

Arte revulsivo contra la turistificación

Maria del Mar Garcia-Jimenez

Universidad de Sevilla

mgarcia35@us.es

RESUMEN: La turistificación rápida e intensa surgió como parte de un fenómeno global anterior al estallido del coronavirus SARS-CoV-2, atrapando a destinos turísticos mundiales consolidados y emergentes. Sus ramificaciones perturbaron la tranquilidad de unos lugareños que se vieron enfrentados a diversos desafíos como la pérdida identitaria, la desigualdad social y el vaciado demográfico de los centros de las ciudades. El potencial subversivo de las prácticas híbridas que vinculan al arte con el activismo asumió su compromiso social ante las problemáticas y reivindicaciones surgidas de un modelo de desplazamientos turísticos sobredimensionado. En este artículo se exploran estudios de casos descriptivos que, en sus respectivos espacios de producción transcultural, tienen en común una perspectiva crítica ante el modelo vacacional referido. Específicamente, aborda los perfiles de trabajo y las reflexiones sensibilizadoras de Left Hand Rotation en Lisboa, Banksy en Venecia y Alejandro Villén en Málaga, así como a la muestra colectiva *Alicántropo* en Alicante.

PALABRAS CLAVE: Arte Contemporáneo; Turistificación; Gentrificación turística; Activismo colaborativo; Movimiento de protesta; Sociología del arte; Responsabilidad social.

Revulsive Art against Touristification

ABSTRACT: The rapid and intense touristification of city centres emerged before the outbreak of SARS-CoV-2. It consolidated itself as a global phenomenon that affected both established and emerging global tourist destinations. Its ramifications managed to disrupt local ecology and forced the residents to face various challenges such as loss of identity, social inequality and the demographic emptying of urban centres. In this scenario, the subversive potential of the hybrid practices that link art and activism assume its social commitment to the problems and demands arising from an oversized model of tourist travel. This article explores descriptive case studies that, in their respective transcultural spaces of production, share a common critical perspective on the resulting tourism model. Specifically, the profiles and sensitizing reflections of Left Hand Rotation in Lisbon, Banksy in Venice and Alejandro Villén in Malaga are examined, as well as the collective exhibition *Alicántropo* in Alicante.

KEYWORDS: Contemporary art; Touristification; Tourist gentrification; Collaborative activism; Protest movements; Sociology of art; Social responsibility.

Recibido: 22 de enero de 2022 / Aceptado: 28 de mayo de 2022.

Introducción

El modelo turístico masivo con fines vacacionales anterior a la pandemia ocasionada por el coronavirus presenta muchos aspectos negativos, ya sea sociales o de sostenibilidad medioambiental. Este turismo masivo y sus retos no escapan a la órbita particular del arte. De hecho, el poder subversivo intrínseco al desarrollo artístico libre entrelaza tradicionalmente con las reivindicaciones en defensa de los damnificados por sucesos y/o arbitrariedades de carácter específico, sucedidos en los múltiples escenarios sociopolíticos. En esta modalidad creativa las jerarquías se disuelven y el arte se convierte en un mecanismo cooperativo e integrador. Al efecto, toma cuerpo figurado en un caleidoscopio de procedimientos plásticos encaminados a catalizar el entendimiento mutuo y el desarrollo personal, lo cual contribuye al empoderamiento de los

grupos objetivos. De manera que, antes del estallido de la pandemia, artistas que operan en el campo de la creación socialmente comprometida recurren a desemejantes medios plásticos para adoptar una posición crítica de cara a las complicaciones presentadas por el fenómeno vacacional. Conjuntamente, suministran un enfoque interdisciplinario que, sin dudas, es un elemento primordial para el análisis de todos los procesos globales.

Como herramienta metodológica que explore artísticamente las cuestiones centrales del modelo turístico que nos ocupa, los casos revisados se basan principalmente en el carácter funcional de las acciones llevadas a cabo en Lisboa por el grupo «artista» Left Hand Rotation, la exposición colectiva *Alicántropo* en Alicante, la acción de Banksy en Venecia y la aportación del ilustrador Alejandro Villén en Málaga. Estos autores abordan actitudes conceptuales, estéticas y visuales innovadoras que exploran los aspectos explícitos y subyacentes a la visión deshumanizada de los núcleos urbanos repletos de turistas. Valiéndose de la configuración de una práctica que incluye dimensiones simbólicas, sociales, políticas y ambientales, asumen posiciones dentro de la creación contemporánea con conexiones inequívocas con el activismo. Partiendo de este punto de referencia, dichos creadores cultivan una actitud crítica que pretende visibilizar y sensibilizar a la población en general de los inconvenientes ocasionados por el turismo masivo. Más aún, los casos presentados ofrecen la oportunidad de obtener una imagen ampliada de la diversificación de estructuras y etapas que afianzan al arte como instrumento de lucha social.

Turistificación pre-pandémica

El turismo es un fenómeno amplio y complejo que cuenta con una extensa bibliografía. Una mirada rápida a la evolución de su ramificación vacacional muestra que, hasta hace relativamente poco tiempo, delimitaba a un nicho de mercado apenas asequible para la gran mayoría, con la salvedad lógica de los grupos sociales más acaudalados. Hoy en día, la interrelación de múltiples agentes con planteamientos que siguen aún vigentes han garantizado la disminución significativa de los costos asociados a los viajes. Tal es el caso de la globalización y la proliferación de Internet u otras técnicas de comunicación modernas surgidas del vertiginoso progreso

tecnológico (Sequera y Nofre, 2018). Tales coyunturas han dado lugar a la cultura participativa y a las distintas genealogías de las llamadas economías colaborativas, como la afamada plataforma digital *AirBnB*, que, en reciprocidad, «han contribuido en gran medida a aumentar la movilidad de ocio» (Hooper, en Sequera y Nofre, 2018: 844). Hay que sumar el paulatino adelanto y ulterior prosperidad social y laboral de las clases trabajadoras, que en la actualidad manifiestan altos niveles de bienestar y de calidad de vida general.

Todos estos avances traen consigo la reevaluación colectiva de los requisitos imprescindibles para la consecución del crecimiento personal. Al respecto, los paradigmas del desarrollo personal del actual mundo hiperconectado, como la libertad individual o el imperativo de la autorrealización, se identifican con la compulsión por compartir e intercambiar imágenes, información y experiencias con arreglo a las políticas de las redes digitales. En especial, las vinculadas al tiempo libre, el ocio o los traslados vacacionales y sus dinámicas, dando paso a un amplio espectro de ofertas y posibilidades que transforman a un sector ya de por sí pujante, en una tendencia popular y compleja de enorme potencial económico. Más todavía, previo a la propagación mundial del coronavirus, la industria del turismo había despuntado como la actividad económica más poderosa a nivel planetario (Kominos *et al.*, 2017).

Otra pieza clave y favorecedora del aumento del turismo de vacaciones es el papel desempeñado por los administradores públicos de municipios de interés cultural y/o natural, que visualizan la relación empírica entre la predictibilidad rentable y el turismo masivo (Calle, 2019: 10). A pesar de que las políticas de inversión de estos mercados receptores suelen desatender otras áreas fundamentales de la industria, estos dirigentes sientan las bases necesarias para una expansión económica basada en el monocultivo del turismo (Torres y Fernández, 2020; Gil y Sequera, 2018). En resultas, el elevado volumen de viajeros que se concentran en un mismo destino pone en marcha un exitoso sistema de apropiación contextual (Mendes en Sequera y Nofre, 2018: 846; Cocola-Gant, 2019: 296). Esta modalidad de confiscación altera y modifica el paisaje urbano mediante estrategias de homogenización de ciudades que son «rediseñadas» y «manipuladas» por la industria turística a fin de atraer turistas (Judd, 2003). De manera parecida, el frágil equilibrio de la estructura relacional de sus habitantes se modifica lo que,

a la postre, deriva en problemas de convivencia social entre locales y visitantes (Shepherd, 2002). Es por ello que el turismo ha sido identificado como la principal fuerza de transformación urbana (García, Smith y Mejías, 2017).

A medida que los pilares que sostienen al ideal utópico del turismo son reemplazados por la noción de distopía turística, va asomando un abanico terminológico destinado a desacreditar a estas corrientes de personas a gran escala. Sin otra pretensión distinta a la de establecer un conciso mapa del supuesto, de su génesis emergen el *overtourism*, «sobreturismo» en su traducción al español, y la «turismofofia» que «surgen y están directamente relacionados con la creciente evolución de las prácticas poco sostenibles del turismo masivo» (Milano, 2017: 5). Correlativamente se acuñan otros vocablos como gentrificación turística (Gotham, 2005) entendida como «un proceso causante de varias formas de exclusión social y desplazamiento de población» (Cocola-Gant, 2019:291), o turistificación, distinta a la anterior y que no constituye un requisito *sine qua non* para el advenimiento de la gentrificación (Sequera y Nofre, 2018: 850).

La aparición del coronavirus como una amenaza para la salud global impone un giro repentino e inesperado que testea la resistencia del *overtourism*. Coincidiendo con los peores momentos de la pandemia, el rápido crecimiento y la elevada rentabilidad experimentados por el sector en su tipo pre-pandémico se interrumpen radicalmente, o bien, su capacidad operativa queda reducida al mínimo. Hay que hacer notar que las implicaciones negativas de las medidas extraordinarias implantadas para prevenir y contener a la enfermedad conducen directamente a nuestro país hacia una de las mayores crisis de su historia (Torres y Fernández, 2020). La repercusión inmediata de todos estos acontecimientos se expone «en términos de exclusión social, en la degradación del espacio público y del entorno patrimonial» (Jiménez-Morales, Minguet y Cimadomo, 2021: 2108).

La puesta en marcha del necesario letargo social y económico a razón de la alta incidencia y letalidad de la COVID-19 ha permitido determinar al sector vacacional como el modelo industrial que mejor refleja las consecuencias negativas más inmediatas de la enfermedad sobre el ámbito productivo (Llorente, 2020). La confluencia de estos hechos avalan al turismo como un instrumento dinamizador de la economía de primer orden, a la par que un dispositivo comercial frágil, versátil y dinámico. La desaparición gradual de

las restricciones relacionadas con la pandemia deja igualmente al descubierto problemas de envergadura a resolver como «la insostenibilidad del modelo turístico y la falta de resiliencia de los entornos urbanos y sociales» (Jiménez-Morales *et al.*, 2021: 2109), temas que adquieren cada vez más importancia.

El turismo que mató a la ciudad

La conversión de las ciudades en destinos turísticos desde la década de los noventa del siglo XX (Calle, 2019: 5) es un fenómeno consolidado que ha avanzado a un ritmo acelerado y ha adquirido una dimensión global. En este sentido se comprende que el impacto de la mercantilización sistemática de la cultura material e inmaterial conducente a atraer al visitante a destinos de interés redunde en el deterioro de las relaciones entre este y el anfitrión (Shepherd, 2002). La población local se encuentra en la encrucijada de convivir con grandes aglomeraciones de visitantes que, en casos extremos, la desplaza de su realidad vital (Calle, 2019: 6) en pro de la correlación entre los turistas y el rendimiento monetario. Lo que, además, lleva a condescender habida cuenta de un crecimiento socioeconómico impulsado por la especialización vacacional. En el transcurso de esta predisposición gradual de colonización turística irrumpen la antes citada «turismofofia» y la «turistofobia», diferenciadas en cuanto a que «no es lo mismo detestar el turismo que detestar a los turistas mismos» (Delgado, 2019).

Por esta razón no sorprende que el modelo turístico masivo modifique la singularidad de la experiencia holística y subjetiva de los paradigmas contemplativos del arte y la cultura, desencadenando una conmutación crucial en sus conductas de consumo. En tales circunstancias, la turistificación compromete la fisonomía e integridad patrimonial de estas urbes, al mismo tiempo que despoja a las ciudades de su identidad. Dentro de este orden de ideas, los centros de las ciudades patrimoniales acusan problemas de despoblación autóctona, dando lugar a una tendencia bautizada como «vaciado demográfico»¹. Esta maniobra de desplazamiento poblacional viene acompañada de la gentrificación turística del hábitat urbana, con la subsiguiente merma del dinamismo de los comercios tradicionales que son sustituidos por otros más apetecibles para el consumo del visitan-

te (Crespi-Vallbona y Mascarilla-Miró, 2018; Calle Vaquero, 2019: 17), privando a los residentes de estos espacios tradicionales de socialización (Cocola-Gant, 2019: 301). Tal es el caso de ciudades contenedoras de un patrimonio natural, artístico y arquitectónico significativo, entre las que destacamos ejemplos sumamente mediatizados como Dubrovnik, Venecia, Berlín, Málaga, Lisboa o Barcelona. Definitivamente es un dilema de difícil resolución que oscila entre la dimensión económica y el reemplazo de la cultura local por hábitats similares a parques temáticos².

Se ha verificado que el inequívoco carácter invasivo de este formato vacacional que sobrepasa la capacidad de asimilación de la población de acogida (Huete y Mantecón, 2018: 16) da como resultado una relación difícilmente llevadera entre el turismo y la ciudad. De manera similar, se menoscaba la armonía en las interacciones entre la población local y los turistas en la misma medida que se somete a los primeros a esta disyuntiva. Y es que, en resumidas cuentas, la cara menos amable de la materia que nos ocupa recae sobre los residentes de zonas gravemente tensionadas que, cada vez más, deben lidiar con una ocupación indiscriminada por parte de los visitantes. Por lo que no es de extrañar que esta compleja interacción social explote por la vía de las susceptibilidades y los sentimientos de rabia y disconformidad (Cocola-Gant, 2019: 302) en el dominio público, mediante dinámicas corporeizadas por numerosos movimientos y colectivos. La ciudadanía toma las calles de las ciudades y sitúa a la turistificación en el epicentro de las movilizaciones y protestas vecinales. De esta suerte es como un alegato con impacto social inmediato que reclama la disminución o ralentización de la presión turística, queda materializado en acciones activistas impregnadas de espíritu combativo.

En el caso de Barcelona, a modo de ejemplo particularmente conocido, se pone de relieve otro elemento determinante que la industria vacacional parece haber eludido hasta ese momento: el impacto de los alquileres turísticos sobre el precio de la vivienda. Es preciso señalar que en el año 2017 los residentes de la capital catalana perciben al turismo como el «problema más grave en la ciudad» (Milano, 2017: 27). El exceso turístico cristaliza en preocupación pública asociada a los precios inasequibles de las viviendas y a las perturbaciones y molestias por ruidos en los vecindarios objetivamente achacables al visitante (Cocola-Gant,

2019: 301). Con esto en mente, la denuncia del movimiento «antiturismo» que relaciona cuestiones como la pérdida cultural con la desigualdad y la división social, actúa a modo de dispositivo de apoyo eficaz para incentivar la lucha de la ciudadanía que reivindica un modelo turístico socialmente justo y sostenible. A raíz de este panorama afloran «respuestas de «politización desde abajo» [...] que presentan movimientos *ad hoc* dedicados a poner en marcha iniciativas y campañas contra la presión turística» (Milano, 2017: 40). De ese modo, los sectores sociales más progresistas apelan a la solidaridad vigorizada por un espíritu combativo horizontal, con vistas a desarrollar planes y estrategias que pongan fin a la presión de un «sobreturismo» que está reconfigurando la realidad urbana.

Para que los razonamientos naturalizados que destacan los beneficios públicos del turismo sobredimensionado se pongan en entredicho, la agenda contestataria barcelonesa encamina sus esfuerzos a crear visibilidad en los medios. En lo que parece un intento por hacer frente a estos retos, es decir, conferir a la causa la máxima difusión posible y activar el activismo ciudadano, las campañas explicativas sobre las repercusiones del turismo adoptan enfoques innovadores. Huelga decir que estos propósitos requieren de la aplicación de estrategias eficaces e impactantes que llamen la atención de una sociedad acelerada, sobreinformada y altamente estimulada lo cual, como se sabe, es uno de los mayores desafíos de los tiempos contemporáneos. De entre las acciones más famosas y acertadas destacamos las pegatinas amarillas diseminadas estratégicamente por distintos puntos de la ciudad, diseñadas según la estructura de un pictograma de peligro, en su caso, un cráneo cruzado por dos palos de *selfie* rematados por sendos dispositivos inteligentes, y la expresión *The Tourism Kills the City* [1].

A fin y efecto de alertar al viandante, la táctica configura una fórmula de intervención dentro del perímetro público que alcanza resonancia internacional lo que, en última instancia, también politiza el temario reivindicativo. Empero, desde una perspectiva más general, la importancia de los llamativos adhesivos radica en su capacidad para organizar un acto gráfico-dialógico de comunicación inmediata, asociado a la tradición del cartel activista habitualmente incorporado al régimen de ideas de los programas contestatarios. Así mismo, la perspicaz iniciativa que prospera a través de las pegatinas *The Tourism Kills the City* deja claro, nueva-

1. Pegatinas amarillas contra la turistificación «Tourism Kills the City». Fuente: Trevor Huxham (12 de septiembre de 2018), [blog] «Mass Tourism Is Destroying Spain—Here's Where You Should Travel». En <<https://www.trevorhuxham.com/2018/09/mass-tourism-destroying-spain.html>> (fecha de consulta: 12-01-2022)



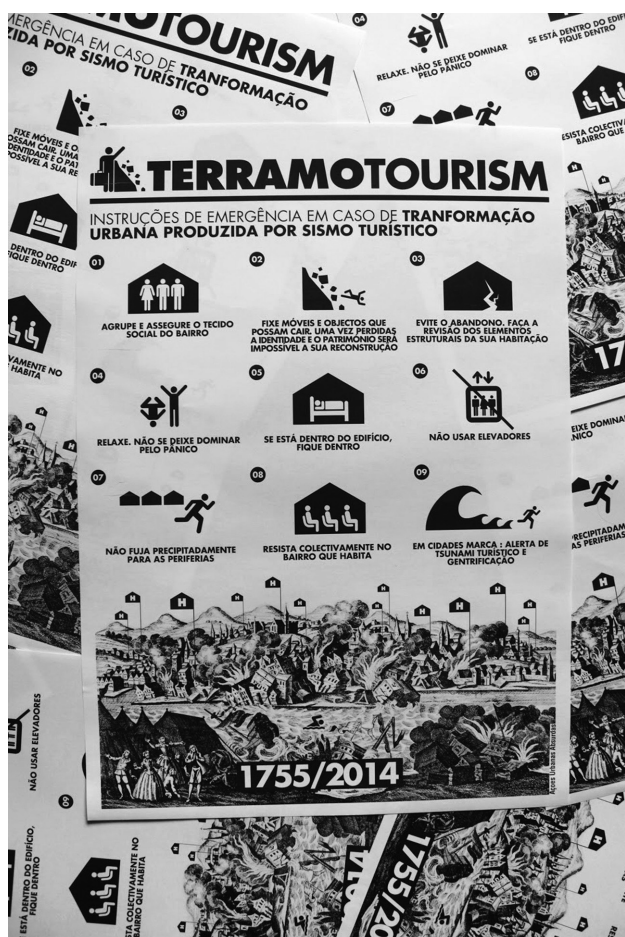
mente, que el sesgo instrumental del humor posee gran eficacia en su modalidad de arma revolucionaria. Tanto como su uso alegórico da forma al discurso político, categoría que incluye al circunscrito en la esfera artística. Es más, estas prácticas tienen como potencial transfigurar la pasividad en acción y atraer al territorio de las protestas comunitarias al conjunto de elementos sociales involucrados.

El poder de las fuerzas creativas

De entre los patrones de intervenciones artísticas anteriores a la crisis del coronavirus que exponen una preocupación acentuada sobre el asunto, destaca la subversividad de las tácticas utilizadas por el colectivo artístico-activista Left Hand Rotation. En activo desde 2005, según los mismos, abordan desde 2010 las problemáticas asociadas a los disímiles procesos de gentrificación (Contested Territories, s.f.). A grandes rasgos, Left Hand Rotation se autodescribe como una identidad unificada e impersonal –lo que descarta *de facto* cualquier tipo de acción individual por parte de sus integrantes– que, además, involucra activamente a la comunidad de recepción de sus proyectos, a la que considera un segmento participativo imprescindible de su propia transfor-

mación social (Contested Territories, s.f.). El colectivo realiza un documental titulado *Terramotourism* (2012-2016) cuya línea argumentativa gira en torno al impacto del viaje de ocio masivo y la concomitante transformación durante cinco años del centro urbano de Lisboa (Left Hand Rotation, s.f.). De conformidad con el mismo, el enfoque crítico y detallado del registro audiovisual ofrece un retrato subjetivo de la ciudad y de los cambios que se han producido en ella atribuibles al turismo, durante el intervalo de tiempo aludido.

Los creadores precisan que el título conecta a las palabras terremoto y turismo en referencia al «sismo turístico que transforma la ciudad a velocidad de crucero» (Left Hand Rotation, s.f.). El primer término, en relación al movimiento de tierra ocurrido el 1 de noviembre de 1755, un terremoto que arrasó a la ciudad y que ha marcado su desarrollo ulterior. El estilo radical y beligerante de *Terramotourism* presenta una imagen patológica de los visitantes con finalidades vacacionales. Estos son retratados al igual que intrusos incitadores de un cataclismo, con arreglo a una mirada contenciosa. A medida que el documental avanza, el espectador podría sentirse abrumado ante semejante avalancha de matices enmarañados con la intención de censurar a dos fenómenos desemejantes: la gentrificación y el turismo sin concesiones. De idéntica manera, la mezcla de música y sonido



2. Left Hand Rotation, *Instrucciones de emergencia en caso de transformación urbana producida por seísmo turístico* (entre 2012 y 2016). Fuente: Left Hand Rotation. En <<http://lefthandrotation.com/terramotourism/>> (fecha de consulta: 17-11-2021)

ambiente complementan, envuelven e intensifican la sensación opresiva del esquema visual revisado lo que, en su totalidad, podría dificultar su correcta lectura. No obstante, la complejidad del vídeo a la vez que interpreta, proyecta una comprensión integral del *overtourism*. Tal motivo establece a la pieza en interfaz que agrupa arte, activismo y documentación, logrando superar la que probablemente es una de las ofensivas principales a la que se enfrenta este género de obras artísticas.

Debe señalarse que *Terramotourism* se complementa con otras tipologías de intervenciones en el dominio de lo público tales como la pegada de carteles con explicaciones teóricas e «instrucciones de emergencia en caso de trans-

formación urbana producida por seísmo turístico» (Left Hand Rotation, s.f) [2]. La amalgama de procedimientos trasvasa a la acción en obra artística compleja, divertida, comprometida y profundamente original que pretende mostrar un problema y reavivar el fuego de la protesta.

El denominador común primero que liga a *Terramotourism* con la muestra colectiva titulada *Alicántropo* (2019) estriba en la reflexión acerca de la transformación sufrida como consecuencia de la gentrificación turística y del turismo de masas. Junto al sometimiento y la instrumentación de los lugares públicos, la crítica de *Alicántropo* repara en la corrupción y las políticas urbanísticas como piezas subsidiarias de la metamorfosis observada, en su caso, en la provincia de Alicante. La exposición tiene lugar en la sala cultural *La Peluquería*, enclave subrepticio gestionado por Juan F. Navarro y autodefinido a modo de «espacio clandestino dedicado a la no actividad, es decir, a la investigación, producción y exhibición de objetos e ideas» (La peluquería, s.f.). Por lo que se refiere a *Alicántropo*, Navarro propone una «[...] reflexión sobre cómo la ciudadanía está perdiendo espacios públicos porque están siendo ocupados por los turistas y sus fiestas, lo que convierte a Alicante en una ciudad cualquiera debido a que está perdiendo su patrimonio cultural» (Peñalver, 2019). El marcado carácter multidisciplinar de la muestra engloba vídeo-creación, fotografía o ilustraciones de, entre otros y hasta un total de siete artistas, el Colectivo Kinkea [3] y Albert Gironés.

Sin importar las metodologías y concepciones plásticas, el ya mencionado denominador común halla en la trayectoria dibujada por *Alicántropo* un mapeo multifacético y detallado del «sobreturismo» plagado de interpretaciones individuales que, *per se*, destacan claramente. Acaso la especificidad colectiva o la modalidad expositiva podrían suscitar cierta suspicacia dentro de un activismo radical, observándose a la muestra desde una posición superficial, utópica y sin ligazón o ataduras con el contexto. En oposición a esta idea recordemos que, en esencia, todo encuentro activista conduce a momentos «emancipatorios» y al desarrollo de solidaridades (Routledge, 2011). De todo esto se desprende que, de forma conjunta, el alcance de la muestra enriquece la conceptualización de *La Peluquería* como territorio para la crítica y entreteje al compromiso político con la fuerza de la visualidad plástica. Por ende, el recinto alicantino consagrado a la producción y difusión cultural confiere a los creadores

3. Colectivo Kinkea (2018), *Una historia de futurismo periférico*.
Fuente: @alexandradapena.
En: <<https://gramhir.com/media/2047838543866764343>>
(fecha de consulta: 23-12-2021)



res implicados de la base dialógica necesaria que nutre a la lucha política, adquiriéndose una especie de sensibilización activista específica.

Ahora bien, es preciso recordar que en paralelo a definirse en términos finales, el factor decisivo para que se produzca un arte activista no es otro que la experiencia, esto es, la forma directamente vivida. En virtud de ello, tanto Left Hand Rotation como los participantes de *Alicántropo* utilizan sus propias experiencias y la de sus audiencias para exponer la problemática con todo su rigor, proferir otras preguntas críticas, rehacer las respuestas o repensar las plataformas comunes de acción frente al turismo masivo. De ahí que las subjetividades creativas que se definen a sí mismas como unidades abiertas y libres den riendas sueltas a sus mensajes y críticas, según un itinerario de proyectos que vinculan al arte y a los artistas con las preocupaciones examinadas y que atañen directamente a la ciudadanía circundante.

Banksy

Siendo coherentes con los cambios buscados, la calle instaura al perímetro inexcusable de complicidad para un ac-

tivismo enérgicamente movilizado contra el avance de los aspectos más perniciosos del formato turístico a gran escala. Dentro de esta militancia, el carácter ambivalente del *Street Art* o arte callejero lo fluctúa entre producto de la oferta turística en su modalidad de turismo creativo (Figueira-Ricardo *et al.*, 2022: 72), y en instrumento de denuncia y/o disputa de potencialidad significativa para el caso materia de análisis. Esto obedece, principalmente, a que el movimiento particulariza una expresión pluridimensional de la cultura al tiempo que forma parte integral de la cartografía urbana y, cada vez más, de la rural. A parte de esto, su mayor fortaleza radica en el uso de las imágenes claras y directas como recurso discursivo inmediato para transmitir mensajes, información, ideas o sentimientos dirigidos a una audiencia amplia, múltiple y desconocida. Como si fuera poco, a los enfoques y modelos productivos análogos a las plantillas ilegales del afamado artista conocido como Banksy, y otras muchas piezas de arte callejero, se les adjudica como principal objetivo proporcionar un mensaje «listo para entender» para el espectador transeúnte (Blanché, 2014).

Sobre la base del presente argumento, la «multiopionalidad» de la reprobación artísticamente operada por Banksy estipula al *overtourism* como uno de los factores ta-

xativamente vinculados al deterioro de los entornos urbanos y medioambientales. Los ejes argumentales identifican a dos líneas prioritarias: la inviabilidad del planeta para absolver las conductas devenidas del ocio y la incidencia perniciosa que ejerce la vertiente cultural del «sobreturismo» sobre la riqueza patrimonial de Venecia. El punto de atención inequívoco hace hincapié en las tensiones relacionales asociadas a ciertos indicadores de sostenibilidad como, por ejemplo, el incremento de la huella ecológica de los grandes cruceros. En palabras del mismo autor, otro de los cometidos de la acción consiste en colapsar la reputada bienal de arte de la ciudad de los canales del año 2019 en su 58ava edición, instalando un puesto de venta callejero para comercializar sus propios productos (Banksy, 2019). Paralelamente a proyectar una nueva objeción al imperativo estructural del sistema del arte, la obra brinda otra oportunidad al artista para evidenciar una animadversión hacia dicho sistema que es de sobra conocida.

Banksy implementa su movimiento reivindicativo al amparo de una *performance* ejecutada en plena calzada veneciana. Como se puede observar en la imagen 4, el desarrollo de esta acción muestra a un hombre que espera a un eventual cliente sentando en una silla plegable y rudimentaria mientras lee un periódico que, con astucia, oculta su rostro y consecuentemente su identidad. La pieza destinada a fundamentar y dar legitimidad artística a tal acto de sensibilización lleva por título *Venice in Oil* (2019) [4]. Su estructura acopla a varios cuadros pintados y enmarcados que, una vez combinados entre sí, se supeditan a la imagen de un imponente crucero rodeado por góndolas y célebres monumentos venecianos. Dado que el artificio referido es documentado por un vídeo publicado en la cuenta oficial de la plataforma digital privilegiada por el artista, *Instagram*, su autoría queda verificada y, consiguientemente, el paciente vendedor debería ser el propio Banksy.

La formulación definida a lo largo de la reprobación artística de Banksy dota a la enunciación del mensaje de gran valor, en el momento que destaca lo que denominaremos variabilidad o evolución evidente del artista manifestada aquí por el *modus operandi*. Hemos dicho que debido al anonimato por la naturaleza ilegal de su trabajo, se consideran marcadores de su autoría el reconocimiento del autor en su plataforma web o en la citada cuenta de *Instagram*. Es interesante notar los paralelismos que hay con los archivos ajus-

tados a las tradicionales *performances* efímeras, a las que el autor incorpora ironía y crítica mordaz. Recordemos que, entre otras cosas, en la mayoría de sus imágenes iconográficas destacan los aspectos sustanciales del activismo político impregnados de características humorísticas.

Desde un punto de vista pragmático se comprende la idoneidad de *Venice Oil* como tejido conectivo franco, directo e inmediato entre el público y la obra, apelando de forma activa a la conciencia censora del inesperado observador. En términos de movilidad, la resistencia artística materializada por el artista modula una retórica obvia y perspicaz que, de un lado, evidencia los problemas relacionados con la sostenibilidad y, del otro, lo relativo a la justicia social. Por último, expone a un ejemplo evidente de los artificios por los cuales la transgresión ilícita de estos impulsos provocadores, informales e individuales traza fórmulas discursivas más amplias que apuntan a motivos sociales y ecológicos de mayor calado.

Los imaginarios masivos de Alejandro Villén

Anterior a la crisis sanitaria ocasionada por el coronavirus, los múltiples inconvenientes causados por el modelo *overtourism* permean a un número considerable de localizaciones más o menos renombradas, aunque igual de preocupantes, como se expone en los casos de Sevilla y Málaga (Jiménez-Morales *et al.*, 2021: 2113). En el segundo supuesto, es de sobra notorio que consolida a un destino internacional de sol y playa, lo que trae consigo la agrupación en su perímetro del viajero cultural y de costa. Con todo, el auge del turismo urbano y la extrema mercantilización experimentada por ambas ciudades conllevan altas concentraciones de visitantes en sus centros históricos (Jiménez-Morales *et al.*, 2021: 2114). Queda claro, pues, que el inmovilismo político de los consistorios de las dos capitales andaluzas entraña serias amenazas para la calidad de vida de sus respectivos centros urbanos (Jiménez-Morales *et al.*, 2021: 2115).

Comparativamente, se observan similitudes con las eventualidades antes observadas, que se repiten en las dos ciudades. De aquí se desprende nuevamente que el malestar de la ciudadanía ante la incidencia del sobredimensionamiento turístico desencadena en la disminución de la población local en estos municipios (Jiménez-Morales *et al.*,

4. Banksy (2019), *Venice Oil*. Fuente: Diario Contra Réplica. En: <https://www.contrareplica.mx/nota-Policia-de-Venecia-detiene-intervencion-de-Banksy-201925547> (fecha de consulta: 13-11-2021)



2021: 2119), y en el rechazo al visitante por parte de la población de acogida (Shepherd, 2002). Por añadidura, la demanda vacacional a gran escala enfrenta a estos destinos a la pérdida de identidad local junto con el reto ineludible de la sostenibilidad. Conviene reseñar la conveniencia por parte de las autoridades locales de proveer de todos los recursos necesarios que cubran las necesidades de ocio de los visitantes, amén de las fundamentales tanto de estos como de los residentes. En palabras de Jiménez-Morales, Minguet Medina y Cimadomo (2021) la puesta en marcha de un encarnizado proceso de estandarización global y privatización de sus correspondientes espacios públicos provoca una destrucción que los mecanismos de la turistificación aún no han terminado de consumir (p. 2114).

A este respecto, la inventiva del ilustrador malagueño Alejandro Villén recurre a la significación cultural de una de las obras cumbre de la pintura española, *La rendición de Breda* (1635) de Velázquez, definiendo así el frente de batalla gráfico contra la cuestión andaluza señalada. Desde el punto de vista nocional, la metáfora visual nutrida de la apropiación artística acometida por Villén se supedita a una aguda reflexión. De un lado, el lienzo del pintor sevillano arroja una

mirada amable, pausada y minuciosa de la capitulación de la ciudad holandesa, tras permanecer sitiada durante varios meses por las tropas del general español Ambrosio Spínola en el marco de la Guerra de Flandes (1625). Sin entrar en mayores detalles técnicos o conceptuales de sobra explorados, Velázquez atiende al momento en el que Spínola expone un gesto magnánimo y de especial sensibilidad al recibir las llaves de la ciudad de manos del perdedor de la batalla, Justino de Nassau, gobernador de Brea. El respetuoso acto domina el centro del cuadro. A la izquierda se agrupan los soldados holandeses vencidos, aunque innegablemente estoicos. A la derecha se congregan los vencedores arropados por la anatomía en escorzo de un corpulento caballo y el patrón vertical de las lanzas en formación. Mientras, la extraordinaria perspectiva aérea da forma a un segundo plano dominado por columnas de humo que sugieren los vestigios de una batalla apenas concluida.

Del otro lado, la recreación del ilustrador malagueño acomete inconscientemente un activismo lúdico e imaginativo focalizado en la ciudad de Málaga [5] y difundida por intermedio de la red social digital *Twitter* (Ferrary, 2018). El autor reemplaza al ejército español por un batallón de turis-



5. Alejandro Villén (2018), *La Rendición* (inspirada en «La rendición de Breda» de Velázquez). Fuente: La opinión de Málaga. En: <<https://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2018/11/02/alejandro-villen-viraliza-dibujo-protesta-27903812.html>> (fecha de consulta: 21-11-2021)

tas en los cuales es posible distinguir elementos característicos de este colectivo como «segway, alguno haciéndose un *selfie* mientras bebe cerveza, banderas con referencias a las principales empresas de alquiler de pisos turísticos y alguna despedida de soltero» (Ferrary, 2018). En tanto, un crucero simboliza la relación directa de la economía de la zona con esta categoría turística y la clara derrota del residente (Ferrary, 2018).

La crítica contenida en esta imagen permite resaltar la relevancia de la dimensión espacial como elemento esencial de un circuito urbano forzosamente compartido y democrático, así como el surgimiento del nuevo modo de convivencia ciudadana opuesta a los intereses y necesidades de los residentes. Villén representa la ruptura cada vez más frecuente del orden de cohabitación fijado producida previamente al estallido de la pandemia. Conjuntamente, el autor perfila una visión panorámica de los conflictos predominantes que desestabilizan la cotidianidad y serenidad de los residentes. Es, sin duda, otra muestra más del calado del efecto masivo del turismo tal y como está planteado, además de cómo este y la satisfacción y calidad de vida de los residentes se excluyen mutuamente. Queda añadir que, al igual que en los ejemplos anteriores,

la imagen está dotada de una representación narrativa que interroga tanto sobre la viabilidad y sostenibilidad del modelo turístico masivo, como sobre la necesidad de abordar un rediseño estratégico que garanticen la coexistencia en estos núcleos urbanos.

Conclusiones

Las acciones creativas consideradas a lo largo de este texto exponen, ante todo, una voluntad robusta por desenmascarar la sobrecarga turística para preservar el derecho de los residentes a reivindicar a su ciudad como algo propio. En función del paisaje pre-pandémico analizado, el potencial político de estos encuentros performativos se sustenta en la creencia de que los procesos artísticos de comunicación recíproca pueden instigar e impulsar un cambio. Ello responde a que la naturaleza democratizadora y abierta de los métodos creativos empleados intervienen como herramientas comunicativas que alientan a una mayor participación de los públicos involucrados. En su mayoría crean poderosos sitios de aprendizaje para fomentar un tipo de producción cultural participativa y resistente.

De ahí que la primera preocupación de las mismas sea poner de manifiesto al fenómeno vacacional masivo, para lo que han recurrido a labores pedagógicas que brinden una comprensión clara del alcance de sus consecuencias. En tal sentido han evidenciado la necesidad de analizar la magnitud, el impacto y los problemas distintivos a los que se enfrenta cada destino determinado. Al hacerlo, han suministrado algunos aspectos metodológicos que habilitan nuevas oportunidades de acción socialmente comprometida para que puedan desarrollarse medidas que mitiguen las derivaciones de la «turistificación». A la vez, han identificado la necesidad de producir una imagen de la ciudad, del turismo y de lo urbano que se aleje del modelo vacacional masivo. Todo ello ha sido posible debido principalmente a que las genealogías plásticas aplicadas se tipifican por su pertinencia para formular interrogaciones críticas, trazar nuevas direcciones y mirar más allá de los prejuicios, los clichés y los mitos nuevos y viejos.

Cabe agregar que, a su vez, a la responsabilidad del arte correspondería acometer una revisión crítica que no solo refleje la desintegración de la realidad urbana inmediata sino, también, la avidez de rédito cortoplacista de aquellos gobiernos locales que imposibilitan un crecimiento económico asentado en la diversificación industrial, alejándose así de una gestión responsable que salvaguarde sus recursos patrimoniales. Asimismo, a estos creadores incumbirían instar a la responsabilidad de aquellos residentes que incentivados por un beneficio económico, animan hasta cierto punto a los turistas a viajar a sus localizaciones en cantidades cada vez mayores. Y es así como dentro de un entramado contestatario que no conoce fronteras, los autores analizados recuerdan que en los ámbitos de negociación post-pandémico no deben olvidarse los viejos problemas de resonancia mundial que, como este, compromete a la convivencia en dichas ciudades patrimoniales y la sostenibilidad de un planeta que agoniza.

Notas

- 1 Judd, 2003; Jiménez-Morales *et al.*, 2021: 2108; Calle, 2019.
- 2 Judd, 2003; Sequera y Nofre, 2018: 851; Cocola-Gant, 2019: 296.

Bibliografía

- BANKSY (2019), *Venice Oil* [Instagram]. En: <https://www.instagram.com/banksy/> (fecha de consulta: 16-11-2021).
- BLANCHÉ, Ulrich (2014), *Konsumkunst, Kultur und Kommerz bei Banksy und Damien Hirst*. Transcript Verlag, Bielefeld.
- CALLE VAQUERO, Manuel de la (2019), «Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, vol. 83, n.º 2829, pp. 1-40. DOI: <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2829>.
- COCOLA-GANT, Agustín (2019), «Gentrificación turística», *Turistificación global*, octubre, pp. 291-308. En: https://www.researchgate.net/publication/336442161_Gentrificacion_turistica (fecha de consulta: 31-05-2022).
- CONTESTED TERRITORIES (s.f.), «Left Hand Rotation». En: <https://www.contested-territories.net/left-hand-rotation/> (fecha de consulta: 17-11-2021).
- CRESPI-VALLBONA, Montserrat y MASCARILLA-MIRÓ, Óscar (2018), «La transformación y gentrificación turística del espacio urbano. El caso de la Barceloneta (Barcelona)», *EURE*, vol. 44, n.º 133, septiembre, pp. 51-70. DOI:<http://dx.doi.org/10.4067/s0250-71612018000300051>.
- DELGADO, Manuel (2019), «La ciudad y los turistas», *El País*, 11 de octubre. En: https://elpais.com/elpais/2019/08/27/seres_urbanos/1566931732_468441.html (fecha de consulta: 13-12-2021).
- FERRARY, Miguel (2018), «Alejandro Villén viraliza un dibujo protesta contra la invasión turística del Centro», *La opinión de Málaga*, 2 de noviembre. En: <https://www.laopiniondemalaga.es/malaga/2018/11/02/alejandro-villen-viraliza-dibujo-protesta-27903812.html> (fecha de consulta: 21-11-2021).

- FIGUEIRA-RICARDO, Melissa-María *et al.* (2022), «Street art y grafiti como exponentes del turismo creativo. Potencialidades del destino turístico Holguín, Cuba», *Recus*, vol. 7, n.º 1, enero-abril, pp. 68-77. DOI: <http://dx.doi.org/10.33936/recus.v7i1.4122>.
- GARCÍA HERRERA, Luz María, SMITH, Neil y MEJÍAS VERA, Miguel Ángel (2013), «Gentrification, displacement, and tourism in Santa Cruz de Tenerife», *Urban Geography*, vol. 28, n.º 3, mayo, pp. 276-298. DOI: <https://doi.org/10.2747/0272-3638.28.3.276>.
- GIL, Javier y SEQUERA, Jorge (2018), «Expansión de la ciudad turística y nuevas resistencias. El caso de Airbnb en Madrid», *Empiria. Revista De metodología De Ciencias Sociales*, n.º 41, pp. 15-32. DOI: <https://doi.org/10.5944/empiria.41.2018.22602>.
- GOTHAM, Kevin Fox (2005), «Tourism gentrification: The case of New Orleans» Vieux Carre (French Quarter)», *Urban Studies*, vol. 42, n.º 7, pp. 1099-1121. DOI: <https://doi.org/10.1080/00420980500120881>.
- HUETE, Raquel y MANTECÓN, Alejandro (2018), «El auge de la turismofobia ¿hipótesis de investigación o ruido ideológico?», *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, vol. 16, n.º 1, pp. 9-19. En: http://www.pasosonline.org/Publicados/16118/PS118_01.pdf (fecha de consulta: 21-12-2021).
- JIMÉNEZ-MORALES, Eduardo, MINGUET MEDINA, Jorge y CIMADOMO, Guido (2021), «Dos ciudades en la encrucijada del COVID-19. Paradojas y contradicciones del modelo turístico en el sur de España», en PUEBLA-MARTÍNEZ, Belén y VINADER-SEGURA, Raquel (coords.), *Ecosistema de una pandemia. COVID 19, la transformación mundial*, Dykinson, S.L., Madrid, pp. 2108-2129. En: <https://www.dykinson.com/libros/ecosistema-de-una-pandemia-covid-19-la-transformacion-mundial/9788413773285> (fecha de consulta: 23-12-2021).
- JUDD, Dennis. R. (2003), «El turismo urbano y la geografía de la ciudad», *Revista eure*, vol. 29, n.º 87, pp. 51-62. DOI: <http://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612003008700004>.
- KOMNINOS, Andreas *et al.* (2017), «Where's everybody? Comparing the use of heatmaps to uncover cities» tacit social context in smartphones and pervasive displays», *Inf Technol Tourism*, n.º 17, noviembre, pp. 399-427. DOI: <https://doi.org/10.1007/s40558-017-0092-5>.
- LA PELUQUERÍA (s. f.), *lapeluqueria.art*, [Instagram]. En: <https://www.instagram.com/lapeluqueria.art/?hl=es> (fecha de consulta: 21-12-2021).
- LEFT HANDROTATION (s. f.), «Terramotourism». En: <http://lefthandrotation.com/terramotourism> (fecha de consulta: 17-11-2021).
- LLORENTE-HERAS, Raquel (2020), «Impacto del COVID-19 en el mercado de trabajo: un análisis de los colectivos vulnerables. Documentos de Trabajo», *IAES, Instituto Universitario de Análisis Económico y Social*, (2), pp. 1-29. En: <http://hdl.handle.net/10486/691084> (fecha de consulta: 10-12-2021).
- MILANO, Claudio (2017), «Overtourism y Turismofobia: Tendencias Globales y Contextos Locales». En: http://www.aept.org/archivos/documentos/ostelea_informe_overtourism_y_turismofobia.pdf (fecha de consulta: 6-12-2021).
- PEÑALVER, Thais (2019), «Arte clandestino para la reflexión: la huella del turismo masivo en Alicante», *Alicantepiazza*, 11 de mayo. En: <https://alicantepiazza.es/arte-clandestino-para-la-reflexion-la-huella-del-turismo-masivo-en-alicante> (fecha de consulta: 27-12-2021).
- ROUTLEDGE, Paul (2011), «Sensuous solidarities: emotion, politics and performance in the Clandestine Insurgent Rebel Clown Army», *Antipode*, vol. 44, n.º 2, pp. 428-452. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8330.2010.00862.x>.
- SEQUERA, Jorge y NOFRE, Jordi (2018), «Shaken, not stirred: New debates on touristification and the limits of gentrification», *City. Analysis of Urban Change, Theory, Action*, vol. 22, n.º 5-6, pp. 843-855. DOI: <https://doi.org/10.1080/13604813.2018.1548819>.
- SHEPHERD, Robert (2002), «Commodification, culture and tourism», *Tourist Studies*, vol. 2, n.º 2, pp. 183-201. DOI: <https://doi.org/10.1177/146879702761936653>.
- TORRES, Raymond y FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, María Jesús (2020), «La política económica española y el COVID-19», *Cuadernos de Información económica*, n.º 275, pp. 1-7. En: https://www.funcas.es/wp-content/uploads/Migracion/Articulos/FUNCAS_CIE/275art02.pdf (fecha de consulta: 1-12-2021).