

EL ANÁLISIS DE LOS MICROPAISAJES URBANOS COMO FUENTE COMPLEMENTARIA PARA EL ESTUDIO DE LOS PROCESOS DE TURISTIFICACIÓN*

THE ANALYSIS OF URBAN MICRO-LANDSCAPES AS A COMPLEMENTARY SOURCE FOR THE STUDY OF TOURISTIFICATION PROCESSES

David LÓPEZ CASADO

Departamento de Geografía
UNIVERSIDAD DE SEVILLA | Sevilla, España
Contacto: dlopez19@us.es

Víctor FERNÁNDEZ SALINAS

Departamento de Geografía
UNIVERSIDAD DE SEVILLA | Sevilla, España
Contacto: salinas@us.es

Resumen

Desde hace varios decenios, numerosas investigaciones vienen poniendo de manifiesto los perniciosos efectos del turismo sobre los tejidos urbanos y sociales de las principales ciudades en la escala global, circunstancia que se ha evidenciado con especial dramatismo tras el estallido de la pandemia por la Covid-19. Entre las muchas consecuencias que esta situación está provocando en aquellos espacios donde el fenómeno se manifiesta con una cierta intensidad, está la expulsión de la población local, con especial incidencia en los estratos con menores recursos, y su sustitución por otra de carácter flotante. Vinculado a este proceso, se produce el reemplazo de los comercios tradicionales por establecimientos que tienen una orientación exclusiva al sector del turismo. En este contexto, el artículo tiene como objetivo explorar la utilización de fuentes complementarias a las oficiales que pueden ser de gran utilidad para el estudio de los ámbitos urbanos

Abstract

For several decades, numerous investigations have highlighted the pernicious effects of tourism on the urban and social fabric of the main cities on a global scale, a circumstance that has been highlighted with drama after the outbreak of the Covid-19 pandemic. Among many consequences, this situation caused the frequent expulsion of local populations, with a particular incidence in the strata with fewer resources, and its replacement by another of a floating nature. Linked to this process is the replacement of traditional businesses with establishments that have an exclusive orientation to the tourist sector. In this context, the article aims to explore the use of qualitative sources that can have a complementary use in the study of urban areas subjected to touristification processes that entail a mismatch and distortion in the traditional way of inhabiting these spaces. From the methodological point of view, the research is based on a theoretical analysis

* Este artículo se inscribe en el Proyecto de Investigación "Desarrollo urbano e impactos socio-espaciales del sector turístico en grandes ciudades andaluzas" (P18-RT-2427) del PIDI 2020 Proyectos I+D+i.

sometidos a procesos de turistificación que conllevan un desajuste y distorsión en la forma tradicional de habitar dichos espacios. Desde el punto de vista metodológico, la investigación parte de un análisis teórico donde se abordan, desde la teoría del turismo urbano y del paisaje, las potencialidades del estudio de las manifestaciones informales para la investigación de los procesos de turistificación en ámbitos urbanos sometidos a tensiones sociales y habitacionales entre la población local y la visitante. En este sentido, se acude al análisis de las imágenes que, en distintos contextos espaciales y bajo diferentes formatos, pero siempre de carácter informal y no institucionalizado, traslucen la existencia de procesos que tensionan la vida cotidiana de los habitantes y comercios tradicionales frente a un sector turístico predatorio. Las principales conclusiones de la investigación apuntan a que la aparición de este tipo de expresiones en determinados ámbitos de la ciudad manifiesta la existencia de un conflicto asociado a un proceso de turistificación.

Palabras clave: *turismo, paisajes urbanos, urbanismo, turistificación, arte callejero, graffiti, movimientos sociales*

of urban tourism and the informal expression of graffiti and other similar ones. They approach the potentialities for the study of informal manifestations of the tourism processes in urban areas subjected to social and housing tensions between the local population and the visitor. In this sense, we go to the analysis of images that, in different spatial contexts and under different formats, but always of an informal and non-institutionalized nature, reveal the existence of processes that stress the daily life of the inhabitants and traditional businesses in the face of a predatory tourist sector. The main conclusions of the research pointed to the appearance of predatory expression in certain areas of the city, revealing the existence of a conflict associated with a process of touristification.

Keywords: *tourism, streetscapes (urban design), city planning, touristification, street art, graffiti, social movements*

Introducción

Algunos de los efectos derivados de la pandemia de la Covid-19 han puesto al descubierto, por un lado, la fuerte dependencia económica de muchas ciudades en relación con el sector turístico y, por ende, las nefastas consecuencias para el empleo, sobre todo, para las clases de menores recursos. Además, se ha evidenciado, no sin ciertos tintes de crueldad, cómo la falta de turistas en espacios urbanos tradicionalmente muy tensionados y sometidos a procesos predatorios, por parte tanto de la población flotante como de las actividades económicas vinculadas, ha puesto al descubierto espacios que, en cierto modo, la población local ya había dado por definitivamente

perdidos. En este sentido, la paulatina recuperación de la actividad turística, derivada de la mejora de la situación frente a la pandemia, hace que sea necesario volver a tomar conciencia de la contundencia y rapidez con la que el nuevo paradigma del turístico urbano (Ashworth y Page, 2011) afecta a determinados entornos urbanos. Ello deviene en la necesidad de tomar medidas urgentes para tratar de revertir algunas situaciones que, por el momento y pese a determinadas propuestas en algunas de las ciudades que han sufrido sus efectos de una forma más crítica, no han tenido los resultados esperados. Se trata de una cuestión que vienen reclamando, de una forma cada vez más insistente, entre otros, asociaciones de vecinos y colectivos patrimonialistas, a los que se suman las personas que demandan nuevos modelos urbanos.

El estudio de los impactos y las consecuencias de la turistificación en los entornos urbanos, donde se manifiesta con mayor intensidad, ha sido abordado desde las más diversas disciplinas y perspectivas. El proceso de la turistificación se entiende como “la apropiación física y simbólica de un territorio por una fuerte intensificación de la actividad turística en un breve lapso” (Barrero-Rescalvo y Jover Báez, 2021: 13). Por otro lado, la idea de conflicto que subyace a la definición antes apuntada se concreta en los entornos urbanos sometidos a este tipo de procesos a través de situaciones de disputa del espacio que tensionan las relaciones entre la población local y la visitante (Vives-Miró y Rullan, 2017). Se trata de un tema que ha despertado el interés entre la comunidad científica que ha tratado de proponer marcos teóricos y empíricos para abordarlos.¹ Aunque los cambios que se estaban produciendo en gran parte de las ciudades derivados del creciente arribo de turistas ya eran apuntados desde hace varios decenios (para el caso español véase Prats, 2011), su intensificación en tiempos más recientes ha acentuado algunos de dichos problemas junto con la aparición de otros nuevos (Delgadillo, Díaz y Salinas, 2015; Cócola-Gant, Durán y Janoschka, 2016).

El análisis empírico de los cambios de todo tipo que los procesos de turistificación tienen para amplios sectores de la ciudad, sobre todo en sus centros históricos, aunque no exclusivamente, también se ha hecho desde diversas perspectivas metodológicas. Los objetivos del presente trabajo destacan aquellos enfoques teóricos que han priorizado el carácter cualitativo para analizar la percepción social del paisaje en

¹ Véase Hiernaux y González (2014); Almeida, Costa y Da Silva (2017); y Rêgo y Almeida (2022), entre otros.

determinados destinos turísticos (Mercado Alonso y Fernández Tabales, 2018) y los impactos sobre la población local (Hernández Cordero, 2012; Cocola-Gant y Gago, 2021). Esta relación entre paisaje urbano y población —local o visitante— es especialmente oportuna por cuanto el propio *Convenio europeo del paisaje* (Council of Europe, 2008) atribuye un especial protagonismo a la consideración perceptiva del paisaje.

Ello supone fijar la atención en la relación de interacción que se produce entre las personas y los espacios donde se manifiestan y escenifican las situaciones de mayor presión turística. Por otro lado, las recomendaciones elaboradas para la aplicación del citado convenio señalan que “la identificación, caracterización y cualificación de los paisajes constituye la fase preliminar de cualquier política de paisaje” (Council of Europe, 2008: 4). En el contexto de la presente investigación, esto deriva en la conveniencia de estudiar las transformaciones que se producen en los ámbitos urbanos sometidos a procesos de turistificación, dado que “la percepción del paisaje por la población debe ser también analizada, desde el punto de vista tanto de su desarrollo histórico como de su significado reciente” (Council of Europe, 2008: 4). Pero también, y lo que puede ser de más interés, es avanzar en el análisis de los elementos que ayuden a anticipar la aparición de dichos procesos o que los acompañen.

El estudio del paisaje urbano como sustento metodológico para el análisis de las transformaciones de ámbitos espaciales afectados por procesos de turistificación ya ha sido ensayado con buenos resultados (Barrero Rescalvo y Jover Báez, 2021). Sin embargo, la propuesta del presente trabajo se centra no tanto en la caracterización de las transformaciones sociodemográficas o morfológicas derivadas de la turistificación, como en la idea de explorar nuevas vías de investigación que sirvan para anticiparlos (sin excluir su carácter de acompañamiento de estos procesos una vez que se han iniciado) y, en consecuencia, tener la capacidad para prevenir los posibles efectos negativos que dichos procesos tienen para las poblaciones locales. Por otro lado, una vez desarrollados esos efectos negativos, también sirven para caracterizarlos y ponderarlos.

Objetivos y metodología

En ese sentido, se fija como objetivo principal explorar la potencialidad que ofrecen nuevas fuentes complementarias para el análisis de sectores urbanos donde la

actividad turística hace aflorar las antes citadas situaciones conflictivas, provocando situaciones de distorsión en los modos de habitar de los primeros. Por tanto, se evita acudir a las fuentes de información oficiales tradicionales (censo, padrón de habitantes, estadísticas oficiales) y a las metodologías cuantitativas con que se analizan los procesos de turistificación, aunque no se renuncia a la lectura objetiva del espacio urbano como se expondrá más adelante. Así, se propone específicamente el análisis de los *micropaisajes urbanos*, entendidos como una fuente de los aspectos cualitativos de la percepción discursiva *a)* formal, denotativa y objetiva (a través de la imagen y otras realidades sensoriales) y *b)* connotativa y subjetiva de un entorno urbano que, por sus reducidas dimensiones, escapa de la consideración habitual que el paisaje tiene de los espacios interiores de la ciudad. Un micropaisaje puede estar constituido por una pared, una farola, un trozo del espacio público, entre otros componentes urbanos, en los que hay un elemento, por ejemplo, un cartel, grafiti o testimonio conmemorativo de un hecho histórico, que genera significados. A través de ellos, se pueden definir y comprender fenómenos y procesos que afectan a la ciudad y a sus habitantes y que, a veces, en su localización fragmentaria, pero no casual, ayudan a entender sus dimensiones socioeconómicas y culturales.

La metodología parte de la localización y análisis de otro tipo de evidencias de carácter informal, como grafitis, carteles reivindicativos, publicidad o pintadas de diverso tipo, que desvelen las reivindicaciones de las personas que habitan estos espacios frente a los efectos del turismo. El ámbito espacial elegido para el desarrollo de la investigación ha sido el de los centros históricos de las ciudades andaluzas, no necesariamente aquellos sometidos a mayor presión turística. Se ha realizado un trabajo de campo centrado no tanto en los ámbitos tradicionales que forman parte de los circuitos turísticos más consolidados, sino en barrios y zonas limítrofes a éstos donde el conflicto turista-población local aún no ha trascendido de forma evidente. Se busca dar respuesta a tres cuestiones básicas: 1) ¿Cuáles son los lugares de expresión informal relacionados con los procesos de turistificación?, 2) ¿en qué formato aparecen los mensajes informales contra la turistificación?, y 3) ¿se trata de manifestaciones artísticas, reivindicativas o ambas cosas a la vez?

Nuevos caminos para el análisis de la relación entre el turismo y el paisaje urbano

El análisis del impacto del turismo sobre los espacios urbanos tiene ya una larga trayectoria y desde perspectivas muy amplias (Romero Moragas, 1994; Anton Clavé, 1998; Judd, 2003; Alamilla Canto, 2016). A medida que el turismo ha calado en los aspectos más variados de la sociedad urbana, los impactos se han incrementado, no sólo reforzando y transformando el proceso turístico en sí y sus campos afines, sino que han alcanzado ámbitos nuevos inicialmente no directamente atañidos por el sector —algunos de ellos, de difícil medida por los métodos tradicionales—. Estos impactos han sido valorados con frecuencia desde perspectivas optimistas y parciales, apreciando la expansión turística como un modo de apertura a nuevas fórmulas de desarrollo en ciudades en crisis o con modelos de obsoletos (Richards, 2001; Varisco, 2007). Sin embargo, cuando la mirada se ha centrado en aspectos de calado social o cultural, los trabajos han adoptado una posición más crítica y menos complaciente respecto al nuevo rumbo socioeconómico que había tomado la ciudad. La amabilidad asociada al sector turístico como vehículo para el progreso que imperaba en los años sesenta y setenta del siglo pasado (alejado de los modelos industriales, contaminantes y muy impactantes de aquel momento para las ciudades) se fue transformando a medida que, sobre todo desde los años ochenta (pero con mayor incidencia a partir de final del siglo xx), aparecieron fenómenos nuevos como la sobreexplotación turística (saturación de hoteles, colapso de algunos servicios ciudadanos por parte de los turistas, desplazamiento residencial de la población autóctona para ser sustituida por alojamientos turísticos, etcétera) que sucedían o se superponían a otros procesos que alteraban el equilibrio social de las ciudades, sobre todo en sus sectores más antiguos —especialmente la gentrificación.

El siglo xxi ha supuesto, al menos hasta el inicio de la pandemia de la Covid-19, un reforzamiento de esta situación, hasta el punto de que se habla de un nuevo paradigma de turismo urbano que tiene como denominadores comunes un transporte de costes reducidos (especialmente el aéreo) y la utilización de las nuevas tecnologías como soporte de este modelo que hace mucho más directa la relación entre cliente y producto. Esto abarata el servicio y, en definitiva, ha transformado el universo de los agentes implicados: tanto en lo que compete al turista —que posee unas pautas de

comportamiento y gestión de sus viajes muy diferentes—, como a los propietarios de los servicios de alojamiento —especialmente en todo lo relacionado con los apartamentos turísticos— y a todo el sistema económico que rodea al fenómeno —hostelería en su sentido más amplio, transportes intraurbanos, comercio, gestión de lugares de frecuentación turística, entre otros (Cabrerizo, 2016; Colomb y Novy, 2016; Koens, Postma y Papp, 2018; De la Calle Vaquero, 2019)—. En todo caso, los diagnósticos de la mayor parte de los trabajos señalan que el proceso de turistificación expulsa a los vecinos tradicionales de forma más o menos obligada, provoca la desaparición o transformación del comercio de proximidad (Mansilla López, 2018; Jover Báez, 2019), reactiva la función hotelera en edificios sin uso que podrían haber asumido la función residencial y, además, genera servicios hasta entonces inexistentes, o con otro sesgo, que ahora se vinculan exclusivamente, o casi, a los turistas que se alojan temporalmente en esos barrios.

Otro efecto que ha captado el interés de los estudiosos del fenómeno, especialmente desde la perspectiva patrimonial, tiene que ver con la pérdida de autenticidad de las ciudades turísticas —algunas, como los grandes focos de Florencia, Venecia, Praga, en situación ya muy comprometida desde los últimos decenios del siglo xx—. No se trata sólo de la banalización del entorno urbano a partir de cadenas de servicios internacionales (de hostelería —baretización— y comercio), sino, especialmente, de la pérdida de servicios para los vecinos tradicionales (comercio adaptado a sus necesidades), el aumento del precio del suelo que hace inviable el acceso a la vivienda en buena parte de la ciudad a sus habitantes, sobre todo en sus centros históricos, o simplemente el abandono de la frecuentación de los barrios turísticos para evitar sus aglomeraciones, sus precios más elevados y una peor, o más estandarizada, oferta en sus locales comerciales y de ocio. En el fondo de muchos de estos trabajos, más allá de la crítica a los impactos de las desviaciones del proceso, está la intención de proponer su enmienda y aportar claves desde el concepto de la sostenibilidad para alcanzar situaciones más ventajosas para todos en la ciudad (Guitart Casalderrey *et al.*, 2018; López Palomeque *et al.*, 2018; Postma y Schmuecker, 2017).

Nuevas y diferentes tensiones sobre el espacio de todos: el espacio público como ámbito desde el que valorar la turistificación

Los efectos de la turistificación se han medido, en atención a las obras antes citadas, con métodos diversos y desde muchas perspectivas (evolución y distribución de los apartamentos turísticos en la ciudad, comparación y evolución de precios en los sectores urbanos afectados por el proceso, análisis de los nuevos usos que aparecen en las ciudades turísticas [García-Herrera, 2017; Díaz-Parra y Jover, 2021]). Sin embargo, no abundan tanto los trabajos que utilizan el espacio público y su dimensión paisajística como marco de referencia para reconocer los cambios a los que impele la turistificación. Este espacio y su imagen, tan cargados de simbología para el hecho urbano como recurso imprescindible para el desenvolvimiento funcional e identitario de la ciudad, es también un ámbito patrimonial de primer orden que condiciona de forma directa la percepción de quienes la visitan, pero, sobre todo, de quienes la viven cotidianamente (García García, 2011; Tejada Mendoza y Segura Contreras, 2017). Espacio público y paisaje urbano están íntimamente ligados dado que la calidad del segundo, lo que Florencio Zoido Naranjo (2012) califica como paisaje urbano interior, depende de cómo se entienda desde lo que él mismo llama espacio libre público. Los procesos de turistificación están redefiniendo el calificativo *público*, haciéndolo más neutro, más general, más impreciso y, por lo tanto, descargado en buena medida de ese significado de fuerte dimensión social que su concepto desarrolló en prácticamente todos los países influidos por la cultura occidental, especialmente en Europa, durante el último medio siglo.

No se trata sólo de que estos espacios públicos se transformen formalmente, de que sus elementos estructurales (calzadas, Acerados, disposición del mobiliario urbano) se decodifiquen, al menos parcialmente, respecto a su vocación tradicional en la ciudad (y que sigue siendo funcional en los albores del tercer milenio). Se trata de desentrañar cómo los nuevos procesos que afectan a las ciudades, y entre ellos el de la turistificación, obligan a redefinir conceptos que estaban muy asentados (tanto en la disciplina urbanística como en la de la ideología urbana en general) y, en consecuencia, desplegar determinadas posturas y estrategias para defender y mantener la concepción ideológica que sustenta la conceptualización de estos espacios, de su imagen y de su gestión. Todo ello con el objetivo de asegurar su máximo aprovechamiento ciudadano, por lo que “es imprescindible estudiar la escena urbana interior

como espacio vivido para comprender plenamente su dimensión paisajística” (Zoido Naranjo, 2012: 65). Por lo tanto, estamos ante un espacio usado y vivido, con una imagen que proyecta estas condiciones de uso y vivencia y en el que, además, se muestran mediante signos más o menos evidentes los conflictos que sufre y percibe la población que lo usa (Fernández Tabales y Santos Pavón, 2018).

Sobre el proceso de turistificación, existe además un primer estadio (aunque no se limita a él) en el que el paisaje urbano, más que signos, ofrece evidencias de la degradación o abuso en la forma de aprovechar los espacios públicos (expansión descontrolada de terrazas en lugares de tránsito peatonal, aparición de mostradores móviles, casetas y quioscos con productos turísticos, objetos y material publicitario). La propia presencia de turistas —con el ritmo propio del que visita y reconoce un lugar que no habita— que invaden espacios utilizados por los ciudadanos en su devenir cotidiano como lugares de tránsito (calles peatonales, carriles bici, pasajes) o de ocio (bares locales, centros comerciales, entre otros) genera, desde los estadios más tempranos, pequeñas incomodidades a los residentes locales que terminan atribuyendo una imagen de invasores a los turistas. Esto también sucede en edificaciones administrativas que, además de otros servicios, se ofrecían a los turistas fuera de los circuitos turísticos hasta hace pocos años: ahora forman parte de ellos porque, aunque su función se aparte bastante de los intereses turísticos —facultades universitarias, residencias geriátricas y otros servicios urbanos—, al ubicarse en edificios históricos se han incluido en recorridos turísticos ampliados. Las ciudades tienden a ensanchar los horizontes de sus recursos turísticos, de un lado, para no colapsar los espacios con fuerte carga de visitantes y, de otro, para activar la oferta turística en zonas de la ciudad que, a pesar de tener atractivos, no lograban captar la atención del visitante.

Por último, cabe diferenciar también a los visitantes, dado que no conforman un conjunto monolítico que siempre tenga los mismos intereses ni las mismas pautas de comportamiento. Esto se proyecta también de forma directa sobre los espacios públicos y, en consecuencia, también sobre los distintos paisajes urbanos. No es objeto de este trabajo tipificar estos nuevos papeles turísticos en el paradigma que se consolida en los últimos decenios, pero sí se desea recordar que el carácter del turismo en sus diferentes especialidades —de negocio, de compras, de visitas culturales, de despedidas de solteros/as, entre otros— tiene una relación directa con la imagen de la ciudad y, sobre todo, de cómo se percibe el proceso de la presencia del turista por parte tanto de sus habitantes,

como de potenciales visitantes que, dada la inmediatez de las redes sociales para crear informaciones, arquetipos y, en definitiva, para generar estados de opinión, influyen notablemente en el devenir de la composición de los distintos grupos de visitantes.

Que el paradigma del turismo urbano es un aspecto más de los procesos de globalización no hace falta explicarlo. La presencia ubicua de los servicios Uber, Segway o Glovo coadyuva al proceso de liberalización y, de un lado, facilita al visitante la utilización codificada de la ciudad desconocida, a la que llega con su *trolley* (un símbolo del nuevo paradigma turístico: menos equipaje, más destinos, más baratos). No obstante, por otro lado, contribuye a que los espíritus de lugar, específicos de tantas ciudades, moldeados y heredados durante siglos, hayan sido tan transformados que pueda decirse que es difícil encontrarlos o, de otra manera, que es difícil encontrar en muchas de estas ciudades un espíritu de lugar que no haya sido reelaborado por alguna compañía de mercadotecnia urbana.

¿Condenada a ser una relación conflictiva?

El turismo urbano y la población local

La alteración de los valores urbanos, tal y como se viene señalando en este trabajo, no es sólo una cuestión de erosión física de la ciudad. Su dimensión identitaria no depende únicamente de la presencia de hitos que condensen el sentimiento de pertenencia a ella o del acceso a parques y otros ámbitos urbanos que hayan podido verse alterados en su morfología y percepción visual por su transformación en un recurso de consumo turístico. También cambia la forma en que se asignan valores ciudadanos a los distintos espacios y construcciones urbanas. Este modo de asignación de valores puede cambiar sin que se aprecien muchos signos que lo evidencien en el paisaje urbano. Se propone rastrear con métodos innovadores la existencia o no del conflicto entre el turismo urbano como sector, que no de los turistas como personas, y la población local tomada individualmente o de forma colectiva. En otras palabras, donde la banalización de la ciudad puede estar produciéndose aun en un contexto de pretendida calidad paisajística y con un orden aparente basado en el buen estado del caserío, la limpieza exquisita y la perfecta organización de los servicios como tal son asumidos por el sector turístico, los espacios públicos y su imagen. No obstante, también es cierto que raro es el proceso

de turistificación que no lleve asociados aspectos que atañan a la señalética urbana o a un modelo de publicidad, por exceso o características propias, que difiera del habitualmente pensado para los residentes. En este sentido, valgan como ejemplos los mensajes del tipo “cocina abierta todo el día” o carteles en los que se indica que se atenderá al público en diferentes idiomas, aunque el idioma franco del turismo, como en tantos otros campos, sea fundamentalmente el inglés (Figura 1).

Interesa, a la inversa, cualquier mensaje o vía de comunicación que permita vislumbrar de forma directa o indirecta, a través del micropaisaje que genera, el sentir de la población local frente al proceso globalizador de la actividad turística. Se trata en la mayor parte de los casos de reclamos negativos que, con mayor o menor crudeza, exponen la queja vecinal. ¿Cómo se presentan materialmente estas quejas?

Figura 1
El turismo habla inglés (Sevilla)



Fuente: Los autores, abril de 2021

Existen varios tipos de respuestas que, susceptibles de ser tipificadas, expresan la manera en la que los habitantes de la ciudad muestran su malestar. El destinatario es a veces genérico: en la mayor parte de las ocasiones se dirige a los gestores urbanos (sin nombrarlos explícitamente) que tienen la responsabilidad de las políticas urbanas, entre ellas las turísticas; en otras ocasiones, también interpelan directamente a los turistas, aunque en estos casos se trata sobre todo de situaciones de turismofobia ya asentadas. Interesa resaltar que el análisis del micropaisaje es una fuente discursiva y que el propio desarrollo diacrónico de este proceso ofrece información variada y útil para el conocimiento, la reacción de las administraciones y el diseño de políticas al respecto. En este contexto, interesan aquellos elementos que, por su vinculación a los espacios públicos, evidencian en su micropaisaje mensajes reivindicativos que permiten diagnosticar los principales desencuentros que la turistificación urbana produce y cómo expresan el momento o momentos del proceso en el que aparecen.

Pero si los visitantes no son todos iguales, tampoco lo es la población local (ni los espacios que usa o en los que reside). Por esta razón, la manera de percibir y representar los procesos de estos agentes del turismo también es variada. Así se da el caso de que lo que altera el medio de vida cotidiano para algunos (como sucede en el caso de Málaga) puede ser percibido por otros como un medio de transformación, modernización, activación y cambio de un centro histórico que se encontraba degradado o en proceso de serlo. Este aspecto no es baladí si se tiene en cuenta la dimensión paisajística del proceso y que el *Convenio europeo del paisaje* del Consejo de Europa de 2000 (ratificado por España en 2007 y vigente desde el año siguiente) señala que el paisaje, antes que otra cosa, es el cúmulo de percepciones de la población. No es que se pretenda reducir el proceso de la turistificación a una cuestión de contraste entre percepciones de protagonistas y agentes locales y foráneos (Battino, 2013), pero sí interesa saber en qué medida hay signos en los micropaisajes urbanos de la ciudad turística que evidencian procesos de protesta que, de otra manera, serían más difíciles de rastrear, y cómo estos indicios confirman tendencias y mensajes que aparecen en los medios, sean prensa, radio, televisión o blogs. Identificar y descubrir o confirmar los conflictos a través de las imágenes y discursos que crean los micropaisajes es un modo de avanzar en el conocimiento de la ciudad turistificada y de establecer diagnósticos a partir de los cuales diseñar políticas que corrijan las desviaciones

del proceso turificador, tanto para el visitante como, sobre todo, para el residente (Mercado Alonso y Fernández Tabales, 2018).

Otro aspecto que no es secundario tiene que ver con la taxonomía del proceso y los subprocesos que lo acompañan. Así, las denominaciones de *turistificación*, *turistización*, *exceso de capacidad de acogida* —o de carga— *turística* o *sobresaturación*, citados, entre otros, por Díaz-Parra y Jover (2021), Jover y Díaz-Parra (2020), Mansilla (2019), Sequera y Nofre (2018), evidencian lo poliédrico de un concepto que, pese a que todos lo entienden, muchos denominan de formas diversas y a veces confusas. Especial importancia está adquiriendo el ya citado concepto de *turismofobia*. Sería un error pensar que todos los procesos de turistificación masiva derivan irremediamente en la fobia al turista, pero sin duda no puede ser menospreciado en un contexto en el que interesan mucho las percepciones, y la turismofobia tiene una influencia directa (Huete Nieves y Mantecón Terán, 2018; Milano, 2018). Tampoco la turismofobia es uniforme, ni ha aparecido en los mismos estadios del proceso en todas las ciudades objeto de turistificación, ni posee la misma intensidad y formas de manifestarse (Gil y Sequera, 2018). Interesan sobremanera aquellas formas que, en los micropaisajes urbanos, tienen como soporte el grafiti, el cartel y otras fórmulas de relativo fácil acceso, especialmente para los actores locales.

Mensajes, claves y registros urbanos en el nuevo paradigma turístico

La expresión en los muros de la ciudad de aquellos grupos que no tenían otros medios de obtener eco social para sus reivindicaciones o quejas es tan antigua como la ciudad misma. Es más, casi podría decirse que la difusión de su presencia diferencia a la ciudad de otro tipo de asentamientos. El anonimato en el mensaje parietal proporciona salvaguardia a quien lo realiza; puede tener un contenido político o no (los grafitis relacionados con el sentimiento amoroso aparecieron en Pompeya hace casi dos milenios y continúan siendo una constante en muchas ciudades del mundo), pero la grandeza del acto grafitero consiste en la praxis de una libertad que a menudo no podría ejercerse de otra forma. Hoy, incluso en las sociedades más democráticas, el análisis

de estos grafitis, de pasquines políticos y de otras fórmulas para proyectar mensajes constituye un buen indicador de los entresijos socioculturales de una ciudad.

Por si tuvieran en sí poco interés, algunos de ellos han entrado en el campo de la producción artística (Eco y Fabbri, 1978; Figueroa Saavedra, 2014; Silva, 2014) y, paradójicamente, aunque muchos proceden de la periferia del sistema, otros se incardinan en el meollo creativo de la sociedad global. Los grafitis y los grafiteros son elementos que también definen el grado de modernización de una ciudad y, en consecuencia, de su capacidad para alentar la creatividad y, de paso, su competitividad. Hasta ahí llega la perversión de la globalización cultural, puesto que se vale de todo un sistema de códigos de información que coordina vías de interrelación social y artísticas globales —*breakdance* o *hip-hop*, entre otros— que han terminado desplazando formas de expresión locales para expresar la queja y la reivindicación. En la humanidad actual, miles de jóvenes de los países más diversos utilizan el rap como medio de denuncia de la represión, discriminación y alineamiento social. Hasta para la reivindicación anti-globalización es necesario utilizar canales de expresión globalizados.

El grafiti, pues, también forma parte de este grupo de pautas de proyección social globalizado; no hay más que hacer alusión a alguno de los términos que se utilizan en ese mundo: *bubble letters*, *crews*, *dirty*, *style wars*, *tag*, *throw up*, *wild style*. Pero sería un error considerarlo como un movimiento homogéneo cuya única fórmula de reivindicación informal en la ciudad actual sea ésta. Lo habitual es que convivan modalidades de expresión distintas y que se adapten a los grupos que las realizan. En este sentido, los grafitis conviven con carteles y otros formatos que permiten transmitir el mensaje pretendido. Así, las propias instituciones utilizan todos estos mecanismos de proyección social; a menudo son ellas las que contratan a grafiteros de renombre internacional para incorporar su firma a la imagen urbana (Eduardo Cobra, Banksy, Os Gemeos, entre otros). El llamado *street art* o arte callejero aparece en ciudades tan distintas (aunque a veces tan parecidas) como Berlín, Londres, Los Ángeles, Málaga, São Paulo o Valencia (Figura 2).

Los ejemplos anteriores son menos significativos en este trabajo, ya que interesan más los mensajes informales de personas o colectivos del lugar que conforman escenarios concretos en los micropaisajes urbanos y fundamentalmente aquellos relacionados con la turistificación. En los espacios del *street art*, aun los de dimensiones reducidas, hablaríamos de escenarios que pretenden grandes perspectivas, en los que el mensaje mediante el “altavoz” que proporciona la imagen al espacio público se

incorpora a un sistema local de voces en forma de red que explica los procesos que afectan a las diferentes zonas urbanas.

Figura 2
Street art con aroma anglosajón (Valencia)



Fuente: Los autores, diciembre de 2021

Respuestas abiertas a procesos inconclusos

Este trabajo, en su interés por abrir o perfilar nuevos campos de reconocimiento de la turistificación ofrece como corolario a lo expuesto cuatro preguntas que intentan condensar los aspectos a los que orienta el estudio de los micropaisajes:

¿Cuáles son los lugares de expresión informal relacionados con los procesos de turistificación?

En general, puede decirse que estos espacios y la imagen que proyectan son menos abundantes en el meollo de los principales reclamos turísticos de una ciudad. En una ciudad como Sevilla, aparecen menos en el entorno de la catedral o del barrio de Santa Cruz, pues se trata de ámbitos más controlados, con mayor presencia de agentes de seguridad (pública y privada): cuando se introduce alguna pintada o grafiti que crea un micropaisaje de denuncia, éstos son retirados rápidamente. Tales manifestaciones se localizan más bien en los bordes de estos espacios y en los lugares en los que el proceso de turistificación aún no se ha consolidado, pero sí se ha iniciado o hay fuertes expectativas de ello. Esta tendencia se acrecienta cuando se trata de barrios históricos revitalizados por población joven, ubicada en ellos por tener en su momento estos barrios centrales y con fuerte personalidad un precio asequible. También aparecen en ámbitos centrales obsoletos y con contenido marginal a la espera de su reactivación especulativa, reactivación que es bien percibida por otros habitantes de la ciudad, que consideran que cualquier acción está legitimada con tal de eliminar la degradación imperante.

¿En qué formato aparecen los mensajes informales contra la turistificación?

Se puede señalar que existe una gran variedad de formatos. Entre los más estables están las pintadas y los grafitis callejeros, para cuya remoción deben ser borrados, degradados por meteorización o demolidos; entre los más efímeros puede citarse la cartelera en papel. También es frecuente la colocación de telas y paneles plastificados en balcones y ventanas en las que los vecinos, en espacio privado, exhiben su queja.

En la mayoría de estos casos, las reivindicaciones tienen que ver con el incremento del ocio nocturno en esos barrios (ligados a la turistificación o no), lo que degrada con sus molestias la calidad residencial (Fig. 3). En otras ocasiones, estas quejas pueden asociarse al incremento de los alquileres u otros aspectos que alteran la vida tradicional de estos barrios.

Figura 3

Reivindicación del descanso residencial (Málaga)



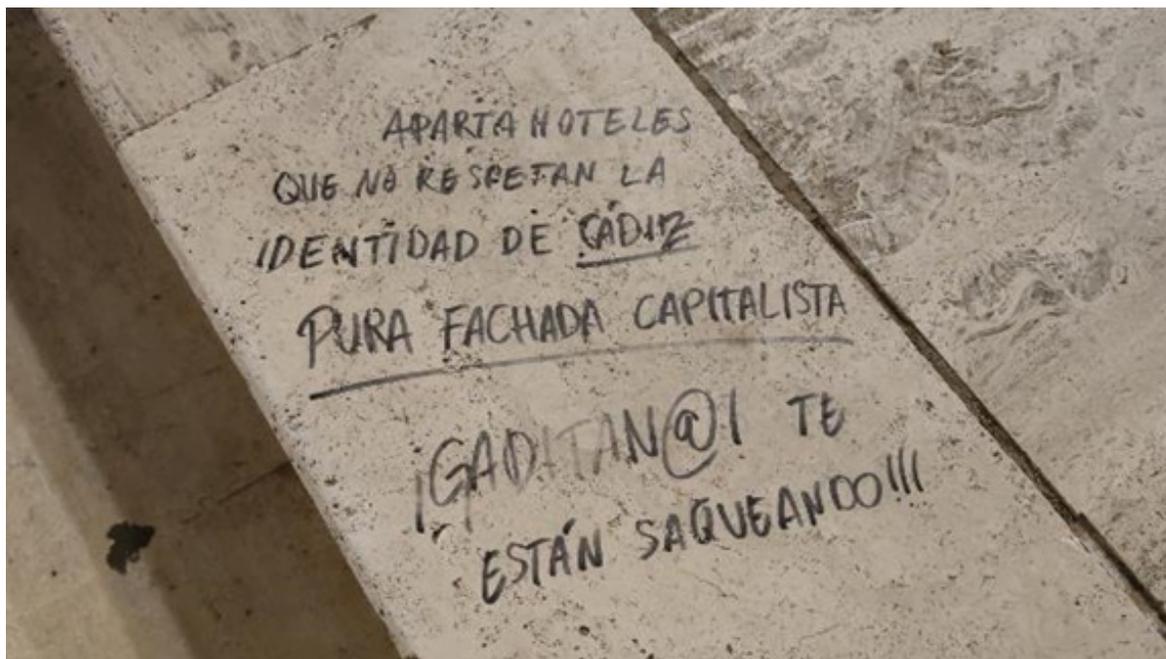
Fuente: Los autores, noviembre de 2019

¿Arte, reivindicación o ambas cosas?

Hace ya decenios que los grafitis —y las pintadas, en menor medida— son considerados como fórmulas de expresión con vocación de denuncia, reflexión y propuesta sobre los problemas urbanos. Esta combinación los legitima y los convierte en un elemento dignos de conservación y protección. Hay ciudades, como Nueva York o São Paulo, en las que los grafitis se han convertido en símbolos identitarios y, en sí mismos, objetos de consumo turístico. Se da pues la posibilidad paradójica de que los grafitis contra la turistificación se puedan convertir en recursos turísticos en sí mismos, en la línea de lo antes expuesto de la domesticación de la denuncia hasta convertirla en otra cosa. Hay modos de expresión muy consolidados en el mundo del grafiti y de la pintada (Fig. 4) convertidos en vías potenciales para la proyección de los mensajes relacionados con la turistificación.

Figura 4

El turismo no respeta identidades (Cádiz)



Fuente: Los autores, junio de 2021

¿Desentrañar el significado de los grafitis?

Las pintadas con frases transmiten por lo general un mensaje claro y sin ambigüedades. Su interpretación es sencilla y fácilmente reconocible por todo tipo de públicos. Cuando se trata de grafitis con dibujos (sean éstos abstractos o realistas), tampoco suele haber lugar a dudas respecto a lo que pretenden transmitir, pero en ocasiones utilizan códigos o símbolos que requieren algún conocimiento previo, si bien nunca muy complicado (el dibujo de un banquero, el símbolo del dólar o el euro). Suelen aparecer alusiones muy evidentes sobre los problemas que el turismo inflige a la ciudad o al territorio (Fig. 5), aunque también se utilizan ideas metafóricas o casi jero-glíficas que aluden a estos problemas. Otras veces el mensaje es una exigencia (Fig. 6).

Figura 5

El turismo compra ciudades y territorios (Córdoba)



Fuente: Los autores, agosto de 2021

Figura 6
El casco histórico no (Cádiz)



Fuente: Los autores, octubre de 2021

Conclusiones

La complejidad y las múltiples y variadas consecuencias que el nuevo paradigma del turismo urbano está teniendo para algunos de los sectores urbanos de gran parte de las ciudades en la escala global requieren ampliar las miradas que pongan el foco en el estudio y la caracterización de los procesos de turistificación. En este sentido, se afirma que, para el análisis de los impactos que el turismo urbano tiene sobre determinados ámbitos de la ciudad, deben tenerse en cuenta perspectivas, parámetros y fuentes al margen de las ofrecidas por los canales oficiales. Ello redonda en un conocimiento más profundo de las complejas implicaciones que este tipo de procesos tiene sobre la población local, sus habitares cotidianos.

En este sentido, la elección del término *micropaisaje urbano* se ha utilizado en el presente trabajo para referirse a aquellos ámbitos, habitualmente con unos límites definidos, acotados y, en principio, de poco interés para los objetivos de promoción

turística de la ciudad que realizan los organismos oficiales, donde es posible identificar procesos de disputa entre el espacio y su habitar. Ello se materializa a partir de la emergencia de evidencias de carácter informal que ponen al descubierto el sentir crítico de la población local frente a los efectos nocivos del turismo urbano masivo. La potencialidad que tiene para la investigación el análisis de este tipo de situaciones es la posibilidad de identificar procesos de turistificación a veces difícilmente rastreables a través de las fuentes de información tradicionales. En este sentido, se afirma que, cuando se presenta este tipo de manifestaciones de carácter informal, los mensajes que dirigen hacia el turista son siempre de repulsa, rechazo y oposición hacia los perniciosos efectos asociados a los procesos de turistificación, en particular por la paulatina expulsión de la población local y la banalización y afectación de sus paisajes cotidianos.

Por otro lado, la investigación ha permitido confirmar que el análisis de los micropaisajes urbanos, en el sentido antes aludido, permite, en determinadas circunstancias, anticipar la aparición y seguir el desarrollo de procesos de turistificación por cuanto serían las primeras evidencias del inicio de dichos procesos y, por tanto, aún de difícil identificación a partir de las fuentes convencionales. En su faceta de hecho que acompaña el proceso de asentamiento y colmatación turística, también son indicadores de los distintos tipos de turistificación y su mayor o menor virulencia. Los efectos más evidentes del estadio final de este tipo de fenómenos es la tematización de amplios sectores urbanos que, por lo demás, suelen ser los de más hondo sustrato identitario urbano, por lo que las consecuencias para la ciudad suele ser la pérdida parcial o total de sus valores culturales de carácter singular y simbólico. Cuando se llega a consolidar esta situación, las evidencias que permiten registrar estos micropaisajes urbanos desaparecen, bien porque la población local que les daba soporte ha sido desplazada por el uso turístico, o bien porque las administraciones locales tratan de eliminarlas con el objeto de propiciar un escenario amable para la población visitante.

Por último, se afirma que, pese al reducido tamaño de los colectivos ciudadanos que están detrás de la aparición de estos micropaisajes urbanos, muchas veces, incluso, de carácter individual, y a su limitada capacidad para generar un mensaje que trascienda los límites del barrio o sector urbano afectado, su análisis se revela como fundamental. Esto es así, como se apuntaba, no sólo por ser la única vía para conocer la aparición de este tipo de procesos, sino porque estos colectivos pueden servir para identificar ámbitos de la ciudad hacia donde se están dirigiendo las preferencias de

los sectores económicos que soportan y auspician con sus estrategias comerciales los procesos de turistificación.

Referencias bibliográficas

- ALAMILLA CANTO, Carlos. (2016). “Análisis de los impactos socioculturales desde la perspectiva del residente que el turismo genera en el barrio de La Barceloneta, España”. *Rotur. Revista de Ocio y Turismo*, 11(1), 1-11. <https://doi.org/10.17979/rotur.2016.11.1.1776>.
- ALMEIDA, Joana; COSTA, Carlos; DA SILVA, Fernando Nunes. (2017). “A Framework for Conflict Analysis in Spatial Planning for Tourism”. *Tourism Management Perspectives*, 24, 94-106. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.07.021>.
- ANTON CLAVÉ, Salvador. (1998). “La urbanización turística: de la conquista del viaje a la reestructuración de la ciudad turística”. *Documents d’Anàlisi Geogràfica*, (32), 17-43.
- ASHWORTH, Gregory; PAGE, Stephen J. (2011). “Urban Tourism Research: Recent Progress and Current Paradoxes”. *Tourism Management*, 32(1), 1-15. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.002>.
- BARRERO RESCALVO, María; JOVER BÁEZ, Jaime. (2021). “Paisajes de la turistificación: una aproximación metodológica a través del caso de Sevilla”. *Cuadernos Geográficos*, 60(1), 13-34. <https://doi.org/10.30827/cuadgeo.v60i1.13599>.
- BATTINO, Silvia. (2013). “La imagen que perciben los turistas que visitan Cerdeña. Primeras consideraciones extraídas de una investigación realizada mediante cuestionarios”. *Cuadernos de Turismo*, (32), 37-64.
- CABRERIZO, China C. (2016). *La ciudad negocio: turismo y movilización social en pugna*. Cisma.
- DE LA CALLE VAQUERO, Manuel. (2019). “Turistización de centros urbanos: clarificando el debate”. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (83), <https://doi.org/10.21138/bage.2829>
- CÓCOLA-GANT, Agustín; DURÁN, Gustavo; JANOSCHKA, Michael. (2016). “Presentación del dossier. La ciudad del siglo XXI: políticas públicas urbanas, desplazamientos y contestaciones”. *Íconos - Revista de Ciencias Sociales*, (56), 11-18. <https://doi.org/10.17141/iconos.56.2016.2351>.

- COCOLA-GANT, Agustín; GAGO, Ana. (2019). "Airbnb, Buy-to-let Investment and Tourism-Driven Displacement: A Case Study in Lisbon". *Environment and Planning A: Economy and Space*, 53(7), 1671-1688. <https://doi.org/10.1177/0308518X19869012>.
- COLOMB, Claire; NOVY, Johannes (Eds.) (2016). *Protest and Resistance in the Tourist City*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315719306>.
- COUNCIL OF EUROPE. (2008). "Recomendación CM/Rec(2008)3 del Comité de Ministros a los Estados miembro sobre las orientaciones para la aplicación del *Convenio Europeo del Paisaje*". *Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación*, Desarrollo rural. Recuperado el 2 de abril de 2022 de https://www.mapa.gob.es/es/desarrollo-rural/planes-y-estrategias/desarrollo-territorial/09047122800d2b4d_tcm30-421588.pdf.
- DÍAZ-PARRA, Iban; JOVER, Jaime. (2021). "Overtourism, Place Alienation and the Right to the City: Insights from the Historic Centre of Seville, Spain". *Journal of Sustainable Tourism*, 29(2-3), 158-175. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1717504>.
- DELGADILLO, Víctor; DÍAZ, Ibán; SALINAS, Luis (Coords). (2015). *Perspectivas del estudio de la gentrificación en México y América Latina*. Universidad Nacional Autónoma de México.
- ECO, Umberto; FABBRI, Paolo. (1978). "Progetto di ricerca sull'utilizzazione dell'informazione ambientale". *Problemi dell'informazione*, (4), 555-597.
- FERNÁNDEZ TABALES, Alfonso; SANTOS PAVÓN, Enrique. (2018). "La difícil convivencia entre paisaje urbano y turismo: clasificación de conflictos y propuestas de regulación a partir del análisis comparativo de normativas locales". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (78), 180-211. <https://doi.org/10.21138/bage.2715>.
- FIGUEROA SAAVEDRA, Fernando. (2014). *El grafiti de firma: un recorrido histórico-social por el grafiti de ayer y hoy*. Minobitia.
- GARCÍA-GARCÍA, Antonio. (2011). "El valor de la perspectiva geográfica para el análisis de los espacios públicos urbanos". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (55), 281-301.
- GARCÍA-HERRERA, Luz Marina. (2017). "Mercantilización del espacio urbano bajo la lógica neoliberal: gentrificación y redefinición de los espacios públicos en España". En *Naturaleza, territorio y ciudad en un mundo global: Actas del XXV Congreso de la Asociación de Geógrafos Españoles* (pp. 858-877). Asociación de Geógrafos Españoles; Universidad Autónoma de Madrid.
- GIL, Javier; SEQUERA, Jorge. (2018). "Expansión de la ciudad turística y nuevas resistencias. El caso de Airbnb en Madrid." *Empiria. Revista de Metodología de Ciencias Sociales*, (41), 15-32. <https://doi.org/10.5944/empiria.41.2018.22602>.

- GUITART CASALDERREY, Nuria; ALCALDE GARCIA, Jessica; PITARCH MACH, Anna; VALLVÉ FERNÁNDEZ, Óscar. (2018). “De la turismofobia a la convivencia turística: el caso de Barcelona. Análisis comparativo con Ámsterdam y Berlín”. *Ara: Revista de Investigación en Turismo*, 8(2), 25-34.
- HERNÁNDEZ CORDERO, Adrián. (2012). “Pintura y paisaje: un recorrido por la Alameda Mexicana”. *Cuadernos Geográficos*, (51), 144-156.
- HIERNAUX, Daniel; GONZÁLEZ, Carmen Imelda. (2014). “Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación”. *Revista de Geografía Norte Grande*, (58), 55-70. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022014000200004>.
- HUETE NIEVES, Raquel; MANTECÓN TERÁN, Alejandro. (2018). “El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico?”. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(1), 9-19. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.001>.
- JOVER BÁEZ, Jaime. (2019). “Geografía comercial de los centros históricos: entre la gentrificación y la patrimonialización. El caso de Sevilla”. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (82). <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2788>.
- JOVER, Jaime; DÍAZ-PARRA, Ibán. (2020). “Gentrification, Transnational Gentrification and Touristification in Seville, Spain”. *Urban Studies*, 57(15), 3044-3059. <https://doi.org/10.1177/0042098019857585>.
- JUDD, Dennis R. (2003). “El turismo urbano y la geografía de la ciudad” (Diego Campos, Trad.). *Eure*, 29(87), 51-62. <https://doi.org/10.4067/S0250-71612003008700004>.
- KOENS, Ko; POSTMA, Albert; PAPP, Bernadett. (2018). “Is Overtourism Overused? Understanding the Impact of Tourism in a City Context”. *Sustainability*, 10(12), 1-15. <https://doi.org/10.3390/SU10124384>.
- LÓPEZ PALOMEQUE, Francisco; TORRES-DELGADO, Anna; FONT URGELL, Xavier; SERRANO MIRACLE, Damià. (2018). “Gestión sostenible de destinos turísticos: la implementación de un sistema de indicadores de turismo en los destinos de la provincia de Barcelona”. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, (77), 428-461. <https://doi.org/10.21138/bage.2547>.
- MANSILLA LÓPEZ, José A. (2018). “Vecinos en peligro de extinción. Turismo urbano, movimientos sociales y exclusión socioespacial en Barcelona”. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(2), 279-296. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.020>.

- MANSILLA, José. (2019). “Gentrificación, turistización y clases sociales en las ciudades del Mediterráneo”. En Ernesto Cañada (Ed.), *El turismo en la geopolítica del Mediterráneo* (pp. 62-65). Alba-Sud.
- MERCADO ALONSO, Inmaculada; FERNÁNDEZ TABALES, Alfonso. (2018). “Percepciones y valoraciones sociales del paisaje en destinos turísticos. Análisis de la ciudad de Sevilla a través de técnicas de investigación cualitativas”. *Cuadernos de Turismo*, (42), 355-383. <https://doi.org/10.6018/turismo.42.16>.
- MILANO, Claudio. (2018). “Overtourism, malestar social y turismofobia. Un debate controvertido”. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 16(3), 551-564. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.041>.
- POSTMA, Albert; SCHMUECKER, Dirk. (2017). “Understanding and Overcoming Negative Impacts of Tourism in City Destinations: Conceptual Model and Strategic Framework”. *Journal of Tourism Futures*, 3(2), 144-156. <http://dx.doi.org/10.1108/JTF-04-2017-0022>.
- PRATS, Llorenç. (2011). “La viabilidad turística del patrimonio”. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 249-264. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2011.09.023>.
- RÊGO, Carmo Sousa; ALMEIDA, Joana. (2022). “A Framework to Analyse Conflicts between Residents and Tourists: The Case of a Historic Neighbourhood in Lisbon, Portugal”. *Land Use Policy*, 114, 105938. <https://doi.org/10.1016/j.landusepol.2021.105938>.
- RICHARDS, Greg. (2001). “El desarrollo del turismo cultural en Europa”. *Estudios Turísticos*, (150), 3-13.
- ROMERO MORAGAS, Carlos. (1994). “Patrimonio, turismo y ciudad”. *Revista PH*, (9), 16-21. <https://doi.org/10.33349/1994.9.157>.
- SEQUERA, Jorge; NOFRE, Jordi. (2018). “Shaken, Not Stirred: New Debates on Touristification and the Limits of Gentrification”. *City. Analysis of Urban Change, Theory, Action*, 22(5-6), 843-855. <https://doi.org/10.1080/13604813.2018.1548819>.
- SILVA, Armando. (2014). *Atmósferas ciudadanas: grafiti, arte público, nichos estéticos*. CIESPAL.
- TEJADA MENDOZA, Silvia Lorena; SEGURA CONTRERAS, Ramón Guillermo. (2017). “Gestión social e identidad del espacio público”. *Cuadernos de Arquitectura y Asuntos Urbanos*, (7), 31-40.
- VARISCO, Cristina. (2007). “Sistema productivo turístico y desarrollo local”. *Ciencias Sociales Online*, 4(2), 15-36.
- VIVES-MIRÓ, Sònia; RULLAN, Onofre. (2017). “Desposesión de vivienda por turistización? Revalorización y desplazamientos en el Centro Histórico de Palma

(Mallorca)”. *Revista de Geografía Norte Grande*, (67), 53-71. <https://doi.org/10.4067/s0718-34022017000200004>.

ZOIDO NARANJO, Florencio. (2012). “Paisaje urbano. Aportaciones para la definición de un marco teórico, conceptual y metodológico”. En Carmen Delgado Viñas, Joseba Juaristi Linacero y Sergio Tomé Fernández (Eds.), *Ciudades y paisajes urbanos en el siglo XXI* (pp. 13-92). Librería Estudio.