). *Revista Sonora Es...* <https://sonoraes.com/9990-2/>
- Estrada, Y. (2009). *Tras los espacios públicos en las ciudades de turismo: Caso Puerto Peñasco, Sonora, México* (Publicación N.º 19793) [Tesis de licenciatura, Universidad de Sonora]. http://www.bibliotecadigital.uson.mx/bdg_tesisIndice.aspx?tesis=19793
- Giménez, G. (2004, 30 de septiembre). *Introducción al estudio de las identidades urbanas* [Transcripción de conferencia]. Seminario Permanente de Estudios sobre la Ciudad, Universidad Autónoma de la Ciudad de México. <http://es.scribd.com/doc/112493897/1-Introduccion-Al-Estudio-de-Las-Identidades-Urbanas-Gilberto-Gim-Nez>
- Gobierno del Estado de Sonora. (2008, 25 de septiembre). Programa Regional de Ordenamiento Territorial de la Costa de Sonora. *Boletín Oficial*, Tomo CLXXXII, Núm. 25, Secc. V. <https://boletinoficial.sonora.gob.mx/images/boletines/2008/09/2008CLXXXII25V.pdf>
- Grijalva, M. (2018, 13 de febrero). *Ciudades sin memoria: El Cerro de la Campana*. Crónica Sonora. <https://www.cronicasonora.com/el-cerro-de-la-campana/>
- Izaguirre, R. (2023, 8 de junio). Niñas y niños participan en mural de Familias con Corazón en oficinas de Isssteson. *El Sol de Hermosillo*. <https://www.elsoldehermosillo.com.mx/local/ninas-y-ninos-participan-en-mural-de-familias-con-corazon-en-oficinas-de-isssteson-10189974.html>
- Larios, F. (2016, 31 de julio). De las galerías a la calle. *Milenio*. <https://www.milenio.com/estados/de-las-galerias-a-la-calle>
- Minor, F., & Gómez, J. (2007). La apropiación del espacio público: Las Mega Marchas y el Mega Plantón del Movimiento Postelectoral 2006. *El Cotidiano*, 21(141), XXXI–XLIV. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32514112>

- Peñúñuri, A. (2021, 2 de marzo). PaBLO: Museo urbano lleno de flora, fauna e historia sonorense. *El Sol de Hermosillo*. <https://www.elsoldehermosillo.com.mx/cultura/pablo-museo-urbano-lleno-de-flora-fauna-e-historia-sonorense-parque-botanico-lineal-orient-jesus-madrid-hermosillo-6425431.html>
- Ramírez, P. (2007). Espacio local y diferenciación social en la Ciudad de México. *Revista Mexicana de Sociología*, 69(4), 641–682.
- Ramírez, P. (2013). El resurgimiento de los espacios públicos en la Ciudad de México: Diferencias y conflictos por el derecho al lugar. En P. Ramírez Kuri (Coord.), *Las disputas por la ciudad: Espacio público y espacio social en contextos urbanos de Latinoamérica y Europa* (pp. 287–314). Porrúa.
- Saucedo, G. (2022, 21 de agosto). Villa de Seris: Un pueblo mágico dentro de Hermosillo. *El Sol de Hermosillo*. <https://www.elsoldehermosillo.com.mx/local/villa-de-seris-un-pueblo-magico-dentro-de-hermosillo-8771279.html>

Capítulo 7

Arte urbano y turismo, ¿la comercialización de la contracultura en el barrio mágico de Jalatlaco, Oaxaca?

Elke Köppen

Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades, UNAM

koppen@unam.mx

DOI: <https://doi.org/10.61728/AE20259372>



Introducción

El arte urbano y el *graffiti* se ubican en una delgada línea entre la expresión estética, política o social y otras formas de intervención ilegal de muros y fachadas en las ciudades frecuentemente clasificadas como vandalismo. En su afán por visibilizar su mensaje, los artistas callejeros trepan a superficies elevadas, intervienen la señalizaciones viales y espacios públicos, traspasan los límites que impone la propiedad privada. Por esa razón, los artistas callejeros suelen ocultar su identidad y se hacen conocer con nombres propios o siglas.

El arte urbano ha adquirido con el tiempo respeto y se convirtió en forma legítima (más no siempre legal) de creación que tiene potencial de atraer turistas. Lo que era contracultura se volvió no pocas veces actividad convocada en espacios ofrecidos para tal fin para embellecer áreas abandonas, deterioradas o con baldíos donde las fachadas laterales fueron intervenidas con pinturas de gran tamaño. “La recuperación física de áreas degradadas generalmente en barrios periféricos, ha impulsado el interés por la integración de Street Art, visto como un fenómeno artístico actual capaz de imaginarse en el futuro de las ciudades.” (Gómez, 2021, p. 73)

Posteriormente este proceso de institucionalización generó una “cultura estetizante del urbanismo [...] que se ha centrado en la reinterpretación de espacios preexistentes, a menudo caracterizados por una fuerte connotación histórica.” (Gómez, 2021, p. 72) También han sido invitados artistas de fama internacional “a intervenir en lugares clave del turismo con una finalidad sobre todo publicitaria.” (Gómez, p. 76.)

Un ejemplo de la combinación de connotación histórica y atracción turística de hace ya más de tres décadas es el East Side Gallery en Berlín donde en 1990, después de unificación alemana, fueron convocados artistas de todo el mundo para intervenir el lado este del muro de Berlín, anteriormente frontera entre la República Democrática Alemana (RDA) y la República Federal Alemana (RFA) y área minada llamada franja de la

muerte. East Side Gallery es una galería de arte al aire libre situada sobre una sección de 1316 metros en la cara este del muro de Berlín. Es una visita turística obligada con pinturas históricas como el Trabi, el coche icónico de la República Democrática Alemana (RDA), atravesando al muro y el beso de Honecker, jefe de estado de la RDA entre 1976 y 1989 y Brézhnev, Secretario General del Comité Central del Partido Comunista de la Unión Soviética de 1964 hasta su muerte en 1982.

La oferta de Street Art Walks hoy en día es muy amplia a nivel mundial y su publicitación muestra cierta idealización:

Los *Graffiti* Tours nacieron como una forma de rescatar el arte local y a los artistas urbanos que se encargan de embellecer los lugares más grises de los paisajes ciudadanos.

“Estos tours generalmente se realizan a pie o en bicicleta y son dirigidos por guías con conocimiento sobre los *graffiti* y sus historias, donde dan detalles y descripciones del estilo, junto con una inmersión en la cultura del lugar que se visita. Los guías llevan a sus participantes por calles locales, donde las paredes hablan por sí mismas.

Así mismo toman mucha fuerza los *Graffiti* Tours, que brindan un recorrido por lugares no tan conocidos de cada ciudad, y crean una apertura cultural al lugar mediante una inmersión en el arte local de forma breve y económica. Resultan ser una forma única de conocer las ciudades más grandes del mundo. Podrás viajar en ellas desde sus rincones más artísticos, donde hablan sobre su historia y sus comunidades de una forma más personal, cosa que a veces no llegas a conocer en los espacios turísticos. (Artade, n.d.)

En este trabajo nos enfocamos en el caso de Jalatlaco, un barrio de Oaxaca, destino común de dos caminatas comerciales de street art, que es idóneo para estudiar la turistificación y el arte urbano. Mientras en centro histórico de Oaxaca encontramos una gran variedad de arte efímero, en el barrio de Xochimilco hay una intervención artística de murales multitemáticos rememorando la identidad del barrio, en Jalatlaco el tema dominante en las pinturas murales es aquellos alusivos al Día de Muertos con representaciones abundantes de calacas, flores cempasúchil y, faltaba más, mezcal.

Jalatlaco ya fue turístico antes de la pandemia de la COVID19 y las intervenciones de artistas fueron por invitación de las autoridades locales del barrio para reanimar el turismo. En 2023 fue nombrado Barrio Mágico lo que le provee de recursos y publicidad oficial.

Metodología

Para explorar una respuesta a la pregunta por la comercialización de la contracultura mediante el turismo, analizamos dos tours de street art en el emblemático caso de la ciudad de Oaxaca, de por sí lleno de colorido en sus fachadas.

Recurrimos a la definición de Fernandes y Batel (2023, p. 2.3) que entienden a *graffiti* y arte urbano como una categoría flexible y permeable que consiste en varias formas expresivas de diferentes técnicas y expresiones pictóricas y tradiciones estéticas urbanas donde el *graffiti* comprende intervenciones menos pictóricas (p.e. tags y texto escrito) que el arte urbano.

El interés se enfocó en conocer la selección de lugares a visitar y de obras vistas en el recorrido, con énfasis en distinguir entre obras de arte urbano en sus extremos de llevar arte a lugares en deterioro urbano y arte decorativo para embellecer lugares turísticos o el activismo político de protesta por medio del arte.

También interesaban los imaginarios reflejados en las mismas intervenciones artísticas, las inscripciones culturales ancestrales y contemporáneas en la temática de las obras incluidas en los recorridos, así como en los discursos expresados por la publicidad, los guías y, en su caso, los artistas que se conoce personalmente en los recorridos.

Las caminatas, una exploración visual

Coyote Aventuras

La empresa Coyote Aventuras ofrece la “Caminata de Arte Urbano (Oaxaca)” con una duración de cuatro horas y un costo de 848 pesos. La

única fecha para agosto 2024 fue el 8 del mes ya que por la extensión se apunta más gente en el recorrido con bicicleta. Su publicidad dice:

Nuestra caminata de arte callejero en Oaxaca ofrece un vibrante recorrido por el alma cultural de la ciudad, donde coloridos murales y cautivadores grafitis adornan sus calles. Comenzando en el Centro Histórico, te encontrarás inmerso en un caleidoscopio de expresión artística. Empezaremos nuestra caminata por el paseo de la Calle Alcalá, donde llamativos murales muestran la herencia indígena de Oaxaca y sus luchas sociales.

Mientras deambulamos por las calles, te mostraremos callejones ocultos y rincones inesperados, donde gemas escondidas de arte callejero esperan ser descubiertas. Desde los bulliciosos mercados de Benito Juárez hasta los tranquilos patios de Jalatlaco, cada barrio ofrece su propio lienzo único para que artistas locales e internacionales dejen su marca. En el camino, nos tomaremos el tiempo para interactuar con la comunidad local, muchos de los cuales están profundamente involucrados en la creación y preservación de la escena del arte callejero de Oaxaca. Ya seas un entusiasta del arte, un explorador cultural o simplemente un viajero curioso, una caminata de arte callejero en Oaxaca promete una experiencia inolvidable llena de creatividad e inspiración. También visitaremos un taller de litografía, una forma esencial de expresión cultural oaxaqueña desde la década de 1970 impulsada por el maestro Francisco Toledo. (Coyote Aventuras, n.d.)

Coyote Aventuras ofrece una actividad profesional y muy bien planeada. Después de inscribirse envían material complementario sobre los artistas de arte urbano más importantes en Oaxaca y los movimientos sociales de importancia que siguen generando arte urbano contestatario como son la Revolución Mexicana, el movimiento de maestros de 2006 también conocido como APPO y la denuncia de asesinatos de activistas ambientales y políticos, así como de los feminicidios.

La guía nos llevó a mí y una pareja italiana joven a una caminata de tres horas iniciando en el centro histórico, donde se comentó una obra de Boulser sobre Macedonio Alcalá, el compositor del himno oaxaqueño en una calle con el nombre del compositor. El centro histórico de Oaxaca

fue declarado patrimonio cultural de la humanidad en 1987, pero las fachadas y paredes están llenos de intervenciones, sobre todo de protesta. Nos dirigimos directamente al norte de la ciudad por lo que no nos detuvimos a ver estas obras, aunque en su folleto enfatizan la presencia de arte de protesta y resistencia:

El centro de Oaxaca se ha convertido en un foco de arte callejero que destaca injusticias, reconoce los logros de líderes comunitarios y da voz a las luchas de los movimientos sociales. El centro histórico fue declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1987, lo que hace ilegal que los artistas callejeros modifiquen las fachadas de los edificios históricos. Hoy en día, las calles del centro se han transformado en un museo en constante evolución, donde los artistas locales pegan impresiones en papel biodegradable con engrudo de harina para no alterar “oficialmente” la arquitectura colonial. El arte callejero en el centro es subversivo, representando la resistencia colectiva de Oaxaca a las políticas gubernamentales y continuando una larga tradición de muralismo famoso en México. (Coyote Aventuras, n.d., original en inglés)

Llegamos al barrio de Xochimilco que fue partido por la carretera internacional también conocida como Panamericana. Aquí el artista urbano Chávez tiene gran presencia y destaca con sus intervenciones geométricas distintivas a primera vista (véase Imagen 34). El folleto de Coyote Aventuras describe al artista de esta manera:

Un artista callejero fácilmente identificable, Chávez trabaja con símbolos e imágenes abstractas que se entrelazan con el paisaje para transmitir un mensaje más amplio. Sus representaciones de personas con rostros triangulados nos llevan a preguntar por posibles influencias de otros artistas abstractos famosos, como Pablo Picasso. Su obra se realiza principalmente con pincel y rodillo. El arte de Chávez resalta las profundas raíces indígenas de México, rindiendo homenaje a los ancestros. (Coyote Aventuras, n.d., original en inglés)

Imagen 34. Casa pintada por Chávez



Nota: Fotografía de Elke Köppen, 2024.

Muchos de los murales en Xochimilco evocan una identidad de barrio al plasmar el asentamiento de artesanos hojalateros, una panadería con representaciones para la elaboración de pan y una niña istmeña con su traje típico que vivió en la casa en cuestión en el tiempo de la elaboración del mural. La intervención artística en el barrio refleja una apropiación territorial simbólica (ver Barabas, 2004), una exaltación de presencia y memoria mediante el arte urbano, la posibilidad de conectar con la comunidad aún a la distancia (ver Galicia, 2013).

Después de una larga caminata llegamos al barrio de Jalatlaco. El artista con gran presencia allí es Boulter, que describen en el folleto como:

Un artista reconocido en el barrio de Jalatlaco, Boulter ha cultivado un estilo muy particular, pintando líneas finas que interactúan colectivamente para dar textura a sus obras. Sus murales captan la atención de muchos en Oaxaca, ya que a menudo incorporan altos contrastes de colores vibrantes. El arte de Boulter frecuentemente incluye celebraciones como comparsas (desfiles callejeros) asociadas con tradiciones mexicanas, como el Día de los Muertos. (Coyote Aventuras, n.d., original en inglés)

Vimos una abundancia de murales decorativos figurativos y abstractos con una densidad alta en las calles céntricas del barrio, pero domina en general la temática de la muerte personificada por esqueletos y calacas con trajes típicos. Pasamos también al Taller Armadillo Grafico que ofrece cursos al público y vende obra gráfica, sobre todo grabados en blanco y negro.

La caminata terminó en el Centro Histórico donde estuvimos una hora en el taller de arte contestatario y denuncia política TAC (Taller Artístico Comunitario), un proyecto con la mejor tradición del Taller de Gráfica Popular fundado por artistas con compromiso político en los años 30s de siglo pasado y cuya producción gráfica dio al grabado mexicano una fisionomía propia y reconocida en el mundo. Las obras de grabado en madera de URTARTE (Unión Revolucionaria de Trabajadores del Arte) son impresos en papel delgado transferido a muros y fachadas. Aunque no fueron especialmente explicados en el tour, se pudo notar su presencia al caminar.

La visita al fue extraordinaria con la exposición in situ de placas de madera originales y también por la presencia de un integrante del colectivo quien dio explicaciones de sus compromisos políticos anticapitalistas y posicionamientos frente a casos de represión, explotación y autoritarismo en Oaxaca y el país.

La empresa Coyote Aventuras presenta el colectivo así en su folleto:

El Taller Artístico Comunitario es la sede del colectivo de arte callejero tradiciones del grabado, organizando talleres con niños y compartiendo su vasto conocimiento sobre técnicas de impresión tradicionales.

La Unión Revolucionaria de Trabajadores del Arte (URTARTE) utiliza las calles como un museo colectivo, pegando murales gráficos subversivos que generan conciencia sobre importantes abusos a los derechos humanos y educan a la población. Inspirados por el legendario artista y activista oaxaqueño Francisco Toledo, URTARTE emplea una prensa de grabado tradicional, tallando la imagen deseada en bloques de madera que luego se entintan y se imprimen en papel de arroz biodegradable. Estas impresiones revolucionarias también se pegan en los muros de Oaxaca con engrudo de harina, asegurando que, al desintegrarse, no contaminen la ciudad. (Coyote Aventuras, n.d., original en inglés)

Imagen 35. Entrada al Taller Artístico Comunitario

Nota: Fotografía de Elke Köppen, 2024.

Oaxaca by locals

La siguiente caminata fue el Street Art Walking Tour Jalatlaco de dos horas que se ofrece todos los días por Oaxaca by Locals. El tour por Jalatlaco es gratis pero el guía espera recibir una propina al final, hecho que ya se había enfatizado en la publicidad:

Caminata de Arte Urbano Jalatlaco. Camina por las calles encantadoras del barrio mágico de Oaxaca Jalatlaco. Descubre murales coloridos, arquitectura colonial y serenas calles empedradas, todo eso al sumergirse en la rica herencia cultural del barrio. ¡Experimenta a pie la mágica experiencia de Jalatlaco y descubre sus historias escondidas! Tour basado en propinas. (Oaxaca by Locals, n.d., original en inglés)

El 12 de agosto 2024 nos juntamos una pareja inglesa de mediana edad y yo para el tour guiado. Fue un recorrido menos selectivo, menos enfocado a conocer la obra de artistas en particular. Los participantes se podían

parar donde expresaban interés, se explicaban algunas obras con más detalle como la primera que fue una pintura de la Virgen de Guadalupe. En el recorrido se recomiendan establecimientos comerciales como cafeterías, restaurantes, bares y una heladería dark, todos ampliamente decorados en sus fachadas como se aprecia en la imagen 35 en el caso de un café-restaurant y de una mezcalería.

Imagen 36. Comercio decorado



Nota: Fotografía de Elke Köppen, 2024.

Nos encontramos nuevamente con Boulter y sus pinturas coloridas cuya obra ya vimos en el recorrido anterior (véase Imagen 37).

Imagen 37. *Mural de Boulter*

Nota: Fotografía de Elke Köppen, 2024.

Otro artista llamado Curiel también tiene presencia amplia en el barrio y destaca por las boquitas características de sus personajes. Hay gran variedad y abundancia más de murales sobre todo en las fachadas principales de comercios, pero se pudo constatar nuevamente que predominan temas relacionados con el Día de Muertos en las calles más centrales de Jalatlaco.

Terminamos el recorrido en la tienda-taller Once in Oaxaca que vende impresos y objetos de una marca creativa.

El caso Jalatlaco

La intervención artística en Jalatlaco la podríamos llamar folklorizante porque presenta estereotipos culturales mexicanos para incrementar la atracción del lugar en la pandemia de la COVID19. No sorprende que Jalatlaco fuera nombrado Barrio Mágico en 2023 después de que en la pandemia la asamblea del barrio invitó a artistas urbanos intervenir las fachadas con murales alusivos al Día de Muertos, festejo reconocido desde 2008 por la UNESCO como “Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad”. La explotación global comercial de esta tradición mexicana se expresa claramente en su adaptación en la película *Coco* de Disney

(2017) y la procesión de grandes calacas en el preámbulo a la película *Spectre* del agente 007 (2015) que se adoptó incluso después en la Ciudad de México.

Después de que en 2001 se creara el programa de Pueblos Mágicos por la Secretaría de Turismo del Gobierno de México, se establece en 2022 la ampliación del programa a Barrios Mágicos con el propósito de:

Ampliar el abanico de experiencias turísticas para los visitantes que recorren el territorio nacional, impulsando el bienestar y el desarrollo de las comunidades con una dimensión social.

El Barrio Mágico representa un espacio en el que se combinan diversos elementos, que lo hacen único e irrepetible: historia, cultura, gastronomía, productos y servicios, así como convivencia de la población local con los visitantes. Es un lugar donde se puede descubrir el ‘espíritu’ y esencia de una ciudad [...] los Barrios Mágicos serán un importante motivador de viaje, en beneficio de la población local, y contribuirán de manera significativa a la labor [...] de la presente administración: hacer del turismo una herramienta de reconciliación social.... (Secretaría de Turismo, 2022)

Por no ser en la pandemia todavía declarado Barrio Mágico, Jalatlaco no ha podido acceder al programa Rutas de Color que “que consiste en la pinta de fachadas y la realización de murales artísticos en espacios públicos, con el propósito de mejorar su imagen urbana, en beneficio de las localidades que tienen el nombramiento de Pueblos y Barrios Mágicos” (Secretaría de Turismo 2023) y se llevan a cabo intervenciones sociales-artísticas en “coordinación con las autoridades de los tres órdenes de gobierno, los aliados estratégicos Comex y la asociación civil Corazón Urbano.” (Secretaría de Turismo, 2023).

Más allá de la celebración oficial de los programas de lugares “mágicos” también hay voces críticas en medios alternativos:

Lo que ahora se observa en este barrio son paredes de viviendas o espacios públicos con grafitis despojados de su carga crítica o arte urbano al estilo de escenografías, donde turistas de todas las nacionalidades pueden, a modo de culminación de un ritual narcisista hacer una selfie para luego construir un relato propio de la sociedad de consumo.

A pesar de eso o quizá por eso, San Matías Jalatlaco fue nombrado como Barrio Mágico por la secretaría de Turismo federal, lo cual para la institución representa un espacio donde se combinan elementos que lo hacen único: historia, cultura, gastronomía, productos y servicios, así como la convivencia de la población local con los visitantes. ‘Es un lugar donde se puede descubrir el espíritu y esencia de una ciudad’ dijo el secretario de Turismo Miguel Torruco Marqués. Nada más alejado de la realidad. (Flores, 2023)

Mendoza (2021) cita a la antropóloga Ana María Salazar que advierte que en el contexto del capitalismo global las celebraciones dedicadas a los muertos son transformadas en espectáculos por los medios de comunicación masiva o en mercancía para el turismo por parte de los gobiernos. Para la académica “en el momento que vivimos numerosos bienes culturales ancestrales sufren serias amenazas. Al ser homogenizada su producción cultural, banalizar su contenido simbólico y transformarles en mercancías para el espectáculo y el ocio”.

Aunque predomina la decoración de establecimientos comerciales existen también intervenciones diferentes y no todo arte urbano en Jalatlaco es “legal”. Existen muros con pinturas no autorizadas que tienen avisos de “Obra suspendida” pegados por las autoridades (ver Imagen 38).

Imagen 38. *Arte urbano no autorizado*



Nota: Fotografía de Elke Köppen, 2024.

Y tampoco falta la protesta y la denuncia de URTIARTE y otro taller de gráfica contestataria de un colectivo llamado Subterráneos. Encontramos carteles que rememoran la masacre de de estudiantes de Tlaltelolco en 1968 y la representación de hombres y mujeres nativos en sus labores cotidianos.

Imagen 39. Arte contestario



Nota: Fotografía de Elke Köppen, 2024.

En una esquina céntrica en el corazón de Jalatlaco hay dos carteles que denuncian la gentrificación (véase Imagen 39). También los muros de la calle República, vía principal que divide Jalatlaco del centro de Oaxaca están llenos de *graffiti* contra la turistificación y los moradores extranjeros que acaparan vivienda y la encarecen como la vida misma.

El turismo internacional nos empobrece dice una pinta y contradice abiertamente a las promesas oficiales de beneficios del turismo para los pobladores. Expulsa al gringo de tu colonia, antes de que el gringo te expulse a ti o Gringo no es amigo, lemas calificados por los medios oficiales de xenófobas, sin embargo, aluden a procesos reales de expulsión de pobladores originarios.

Conclusiones

El arte urbano mostrado en los tours en Jalatlaco son sobre todo murales decorativos legales elaborados por invitación y promovidos en una iniciativa organizada por las autoridades del barrio. El caso de Boulter es ilustrativo. Anteriormente grafitero clandestino, ahora tiene su base comercial en Jalatlaco con su taller y tienda personal. Dejó la contracultura y es ahora un artista reconocido y con fama para ser contratado para la elaboración de carteles publicitarios oficiales para festivales y ferias en Oaxaca.

Aunque la gentrificación ya era un problema en Jalatlaco antes de la pandemia, después de las intervenciones artísticas fue nombrado Barrio Mágico en 2023, lo que ahora requiere una regulación de las pinturas porque infringen de por sí la Ley de Monumentos Históricos, por lo que hoy existe la preocupación por una nueva regulación de cómo proteger los murales.

Si concluimos que en el caso de Jalatlaco no se comercializa la contracultura, sino que el arte urbano es una oferta cultural predominantemente estereotipada que cubrió en ocasiones otros tipos de arte urbanos y *graffiti* más propositivos, ¿podemos hablar en el caso de los murales de decoración de comercios de patrimonio cultural que merece ser conservado con recursos públicos? Eso dependería de un sistema de valores que justificaría su salvaguarda, dice Gómez (2021):

Los criterios según los cuales una obra de arte es importante pueden ser clasificados por categorías en función de la relación con temas, actividades, prácticas culturales o eventos significativos, en virtud de la asociación con una institución o una persona relevantes para la comunidad, según el valor artístico de la obra que representan las características distintivas de un tipo, estilo, periodo o método de construcción, y en base al valor sentimental o simbólico adquirido. Para ello, es imprescindible incluir las opiniones del artista al sistema de valores y los criterios propuestos. (p. 83)

Considero que para el caso de Jalatlaco sería más viable una renovación continua, por ejemplo, recurriendo al programa Rutas de Color, lo que permitiría incluir más artistas locales.

Pero en Jalatlaco existen también graffitis y arte urbano que son empleados para protestar contra la gentrificación. Recordemos el caso de una intervención artística convocada por el pintor Gabriel Macotella en Xoco, un barrio al sur de la Ciudad de México (Köppen y Sánchez Menchero, 2024), y el estudio de caso de Lisboa de *graffiti* y arte urbano contra la turificación (Fernandes y Batel, 2023). Hay resistencia también en Jalatlaco. Encontramos una pinta que reza “La resistencia vive en las fiestas y costumbres de los pueblos”. Hay resistencia, pero ya vimos que las fiestas y costumbres también son objeto de comercialización, como en el caso del Día de Muertos.

Referencias bibliográficas

- Artrade. (s. f.). *Graffiti-tour: conociendo ciudades a través del arte*. <https://www.artradelatam.com/post/graffiti-tour-conociendo-ciudades-a-traves-del-arte-2>
- Barabas, A. M. (2004). La construcción de etnoterritorios en las culturas indígenas de Oaxaca. *Desacatos*, (14), 145–168. https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1607-050X2004000100008
- Coyote Aventuras. (s. f.). Paseo del arte callejero. <https://coyoteaventuras.com/es/project/paseo-del-arte-callejero/>
- Fernandes, C., & Batel, S. (2023). The right to stay: Exploring graffiti and street art as political representations against touristification in Lisbon. *Papers on Social Representations*, 32(2), 2.2–2.26.
- Flores, R. (2023, 8 de abril). Jalatlaco: Un barrio “mágico” en la sociedad de consumo. Oaxaca Media. <https://oaxaca.media/2023/04/jalatlaco-un-barrio-magico-en-la-sociedad-de-consumo/>
- Galicia Gordillo, A. (2013). La identidad: Explorando la emergencia de un concepto complejo. En M. A. Galicia Gordillo (Coord.), *Identidades en perspectiva multidisciplinaria. Reflexiones de un concepto emergente* (pp. 17–34). Instituto de Investigaciones Antropológicas, UNAM; Plaza y Valdés.
- Gómez Ubierna, M. (2021). La integración del arte urbano en el sistema del arte público en Toscana, Italia. En G. García & L. Rodrigo (Eds.), *La agonía del arte urbano* (pp. 64–89). Atrio. Revista de Historia del Arte, (2).

- Köppen, E., & Sánchez Menchero, M. (2024). Pintas contra la gentrificación: Los palimpsestos de Xoco. *Artefacto Visual*, (15), 115–129. <https://www.revlat.com/artefacto-visual>
- Mendoza, E. (2021, 3 de noviembre). El Día de Muertos ante la globalización y el cambio cultural. *Gaceta UNAM*. <https://www.gaceta.unam.mx/el-dia-de-muertos-ante-la-globalizacion-y-el-cambio-cultural/>
- Oaxaca by Locals. (s. f.). *Tours Oaxaca*. <https://www.oaxacabylocals.com/toursoaxaca/>
- Peral Garibay, J. O. (2022). *La producción del espacio en los centros históricos y la tendencia hacia su gentrificación. El caso del Centro Histórico de Oaxaca* (Tesis doctoral). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Secretaría de Turismo. (2022). *Barrios mágicos de México, nuevo programa de Sectur*. <https://www.gob.mx/sectur/prensa/barrios-magicos-de-mexico-nuevo-programa-de-sectur>
- Secretaría de Turismo. (2023). *Rutas mágicas de color llegan a más de 40 destinos en 16 estados en 2023*. <https://www.gob.mx/sectur/prensa/rutas-magicas-de-color-llegan-a-mas-de-40-destinos-en-16-estados-en-2023>

Capítulo 8

La desigualdad entre *graffiti* y la creación del escenario turístico. Taxco, Guerrero

Osbelia Alcaraz Morales
Universidad Autónoma de Guerrero
04243@uagro.mx

Martha Elena Soria Pulido
Universidad Autónoma de Guerrero
09730@uagro.mx

Said Arturo Castro Luna
Universidad Autónoma de Guerrero
13360@uagro.mx

DOI: <https://doi.org/10.61728/AE20259389>



Introducción

Taxco de Alarcón, Guerrero, es una ciudad turística con un importante patrimonio arquitectónico y urbano. Forma parte del llamado Triángulo del Sol y en 2002 fue declarado Pueblo Mágico. El objetivo de este trabajo es mostrar la desigualdad que existe entre el cuidado y protección del escenario turístico, por un lado, y, por el otro lado, la discriminación y menosprecio del *graffiti*. Mediante un estudio comparativo se analizan las condiciones en que se busca conservar el patrimonio urbano arquitectónico de la ciudad, que conforma el panorama que sirve como anzuelo para conquistar el turismo. En cambio, el *graffiti* es estigmatizado y considerado una expresión de vandalismo, por lo que se elimina de la zona turística.

El trabajo está organizado en tres segmentos; en el primero, “Creación del escenario turístico de Taxco”, se analizan los diferentes mecanismos que se han utilizado para la preservación del paisaje turístico, formado por su patrimonio urbano arquitectónico, que data del siglo XVI al XX. Taxco fue fundada en el virreinato y se convirtió en ciudad turística en la tercera década del siglo XX, después de la apertura de la carretera México-Acapulco. Casi al mismo tiempo que se inicia el turismo, se implementaron leyes para la conservación de su legado histórico. Con el propósito de mantener este destino en la preferencia de los turistas, los empresarios hoteleros y restauranteros, junto con las autoridades, generan en muchos casos escenografías en el área turística, tanto en espacios públicos como en hoteles y restaurantes, que en su conjunto crean el escenario que sirve para promocionar a Taxco en el mercado del turismo.

En la segunda parte, “La dualidad de una ciudad turística”, se examina la desigualdad que existe en las ciudades mexicanas, especialmente en las turísticas, porque se le da mayor atención a la zona turística que a las demás áreas; se descuidan principalmente las colonias populares.

Estas se localizan en situación precaria, con carencias y deficiencias en servicios urbanos y viviendas, las cuales se buscan ocultar de la vista de los viajeros, es decir, del paisaje turístico. Lo que puede ocasionar muchas veces la inconformidad de las clases subordinadas, expresándola mediante la pinta de *graffiti*.

Ante la desigualdad y la injusticia social y urbana, en el último apartado, “El *graffiti*, una forma de apropiación del espacio”, se piensa el *graffiti* como una manifestación de protesta. Además, esta manera de expresión de las clases populares se ha estigmatizado, por lo que la iniciativa privada y las autoridades no permiten las pintas en la zona turística. El *graffiti* se puede ver únicamente en muros de calles o callejones poco transitados, fuera del centro histórico o área turística; son vialidades que generan miedo en el imaginario social, por considerarlas vandalizadas.

Metodología

Para conocer la desigualdad entre el *graffiti* y la creación del escenario turístico en la ciudad de Taxco de Alarcón, Gro., se utiliza el método descriptivo comparativo; se efectúa el análisis de las diferentes condiciones en que coexisten. Partiendo de la revisión de las leyes y las políticas que se han empleado para la preservación del paisaje turístico, con el propósito de construir un escenario para capturar el interés de los turistas. Se comparan las desigualdades territoriales que son más evidentes en las ciudades turísticas. Se identifica el *graffiti* como una manifestación de protesta, y su estigma como una expresión vandálica, mediante el desarrollo de un estudio crítico del tema.

Creación del escenario turístico de Taxco

Taxco tiene su origen en el virreinato; nació por la actividad minera y fue fundada al norte del estado de Guerrero, sobre el cerro de Atache. Al ser establecida en un terreno sinuoso, originó su excepcional traza de plato roto, con grandes desniveles, con callejones, plazas y calles que se ajustan a la accidentada topografía y delimitan manzanas, lotes y casas de forma irregular. Las calles son empedradas, donde se incluyen diversos

dibujos con el uso de piedra natural. Los principales atractivos que sirven para seducir a los turistas y conseguir que la visiten son justamente sus características urbanas y arquitectónicas.

En el centro histórico se ubica la plaza central o plaza Borda; al frente está el colosal templo de Santa Prisca y San Sebastián, construido en el siglo XVIII. La zona contiene edificios gubernamentales, religiosos, comercios, hoteles, restaurantes, escuelas y casas particulares; en conjunto forman la imagen que sirve para promocionar la ciudad colonial. (Imagen 40). Se han rescatado viejas construcciones para acondicionarse como hotel, restaurante o comercio. Además de la orfebrería de plata, la arquitectura y el paisaje urbano-arquitectónico son los atractivos valorados por los viajeros, motivo por el cual son susceptibles de ser transformados para su usufructo mercantil.

Imagen 40. *Panorama de la ciudad de Taxco de Alarcón, Guerrero*



Nota: Alcaraz, O., 2013.

Se procura que los edificios declarados monumento histórico sean conservados bajo los lineamientos del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH). Sin embargo, a varios de ellos no se les proporciona el adecuado mantenimiento debido a que algunos de los dueños del inmueble desconocen su valor histórico, además de que ignoran la forma apropiada de conservarlos y/o eventualmente a sus escasos recursos económicos,

por lo que se incorporan materiales y elementos que no van acorde con el sistema constructivo y estilo arquitectónico original.

El resto de la arquitectura, antigua y actual es preparada para ponerla en escena; por ley se pretende uniformarla para crear un escenario que cautive a los turistas. La ley número 685 de Conservación y Vigilancia de la Ciudad de Taxco de Alarcón, que se encuentra vigente, estipula ...“todas las casas, sin excepción, deberán tener todos sus muros —aplanchados o no— pintados de color blanco”...(Ley número 685; p. 36), de igual manera indica los techos en rojo, el tipo de materiales, el estilo arquitectónico debe ser colonial, así mismo, se prohíbe el uso y colocación de cualquier tipo de publicidad y/o propaganda en las fachadas, entiéndase política, comercial o de protesta. Cabe señalar que, algunas casas no están pintadas o carecen de acabados, se encuentran en obra negra, por las condiciones económicas de los propietarios; sin embargo, dentro del conjunto arquitectónico y a simple vista, las construcciones que no están pintadas no afectan el paisaje.

Varias de las viejas construcciones ya no cumplen su función original; se adecúan a las necesidades actuales. Algunos edificios reconocidos como monumento histórico han cambiado su uso, principalmente los que se localizan en la zona turística; edificios que antiguamente eran casa habitación, hoy cumplen la función de restaurante, hotel o comercio. De esta manera, la arquitectura antigua que se presenta como original, como objeto autóctono cargado de historia, se puede decir que es “ilegítima”, porque fue transformada para estar de acuerdo con la forma de vida actual y por intereses monetarios.

Se puede afirmar que la arquitectura de Taxco, tanto la que fue declarada patrimonio histórico como la recién construida, se utiliza como parte del escenario para atraer al turismo, porque hay una nostalgia de lo viejo, de nuestras raíces; puede ser puramente mitológico en su referencia al pasado, si ya no existe una práctica real, es decir:

[...] niega la estructura, es el punto límite de desconocimiento de las funciones primarias. Sin embargo, no es afuncional, ni simplemente decorativo, sino que cumple una función muy específica en el marco del sistema: significa el tiempo [...] No cabe duda que

no es el tiempo real, sino que son los signos, o indicios culturales del tiempo, lo que recupera en el objeto antiguo [...]. (Baudrillard 1968, pp. 83-84)

La seducción que despliega el paisaje arquitectónico y urbano de esta ciudad también sirve para atraer a los inversionistas, no solamente para cautivar a los turistas, lo que se convierte en un riesgo para el patrimonio, porque este puede ser alterado a causa de la especulación y la búsqueda de la explotación económica. (Imagen 41). Efectivamente, es lo que pasa en este destino: en las antiguas construcciones acondicionadas para albergar un hotel, restaurante o comercio, se exhiben inmuebles y objetos reordenados en función de un sistema conceptual diferente al original; se mercedeja tanto la arquitectura como los objetos añejos, mezclando sin conflicto alguno lo tradicional con lo nuevo, con el único fin de tener una ganancia económica.

Con las modificaciones antes mencionadas, que se hacen a los inmuebles que son patrimonio histórico, se puede pensar que no se encuentra regulada su preservación; sin embargo, es necesario mencionar que Taxco es una de las localidades pioneras en la implementación de políticas para la conservación de su patrimonio construido, generadas poco después del inicio del turismo, lo que evitó su total destrucción. En 1928 se instauró la asociación “Amigos de Tasco” y se emitió la primera “Ley para la conservación de Tasco”. En 1936, fue declarada Población Típica y de Belleza Natural, bajo la ley nacional aprobada en 1934, Protección y Conservación de Monumentos Arqueológicos e Históricos, Poblaciones Típicas y Lugares de Belleza Natural (Flores, 2007); fue constituida con el propósito de resguardar los centros turísticos con atractivos culturales históricos.

Imagen 41. Edificio del hotel Casa Grande, en el patio interior sobrepusieron locales comerciales



Nota: Alcaraz, O., 2017.

En 1977 fue emitida la Ley número 174 del estado de Guerrero para la conservación y vigilancia de Taxco de Alarcón, que incluyó también localidades circunvecinas. Con el fin de preservar el patrimonio edificado de Taxco. En 1990, el gobierno federal declaró una “Zona de Monumentos Históricos” en el área central de la ciudad, conformada por 374 hectáreas, 72 manzanas y que incluye 201 monumentos construidos entre los siglos XVI y XIX. Con el mismo propósito, en mayo de 2001, “Santa Prisca y su entorno inmediato” fue incluida dentro de la lista indicativa del Patrimonio Cultural de la UNESCO.

En 2002, se le otorgó el reconocimiento de “Pueblo Mágico” por la Secretaría de Turismo (SECTUR). Actualmente y como ya se mencionó, la ley que rige la forma de las edificaciones es la Ley Número 685 de Conservación y Vigilancia de la Ciudad de Taxco de Alarcón, Guerrero; establece en los artículos del 40 al 44 los lineamientos para la ejecución de cualquier tipo de obra y la restauración para conservar los bienes inmuebles. Además, instituye que no se autorizará la construcción de obras que puedan destruir o modificar negativamente la imagen urbana de la ciudad de Taxco.

Tanto las antiguas leyes como la que hoy gobierna este poblado contribuyeron y siguen influyendo en la preservación de su arquitectura, al delimitarse los lineamientos para el mantenimiento de los monumentos históricos y la construcción del resto de las edificaciones. Sin embargo, es evidente que en muchos casos no se aplican, lo que ha ocasionado la transformación y deterioro del patrimonio histórico.

Las leyes y políticas públicas han contribuido para instituir una nueva arquitectura, creada para unificar los edificios, con el principal interés de construir un escenario para cautivar a los turistas. En resumen, se unifican las construcciones con muros blancos y techos rojos. Las nuevas edificaciones deben construirse respetando una tipología impuesta, con características consideradas similares a la arquitectura “colonial”, que no siempre se apega a las necesidades de los usuarios y, sobre todo, a su situación económica. Lo que importa a los empresarios del turismo con el apoyo de las autoridades es mantener el escenario turístico para que lleguen los viajeros y se pueda lograr la derrama económica en su beneficio.

La dualidad de una ciudad turística

Las ciudades turísticas en México muestran más que otras la división que existe en las diferentes zonas del destino. Por un lado, la franja turística reservada para los visitantes se arregla, se maquilla, se prepara para recibir a los viajeros, tiene los mejores servicios urbanos, la economía es mayor; y, por el contrario, en el resto de las áreas, principalmente las habitadas por las clases subordinadas, se encuentran en condiciones urbanas precarias, y son las colonias que se tratan de ocultar, de desaparecer del escenario turístico.

Dentro de las políticas económicas para el desarrollo del turismo, el gobierno mexicano implementó el Programa de Pueblos Mágicos (PPM) en el año 2001, a cargo de la Secretaría de Turismo, que incorporó al mercado del turismo pequeñas y medianas provincias, las cuales deben tener “un encanto peculiar”, historia, leyendas, atributos simbólicos, gastronomía regional, artesanías; es decir, patrimonio tangible e intangible. Esto originó que se incorporaran al programa gran cantidad de pueblos, que hasta el año 2024 sumaban 177.

Este programa coloca a los pueblos en el mercado del turismo, debido a que en la actualidad existe una estandarización de la arquitectura, resultado de la globalización. Por tal motivo, los viajeros buscan conocer centros turísticos con arquitectura local y auténtica, diferente de la generalizada a nivel internacional. Además, el Estado supone que con la visita de los turistas se registrará una mayor derrama económica, que beneficie a los habitantes de los Pueblos Mágicos.

La labor del PPM en las localidades que ingresan se hace con recursos federales y estatales, y se puede decir que se utilizan principalmente para embellecer el área turística de los pueblos, con el único fin de que lleguen más turistas, sin incluir al resto de la ciudad en los beneficios, contribuyendo con ello a la desigualdad urbana.

En Taxco, las acciones del PPM se pueden sintetizar en: arreglo de las principales calles, sustitución de los cables de electricidad aéreos por una red subterránea, pintura de fachadas y conservación de monumentos patrimoniales. Asimismo, se proporciona apoyo para desarrollar productos turísticos y se incluyen planes o programas de comercialización y promoción del sitio.

El Programa Pueblos Mágicos concentra el apoyo a la mejora de la imagen urbana y de la infraestructura únicamente en el área histórica, que viene siendo la zona turística, y deja fuera el área restante de la ciudad. Además, pone en valor y fortifica los atractivos de Taxco. Sin dejar de tener presente que los empresarios del turismo se apropian de los bienes históricos y de las tradiciones populares para venderlas en el mercado turístico.

Al concentrar las acciones del PPM en el fragmento turístico, y dejando al resto de la ciudad sin atención, salvo algunos casos puntuales donde se concentra la población de mayores ingresos económicos, se genera desigualdad y segregación urbana; se divide de forma evidente en dos partes, una es la zona turística con las mejores condiciones y, la otra, es el área menos favorecidas de la ciudad, son las colonias populares, sin los servicios y la infraestructura necesarios, con viviendas precarias que, salvo el escalonamiento obligado por las pendientes, nada tienen que ver con las características que exige la Ley Número 685 de Conservación y Vigilancia de la Ciudad de Taxco de Alarcón, Guerrero.

Se puede decir que las políticas gubernamentales, al proporcionarle una notable prioridad a la zona turística o histórica en Taxco, sin incluir al remanente de la ciudad, profundizan la desigualdad urbana y social, que de por sí coexiste en un sistema capitalista; por tal motivo, hay colonias en condiciones de pobreza, habitando muchas veces en condiciones de riesgo. En las siguientes imágenes se pueden ver las diferencias espaciales que existen entre el Centro Histórico y una colonia popular de la ciudad. (Imágenes 42 y 43).

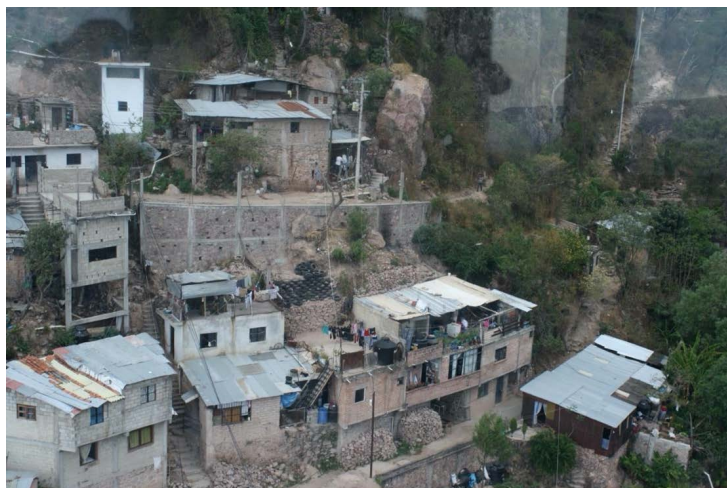
Imagen 42. *Centro Histórico de Taxco, con frecuentes reparaciones y mejoras*



Nota: Alcaraz, O., 2012.

El área turística es en donde los viajeros están presentes, la economía es mayor, las condiciones urbanas son las mejores; en cambio, por otro lado, existe la otra zona que no es visitada por el turismo; por el contrario, las autoridades la tratan de esconder de los viajeros, desaparecer del escenario turístico. Las condiciones urbanas son precarias y es donde viven los habitantes más pobres.

Imagen 43. Condiciones urbanas y de las casas en una colonia popular en Taxco, Gro.

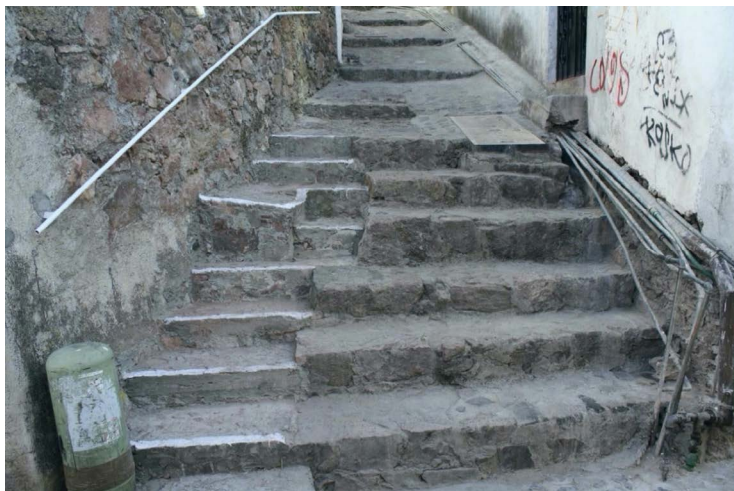


Norte: Alcaraz, O., 2013.

Los recursos públicos benefician especialmente las actividades turísticas y comerciales, es decir, el área turística, descuidando el resto de la ciudad, haciéndola vulnerable por la falta de servicios públicos y de garantías de seguridad que derivan en una desigualdad social. Las obras dirigidas a la mejora del destino turístico no se realizan de manera semejante en toda la ciudad; las áreas donde se localizan las colonias populares no cuentan con servicios e infraestructura necesaria, las viviendas son deficientes, las vialidades no son adecuadas, carecen de transporte público, las tuberías y el cableado no son subterráneos. (Imágenes 44).

Las políticas públicas profundizan más las desigualdades territoriales. Las condiciones de inequidad son comunes en la sociedad capitalista, en donde las mayorías son excluidas de los principales beneficios, originados por las ganancias que produce la actividad turística, y que se manifiestan en la manera en que se ocupa el territorio urbano, lo que puede originar inconformidad en las clases subalternas, que se puede expresar en el *graffiti*, como una forma de protesta.

Imagen 44. Callejón de Taxco con la tubería de agua sobre el piso empedrado



Nota: Alcaraz, O., 2013.

El graffiti, una forma de apropiación del espacio

El espléndido paisaje de Taxco que se usa para seducir a los turistas esconde la desigualdad de los hombres y mujeres que habitan la ciudad. Oculta las circunstancias estructurales de inequidad y de injusticia, que son características de un sistema económico, social y político excluyente y clasista. (Vivero, 2012). Situación que origina la inconformidad, y el *graffiti* es una forma simbólica de protesta social.

Las diferencias sociales son representadas en el suelo urbano de la ciudad, al dividirse en áreas desiguales: por un lado, la parte turística, en donde se enfoca toda la atención, los beneficios y mejores condiciones, y por el otro, el resto de la localidad. Las contradicciones se exponen especialmente en las colonias en situación de pobreza, con una gran carencia de servicios urbanos; situación que demuestra que no existe una apropiación justa y solidaria del espacio.

El *graffiti* es una forma de protesta de la población joven subordinada, ante la impotencia de vivir en una sociedad desigual, que los discrimina de los beneficios sociales y urbanos, incluso los arroja fuera de la zona turística. Por lo que se puede afirmar que esta expresión popular es una manifestación de la lucha de clases, resultado de la contradicción originada por las condiciones de desigualdad y de injusticia, propias de un sistema social discriminatorio (Vivero, 2012).

Ante la imposibilidad de acceder al espacio turístico, como es hacer uso de hoteles y comer en restaurantes de lujo, en muchos casos ni como trabajadores de ellos, es decir, son excluidos en distintas formas, el *graffiti* se constituye en una forma de enfrentar la pobreza, la marginalidad, así como en una expresión de resistencia social. Y el espacio público, como soporte de carácter simbólico de los sectores populares, marginados por la ideología dominante, en dicha apropiación, materializa su presencia y da cuenta de la resistencia como clase social (Vivero, 2012).

El *graffiti* es una manifestación de lucha social, que no siempre es consciente. Lo que es un hecho es que busca dejar una huella de presencia, de existencia de las clases populares, y una marca de carácter territorial, que transgreda las normas establecidas por la cultura dominante. Es una expresión sociocultural de las clases subalternas, que se apropian del espacio público de las ciudades turísticas o no turísticas.

Las expresiones populares como el *graffiti* han sido estigmatizadas, creando en el imaginario social que es un acto de vandalismo. Es el motivo por el cual los callejones y calles solitarias, fuera de la zona turística, que contienen muros con grafitis, generan miedo en los turistas y habitantes, por lo que son poco transitadas (Imagen 45).

Imagen 45. Muro con un graffiti, en una casa abandonada, sobre un callejón poco transitado, en Taxco



Nota: Alcaraz, O., 2012.

Las autoridades junto con los empresarios del turismo se encargan de salvaguardar el paisaje de Taxco, porque les significa ganancias económicas. Hay que recordar que la ley número 685 de Conservación y Vigilancia de la Ciudad de Taxco de Alarcón prohíbe la colocación de cualquier tipo de pintas, por publicidad y/o propaganda en las fachadas, ya sea política o comercial o de protesta. Es el motivo por el cual en la zona turística no se permite ninguna expresión popular que para ellos signifique un signo de deterioro de la imagen urbana, como es considerado el *graffiti*. En un sistema social excluyente, las pintas son eliminadas de inmediato por el gobierno o la iniciativa privada, quienes cuidan de mantener una escenografía en el paisaje de la ciudad. Cabe mencionar que, con la eliminación de los grafitis en el área turística, se busca invisibilizar las formas de protesta de la población subordinada.

El *graffiti* representa la reacción frente a una sociedad que excluye y que trata de imponer una homogeneización cultural y una tipología arquitectónica para crear un escenario turístico o una escenografía, es-

pecialmente en una ciudad patrimonial con leyes y políticas públicas que no responden ni son afines a las necesidades y a las circunstancias económicas de las clases populares; más bien contribuyen y representan los intereses de las clases hegemónicas.

Los muros son el pizarrón de los sectores populares, como una forma de protesta, de manifestar su opinión o su simple presencia, de irrupción contra la clase dominante, que controla y comercializa la arquitectura, el espacio público y la imagen de la ciudad. El *graffiti* manifiesta el conflicto social entre las clases subalternas contra la iniciativa privada y las autoridades que están a su servicio, porque estas últimas tratan de invisibilizar, negar, dominar y excluir de la zona turística a los grupos pobres.

Conclusiones

En Taxco de Alarcón, ciudad con patrimonio edificado, los empresarios del turismo y el Estado generan diferentes mecanismos para conservar la arquitectura y la ciudad, porque es parte del panorama que sirve para promocionar el destino; se construye un escenario que sirve como imán para atraer a los turistas. Se implementan políticas públicas y se establecen leyes para la preservación de los bienes inmuebles históricos, así como para la construcción de nuevas obras que mantengan cierta tipología impuesta, con rasgos parecidos a la arquitectura tradicional, construcciones que en algunos casos no cumplen con las necesidades de los habitantes y con sus condiciones económicas, pero que son creadas para mantener una escenografía urbana o imagen urbana, utilizada como anzuelo turístico.

El recurso que se obtiene de las políticas públicas en los destinos no se distribuye equitativamente en toda la ciudad; más bien se utiliza para mejorar la franja turística, a costa del abandono de la demás área urbana, que además se trata de ocultar del paisaje y de la vista de los viajeros. En Taxco, que tiene suelo rocoso, el cableado y las tuberías en la zona turística se colocaron de forma subterránea, con recursos del Programa de Pueblos Mágicos, pero en el resto de la ciudad sigue estando de for-

ma aérea y a la vista. Ante esta situación, se corrobora que las políticas públicas muchas veces ahondan las desigualdades urbanas y sociales, características que conciernen a una sociedad capitalista y discriminativa.

Las diferencias sociales establecidas en el territorio causan inconformidad en las mayorías, porque son excluidos de los beneficios de las políticas públicas turísticas. Una forma de mostrar su inconformidad es mediante el *graffiti*, que es una manera de protestar ante la inequidad; se puede decir que es una expresión de la lucha de clases, como consecuencia de la desigualdad y la injusticia inherente a una sociedad discriminativa y prejuiciosa. El *graffiti* es una forma de resistencia ante un sistema social excluyente, que además busca homogeneizar la cultura y la arquitectura creada, imponiendo los criterios y gustos de la clase dominante.

En una sociedad inequitativa, las manifestaciones populares como es el *graffiti* son estigmatizadas, calificadas como hechos vandálicos, por lo que en la zona turística se encuentran prohibidas estas pintas; son borradas rápidamente, mediante el uso del discurso referido a la protección del patrimonio y para conservar el paisaje escenográfico que se vende a los turistas. Con la eliminación de los grafitis, se invisibilizan las manifestaciones de inconformidad de las clases populares, que son excluidas de la zona turística.

Es necesario que con las políticas públicas se tomen acciones enfocadas a la conservación del patrimonio y al mejoramiento de la ciudad en conjunto, y no solamente atender el centro histórico turístico. Los beneficios obtenidos deben ser equitativos para atender las demandas de toda la población, incluyendo las colonias populares, que tienen mayores necesidades. Así mismo, se deben generar estrategias para evitar expulsar a la población original hacia la periferia.

El turismo como actividad económica debería ser un factor favorable en la lucha contra la desigualdad social y urbana, con la implementación de acciones dirigidas para disminuir la brecha económica entre las diferentes clases sociales, para que las ganancias de la derrama económica beneficien a todos los sectores de la población.

Otro aspecto importante es crear espacios de expresión social, incluso en el área turística, lugares destinados para que se pronuncien los jóvenes, las mujeres, la comunidad LGBTIQ+, etc., donde se incorporen

todas las manifestaciones culturales, como el arte urbano y el *graffiti*, porque son parte de la cultura de la sociedad, sin distinción de clases y sin discriminar a nadie.

Referencias bibliográficas

- Alcaraz Morales, O., & Salgado Galarza, A. C. (2013, octubre). Imaginario turístico en Taxco. Topofilia. *Revista Electrónica*. <http://148.228.173.140/topofiliaNew/assets/1-m5c-oam-asg.pdf>
- Babini Baan, A. (2007). Salto a los orígenes. En F. Curiel D. (Ed.), *Taxco: La perspectiva urbana* (pp. 57–85). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Baudrillard, J. (2012). *El sistema de los objetos*. Siglo XXI Editores. (Obra original publicada en 1968).
- Flores A., V. (2007). La situación de los centros históricos en México. En F. Curiel D. (Ed.), *Taxco: La perspectiva urbana* (pp. 25–55). Universidad Nacional Autónoma de México.
- Fuentes Gómez, J. H. (2000). Imágenes e imaginarios urbanos: Su utilización en los estudios de las ciudades. *Ciudades*, (46). Red Nacional de Investigación Urbana.
- Gama-Castro, M. M., & León-Reyes, F. (2016). Bogotá arte urbano o graffiti: Entre la legalidad y la forma artística de expresión. *Arte, Individuo y Sociedad*, 28(2).
- García Canclini, N. (1990). *Culturas híbridas: Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Editorial Grijalbo.
- Guía oficial de Pueblos Mágicos. (s. f.). *México desconocido*. <https://pueblosmagicos.mexicodesconocido.com.mx/pueblos/>
- Ley número 685 de conservación y vigilancia de la ciudad de Taxco de Alarcón. (2015, 6 de marzo). *Periódico Oficial del Gobierno del Estado de Guerrero*, (19), Alcance IV. <https://congresogro.gob.mx/legislacion/ordinarias/ARCHI/LEY-DE-CONSERVACION-Y-VIGILANCIA-DE-LA-CIUDAD-DE-TAXCO-DE-ALARCON-GUERRERO-685-2021-03-10.pdf>
- Secretaría de Turismo. (s. f.). *Pueblos Mágicos de México*. <https://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-206528>

- Vivero Arriagada, L. A. (2012). Murales y graffiti: Expresiones simbólicas de la lucha de clases. *Ánfora*, 19(33).
- Warnholtz, G. (2014). El Programa de Pueblos Mágicos en el laberinto de las políticas públicas mexicanas. En A. Valenzuela, C. Alvarado, C. Saldaña, & G. Gama (Coords.), *Imaginarios del paisaje y el turismo: Entre la tradición y distintivos oficiales*. Juan Pablos Editor; Universidad Autónoma del Estado de Morelos.

Capítulo 9

De la resistencia a la resiliencia: el arte público como herramienta del neoliberalismo

Pablo Ángel Lugo
pabloangellugo@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.61728/AE20259396>



Introducción

Varios aspectos del arte público han sido históricamente herramientas de resistencia, dando voz a comunidades marginalizadas y canalizando críticas sociales hacia estructuras de poder. Sin embargo, en las últimas décadas, el neoliberalismo ha redefinido estas dinámicas, transformando al arte urbano y público en un recurso funcional dentro de los procesos económicos y urbanos. Esta transición, de la resistencia hacia la resiliencia, revela cómo las expresiones artísticas que alguna vez desafiaron al sistema se han convertido en instrumentos que facilitan su adaptación y perpetuación.

Esta ponencia busca explorar las relaciones entre el arte público, el neoliberalismo y los procesos de gentrificación urbana. A través de ejemplos como los barrios de Hackney en Londres, Gracia en Barcelona, Kreuzberg en Berlín y Santa María la Rivera en la Ciudad de México, analizaremos cómo el arte, en lugar de subvertir el orden, actúa como catalizador de inversiones y transformaciones urbanas. Así, se promueve la “resiliencia” de las ciudades mediante el rebranding cultural de barrios, con consecuencias tanto económicas como sociales.

El objetivo principal de este trabajo es demostrar cómo el arte urbano ha sido cooptado por el capital, beneficiando a dinámicas de mercado y desplazando a las comunidades originales. A partir de un análisis documental y cualitativo, examinaremos cómo los artistas, directa o indirectamente, se convierten en agentes y víctimas de este proceso. Finalmente, se propondrán estrategias para recuperar la capacidad crítica del arte público, como la creación de códigos de ética y la organización en colectivos o sindicatos, en un intento por resistir las fuerzas del neoliberalismo.

Marco teórico

Definición de arte público y espacio público

El arte público abarca intervenciones artísticas accesibles al público, desde esculturas hasta obras efímeras en diálogo con la comunidad (Knight, 2008). Por su parte, el espacio público es un territorio colectivo destinado a la interacción social (Mitchell, 2003). Bajo el neoliberalismo, ambas definiciones se ven afectadas por la privatización y la comercialización del espacio.

Relación entre espacio público y financiamiento

Históricamente sostenido como un bien común por el Estado, el financiamiento del espacio público ha transitado hacia actores privados. Las asociaciones público-privadas y eventos comerciales han transformado estos espacios en recursos económicos, limitando su accesibilidad e inclusión social.

Participación en el espacio público

- Estatal: Regula, mantiene y controla el espacio.
- Privada: Genera ingresos a través de concesiones o alquileres.
- Comercial: Promueve bienes y servicios mediante el uso del espacio.

Neoliberalismo y el espacio público

En el neoliberalismo, el espacio público ha pasado de ser un lugar de encuentro ciudadano a una vitrina publicitaria dominada por intereses corporativos, reflejando su mercantilización (Harvey, 2007). La privatización prioriza beneficios económicos, restringiendo su carácter inclusivo y democrático.

Arte público y capital simbólico

El arte público genera valor cultural y prestigio, acumulando capital simbólico que puede transformarse en económico (Bourdieu, 1986). Aunque nacido como resistencia, el arte disidente, como el street art, es frecuentemente cooptado por el mercado para embellecer zonas gentrificadas, beneficiando intereses privados.

Resiliencia y arte público

A pesar de su cooptación, el arte público mantiene potencial para visibilizar luchas sociales y construir resiliencia comunitaria. Sin embargo, la capacidad del mercado para absorber expresiones críticas amenaza su impacto transformador.

Resultados y propuestas

El espacio público ha sido reconfigurado como herramienta neoliberal, excluyendo sectores vulnerables. Para recuperar su potencial crítico, se proponen estrategias como obras anónimas, desvinculadas del mercado, y lideradas por movimientos sociales.

Este enfoque busca redefinir el arte público, devolviéndolo a su función como herramienta de resistencia y transformación social.

Metodología

Este capítulo emplea un enfoque interdisciplinario que combina análisis crítico, observación de campo y estudio documental. Esto permite examinar las transformaciones del espacio público y el arte bajo el neoliberalismo desde perspectivas teóricas y prácticas.

Marco epistemológico

El análisis se basa en teorías críticas como el capital simbólico (Bourdieu, 1986), la cooptación cultural (Harvey, 2007) y el artivismo (Holmes,

2003), para comprender cómo opera el arte público en estructuras económicas dominantes.

Diseño de investigación

1. Revisión bibliográfica Análisis de literatura académica y estudios de caso sobre neoliberalismo, espacio público y arte.
2. Observación de campo Documentación en espacios urbanos, entrevistas informales y análisis visual de intervenciones artísticas.
3. Análisis crítico Interpretación de hallazgos, destacando las tensiones entre resistencia y mercantilización del arte público..

El arte público como herramienta de resistencia y transformación social

Dimensiones simbólicas y materiales del espacio público

El espacio público se configura a partir de dos dimensiones interrelacionadas: la material, que comprende las calles, plazas y parques diseñados para la interacción social, y la simbólica, donde se disputan significados, identidades y relaciones de poder. Según Lefebvre (1991), el espacio no solo es producto de las relaciones sociales, sino que también tiene la capacidad de influir en ellas.

En el contexto neoliberal, estas dos dimensiones del espacio público se ven moldeadas por prioridades económicas que favorecen el consumo y la rentabilidad. Las políticas de privatización, vigilancia y regulación restrictiva transforman los espacios públicos, alejándolos de su función como bienes colectivos. Por ejemplo, las plazas históricas son renovadas para satisfacer los intereses turísticos y corporativos, desplazando actividades culturales y comunitarias. Este proceso refuerza las jerarquías sociales, priorizando las demandas de las élites económicas sobre las necesidades de las comunidades locales (Harvey, 2007).

De esta manera, el espacio público se convierte en un territorio donde la exclusión y la desigualdad se manifiestan tanto en su aspecto material como simbólico. Las narrativas que celebran el consumo como eje de la vida urbana sustituyen el potencial inclusivo y comunitario que tradicionalmente caracterizaba estos espacios.

Exclusión y estructuras económicas

Las estructuras económicas que sustentan el espacio público en el modelo neoliberal perpetúan la exclusión social. La dependencia de asociaciones público-privadas y concesiones limita el acceso de quienes no participan directamente en el mercado. Este fenómeno se observa en la denominada “limpieza social”, que expulsa a poblaciones vulnerables—como personas sin hogar, artistas callejeros y vendedores ambulantes—para adecuar los espacios a los estándares de funcionalidad y estética dirigidos a turistas y élites urbanas (Mitchell, 2003).

Como resultado, el acceso al espacio público deja de ser un derecho colectivo y pasa a convertirse en un privilegio condicionado por la capacidad económica. Esta exclusión se manifiesta en la invisibilización o criminalización de ciertos cuerpos y prácticas, lo que refuerza las desigualdades estructurales existentes.

Prácticas de concesión y desigualdad estructural

El alquiler y la concesión de espacios públicos son estrategias clave dentro del neoliberalismo urbano. Estas prácticas delegan la gestión de espacios colectivos a actores privados, quienes priorizan su explotación económica por encima de su función social. Ejemplos de ello incluyen el uso de parques y plazas para eventos corporativos, los cuales generan ingresos para las administraciones locales, pero restringen el acceso público y convierten estos espacios en recursos al servicio del capital privado.

Estas concesiones no solo perpetúan las desigualdades sociales, sino que también limitan la capacidad de las comunidades para decidir sobre el uso de sus propios espacios. Al privatizar la gestión, se consolidan narrativas que alinean el espacio público con las prioridades del mercado, despojándolo de su potencial como lugar de encuentro e inclusión.

En última instancia, estas prácticas refuerzan una lógica de exclusión, donde solo aquellos con los recursos económicos necesarios pueden disfrutar del espacio público, perpetuando así un ciclo de inequidad estructural.

Gentrificación y el arte urbano

Gentrificación urbana

La gentrificación, como fenómeno urbano, implica una transformación profunda de los barrios, con una reconfiguración tanto material como simbólica del espacio. Según el texto “Gentrificación no es un nombre de señora”, este proceso, aunque centrado en el mercado inmobiliario, también impacta las estructuras sociales y culturales de los barrios (Smith, 1996). Las áreas que históricamente albergaron a sectores de bajos ingresos experimentan un aumento en su valor debido a la llegada de nuevos residentes con mayor poder adquisitivo, lo que eleva los precios de la vivienda y cambia las dinámicas de consumo en esos espacios (Wacquant, 2008). Así, la gentrificación no solo implica un desplazamiento físico, sino también simbólico, ya que impone un nuevo modelo de vida que no tiene cabida para los habitantes originales, quienes son excluidos cultural y económicamente.

Proceso de revalorización y desplazamiento

La gentrificación inicia cuando los desarrolladores urbanos, junto con políticas públicas de mejora, identifican barrios con potencial de revalorización. Con la llegada de nuevos residentes, los precios de alquiler y propiedad aumentan, lo que genera el desplazamiento forzado de los habitantes originales (Wacquant, 2008). Este desplazamiento no solo afecta a las viviendas, sino también a los comercios locales, los cuales son reemplazados por cadenas de mayor poder económico, alterando las costumbres y dinámicas culturales del barrio.

Este proceso se configura como una revalorización desigual, dado que la comunidad original, generalmente de clase baja, no puede adaptarse

al nuevo modelo económico. Además del desplazamiento, los antiguos residentes enfrentan una exclusión cultural, pues la llegada de nuevas clases sociales cambia el paisaje urbano y las prácticas locales. De esta manera, la gentrificación no solo produce un cambio económico, sino también un proceso simbólico de desapropiación de identidad.

El impacto en la identidad del barrio

La gentrificación afecta profundamente la identidad de los barrios, ya que la llegada de nuevos residentes, generalmente ajenos a la cultura local, transforma el entorno para ajustarlo a sus propios gustos y valores. Las costumbres locales, las culturas propias y la memoria colectiva de los habitantes originales se ven amenazadas, ya que el barrio pierde su autenticidad ante la imposición de un modelo ajeno a sus raíces.

Uno de los efectos más visibles es la transformación del paisaje urbano. Los edificios antiguos, que a menudo tienen valor histórico o arquitectónico, son renovados o demolidos, alterando la fisonomía del barrio y afectando el sentido de pertenencia de la comunidad original. Estos cambios no solo modifican la estética del lugar, sino también las relaciones sociales, ya que los nuevos espacios se diseñan para atraer a un público diferente. Así, el espacio público, que antes servía como lugar de encuentro para los habitantes locales, se convierte en un área exclusiva que no fomenta la cohesión social.

El papel de las políticas neoliberales

Las políticas neoliberales juegan un papel central en la gentrificación, al tratar a la ciudad como un producto dentro del mercado global. La lógica de rentabilidad prioriza la capacidad de los territorios para generar beneficios económicos, sin considerar su potencial como espacios de convivencia. El concepto de *city branding*, que busca posicionar a las ciudades como marcas globales, fomenta la llegada de turistas e inversiones extranjeras, pero también genera el desplazamiento de las clases más bajas, quienes no encajan en la “marca” de la ciudad (Harvey, 2007).

Las políticas de “revitalización urbana” se presentan como una so-

lución a la degradación de áreas específicas, pero en la práctica, suelen estar orientadas a aumentar el valor inmobiliario más que a mejorar las condiciones de vida de los residentes originales. Este enfoque refuerza la desigualdad social y empeora las condiciones de vida de los desplazados, pues se priorizan las inversiones privadas que son rentables para el mercado inmobiliario, en lugar de las necesidades de las comunidades locales.

La función del mercado y la “clase creativa”

La llegada de la “clase creativa”, según Richard Florida (2002), juega un papel crucial en la gentrificación, ya que estos profesionales del arte, la tecnología y el diseño buscan residir en barrios con potencial de revitalización. Esta clase, inicialmente vista como un agente de revitalización económica, no siempre tiene un impacto positivo para los residentes originales. Si bien su presencia puede mejorar la actividad económica, también incrementa los precios de la vivienda y hace que los bienes y servicios se vuelvan inaccesibles para los habitantes previos.

La “clase creativa” está estrechamente vinculada a los intereses del mercado inmobiliario, pues su llegada justifica las políticas de gentrificación. Sin embargo, este enfoque de revitalización no toma en cuenta la diversidad de las comunidades locales, sino que favorece a un sector económico que promueve espacios “modernos” y “de moda”. A medida que el barrio se adapta a las necesidades de la nueva clase, los residentes originales pierden sus medios de vida y la capacidad de acceder a recursos como el arte y los servicios culturales, los cuales se transforman en mercancías bajo las lógicas neoliberales.

Cooptación del arte urbano

El arte urbano: de la resistencia a la comercialización

El arte urbano, y particularmente el *graffiti*, nació como una forma de protesta contra la opresión urbana y la estandarización de las ciudades (Ferrell, 1993). Proveniente de sectores marginados, este arte no tenía la intención

de buscar reconocimiento institucional ni de ser comercializado; su objetivo era visibilizar las luchas de las comunidades desfavorecidas y desafiar las estructuras de poder. No obstante, con el tiempo, este tipo de arte ha sido absorbido por las dinámicas del mercado. Como sostiene García Canclini (2001), las formas culturales emergentes en la periferia, en lugar de permanecer como expresiones genuinas, son convertidas en productos de consumo, adaptándose a las demandas del mercado global. El *graffiti*, que inicialmente era una herramienta de resistencia social, ha sido transformado en un símbolo utilizado para atraer turistas y revitalizar barrios, dejando de ser un acto subversivo para convertirse en un componente dentro del marketing urbano.

El arte urbano como herramienta de “revitalización” y gentrificación

La apropiación del arte urbano está estrechamente relacionada con el fenómeno de la gentrificación, especialmente en áreas periféricas. En muchas ciudades, los gobiernos locales y las empresas privadas emplean el arte urbano como una estrategia para atraer turistas y aumentar el valor de las propiedades. Este fenómeno, denominado “revitalización urbana”, utiliza el arte como medio para embellecer áreas deterioradas y hacerlas más atractivas para nuevos residentes de clases medias y altas (Zukin, 1995). En lugar de mantener su rol crítico, el arte urbano se transforma en una herramienta para facilitar el desplazamiento de las comunidades originarias, mientras redefine la identidad cultural del barrio.

El concepto de la ciudad como espacio de consumo, propuesto por Lefebvre (1991), muestra cómo el arte, que en sus inicios representaba la voz de los sectores subalternos, acaba convirtiéndose en un producto controlado por los intereses económicos. Los murales y grafitis, ahora parte del patrimonio urbano de las ciudades gentrificadas, dejan de ser elementos de protesta para transformarse en símbolos de una modernidad que atrae a los turistas, siendo un componente más del consumo en estos espacios.

El arte urbano y el *city branding*

La evolución del arte urbano hacia una herramienta comercial está directamente relacionada con el concepto de *city branding*, una estrategia empleada por las ciudades para posicionarse en el mercado global. El arte urbano, que antes poseía un carácter crítico, ha sido reinterpretado como una manifestación de creatividad y modernidad (Florida, 2002). Murales y grafitis, que antes estaban ligados a la protesta, ahora se convierten en símbolos visuales que representan una ciudad dinámica y vanguardista, adaptada a las demandas del mercado turístico e inmobiliario.

Este cambio de enfoque permite que el arte urbano, percibido ahora como parte integral de la identidad de la ciudad, sea utilizado para atraer tanto a turistas como a emprendedores, quienes buscan no solo servicios urbanos, sino una imagen de modernidad y creatividad vinculada a las tendencias globales. Sin embargo, esta transformación convierte al arte urbano en un producto de consumo, despojándolo de su potencial subversivo y convirtiéndolo en un elemento del embellecimiento comercial.

El caso de las ciudades que se benefician del arte urbano

En diversas ciudades, el arte urbano ha sido asimilado y transformado en una atracción turística. En Berlín, por ejemplo, el Muro de Berlín, que originalmente simbolizaba la división política, ahora es una galería de murales abierta al público, atrayendo a miles de turistas anualmente. En Nueva York, barrios como el East Village y Williamsburg han experimentado una revitalización gracias al arte urbano, que ha actuado como un catalizador para la valorización inmobiliaria. Lo mismo sucede en Bogotá, donde el arte urbano, especialmente en áreas como La Candelaria, ha sido convertido en un atractivo turístico, promoviendo recorridos y festivales que integran el *graffiti* como parte fundamental de la identidad turística de la ciudad.

Este proceso de “revitalización”, sin embargo, no es neutral: aunque el arte urbano puede ser un impulsor del desarrollo económico, también ha causado la gentrificación y el desplazamiento de las comunidades

originarias. A pesar de que los murales continúan siendo una forma de expresión, frecuentemente pierden su carácter contestatario al ser utilizados para embellecer áreas que luego se convierten en zonas exclusivas.

El dilema del arte urbano: resistencia vs. cooptación

Aunque el arte urbano ha sido absorbido por las dinámicas del mercado, sigue existiendo una tensión entre su función como herramienta de resistencia y su cooptación como producto comercial. Como señala Foucault (1975), el arte tiene un potencial subversivo, ya que puede cuestionar las estructuras de poder y visibilizar las demandas de los grupos marginados. A pesar de su transformación en un objeto de consumo, muchos artistas continúan utilizando el espacio urbano para desafiar las políticas neoliberales y las injusticias sociales, sirviéndose del *graffiti* y los murales para manifestar su resistencia en medio de los procesos de gentrificación.

La paradoja radica en que, al ser absorbido por el mercado, el arte urbano pierde gran parte de su capacidad crítica y se convierte en un elemento comercial que, en lugar de cuestionar el orden social, lo refuerza al ser utilizado como parte de la estrategia turística de la ciudad. Este proceso de cooptación plantea un dilema para los artistas urbanos: por un lado, su arte sigue siendo un vehículo de resistencia, pero por otro, se convierte en un producto dentro de un sistema económico que comercializa sus expresiones y las transforma en símbolos de consumo.

El arte público y la gentrificación: ejemplos de transformación urbana

Hackney (Londres): arte público como motor de gentrificación

Hackney, un barrio londinense, ilustra cómo la intervención artística puede actuar como catalizador en procesos de gentrificación. Tradicionalmente conocido como un barrio obrero con una infraestructura urbana

deteriorada, Hackney ha experimentado una transformación radical en las últimas dos décadas. Este cambio ha sido impulsado por diversos factores, entre los cuales destaca el arte público.

Desde principios de los 2000, Hackney comenzó a atraer a artistas y creadores debido a los bajos precios de la propiedad y la autenticidad de sus espacios industriales. Este contexto dio lugar a un renacimiento artístico que inicialmente estaba vinculado a una cultura subcultural y de resistencia. Grafitis, instalaciones y murales transformaron el espacio público, generando un ambiente creativo que capturó la atención de residentes y turistas. Esta proliferación artística no solo embelleció las calles de Hackney, sino que también redefinió su identidad cultural.

Sin embargo, la relación entre arte y revitalización urbana es compleja. Aunque el arte público puede fortalecer el tejido social y cultural de un barrio, también tiene el potencial de convertirse en una herramienta para la gentrificación. En Hackney, las intervenciones artísticas contribuyeron a mejorar la imagen de la zona y a atraer a nuevos residentes de mayor poder adquisitivo. Los murales y las instalaciones, diseñados inicialmente para resaltar la identidad cultural del barrio, comenzaron a ser utilizados como estrategias para “rebrandear” Hackney como un lugar moderno, dinámico y atractivo para inversores y clases medias-altas.

Este proceso no es casual. Zukin (1995) señala que el arte frecuentemente actúa como un catalizador en la gentrificación, justificando el cambio social y económico mediante su estética y atractivo cultural. En Hackney, el arte público pasó de ser una forma de expresión comunitaria a un recurso instrumentalizado por desarrolladores inmobiliarios. Proyectos artísticos de gran escala y murales en espacios clave del barrio fueron utilizados para embellecer la zona, incrementando el valor de las propiedades y el interés turístico. Este cambio, aunque positivo en términos de desarrollo urbano, tuvo un impacto significativo en las comunidades locales. A medida que aumentaron los alquileres y los costos de vida, muchos de los residentes originales de Hackney se vieron desplazados hacia zonas periféricas, desarraigados de sus comunidades.

El caso de Hackney resalta las tensiones inherentes al uso del arte público en procesos de revitalización urbana. Lo que alguna vez fue un medio de resistencia cultural y cohesión social se transformó en un

instrumento de exclusión. Como resultado, las características originales del barrio y su población trabajadora han sido marginadas, mientras que el arte, en lugar de resistir, ha sido cooptado para atraer a una nueva población más acomodada. Este fenómeno subraya la paradoja del arte público en contextos urbanos contemporáneos: una herramienta de inclusión que, a menudo, se convierte en un motor de exclusión.

Gracia (Barcelona): el arte urbano como motor de gentrificación y revalorización

Gracia, un barrio barcelonés conocido por su identidad de clase trabajadora, ha sufrido una transformación profunda en las últimas décadas, impulsada por el turismo y el arte urbano. Este proceso de revalorización ha reconfigurado el espacio y generado tensiones sociales, especialmente debido a la gentrificación, que ha desplazado a los habitantes originales en favor de turistas y nuevas clases medias. Como señala Smith (2002), el arte y la cultura urbana pueden actuar como herramientas de “revalorización”, embelleciendo un barrio mientras facilitan su transformación para las clases medias y altas, dejando atrás a los sectores más empobrecidos.

Históricamente, Gracia fue un barrio obrero caracterizado por su arquitectura modesta, pequeñas calles y plazas que albergaban comunidades trabajadoras unidas. Durante el siglo XX, logró mantener una identidad comunitaria fuerte, lejos de las dinámicas turísticas que transformaban otras áreas de Barcelona. Sin embargo, tras los Juegos Olímpicos de 1992, el auge del turismo en la ciudad modificó significativamente las dinámicas urbanísticas, afectando también a Gracia.

El arte urbano se convirtió en un motor clave de la gentrificación del barrio. Durante las últimas dos décadas, Gracia ha visto una proliferación de murales y proyectos artísticos que no solo han embellecido sus calles, sino que también han sido utilizados como parte de un proceso de “rebranding”. A través del arte público y eventos culturales, Gracia ha sido transformado en un destino bohemio y alternativo que atrae a turistas y residentes jóvenes de clase media-alta. Estas intervenciones artísticas no solo cumplen una función estética, sino que también han redefinido la identidad del barrio, alineándola más con los intereses del mercado inmobiliario y el turismo.

A medida que Gracia ganaba atractivo como destino cultural, los precios de las propiedades aumentaron, lo que llevó al desplazamiento de muchos de los residentes originales hacia zonas más periféricas de la ciudad. Este fenómeno ilustra cómo el arte urbano, inicialmente concebido como una forma de expresión y resistencia social, puede ser cooptado por el mercado para promover la exclusión y el desarraigo. Ley (1996) destaca que el arte público no solo embellece los espacios urbanos, sino que también redefine simbólicamente las identidades de los barrios, atrayendo a inversores y turistas a costa de las comunidades locales.

La comercialización del arte en Gracia ha creado un mercado visual en el que la estética y el atractivo cultural del barrio se han convertido en mercancías. Este proceso ha desplazado a los residentes originales, quienes formaban parte activa de la comunidad cultural, en favor de un público que consume la imagen bohemia y alternativa del barrio sin involucrarse en su historia ni en las problemáticas sociales de sus habitantes más vulnerables. Como resultado, la transformación de Gracia ha profundizado las desigualdades sociales y alterado el carácter original del barrio, ejemplificando el impacto paradójico del arte urbano en los procesos de gentrificación.

Berlín: el muro de Berlín y la gentrificación en Kreuzberg

El barrio de Kreuzberg en Berlín ilustra cómo el arte público, especialmente en las intervenciones artísticas en el Muro de Berlín, ha desempeñado un papel crucial en los procesos de gentrificación urbana. Este distrito, antes marginado, se ha transformado en un área de moda con alta demanda inmobiliaria y aumento de los precios, impulsado en parte por el valor simbólico y funcional del arte urbano. Antes de la reunificación alemana en 1990, Kreuzberg, rodeado por el Muro, era un refugio para inmigrantes, activistas y artistas, con una identidad ligada a la resistencia política y la subcultura. Movimientos como el punk y el activismo radical definieron su carácter distintivo en el contexto de la Guerra Fría (Harvey, 2005).

En paralelo, Santa María la Rivera en la Ciudad de México también ha sufrido transformaciones similares. El desplazamiento de comunidades originales ha reconfigurado dinámicas sociales y económicas, eliminando redes de apoyo y tradición. Familias y negocios tradicionales han sido sustituidos por residentes jóvenes y turistas que buscan una “autenticidad” estética, desconectada de la historia del barrio. Este cambio no solo transforma el paisaje cultural y económico, sino que también refleja las tensiones entre la identidad original del barrio y las nuevas dinámicas de consumo cultural.

En ambos casos, el arte urbano ha pasado de ser una herramienta de resistencia a convertirse en un motor de valorización inmobiliaria. En Santa María la Rivera, murales e instalaciones, originalmente concebidos como elementos de lucha social, se han transformado en productos de consumo, promoviendo la gentrificación y perdiendo su capacidad crítica. Según Harvey (2005), este uso instrumental del arte es característico del neoliberalismo, donde el valor cultural de los espacios se utiliza para atraer inversiones y aumentar la rentabilidad de las ciudades.

La visibilidad global que el arte urbano otorga a barrios como Santa María la Rivera puede percibirse como un logro, pero también plantea una paradoja. Si bien atrae atención internacional, esta misma visibilidad contribuye al desplazamiento de sus habitantes originales. Turistas y nuevos residentes, con mayor poder adquisitivo, alteran la estructura social del barrio, incrementan los costos de vida y generan exclusión. Esto refuerza las desigualdades sociales y erosiona los valores culturales que inicialmente definían el carácter del lugar.

Santa María la Rivera: un barrio en transición

Santa María la Rivera, un barrio tradicional de la Ciudad de México, ha experimentado una transformación significativa impulsada por procesos culturales y económicos, siendo el arte urbano uno de los principales motores de este cambio. Anteriormente habitado por comunidades de clase trabajadora, hoy atrae a artistas, turistas y desarrolladores inmobiliarios, lo que ha transformado su identidad. A través de murales y proyectos artísticos, el barrio se ha posicionado como un centro cultural emergente, con temas de identidad mexicana y luchas sociales en el centro de sus intervenciones.

La revalorización del barrio comenzó con proyectos del gobierno y la iniciativa privada que buscaban atraer a nuevos residentes y turistas mediante murales, eventos culturales y galerías. Estos esfuerzos lograron atraer a un público diverso, pero también provocaron la gentrificación del área. Según Zukin (1995), a medida que aumentaba la visibilidad del arte urbano, los precios de alquiler se elevaron, lo que llevó al desplazamiento de las familias tradicionales hacia zonas más periféricas.

La gentrificación en Santa María la Rivera también desplazó a comercios tradicionales, como mercados y tiendas de abarrotes, que fueron sustituidos por tiendas de diseño, restaurantes y cafés boutique. El arte urbano, originalmente subversivo, se convirtió en una herramienta de marketing para reposicionar el barrio en el mapa turístico y residencial. Este fenómeno muestra cómo el arte, absorbido por intereses económicos, pierde su capacidad crítica y se convierte en un atractivo dentro del proceso de gentrificación, lo que refuerza las lógicas del mercado inmobiliario.

Aunque el arte urbano ha dado al barrio una nueva identidad cultural, también ha exacerbado las divisiones sociales. La llegada de nuevos residentes y turistas ha aumentado la brecha entre ricos y pobres, alterando la cohesión social del barrio y diluyendo sus relaciones comunitarias. Como señala Zukin (1995), uno de los efectos más destructivos de la gentrificación es el desplazamiento de las comunidades históricas, sustituyendo sus tradiciones por las de una clase media-alta que busca lo “auténtico” sin involucrarse en las luchas sociales que le dieron forma. En este contexto, el arte, que antes servía para fortalecer la comunidad y resistir las transformaciones del mercado inmobiliario, ha facilitado la gentrificación al agregar valor a la propiedad y atraer a nuevos residentes con mayor poder adquisitivo.

Artivismo y erosión de la lucha política

El artivismo, que fusiona arte y activismo, ha perdido gran parte de su capacidad subversiva en el contexto neoliberal. El sistema capitalista lo convierte en un producto simbólico que, en lugar de cuestionar el orden establecido, lo refuerza. A medida que el arte se mercantiliza, se aleja de su función crítica y se convierte en un espectáculo que respalda las

estructuras de poder. Un ejemplo es cómo el arte en barrios como Santa María la Rivera contribuye a la gentrificación, en lugar de desafiarla.

Este fenómeno refleja cómo el activismo, absorbido por el mercado, pierde su potencial de cambio social y se convierte en un medio para promover el consumo. Así como los festivales de arte patrocinados por corporaciones se transforman en eventos de marketing, el activismo en barrios gentrificados se convierte en una herramienta para atraer inversiones y promover el consumo, desvirtuando su propósito original.

Una de las principales consecuencias es la individualización del arte, desplazando las luchas colectivas hacia la figura del artista como líder. Este fenómeno recuerda a la gentrificación, donde las comunidades originales son desplazadas y los artistas se convierten en agentes de revalorización de los barrios. De este modo, el arte se convierte en un vehículo para la acumulación de capital simbólico y económico, más que en una expresión de lucha colectiva.

Además, el activismo puede ser utilizado por gobiernos autoritarios para legitimar su imagen, convirtiéndose en una herramienta de “lavado cultural”. Al igual que en la gentrificación, el arte se utiliza para suavizar tensiones sociales y económicas, despolitizando las luchas sociales y colaborando con el régimen.

Los artistas, al contribuir al proceso de gentrificación mediante su arte, se ven atrapados en una contradicción. Aunque juegan un papel clave en la revitalización de barrios, también son víctimas del aumento de los precios inmobiliarios, lo que lleva al desplazamiento de las comunidades originales, incluidos los propios artistas. Esta relación compleja entre arte, mercado y poder refleja cómo los artistas pueden ser tanto agentes de cambio como víctimas del sistema que contribuyen a crear.

El arte urbano, que surgió como resistencia, ha sido cooptado por el mercado neoliberal, convirtiéndose en productos estéticos utilizados por marcas. Esto diluye su contenido crítico y lo transforma en mercancía consumible. Lo mismo ocurre con el arte público, que ha sido absorbido por proyectos de revalorización urbana, donde se utiliza para promover la ciudad como un producto atractivo para inversiones y turismo, en lugar de representar las voces de las comunidades.

En este contexto neoliberal, el arte público ya no actúa como una herramienta de resistencia, sino como un instrumento para la revalorización económica. Proyectos artísticos como murales y esculturas, que antes visibilizaban luchas sociales, ahora transforman los barrios en zonas comerciales, elevando los precios inmobiliarios y desplazando a las comunidades originales.

Aunque el arte público en la gentrificación puede generar beneficios estéticos y turísticos, también excluye a las comunidades locales. Los artistas, al colaborar en estos procesos, quedan atrapados en un ciclo de precarización y desplazamiento. Sin embargo, el arte público sigue teniendo el potencial de resistir y recuperar su función transformadora cuando es creado a partir de proyectos comunitarios en los que las comunidades locales participan activamente.

La precariedad laboral y la necesidad de resistir

La precariedad laboral de los artistas los obliga a aceptar encargos comerciales que explotan su creatividad sin reconocer el valor artístico o crítico de su trabajo. Zukin (1995) señala que en barrios gentrificados, los artistas son explotados por el mercado que se beneficia de la “autenticidad” de sus obras. Sin embargo, tienen el potencial de resistir, formando colectivos que defiendan sus derechos y la integridad de su arte, tal como sugiere Ley (1996).

La sindicalización y la formación de colectivos autónomos son estrategias clave para fortalecer su capacidad de resistencia. Estos colectivos buscan no solo mejorar las condiciones laborales, sino también promover un arte enfocado en la transformación social y política.

El arte público y el activismo, cooptados por el neoliberalismo, requieren nuevas estrategias para recuperar su potencial transformador. Se proponen tres líneas de acción:

1. Anonimato y ruptura con el mercado: El anonimato permite que el arte mantenga su función de resistencia, como ocurre con el *graffiti* y el stencil.
2. Obras como propaganda y reproducción masiva: La difusión de obras con fines propagandísticos democratiza el acceso al arte, priorizando el mensaje social sobre el valor comercial.

3. El rol de los movimientos sociales en la producción artística: El arte debe surgir de procesos colectivos, vinculándose a luchas sociales y empoderando a las comunidades.

Propuestas de resistencia y acción

1. Recuperación de la capacidad crítica del arte público: El arte debe cuestionar las dinámicas neoliberales y devolver al espacio público su función de debate y resistencia.
2. Sindicalización y organización colectiva: Los sindicatos y redes de solidaridad permiten a los artistas negociar condiciones laborales justas y defender su autonomía creativa.
3. Resistencia y autonomía artística: Los artistas deben mantener su autonomía frente a las presiones del mercado, creando arte que no pueda ser cooptado.

Propuesta de un código de ética artística: Establecer principios para preservar la integridad del arte, evitando su instrumentalización en procesos de gentrificación y favoreciendo la justicia social.

Sindicalización, resistencia y autonomía artística

1. Sindicalización y organización colectiva: Los sindicatos protegen los derechos de los artistas, permitiendo negociar mejores condiciones laborales y resistir la comercialización del arte.
2. Resistencia y autonomía artística: Crear alternativas que promuevan la transformación social, como intervenciones críticas contra la gentrificación y proyectos comunitarios.
3. El arte como agente de cambio social: El arte debe abordar problemas de desigualdad y exclusión, promoviendo la acción colectiva y la solidaridad.
4. Resiliencia crítica: El arte público debe ser un espacio de solidaridad y crítica social, empoderando a las comunidades y fortaleciendo redes sociales.
5. Cuestionamiento de las lógicas del capital: El arte debe desafiar las dinámicas mercantiles, manteniendo su independencia crítica mediante intervenciones disruptivas.

6. Solidaridad y redes: La solidaridad es esencial para fortalecer la resistencia colectiva y defender la integridad del arte y las condiciones laborales justas.
7. El papel de los sindicatos en la resistencia cultural: Los sindicatos como el IWW en México son fundamentales para defender los derechos de los trabajadores culturales y promover políticas públicas de apoyo.

Construcción de redes solidarias y transformación del espacio urbano

1. Redes solidarias en el sector cultural: Las redes colaborativas y plataformas solidarias amplifican las voces de los artistas y comunidades. Estas incluyen redes locales, colaboración internacional y plataformas digitales.
2. Propuestas concretas para la acción solidaria: Espacios de formación, fondos solidarios para artistas y campañas de sensibilización para promover condiciones laborales justas.
3. Transformación del espacio urbano: El arte público puede reconfigurar los espacios urbanos, generando nuevas narrativas que desafíen las jerarquías sociales y fortaleciendo el sentido de pertenencia y agencia colectiva.

Conclusiones

El neoliberalismo ha reconfigurado profundamente las políticas culturales y urbanas, especialmente en lo relacionado con el arte público. Este proceso ha instrumentalizado el arte como un mecanismo para la valorización económica de los espacios urbanos, promoviendo fenómenos como la gentrificación y la exclusión social. Sin embargo, también ha emergido como un medio de resistencia crítica, cuestionando las dinámicas de poder del sistema neoliberal. En este contexto, el arte público se presenta como un espacio ambiguo, capaz tanto de consolidar formas de control social como de subvertirlas al visibilizar injusticias sociales.

La gentrificación transforma no solo los barrios urbanos, sino también sus estructuras sociales y culturales. Este fenómeno, lejos de ser una simple

mejora del entorno, conlleva el desplazamiento de poblaciones vulnerables y la pérdida de las características históricas y culturales de los barrios. Impulsada por políticas neoliberales y la llegada de clases creativas, responde a una lógica capitalista que prioriza la maximización de beneficios, desatendiendo las necesidades de las comunidades tradicionales.

En este contexto, el arte público juega un papel paradójico: puede servir como una herramienta de resistencia colectiva, pero también como motor de revalorización económica que favorece el desplazamiento. Ejemplos como los barrios de Gracia en Barcelona y Santa María la Rivera en Ciudad de México muestran cómo el arte urbano, aunque revitaliza, puede contribuir a la exclusión social al ser cooptado por dinámicas neoliberales. Esta ambivalencia resalta la compleja relación entre cultura, economía y poder en las ciudades contemporáneas.

A pesar de estas tensiones, el arte público sigue albergando el potencial de transformación social. Iniciativas como la sindicalización de artistas y la creación de códigos éticos ofrecen caminos para desafiar las dinámicas mercantiles que intentan controlar la producción artística. Estas propuestas permiten recuperar la autonomía del arte público y reposicionarlo como un vehículo de resistencia y justicia social.

Finalmente, para que el arte público recupere su función transformadora, es esencial desvincularlo de las dinámicas mercantiles del neoliberalismo y orientarlo hacia la construcción de ciudades más inclusivas y equitativas. La resiliencia crítica, basada en proyectos participativos, redes solidarias y la reivindicación del espacio público, constituye un marco poderoso para transformar el arte en una herramienta activa contra las desigualdades urbanas.

Referencias bibliográficas

- Berger, J. (1972). *Ways of seeing*. Penguin Books.
- Bishop, C. (2012). *Artificial hells: Participatory art and the politics of spectatorship*. Verso Books.
- Boltanski, L., & Chiapello, E. (2002). *El nuevo espíritu del capitalismo*. Akal.

- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. En J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (1993). *The field of cultural production*. Columbia University Press.
- Bourriaud, N. (2002). *Relational aesthetics*. Les Presses du Réel.
- Ferrell, J. (1993). *Crimes of style: Urban graffiti and the politics of criminality*. Northeastern University Press.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community, and everyday life*. Basic Books.
- Foster, H. (2002). *The return of the real: Art and theory at the end of the century*. MIT Press.
- Foucault, M. (1975). *Discipline and punish: The birth of the prison*. Pantheon Books.
- García Canclini, N. (2001). *Consumidores y ciudadanos: Conflictos multiculturales de la globalización*. Grijalbo.
- Guattari, F. (1995). *Chaosmosis: An ethico-aesthetic paradigm*. Indiana University Press.
- Harvey, D. (2005). *A brief history of neoliberalism*. Oxford University Press.
- Hedstrom, R. (2018). Ethics and urban art: Navigating the tensions between commerce and community. *Journal of Urban Cultural Studies*, 5(3), 210–225.
- International Workers of the World. (2023). *Organizing for justice in culture*. <https://iww.org>
- Kester, G. H. (2011). *The one and the many: Contemporary collaborative art in a global context*. Duke University Press.
- Lefebvre, H. (1991). *The production of space*. Blackwell.
- Ley, D. (1996). *The new urban frontier: Gentrification and the revanchist city*. Routledge.
- Lugo Martínez, P. A. (en prensa). *Hacia una teoría libertaria del arte: Relaciones entre la filosofía política anarquista y las prácticas artísticas transgresoras contemporáneas* (Tesis doctoral). Universidad Politécnica de Valencia.

- Rancière, J. (2006). *The politics of aesthetics: The distribution of the sensible*. Continuum.
- Sennett, R. (2006). *The culture of the new capitalism*. Yale University Press.
- Smith, N. (2002). New globalism, new urbanism: Gentrification as global urban strategy. *Antipode*, 34(3), 427–450.
- Thornton, S. (2014). *33 artists in 3 acts*. W. W. Norton & Company.
- Zukin, S. (1995). *The cultures of cities*. Blackwell.

Voces en la calle: narrativas del graffiti y el arte urbano, escenarios de creación y turismo. Construcción de imaginarios como escenarios turísticos a través de los diferentes tipos de graffiti y arte urbano.

*Se terminó de editar en diciembre de 2025
en los talleres de Astra Ediciones*

Av. Acueducto No. 829

Colonia Santa Margarita, C. P. 45140

Zapopan, Jalisco, México.

(52) 33 38 34 82 36

E-mail: edicion@astraeditorial.com.mx

www.astraeditorialshop.com

Este libro contiene textos testimoniales del fenómeno social artístico que recupera la epidermis urbana para incorporarla al diálogo ciudadano, testimonios que son a su vez reflexiones sobre una compleja emergencia de incidencia transversal en la turistificación, la gentrificación, la especulación inmobiliaria, la espacialidad del arte, la comercialización de la cultura o la territorialidad de las políticas públicas. El conjunto de aportaciones contribuye al entendimiento crítico de la pictografía callejera y con ello de la vida urbana.

ISBN: 979-13-88142-24-6



9 791388 142246



Consulta y descarga

