

Street Art Tours: rutas de turismo cultural para leer la ciudad a través del arte urbano

Street Art Tours: Cultural tours that help you interpret the city through urban art

Karen Eréndira Estrada Mora¹

Instituto Tecnológico de Estudios de Occidente (ITESO)

México

<https://orcid.org/0009-0002-1905-2620>

karen.estrada9445@alumnos.udg.mx

DOI: 10.32870/rhgc.a4.n7.5.24a

Obra bajo licencia internacional:

Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0



Recibido: 07/09/2023

Revisado: 23/10/2023

Aprobado: 13/11/2023

Resumen

Las calles de la ciudad de Guadalajara albergan un sin fin de historias en sus muros, donde únicamente es posible conocerlas caminando y observando. A través de las formas, colores y símbolos que el arte urbano muestra, es posible generar una lectura del lugar.

En el presente artículo se realiza un análisis del impacto de las rutas de turismo cultural de arte urbano público efímero en la ciudad de Guadalajara, México, partiendo de la referencia teórica del determinismo cultural de Boas, donde el arte urbano se identifica como una herramienta de comunicación y la relevancia de esta expresión de las sociedades contemporáneas como una invitación a leer la ciudad.

Palabras clave: arte urbano, arte público efímero, turismo cultural, Guadalajara.

Abstract

The streets of the city of Guadalajara had endless stories on its walls where it is only possible to know them by walking and observing. Through the shapes, colors, and symbols that urban art shows it is possible to generate a reading of the place.

In this article, an impact analysis of the cultural tourism routes of ephemeral public urban art in the city of Guadalajara, Mexico is carried out based on the theoretical reference of Boas's cultural determinism, where urban art is identified as a communication tool, and the relevance of this expression of contemporary societies as an invitation to read the city.

Key words: urban art, ephemeral public art, cultural tourism, Guadalajara.

1. Es creadora del proyecto Tour Street Art GDL, clasificada por Airbnb (2020) y El Norte (2021) como una de las 10 mejores experiencias de turismo cultural en Guadalajara. Diseñadora artesanal por la Universidad de Colima (2009), Street art hunter en Guadalajara para Street Art Cities (2019), Máster en Gestión Cultural e Innovación Social por la Universidad Complutense de Madrid (2020), Profesora de asignatura en el Instituto Tecnológico de Estudios de Occidente (ITESO) desde 2023. Actual maestrante de la Maestría en Gestión y Desarrollo Cultural de la Universidad de Guadalajara. ORCID <https://orcid.org/0009-0002-1905-2620>

Introducción

México es un país que cuenta con una de las mayores riquezas del turismo cultural del mundo: su geografía e historia son tan únicas que para conocerlas hay que visitar cada uno de los lugares donde a través de la arquitectura, su gastronomía, las tradiciones y las costumbres se reconoce el ser mexicano.

El arte urbano o *Street art*, como define Fernández (2004), engloba toda una serie de prácticas artísticas que van desde el conocido grafiti, hasta el esténcil o plantilla, pegatinas, pósteres o murales, cada día más a la moda no sólo en la escena *underground*.

Estas expresiones de arte urbano público efímero se han convertido en un medio importante para el desarrollo de rutas de turismo cultural como una alternativa moderna de conocer las ciudades



Figura 1. “Proyecto Xiuhcōatl”, Autor: VRS Crew, Año: 2012,
Ubicación: Edificio Lafayette; Chapultepec Sur 201 (con vista desde Av. Libertad).
Fotografía de Karen Mora. (Recuperado de Streetartcities, 2019)
<https://streetartcities.com/cities/guadalajara/markers/21589>²

El Turismo Cultural como lo define la Secretaría de Turismo de México (2015) es:

“aquél viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y mentales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico. Todo desplazamiento turístico tiene una implicación cultura; sin la cultura no se explica el turismo”.

2. Este es uno de los primeros trabajos monumentales en Guadalajara y fue realizado a partir de una comisión privada patrocinada por los dueños del edificio. En él, se puede ver a la serpiente turquesa o serpiente de fuego, que en su cuerpo geométrico contiene representaciones de dioses de distintas culturas, como la maya, la olmeca y la wixárika; incorpora otros elementos de la cultura mexicana, como grecas de las pirámides. Su color simboliza calor, fuego y luz.

En este sentido, México y todas sus características culturales e históricas representan un papel muy importante en el turismo cultural mundial. Guadalajara es una ciudad dinámica y en constante cambio. En 1994 reconocida como *la ciudad con más grafitis del mundo* (Ramírez, 2019), siendo esta la expresión más popular en la ciudad declarada así por el académico Jorge Fregoso (2017) en una nota realizada por el diario *Quadratín* (2017), el cual es identificado como un movimiento contemporáneo de las expresiones juveniles.

La relevancia que toman estos elementos gráficos en el espacio público se intensifican con cada una de las características que lo conforman y cobra valor al generar una divulgación de estos, por lo que para ello es importante conocer cada una de las características diferenciadoras de este movimiento plástico.

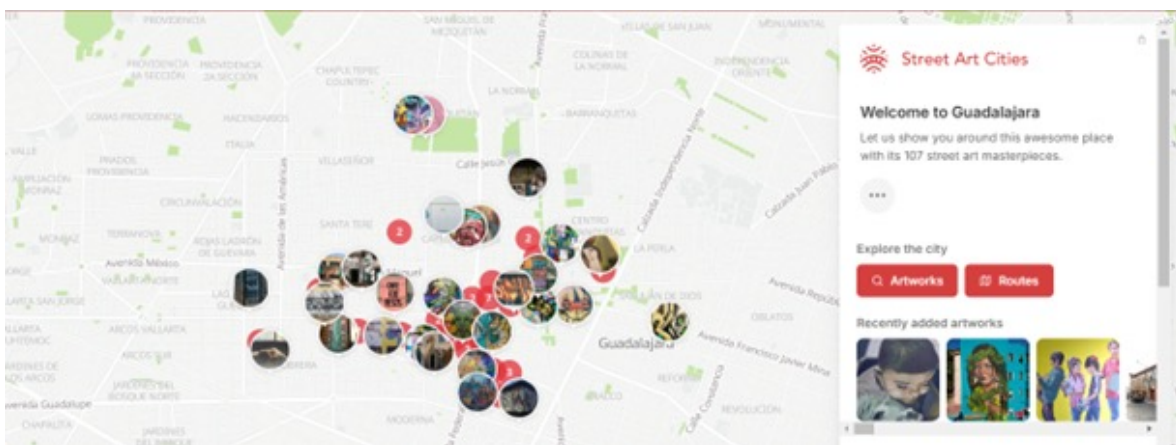


Figura 2. Mapa en la web de Street Art Cities con obras de arte urbano público efímero en Guadalajara. Recuperado de: <https://streetartcities.com/cities/guadalajara> ³

Niño, Hinojosa y Galarza (2017) señalan que las características de Guadalajara como ciudad destino, el imaginario colectivo compuesto por la cultura local y las experiencias sensoriales del visitante ayudan en buena parte a posicionar a la ciudad en el imaginario colectivo inclusivo de los viajeros extranjeros (p.58).

El talento de los artistas urbanos se desborda por las calles de la ciudad a través de los grafitis y murales (Quezada, 2019) que se pueden encontrar al caminar. Cada una de estas piezas de arte público efímero forman parte de un escenario gráfico que relata momentos históricos, místicos o sociales contemporáneos donde el espectador juega un papel fundamental en la lectura de las calles.

3. *Street Art Cities* es la comunidad mundial del arte callejero más importante del mundo con sede en Bélgica <https://streetartcities.com/>



Figura 3. “Hombre de fuego”. Autor: Peque VRS. Año: 2014. Ubicación: Esquina de Calzada Federalismo con Herrera y Cairo. Fotografía de Karen Mora (2019). Recuperado de: <https://streetartcities.com/cities/guadalajara/markers/21588> ⁴

En 2015, se crea el *Tour Street Art GDL*, la primera ruta de arte urbano de Guadalajara con el objetivo de documentar y dar a conocer a quién está detrás de cada expresión artística de la ciudad (Freyría, 2021). Estos recorridos se posicionaron como una actividad turística cultural, las cuales se ofertan en plataformas digitales como *Airbnb* (Valadez, 2021) donde a través de un recorrido guiado caminando, es posible reconocer la cultura del lugar.

Desarrollo

Según el INEGI, el PIB turístico creció un 7.8% anual en el tercer trimestre de 2023, impulsado en particular por los servicios (Forbes, 2024). Con el objetivo de identificar los factores que llevaron a la creación y realización de estas experiencias culturales, así como la demanda de estas, se aborda desde el modelo de Walter Christaller teniendo como objeto de estudio el territorio y las actividades económico-culturales en favor de la sociedad del conocimiento (Niño, 2007).

El turismo cultural tiene como propósito brindar al viajero una experiencia enriquecedora mediante una inmersión en las diversas expresiones culturales del destino que visitan. Según *Ostelea Tourism Management School* (2020), cada lugar ofrece una variedad de actividades clasificables en seis tipos: experiencias históricas y estéticas en espacios de arquitectura histórica, vivencias religiosas, degustaciones gastronómicas, encuentros socioculturales, disfrute de expresiones artísticas y culturales, o experiencias combinadas.

Para el desarrollo de una ruta de turismo cultural de arte urbano efímero en Guadalajara, es necesario identificar las características diferenciadoras del elemento cultural a investigar para así identificar los elementos diferenciadores de otras posibles rutas existentes las cuales en el caso específico de Guadalajara se identificaron las siguientes:

3. Obra creada como homenaje al muralista José Clemente Orozco; el tapatío Peque VRS, uno de los artistas de grafiti más reconocidos a nivel mundial, tomó como inspiración a “El hombre en Llamas” para representar, por medio de sus trazos, la lucha en México del hombre por el trabajo.

Según Artrade (2024) el arte urbano mexicano posee características únicas que lo resaltan de otras expresiones artísticas del mundo, las cuales se enlistan a continuación:

- **Accesibilidad:** una de las características fundamentales del arte urbano es su accesibilidad. A diferencia de las obras de arte tradicionales que se encuentran en museos y galerías, el arte urbano está al alcance de todos. Cualquier persona puede tropezar con una obra de arte urbano mientras camina por la calle, lo que lo convierte en una forma de expresión verdaderamente democrática.
- **Expresión libre:** los artistas urbanos tienen la libertad de expresar sus pensamientos, emociones y opiniones de una manera directa y sin censura. Esto ha llevado a la creación de obras que abordan temas políticos, sociales, culturales y personales con una franqueza que, a menudo desafía las normas convencionales.
- **Colores y estilos impactantes:** el arte urbano a menudo utiliza colores vibrantes y llamativos para atraer la atención de los espectadores. Los artistas experimentan con una variedad de estilos que van desde el realismo hasta el abstracto, lo que crea una amplia gama de expresiones visuales.
- **Mensaje y narrativa:** muchas obras de arte urbano cuentan con una historia o transmiten un mensaje. Puede ser una forma de crítica social, un llamado a la acción, una celebración de la cultura local o una expresión personal del artista.
- **Interacción con el entorno:** el arte urbano a menudo se adopta al entorno en el que se encuentra. Los artistas consideran la arquitectura, la ubicación y otros elementos del entorno urbano al crear sus obras, lo que las hace parte integral de la ciudad y su paisaje.
- **Efimeridad:** a menudo, el arte urbano es efímero, ya que está sujeto a la exposición, a la intemperie y a la posibilidad de ser sobrescrito o eliminado. Esta efimeridad agrega un elemento de temporalidad y urgencia a muchas obras de arte urbano.
- **Diversidad de medios:** los artistas urbanos utilizan una amplia variedad de medios, que van desde el grafiti y el muralismo hasta el estencil, las instalaciones y el arte digital. Esta diversidad de medios permite una expresión artística rica y variada.
- **Inclusión de la comunidad:** en muchos casos, el arte urbano involucra a la comunidad local. Los artistas a menudo trabajan en colaboración con residentes, instituciones o grupos comunitarios para crear obras que reflejen los valores y la historia de la comunidad.
- **Cambio constante:** las obras de arte urbano están en constante evolución. Las paredes de la ciudad se convierten en lienzos en blanco para una sucesión de artistas, lo que significa que el paisaje urbano está en constante cambio y transformación

Cada una de estas características define el arte urbano mexicano como una forma de expresión única y en constante evolución. A través de ella, se logra captar la atención de los transeúntes del espacio público, reflejando la diversidad plástica y creativa que los artistas plasman en los muros, representando la voz de las personas y a través de ello, se deja un mensaje indeleble en las calles y en la cultura del país. En este sentido, la ciudad de Guadalajara se convierte en un “sitio objeto de experiencias sin parangón” (Lew, 2011:573).

En una ciudad donde el grafiti es considerado diariamente como “contaminación visual” (Pérez, 2017) como se señala en los periódicos desde siempre, es importante identificar el sentido que cobrará la experiencia cultural ofrecida.

Prolifera graffiti en la Ciudad

Según la SCJ, hay más de dos actos vandálicos al mes en monumentos

REBECA PÉREZ VEGA

Los monumentos históricos y culturales de Guadalajara son blanco constante del grafiti y se registran más de dos actos vandálicos por mes, según la titular de la Secretaría de Cultura de Jalisco (SCJ), Myriam Vachez.

El lunes pasado, dos menores de edad graffitearon las ocho columnas centrales del Teatro Degollado, las paredes del Museo Regional, la cabeza de Quetzalcóatl y otro mobiliario ubicado en la Plaza Tapatía, mientras que el miércoles tres personas fueron sorprendidas rayando los muros del Ex Convento del



El lunes pasado graffitearon el Teatro Degollado. Se requirió de un trabajo especial de limpieza en las columnas afectadas.

Carmen, recinto que data del siglo 17.

Los que también han sido blanco de rayas son el Edificio Arróniz y el Instituto Cultural Cabañas, según Vachez.

Hacer este tipo de actos en edificios tan emblemáti-

cos para la Ciudad tiene que ver con la búsqueda de notoriedad, demostrar que se tuvo el atrevimiento, advierte el académico experto en culturas juveniles, Rogelio Marcial.

“Los que de veras saben (del movimiento grafitero)

no pintan en monumentos porque saben que se pueden ganar la ira colectiva”, aseguró.

Y en efecto, el acto de vandalismo en el Teatro Degollado generó una larga lista de comentarios fuera y dentro de redes sociales, aunque otros monumentos históricos por determinación de ley, incluso más antiguos, como los templos de San Francisco y Santa Mónica que datan del siglo 17 y 18, respectivamente, también han sido graffiteados en los últimos años.

En este caso, tanto la SCJ, como el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH), interpusieron denuncias por el daño a los monumentos históricos en la Fiscalía General del Estado.

Acto protagónico
CULTURA PÁG. 7

Figura 4. Nota de periódico Mural.

Recuperado el 2 de julio de 2017 de: <https://rnm2.com/graffiti-gdl/tema/contaminacion-visual/>

Las variables que se tomaron en cuenta para el desarrollo de la experiencia cultural del arte urbano público efímero fueron:

- La calle. Si o si es una experiencia que se realiza en el espacio público
- La investigación. Para tener el diseño de una ruta cultural, informativa y experiencial, la investigación histórica y el contexto social forman parte del favor clave.
- La duración. La mayoría de las experiencias de turismo cultural implican mucho tiempo tanto de desplazamiento como de realización.
- El costo. La inversión tanto de tiempo como de dinero.
- El público. Con el objetivo de que la gente observará el arte urbano de las calles, el público siempre fue abierto.
- El medio. El medio de difusión de esta experiencia sería a través de las webs de viajes: Tripadvisor y Airbnb.

Tomando estas características como referencia se identifican los valores de la experiencia que se detallan a continuación:

- Una experiencia única en Guadalajara con el objetivo claro de dar a conocer la historia y la cultura de la ciudad a través del grafiti y el arte urbano público efímero más allá de los elementos culturales muy marcados como el tequila, el mariachi y

su arquitectura, siendo un elemento diferenciador y al alcance de las expectativas turísticas contemporáneas.

- Una experiencia dirigida a un público en crecimiento en México y relativamente nuevo en Guadalajara, ya que en 2015 la única experiencia de arte urbano que existía era la de Ciudad de México ofrecida por Street Art Chilango (SACH, 2015).

Teniendo en cuenta cada una de las características antes mencionadas, se redactaron los contenidos con los objetivos claros y se procedió a la investigación de las posibles plataformas digitales para su divulgación. En esta búsqueda se identificaron dos plataformas importantes: Tripadvisor y Airbnb.

- **Tripadvisor:** es uno de los portales de viajes más visitados. Cuenta con más de 460 millones de usuarios activos al mes, donde se ofertan experiencias culturales, hoteles y alojamientos soportados por comentarios reales de los clientes (Tripadvisor, 2024).
- **Airbnb:** nació en 2007 cuando dos anfitriones recibieron a tres huéspedes en su casa de San Francisco y desde entonces ha crecido hasta alcanzar más de 5 millones de anfitriones, que han recibido a más de 1.500 millones de huéspedes en casi todos los países del mundo (Airbnb, 2024).

Para la elección de la plataforma de difusión principal, se investigaron los requerimientos para poner en marcha una experiencia de turismo cultural en las plataformas digitales donde se ofertan y se complementaron los pasos y materiales para seguir. Los requerimientos de las plataformas digitales para el diseño de una experiencia se detallan a continuación en la tabla 1:

Tabla 1: Requerimientos para la publicación de experiencias de turismo en las plataformas digitales 2015-2024.

 Tripadvisor	 Airbnb
Nombre de la experiencia	Nombre de la experiencia
Duración	Duración
Costo en dólares	Costo en pesos mexicanos
Descripción de la experiencia	Fotografías
Fotografías	Descripción de la experiencia
Número telefónico de contacto	Número telefónico de contacto
Correo electrónico del host	Datos fiscales del host
Nombre de la compañía o persona	Correo electrónico y verificación de 2 pasos
Cuenta PayPal para pago	Cuenta bancaria con registro fiscal
Disponible en 49 países desde 2000	Disponible en Guadalajara a partir de 2018*
Pago en dólares americanos vía transferencia al tipo de cambio del día.	Pago en pesos mexicanos
	Datos de facturación obligatoria para el pago de impuestos en México y Guadalajara* a partir de 2022

Nota: Datos extraídos de la web <https://tripadvisor.mediaroom.com/mx-about-us> y <https://news.airbnb.com/about-us/>.
Tabla diseñada por la autora.

Tomando como referencia los requerimientos solicitados por ambas plataformas y que en 2015 únicamente Tripadvisor estaba disponible en Guadalajara, se optó como primer medio. En 2024 la plataforma de reservas de experiencias de Tripadvisor cambió su nombre a Viator, apareciendo así en ambos perfiles.

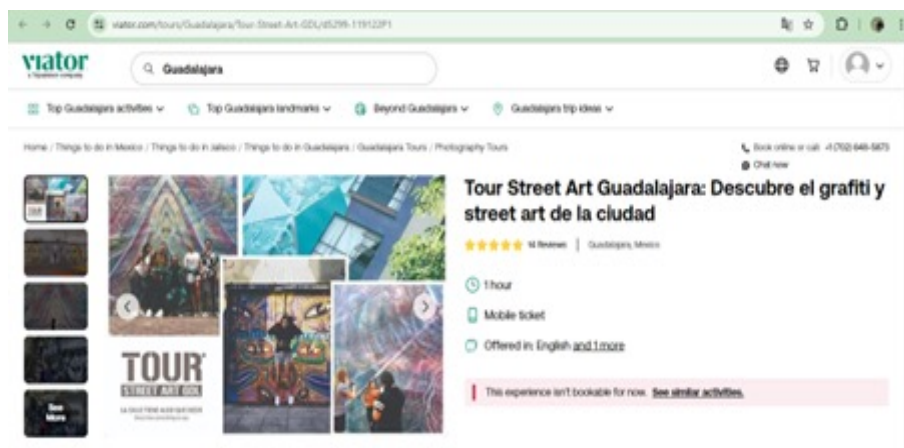


Figura 5. Sitio de la experiencia Tour Street Art GDL en Viator (2024) antes Tripadvisor. Recuperado de: <https://www.viator.com/tours/Guadalajara/Tour-Street-Art-GDL/d5299-119122P1>

Para el 2019 se activaron las experiencias de Airbnb en Jalisco y se publicó en ese medio también utilizando los mismos contenidos y fotografías para asociarlas por CEO de texto y ser identificables en ambas plataformas, así el usuario tendría la posibilidad de elegir por dónde reservar con seguridad y confianza.

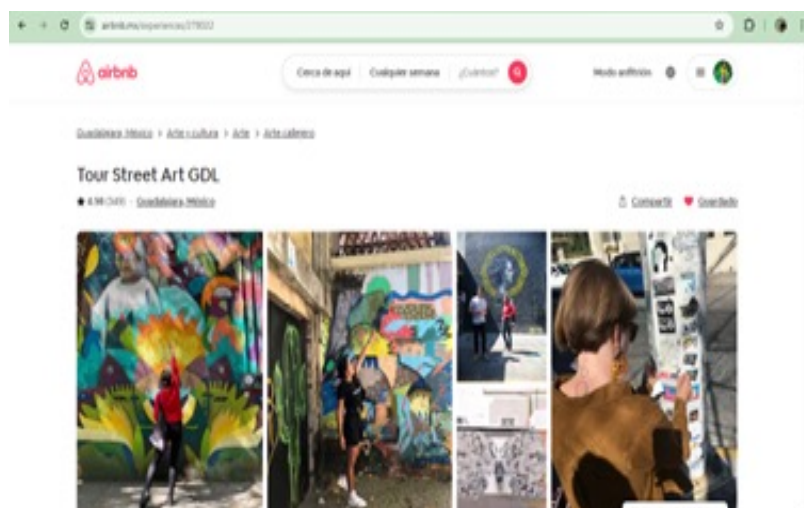


Figura 6. Sitio de la experiencia *Tour Street Art GDL* en Airbnb (2024). Recuperado de: <https://www.airbnb.mx/experiences/278022>

Uno de los factores importantes al momento de publicar la experiencia fue el nombre y para ello se eligió un nombre en inglés con la intención de segmentar al cliente y asociarse al término global asignado al arte urbano en el mundo en 2009 como Street art.

Desde su publicación, la experiencia tuvo 13 *reviews*, ya que se ofertaba únicamente los domingos y al ser una experiencia nueva, su demanda era baja (figura 6).



Figura 6. Reviews de la experiencia *Tour Street Art GDL*. Arriba en Viator (2024) antes Tripadvisor. Recuperado de: <https://www.viator.com/tours/Guadalajara/Tour-Street-Art-GDL/d5299-119122P1>

Los usuarios que se recibieron en el desarrollo de la experiencia fueron personas entre los 30 y 60 años provenientes de Estados Unidos de América y Canadá, por la cercanía territorial. Así, también los recorridos se ofertaron en su mayoría en idioma inglés.

Para el 2018, se abren las experiencias en Guadalajara a través de la plataforma de Airbnb y se publica ahí también, en ese momento Airbnb experiences era la plataforma más popular de las casas bonitas que no eran hoteles dando paso a un público joven y viajero, principalmente europeo.

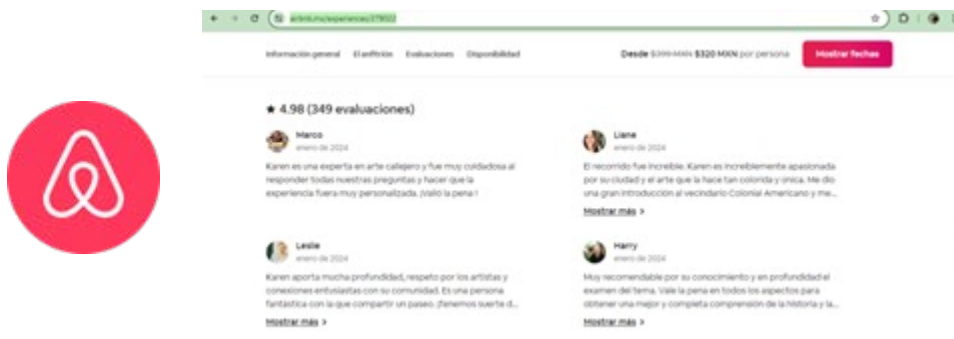


Figura 7. Reviews de la experiencia en Airbnb (2024). Recuperado de: <https://www.airbnb.mx/experiences/278022>

La experiencia en su publicación en Airbnb alcanzó desde 2019 hasta 2023, las 349 evaluaciones de sus visitantes, posicionándose como una de las experiencias diferenciales ofrecidas en Jalisco en esta plataforma tan popular.

Otro de los factores más importantes que destacan en esta experiencia es el costo y la duración. El diseño de esta se realizó para que el tiempo de realización no fuera considerado como pérdida, sino al contrario, fungirá como una oportunidad de inversión para conocer algo nuevo y diferente.

El precio también es importante, ya que, al ofertarse en un costo menor a 20 dólares, la calidad del servicio y las referencias de las personas lograron escalar el producto cultural a grados internacionales. La ruta de arte urbano ofrecida recorre únicamente una zona de la ciudad: la Colonia Americana la cual era guiada por una persona especializada acompañada de material impreso con información adicional (figura 8), la cual era compartida verbalmente al momento de realizar el recorrido.



Figura 8. Mapa de ruta de Arte Urbano 2019. Diseño de ruta, fotos y editorial por Karen Mora.

La popularidad del recorrido fue tal, que la Secretaría de Turismo de Jalisco ofrece la experiencia a sus visitantes especiales y así, con la práctica posicionarla como un atractivo cultural del estado (Hoytamaulipas, 2021).

Considerado uno de los barrios con mayor afluencia de turismo internacional, al ser identificada como parte del “Barrio más cool del mundo”, según *Time Out México* (2022), lo que propició mayor afluencia de visitantes generando un incremento de caminantes en la zona.

Para ese año el recorrido fue reconocido por una publicación en *National Geographic Travel UK*⁵ como una de las experiencias imperdibles en México, logrando así el objetivo de esta: visibilizar el arte urbano para leer la ciudad.



Figura 9. Carátula del artículo publicado en *Nation Geographic Travel UK* en 2021. Recuperado de: https://www.instagram.com/p/Chu_HGYO4lw/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA== a de ruta de Arte Urbano 2019. Diseño de ruta, fotos y editorial por Karen Mora.

En el desarrollo de esta estrategia de diseño de la ruta de turismo cultural, el objetivo siempre fue claro: visibilizar el arte urbano de Guadalajara y posicionarlo ante el mundo, lo cual fue posible gracias al uso de todas las herramientas digitales y tradicionales posibles al alcance.

5. Artículo publicado en agosto de 2022 por Elena Angelides en *NatGeoTravel UK*. https://www.instagram.com/p/Chu_HGYO4lw/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

También, es importante reconocer que la estrategia más importante de marketing digital para el posicionamiento de esta experiencia fueron las estrategias inbound marketing aplicadas para la más honesta recomendación de los clientes, lo cual generó una repercusión a nivel local e internacional.

Para 2024, la ruta se encuentra en pausa debido a la pascua académica de la diseñadora, ya que el objetivo es y siempre será la divulgación, por lo que contratar a alguien para que lo realice no es opción.

Conclusiones

La calle tiene algo que decir y eso lo podemos ver en sus muros. El diseño de las rutas de turismo cultural con un sentido académico e informativo es primordial para el éxito de estas.

Si bien, es claro que una ruta de turismo cultural representa un ingreso económico a quien la oferta, la responsabilidad y el costo económico de la actualización, búsqueda de medios y divulgación de los temas culturales elegidos para transmitir al visitante son fundamentales. Hoy en día, en México sólo se ofertan 48 experiencias de arte urbano en *Tripadvisor*⁶.

Si bien, es claro que la oferta responde a la demanda, es importante destacar que el arte urbano es diferente en cada lugar y responde a los contextos sociales, políticos y artísticos de donde se crea.

Así como señalar en el artículo de Aporte al Turismo Cultural en el Centro Histórico de Guadalajara (2014-2016) de Niño, Hinojosa y Galarza (2017) donde como resultado de su metodología se identifica que el turismo cultural de esa zona se centra en Patrimonio Edificado, con este análisis del diseño de experiencias de turismo cultural partiendo de los elementos visuales del espacio público, es posible también contar con una parte de la historia de la ciudad.

Las experiencias de turismo cultural a través del arte urbano, brindan la posibilidad de conocer a través de la gráfica, diferentes mensajes que los artistas, ciudades, gobiernos o instituciones quieren compartir al mundo. Por su carácter se convierten aún más en un objeto de deseo, de deseo de conocer y saber más porque no siempre van a estar ahí.

La relación entre el turismo y los valores culturales de una ciudad, considero deben ser principalmente reconocidos por sus habitantes, para así todos volverse en embajadores de su cultura, comenzando por el barrio donde se viven, luego la ciudad y luego el país.

5. Artículo publicado en agosto de 2022 por Elena Angelides en *NatGeoTravel UK*. https://www.instagram.com/p/Chu_HGYO4lw/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWFIZA==

Bibliografía:

Lew, Antony (2011). *Tourism Place: A Discussion Fórum Understanding Experiential Authenticity through the Best Tourism Places*, en *Tourism Geographies*, Vol. 13, No. 4, pp. 570-575.

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

Webgrafía:

Airbnb (2024) *About us*. Airbnb.com. Recuperado en 5 de mayo de 2024, <https://news.airbnb.com/about-us/>

Artrade (2024). *Arte Urbano en México*. Artrade. Recuperado de 5 de mayo de 2024, <https://www.artradelatam.com/post/arte-urbano-en-mexico-y-artrade-latam>.

Fernández, I. (2014). *Las mejores rutas de 'Street art' del mundo*. Vanitas El confidencial. Recuperado de 2 de diciembre de 2024, https://www.vanitatis.elconfidencial.com/estilo/2014-12-02/los-mejores-tours-de-street-art-del-mundo_506332/

Forbes (2024). *Turismo internacional en México crece un 3.6% en enero: Inegi*. Forbes. Recuperado de 11 de marzo de 2024, <https://www.forbes.com.mx/turismo-internacional-en-mexico-crece-un-3-6-en-enero-inegi/>

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

HOYTAMAULIPAS.COM (2021). *Promueve Jalisco el arte urbano*. Recuperado de 6 de noviembre de 2021, <https://www.hoytamaulipas.net/notas/475243/Promueve-Jalisco-arte-urbano-como-atractivo-turistico.html>

Nirmedia (2024). *Qué es Tripadvisor*. Recuperado 5 de mayo de 2024, <https://nirmedia.com/que-es-tripadvisor/>

Niño, N, Hinojosa, A, & Galarza, C. (2017). *Aporte al turismo cultural en el centro histórico de Guadalajara (2014-2016)*. TOPOFILIA, (15), 57-67. Recuperado a partir de <https://topofilia.buap.mx/index.php/topofilia/article/view/12>

Ostelea (2020). *Turismo cultural: qué es, tipos y ejemplos*. [Artículo de blog]. Recuperado de 11 de agosto de 2020, <https://www.ostelea.com/actualidad/blog-turismo/tendencias-en-turismo/turismo-cultural-que-es-tipos-y-ejemplos>

Quezada, A. (2019). *Ruta de arte mexicano*. Mural. Recuperado de 13 de septiembre de 2019, <https://www.mural.com.mx/ruta-de-arte-mexicano/ar1768704>

Ramírez, A. (2019). *Tesis de sociología del graffiti en resistencia y arte urbano en Guadalajara*. [Tesis de licenciatura, Universidad de Guadalajara]. <https://rnm2.com/graffiti-gdl/aproximacion-sociohistorica-de-la-aparicion-y-evolucion-del-fenomeno-del-graffiti-en-la-ciudad-de-guadalajara-desde-1990-a-la-actualidad/>

SACH (2015). *Street art tours in Mexico City*. Street art chilango. <https://streetartchilango.com/>

SECTUR (2015). *Turismo cultural*. Secretaría de Turismo de México. Recuperado de 11 de mayo de 2015, <https://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>

Timeout México. (2022, 12 de octubre). *El mejor barrio del mundo en 2022 ¡está en México!* <https://www.timeoutmexico.mx/ciudad-de-mexico/que-hacer/el-mejor-barrio-del-mundo-2022-guadalajara-index>

Tripadvisor. (2024). *About us*. tripadvisor.com. Recuperado de 5 de mayo de 2024, <https://tripadvisor.mediaroom.com/mx-about-us>

Valadez, A. (2021). *10 grandes experiencias de Airbnb en Jalisco*. Diario digital El Norte. Recuperado el 20 de junio de 2021, <https://www.elnorte.com/10-grandes-experiencias-de-airbnb-en-jalisco/ar2205958>