

**REPENSANDO EL CONCEPTO DE ARTE A TRAVÉS DEL TURISMO: EL
TURISMO DE ARTE CALLEJERO EN GUAYAQUIL**

**RETHINKING THE CONCEPT OF ART THROUGH TOURISM: STREET ART
TOURISM IN GUAYAQUIL**

Sofía Lissette Pacherras Nolivos, Mgs.

Magíster en Gestión turística (Ecuador).

Docente de la Facultad de Turismo y Hotelería de la Universidad Ecotec, Ecuador.

spacherres@ecotec.edu.ec

Arnaldo Andrés Vergara Romero, Mgs.

<https://orcid.org/0000-0001-8503-3685>

Magíster en Economía (Ecuador).

Docente-Investigador del Centro de Estudios para el Desarrollo Sostenible de la Universidad

Ecotec, Ecuador.

avergara@ecotec.edu.ec

Rafael Sorhegui Rodríguez, Lcdo.

Licenciado en Contabilidad y Finanzas (Cuba).

Docente de la Facultad de Economía de la Universidad de La Habana, Cuba.

rafaelsorhegui@fec.uh.cu

ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN

Recibido: 15 de septiembre de 2020

Aceptado: 29 de septiembre de 2020

RESUMEN

El movimiento de arte comunitario avanza con fuerza mediante los sinónimos de arte callejero, graffiti, pos-graffiti, arte urbano o art-like. La relación del arte callejero y el turismo se ve ligado desde las formas conceptuales hasta los turistas que se unen a la transmisión de percepciones históricas, demandas populares o alegrías colectivas. El propósito de este artículo es aclarar qué tipo de influencia tiene el turismo en el arte en la comunidad local desde la perspectiva de sociedad turística, utilizando el caso del turismo artístico en Guayaquil, Guayas-Ecuador. La generación y el consumo del arte callejero en Guayaquil está impulsado no sólo por la lógica de la estética, sino para la lógica del turismo. A partir de aquí, queda claro que el surgimiento de “art-like” no implica críticas en el campo del turismo, sino que está sacudiendo el concepto de arte que se ha asumido en la investigación convencional.

Palabras clave: Arte callejero, turismo, Plaza Guayarte, arte, Festival Guayarte

ABSTRACT

The community art movement is advancing strongly through the synonyms of street art, graffiti, post-graffiti, urban art or art-like. The relationship between street art and tourism is linked from conceptual forms to tourists who join the transmission of historical perceptions, popular demands or collective joys. The purpose of this article is to clarify what type of influence tourism has on art in the local community from the perspective of tourism society, using the case of artistic tourism in Guayaquil, Guayas-Ecuador. The generation and consumption of street art in Guayaquil is driven not only by the logic of aesthetics, but by the logic of tourism. From here, it is clear that the emergence of "art-like" does not imply criticism in the field of tourism, but is shaking the concept of art that has been assumed in conventional research.

Keywords: street art, tourism, Plaza Guayarte, art, Guayarte Festival

INTRODUCCIÓN

Desde la regeneración urbana de la Alcaldía de Guayaquil, el arte contemporáneo se ha instalado en espacios públicos locales, y el número de proyectos de arte que revitalizan a la Provincia y promueven el intercambio cultural a través del arte, está aumentando a nivel internacional.

En los proyectos de arte que toman la forma de eventos a largo plazo, existen muchos participantes temporales, como visitantes y turistas. Sin embargo, la investigación convencional sobre proyectos de arte se limita solo a quienes están continuamente involucrados en el proyecto, como artistas, voluntarios y los residentes locales, sobre las diversas causas y diálogos de las personas mediadas por el arte (Chistiakova, 2018).

Por tanto, este trabajo se centra no solo en las personas que participan en la gestión de proyectos de arte desde el interior, sino también en los visitantes que visitan el proyecto, es decir, los turistas que se desplazan en busca del arte contemporáneo en busca de placer e inspiración.

El concepto de "cosa artística" se utiliza como pista. "Artístico" se refiere a obras que no cumplen con los sistemas y regulaciones de arte profesional centrados en Europa Occidental, y que no se evalúan en el mercado mundial del arte (Feitosa-Santana, 2020).

Para el artículo, al establecer un marco denominado "artístico", se aclara cómo el turismo afecta la forma en que es el arte en la comunidad local y captamos la dinámica del concepto de arte en el campo del turismo.

REVISIÓN TEÓRICA

La difusión de proyectos artísticos basados en la “colaboración”

El proyecto de arte, que es el objetivo del turismo artístico, es un proyecto cultural que tiene como objetivo desarrollar un acercamiento artístico a diversos temas sociales y culturales, por ejemplo, los problemas sociales como la despoblación, problemas de bienestar, educativos o política cultural (Piñeira, Durán & López, 2020).

Es común que los artistas sean seleccionados por operadores llamados directores y curadores de acuerdo con el propósito de cada proyecto, y cada artista produce una obra bajo un proyecto de arte. Las instalaciones de arte no se limitan a las instalaciones de arte tradicionales como museos y galerías (Andrzejewski, 2017).

Por ejemplo, varios espacios al aire libre como instalaciones públicas locales, escuelas cerradas, casas antiguas, carreteras y parques se establecen como escenario. A menudo hay representaciones y trabajos específicos del lugar que aprovechan el ambiente local y las características del lugar.

La característica principal de un proyecto de arte no se basa necesariamente en exhibir o apreciar las pinturas producidas por el artista, sino a través de la colaboración entre especialistas y no especialistas en arte, a través de la producción y adjudicación de obras, la interacción de las personas y la comunidad. Está dirigido a efectos sociales como la revitalización de comunidades (Pallarès, 2019).

Detrás de estas características están el “arte del compromiso social” y el “arte de la colaboración”, que han sido de creciente interés principalmente en Europa y Estados Unidos desde la década de 1990. El “arte de la relación” se ocupa de la comunicación y las relaciones que intercambian entre muchas personas, incluidos los artistas, como la participación y la experiencia de las obras de arte de las personas y la colaboración entre los participantes (Costa & Lopes, 2015).

Con este tipo de expansión de los proyectos de arte en mente, los turistas visitan el arte instalado en los espacios públicos locales y profundizan su comprensión de la región a ver y participar en sus obras. El “turismo que disfruta del contacto con el arte” se llama turismo artístico (Fraga, Otero & Rodríguez, 2018).

Además de los proyectos de arte antes mencionados, también se deben incluir formas de turismo como visitar obras de graffiti y el arte callejero. Los turistas entran en contacto con el arte de diversas formas, como participar realmente en la producción del trabajo y tomar fotografías con obras de arte mientras viajan (Tellidis & Glomm, 2019).

La permeabilidad de actividades denominadas proyectos de arte ha cambiado la forma de apreciación pasiva, que tradicionalmente se realizaba en lugares cerrados como museos, y ha creado nuevas formas de participar y vivir la obra. Para Chen & Ko (2016), el arte se volvió más abierto a la sociedad. Los estudios sobre el impacto del arte en las comunidades locales y su naturaleza política se están acumulando en el campo de las humanidades (Colacicco, 2016).

Arte y comunidad instalados en lugares públicos

El “arte colaborativo”, que se enfatiza en los proyectos de arte, está fuertemente influenciado por la diversificación de la expresión artística en la segunda mitad del siglo XX. En el contexto del arte, a partir de la década de 1950, se cerró el museo, que debió haber sido un lugar abierto para la exhibición de arte, y desde la década de 1980 se aceleró la comercialización del arte (Palermo, 2018).

Ciudadanos y artistas han comenzado a criticar el sistema de arte existente en el contexto de la inmovilización de diversas instituciones. Por ello, a partir de la segunda mitad del XX, paulatinamente se buscaron nuevas expresiones artísticas, especialmente desde la década de 1980 (Brown, 2017). A medida que se proclama el fin del modernismo en el arte, los artistas deben centrarse en los conceptos y las ideas para crear sus obras, y trasladadas el lugar de expresión desde el interior del museo al espacio público (Villajos, Werckmeister & García, 2019).

Al mismo tiempo, en los que respecta a la posindustrialización vista en la sociedad en su conjunto, las actividades para producir obras sociopolíticas y presentar ideas para nuevos mecanismos sociales se realizaban en las calles y en los lugares públicos, hasta entonces no solo se oponían al sistema artístico de los anteriores, sino que también tenían el carácter de un movimiento social que protestaba o se oponía al sistema social existente (Calderón, 2019).

Así, desde la segunda mitad de los años sesenta, el arte se ha instalado en los espacios públicos y se han realizado actividades. La atención se centró en actividades como el arte comunitario que utiliza el arte para la inclusión, y las discusiones sobre la relación entre las comunidades locales y el arte se volvieron más activas. Las artes públicas se han investigado principalmente desde una perspectiva de política cultural (Flessas & Mulcahy, 2018).

Al examinar los problemas del arte público y el espacio público urbano, Kudo (2008), organizó la historia de la política de arte público en los Estados Unidos. En este país, el arte público, ha sido próspero desde la década de 1960, ha provocado diversas discusiones, especialmente en la década de 1980, ya que se ha vinculado a discusiones sobre la teoría de la sociedad civil y la esfera pública. Por ejemplo, en la segunda mitad de la década de 1980, en el tema de la remoción

del “Arco inclinado” creado por R. Serra, surgió en la comunidad el debate sobre los derechos del espacio público y la definición de ciudadanía (Lacy, 1995).

Al discutir el significado del arte en la sociedad civil, la discusión sobre el arte público ha creado una forma para que el público en general se pregunte sobre los derechos civiles, el disfrute cultural y el estado de la sociedad (Wiesner, 2019).

En Europa y los Estados Unidos desde la década de 1980, se propuso un nuevo marco llamado Arte Público de Nuevo Género, y la forma y el propósito de instalación del arte público convencional, que era el centro de la escultura, cambió. Una característica particular es que la obra fue creada con énfasis en el proceso de producción que involucra vínculos con la comunidad, resolución de problemas sociales y comunicación de las personas (Chang, 2019).

Alrededor del año 2000, se comenzó a llamar entre el arte y la comunidad local, y la conexión de la actuación y las artes escénicas con el arte público llevó el establecimiento de un proyecto de arte que enfatizaba la participación social. Por lo tanto, las artes instaladas en lugares públicos se volverán dinámicas y fortalecerán aún más la relación la comunidad local (Travaglini, 2019).

Junto a esto, la investigación académica se acumulará no solo desde una perspectiva de política cultural, sino también desde una perspectiva de humanidades. En concreto, han surgido investigaciones empíricas dirigidas a personas involucradas en proyectos de arte y análisis teóricos que preguntan por la naturaleza política y la estructura del propio proyecto (Chen & Ko, 2016). En particular, en algunos estudios se aclara empíricamente el proceso de negociación de personas involucradas en proyectos de arte, consideramos artistas y vecinos del lugar, voluntarios que participan en proyectos, etc (Colacicco, 2017; Palermo, 2018; Olishkevskaya, 2020).

Sin embargo, para captar el movimiento de las comunidades locales en torno al arte, estos estudios que analizan los límites de obras, participantes y regiones, analizan el significado del arte colocado en los espacios públicos. Solo se ha visto en una sociedad y comunidad limitada y fija (García, 2019).

Como se mencionó anteriormente, el proyecto de arte será un lugar para que diversas personas se reúnan e interactúen. Sin embargo, si bien hay personas que continúan participando en el proyecto y forman comunidades y conexiones, los turistas que migran de otros lugares también juegan un papel importante en los proyectos de arte (Chistiakova, 2018).

Los residentes locales pueden comenzar a explicar el arte y remodelar sus espacios de vida, teniendo en cuenta la vista de los turistas (Copain, 2017). Por lo tanto, mientras los turistas encuentran proyectos de arte, obras y comunidades locales ante el contacto temporal, tienen un gran impacto social en la región. Sin embargo, la investigación convencional no ha logrado captar

la forma de las comunidades locales que responden a la existencia y demanda de turistas que han sido provocadas por proyectos artísticos (Renna, 2017).

La movilidad y liquidez diarias se están acelerando en el contexto del desarrollo de la tecnología moderna de transporte y comunicación, y luego dio un “giro de movilización” en el campo de las Ciencias sociales (Pacherres, Vergara & Sorhegui, 2020). Desde el cambio de la teoría del movimiento, se ha prestado atención al hecho de que el aumento en la velocidad y la cantidad de movimiento de personas, bienes e información en la sociedad moderna cambia las vidas de la sociedad y las personas (García, 2019).

Por tanto, a la luz de esta situación social, se puede considerar que la forma del arte en la comunidad local ha cambiado significativamente debido a la expansión de la movilidad social. De ahí surge la necesidad de captar el lugar de los proyectos de arte a través del “movimiento”, es decir, captando en consideración a los participantes temporales como los turistas (Costa & Texeira, 2020).

El turismo artístico en la investigación turística

Entonces, ¿cómo se ha discutido el turismo artístico en la investigación turística? En cuanto al significado del arte y el turismo en la comunidad local, la mayoría de los estudios han realizado análisis cuantitativos centrados en los efectos económicos y políticos. Sin embargo, se limita a la perspectiva que se centra en la importancia cultural del turismo artístico, pero asume que revitalizará la comunidad local. Es difícil decir que estos estudios analizan el impacto social de la movilidad del turismo (Baumgarth & Wieker, 2020).

Por otro lado, en cuanto al significado social del turismo artístico, en los últimos años se han ido acumulando algunas discusiones teóricas. Por ejemplo, se presta atención a la ambigüedad de la “participación” de los turistas en el turismo artístico, y si bien la construcción de nuevas relaciones sociales por parte del arte tiene un efecto catabólico diario, provoca un mero consumo de historias y en el arte existe la posibilidad de que socave la criticidad y la hostilidad (Rink, Vasques-Menezes & Mettrau, 2016).

Además, se está estudiando el proceso en que los moradores de la comunidad toman la iniciativa para dar respuesta al turismo en el caso del turismo artístico. En particular, nos enfocamos en el impacto de visitantes externos como turistas y artistas en la ciudad, y se aclara cómo se construyen nuevos recursos turísticos a través de la comunicación entre residentes y visitantes (Forte & De Paola, 2019).

De esta forma, en la exploración turística se empieza a ver el cúmulo de investigaciones teóricas sobre el arte ubicadas en la comunidad local, considerando la mirada externa que incluye

a los turistas (Flessas & Nucahy, 2018). Hasta la actualidad no se ha aclarado cómo se está creando el lugar del turismo artístico al influir unos en otros.

MATERIALES Y MÉTODOS

El propósito de este artículo es aclarar la influencia del turismo en el arte en la comunidad revisando la investigación artística convencional desde el punto de vista del movimiento. En particular, si bien los estudios anteriores se han centrado solo en los residentes locales y aquellos que participan en proyectos de arte, intentamos extraer la dinámica del arte en la comunidad local a partir de la liquidez de los participantes temporales, como los turistas.

Para cumplir con este objetivo se utilizará la revisión de artículos académicos publicadas e indexadas en base de datos científicos internacionales como Web of Science y Scopus con los términos “art street”, “arte callejero” y “arte AND street”. La documentación será el método de recolección, se seleccionará las colecciones principales de ambas bases de datos y con todas las disciplinas académicas para un análisis multidisciplinario.

Arte callejero y turismo en Guayaquil

Descripción general de Guayaquil

La ciudad de Guayaquil creció en el antiguo territorio Huancavilca, su situación geográfica de “puerto abrigado, en uno de los estuarios más apacibles en la costa occidental del Pacífico Sur y esta potencialidad geográfica constituyó una condición ideal que la convirtió en el Mayor Astillero de mar del Sur que tuvo España”, de esta manera se volvió en un motor de la economía regional, tanto en la época colonial como en la republicana (Guayaquil es mi destino, 2020).

Santiago de Guayaquil o también conocida como “La Perla del Pacífico”, es una ciudad costera del Litoral ecuatoriano que alberga 2'698.077 habitantes según las proyecciones del INEC, tiene 345 kilómetros cuadrados, la ciudad es considerada el principal puerto del Ecuador, cuenta con 16 parroquias urbanas y 5 rurales.

Guayaquil recibió 550.858 viajeros en el año 2019, el 4,67% de los viajeros llegaron por vía marítima, siendo el 46.05% mujeres y el rango de edad que más visitan la ciudad es de 30 años en adelante (INEC, 2020).

Guayaquil como Destino turístico

La entidad cuyo “objetivo es hacer de Guayaquil un icono de desarrollo turístico del Ecuador, destino principal de turistas internos y extranjeros”, es la Empresa Pública Municipal de Turismo,

Promoción Cívica y Relaciones Internacionales de Guayaquil, EP., fue creada mediante una Ordenanza el 11 de diciembre de 2015 (EP Turismo Guayaquil, 2020).

Esta Empresa Pública diseñó la marca “Guayaquil es mi destino” buscando:

- Fomentar en los ciudadanos el amor y el orgullo por Guayaquil, mediante la promoción de los valores cívicos y culturales de la Ciudad.
- Fomentar el turismo y las relaciones internacionales para posicionar a Guayaquil como uno de los principales destinos nacionales e internacionales.
- Posicionar a Guayaquil como uno de los mejores destinos para convenciones, ferias, congresos y eventos, a través del buró de convenciones y visitantes.

La marca incluye una planificación de viaje con rutas como la fe, de la independencia, del cacao y aviturismo. De igual manera tiene opciones de naturaleza, entretenimiento, gastronomía, historia, rural, arte y cultura (Guayaquil es mi destino, 2020).

Las opciones de naturaleza se nombran en la figura 1, donde se encuentran ambientes ecológicos, colecciones científicas de plantas vivas, manglares conservados, bosque seco tropical y un lugar mágico de naturaleza animal y de especies poco comunes, entre otros.

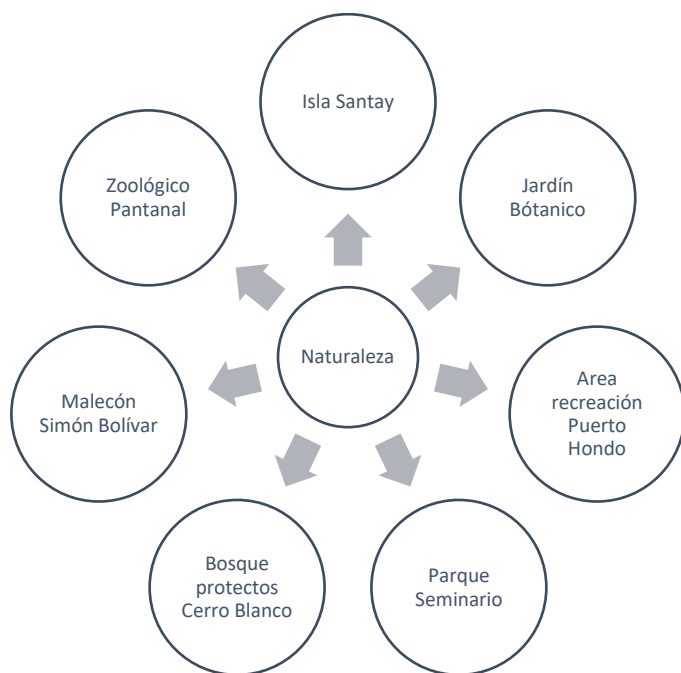


Figura 1. Opciones turísticas sobre naturaleza en la ciudad de Guayaquil.

Fuente: Elaboración propia a partir de <https://www.guayaquil.travel/GyeTravel/#/home>

Las opciones de entretenimiento se señalan en la figura 2, donde se encuentran estilos arquitectónicos de inicios del siglo XX, una pileta de 64 vertidores que elevan el agua hasta 20 metros, plazas, museos y un malecón que bordea al río Guayas.

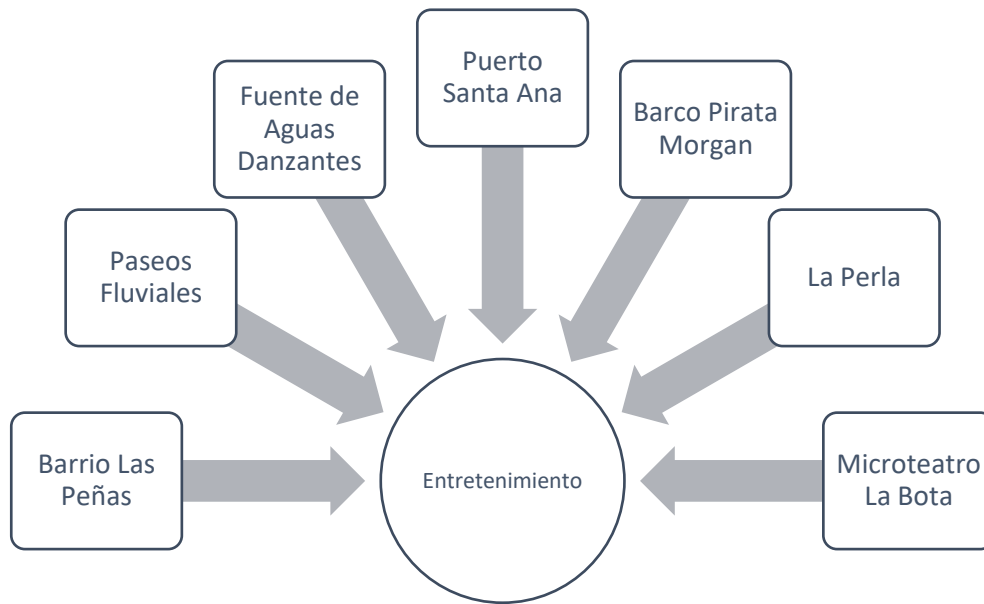


Figura 2. Opciones turísticas para entretenimiento en la ciudad de Guayaquil.

Fuente: Elaboración propia a partir de <https://www.guayaquil.travel/GyeTravel/#/home>

La ciudad también ofrece una variedad de plazas gastronómicas, tal como se describe en la figura 3.

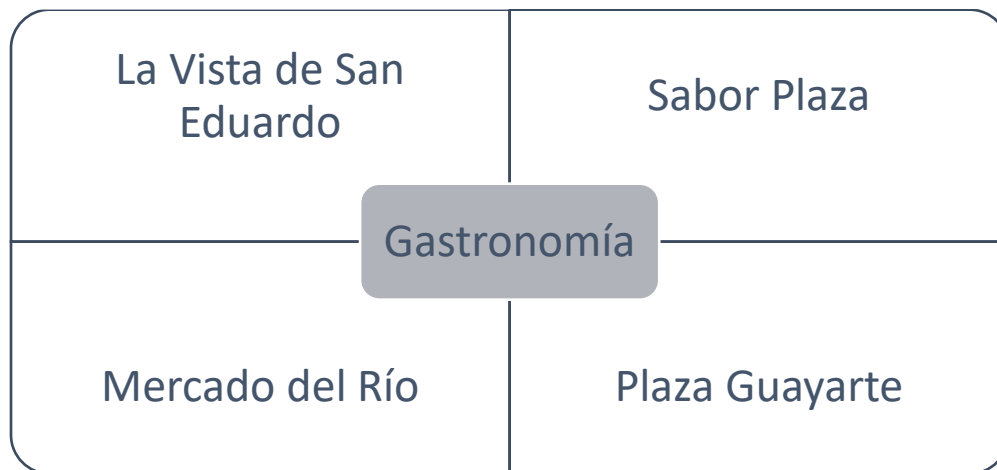


Figura 3. Opciones turísticas para gastronomía en la ciudad de Guayaquil.

Fuente: Elaboración propia a partir de <https://www.guayaquil.travel/GyeTravel/#/home>

Guayaquil como una ciudad bicentenaria, propone como atractivo turístico obras y arquitectura históricas, tal como se describe en la figura 4.

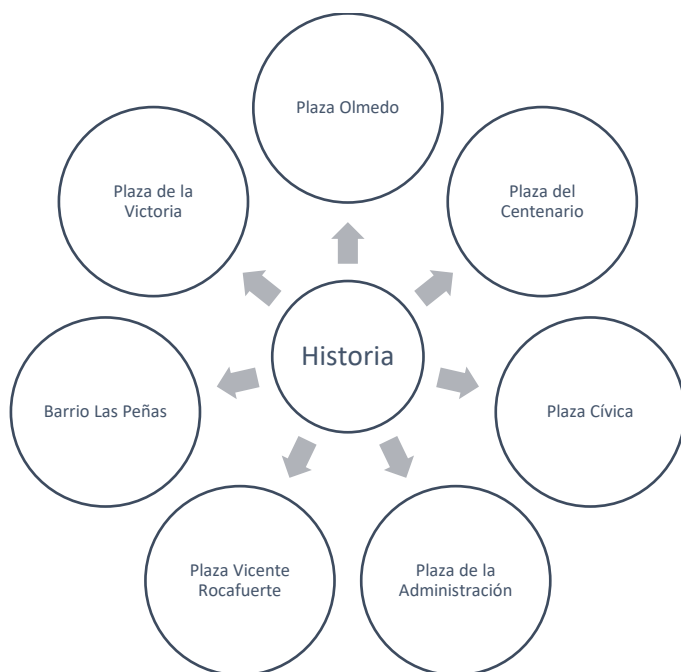


Figura 4. Opciones turísticas de historia en la ciudad de Guayaquil.

Fuente: Elaboración propia a partir de <https://www.guayaquil.travel/GyeTravel/#/home>

Por último, se encuentra todo lo referente del arte y la cultura de esta ciudad cosmopolita, a continuación, se describe en la figura 5, sus principales opciones.

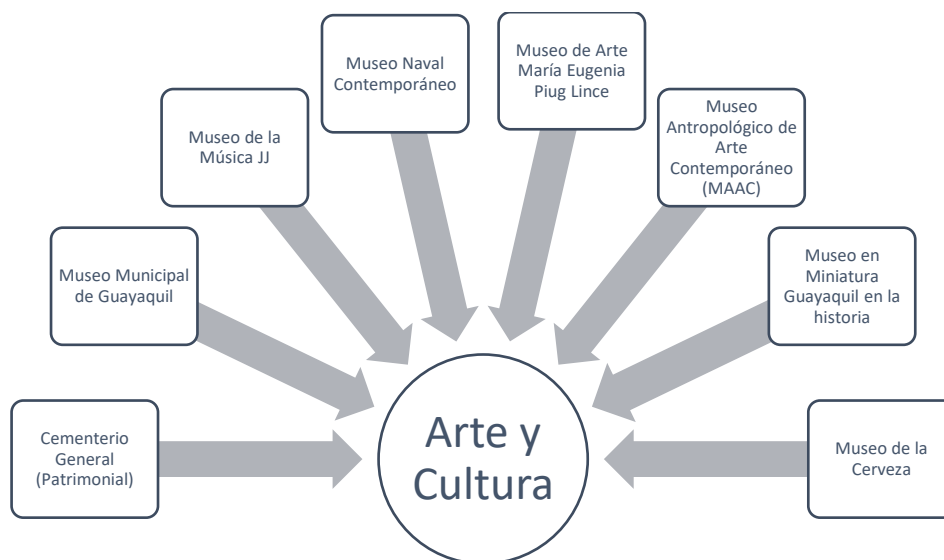


Figura 5. Opciones turísticas para arte y cultura en la ciudad de Guayaquil.

Fuente: Elaboración propia a partir de <https://www.guayaquil.travel/GyeTravel/#/home>

Proceso de desarrollo del arte callejero de Guayaquil

En la década de los 90, el edificio del Banco Central del Ecuador, comenzó a exponer una galería de fotos que incluyen piezas en museos de Guayaquil y piezas artísticas del movimiento artístico denominado “Escuela Quiteña”, se recalca que, aunque este se encuentre en las paredes de un edificio, no es considerado como arte callejero, pero, fue el inicio de una iniciativa artística.

La promoción del arte callejero en la ciudad de Guayaquil, fue promovida por la Alcaldía y sus dependencias turísticas mencionadas anteriormente. Esta entidad organiza el primer Festival de Arte Urbano llamado “Guayarte” como sinergia entre la Alcaldía y los diversos actores locales, en noviembre de 2017.

Este festival es el “comienzo de una nueva apuesta institucional con el avance de Guayaquil, misma que la ubicará como uno de los destinos turísticos más importantes por la calidad de intervenciones en el espacio público” (ver figura 6).



Figura 6. Obra de Apitatán haciendo referencia a la corrupción, en las calles Panamá y Víctor Manuel Rendón.

Fuente: Elaboración propia.

Como muestra de lo exitoso que fue el festival, se han organizado murales en espacios no aprovechados por toda la ciudad (ver figura 7) y en noviembre de 2018 se inauguró la Plaza Guayarte que mezcla la artesanía, gastronomía y el arte, visualizado como un “espacio de recreación familiar y un nuevo icono turístico de la ciudad” (ver figura 8).



Figura 7. Vista panorámica de la Plaza Guayarte en la Av. Carlos Julio Arosemena.

Fuente: Elaboración propia.



Figura 8. Obra de Smoke referenciando a Guayas y Quil, en las calles Junín y Panamá.

Fuente: Elaboración propia.

Fluctuación del concepto de arte en el turismo

La lógica del turismo que hace crecer el arte callejero

De esta manera, el arte callejero en la ciudad de Guayaquil establecido por el Festival Guayarte ha seguido proliferando el pensamiento artístico, con sus características peculiares de difusión accidental y en algunos casos de anonimato. El arte callejero de Guayaquil fue creado y evaluado como un reflejo de la vida y el lugar de la ciudad en los esfuerzos artísticos oficiales de la Alcaldía, se tomará especial atención a la política para realizar un festival de arte basado en la ciudad, donde se cuente la historia de gente a la sociedad civil local y a los visitantes.

Una historia es la historia de una ciudad, un hotel o un lugar dentro de la vida de una persona. Por ejemplo, en el centro de la urbe se encuentra el Cerro Santa Ana, lugar donde fue fundada la ciudad por el siglo XVI, teniendo una variedad de historias de su tiempo acumulado. Dada la naturaleza histórica de las cosas, siempre se intenta encontrar historias en todo Guayaquil.

El Festival de Guayarte fue un proyecto para evocar la historia de Guayaquil porque expresa la vida cotidiana de Guayaquil y, como resultado, ha sido adoptado por los residentes locales y la industria del turismo, ejerciendo un efecto tremendo y mejorando la popularidad de los artistas callejeros. La proliferación del arte callejero está bajo la influencia del turismo desde tres perspectivas: el motivo de instalación, el eje de evaluación de las obras y el estado de los turistas. La primera perspectiva menciona que el festival también se incorpora en la industria del turismo, ya que se atrae arte callejero para atraer turistas o para que estos estén felices (Crespi & Mascarilla, 2020).

Es importante mencionar que ninguno de los operadores turísticos aprendió arte académicamente, pero a medida que el arte callejero continúa desarrollándose, comenzarían a desarrollar dichas habilidades, haciendo evaluaciones del trabajo en términos de la calidad de la pintura, sus desventajas, colores y otras cualidades, al mismo tiempo los turistas pueden interactuar con ellos.

Arte callejero consumido como arte

Es de importancia aclarar que el arte callejero se crea por la utilidad del turismo. El “arte de la colaboración” es muy valorado por su importancia social en la crítica estética centrada en Europa Occidental, pero tiene a ser discutida críticamente por la calidad del arte (Rukavina, 2019). Si se sigue los estándares estéticos, algunos de los proyectos artísticos que se están expandiendo en varias partes del mundo pueden haber sido establecidos con obras y actividades críticas que son estéticamente altamente evaluadas (Olishavska, 2020), y las obras que preceden al propósito de

la armonía social y el arte son herramientas, y se considera que la calidad del arte para cada proyecto varía.

No obstante, la finalidad del artículo es la creación de cosas similares al arte que no comparten las instituciones y reglas del mundo del arte fuera de tales obras estéticamente dirigidas (ya sean evaluadas o malas) en el campo de los proyectos de arte reales. Los residentes locales a menudo tienen la oportunidad de hacer lo que le gusta sin la ayuda de artistas, a pesar de que aprovechan los proyectos, y para mostrar sus actividades a los visitantes. Juega un papel importante en el sentido de crear un lugar para que los residentes vivan y se comuniquen.

Sin embargo, en la estética, donde se analiza el arte, el concepto de arte se basa en criterios como la presencia o ausencia de crítica y el sistema del mundo del arte, por lo que no hemos vuelto nuestra atención a la práctica que se derrama de él. Además, mientras que las humanidades y la investigación científica sobre el proyecto de arte, también revelan las negociaciones de las personas sobre el arte, el arte a discutir ha sido tomado del mismo concepto de arte que la estética.

No obstante, en la sociedad actual, donde los tipos y objetivos del arte se han expandido, hay un límite para apegarse al concepto de arte en un sentido estrecho y considerar su impacto social. Más bien, es necesario cuestionar el marco de arte mismo y captar la difusión del arte descentralizado y su significado social, que se crea recientemente a través del contacto entre los no expertos en arte.

CONCLUSIONES

El artículo trata de aclarar la dinámica del concepto de arte en la comunidad centrándose en la movilidad de los turistas. Las investigaciones previas sobre arte en la comunidad se han centrado en la influencia de artistas y voluntarios en la influencia de artistas y voluntarios de proyectos de arte, de igual manera la influencia externa en el arte local. Por otro lado, la presencia de turistas que son visitantes temporales del proyecto no se ha puesto en el rango.

Es muy referente mencionar que la situación real del aumento del arte callejero en Guayaquil se aclara teniendo en cuenta la existencia de turistas. En respuesta al aumento en el número de turistas, Guayaquil está experimentando un número creciente de arte callejero como “arte” que no necesariamente dependen de las instituciones y estándares del mundo del arte.

La generación y el consumo del arte callejero en Guayaquil está impulsado no sólo por la lógica de la estética, sino para la lógica del turismo. A partir de aquí, queda claro que el surgimiento de “art-like” no implica críticas en el campo del turismo, sino que está sacudiendo el concepto de arte que se ha asumido en la investigación convencional.

En Guayaquil, el arte callejero todavía es criticado como “no arte” desde el punto de vista estético en el sentido de que es un consumo visual sin una historia. Pero el nuevo pensamiento involucra que el turismo se sacude por el concepto de arte, el marco tradicional de si el arte colocado en la región es “arte o no” ya no tendría sentido. Aquí, el concepto de arte institucional y crítico, ha sido invalidado, y el arte se crea dentro de un nuevo marco. En otras palabras, el concepto tradicional de arte en la comunidad ha sido renovado y reorganizado por el turismo.

El turismo es un dispositivo que genera “cosas artísticas” que sacuden el concepto de arte que se ha asumido por generaciones, y permite a la gente experimentarlo como arte. Por lo tanto, con respecto a la dinámica del arte en la comunidad local, el turismo tiene potencial no solo de comercializar el arte en la comunidad local, sacudir el concepto de arte, sino también reorganizar un nuevo marco de arte.

Para futura investigaciones se propone profundizar las siguientes problemáticas:

- Evaluar la percepción del arte callejero en el turismo mediante técnicas de psicometría.
- Analizar el potencial social que tiene el arte callejero en la ciudad de Guayaquil.
- Recopilar información cualitativa de los turistas extranjeros sobre el arte callejero que observaron.
- Evaluar las políticas públicas que integren el arte callejero y el turismo, como es el caso de Plaza Guayarte.
- Realizar entrevistas a profundidad a los propietarios de edificios que optaron por quitar el arte callejero de sus paredes.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrzejewski, A. (2017). Authenticity manifested: street art and artification. *Rivista di estetica*, (64), 167-184. <https://doi.org/10.4000/estetica.2077>
- Baumgarth, C. & Wieker, J. B. (2020). From the classical art to the urban art infusion effect: The effect of street art and graffiti on the consumer evaluation of products. *Creativity and Innovation Management*. <https://doi.org/10.1111/caim.12362>
- Brown, B. (2017). Re-picturing the “Post-Fordist” Motor City: Commissioned Street Art in Downtown Detroit. *Architecture_Media_Politics_Society*, 12(1), 1-23.
- Calderón, E. (2019). Arte urbano expuesto: procedencia, contenido e implicación. *Ge-conservación*, 16, 134-144. <https://doi.org/10.37558/gec.v16i0.702>
- Chang, T. C. (2019). Writing on the Wall: Street Art in Graffiti-free Singapore. *International Journal of Urban and Regional Research*, 43(6), 1046-1063. <https://doi.org/10.1111/1468-2427.12653>

- Chen, M. S. & Ko, Y. T. (2016). Using the Kano model to analyze the formation of regional attractive factors of art street in Taichung, Taiwan. *Journal of Asian Architecture and Building Engineering*, 15(2), 271-278. <https://doi.org/10.3130/jaabe.15.271>
- Chistiakova, M. (2018). Street Art in the Context of the Historical Avant-garde in Convention 2017 "Modernization and Multiple Modernities". *KnE Social Sciences*, 132-145. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i7.2470>
- Colacicco, M. (2016). The Street Art as Social Recognition and Participation to Urban Practices. The Case Study of Torpignattara District in Rome. *Cambio*, 6(11), 49-65. <https://doi.org/10.13128/cambio-18782>
- Copain, C. (2017). Street art et le droit français: entre réprobation et bienveillance. *Les Cahiers de droit*, 58(1-2), 279-309. <https://doi.org/10.7202/1039839ar>
- Costa, P. & Lopes, R. (2015). Is street art institutionalizable? Challenges to an alternative urban policy in Lisbon. *Métropoles*, (17). <https://doi.org/10.4000/metropoles.5157>
- Costa, P. & Teixeira L. M. (2020). Artistic Projects in the Field of street arts in Europe. *Gestao e Desenvolvimento*, 16(2), 211-224. <https://doi.org/10.25112/rgd.v16i2.1934>
- Crespi, M. & Mascarilla, O. (2020). Street art as a sustainable tool in mature tourist destinations: a case study of Barcelona. *International Journal of Cultural Policy*. <https://doi.org/10.1080/10286632.2020.1792890>
- Feitosa, C., Gaddi, C. M., Gomes, A. E. & Nascimento, S. M. C. (2020). Art through the Colors of Graffiti: From the Perspective of the Chromatic Structure. *Sensors*, 20(9), 1-12. <https://doi.org/10.3390/s20092531>
- Flessas, T. & Mulcahy, L. (2018). Limiting law: Art in the street and street in the art. *Law, Culture and the Humanities*, 14(2), 219-241. Doi: <https://doi.org/10.1177/1743872115625951>
- Forte, F. & De Paola, P. (2019). How Can Street Art Have Economic Value? *Sustainability*, 11(3), 580. <https://doi.org/10.3390/su11030580>
- Fraga, M. C., Otero, R. & Rodríguez, A. (2018). El arte espontáneo en la calle como herramienta de regeneración urbana y participación vecinal: el proyecto cultural de Las Meninas en el barrio de Canido (Ferrol). *Arte y Ciudad - Revista de Investigación*, (14), 115-144. <https://doi.org/10.22530/ayc.2018.N14.480>
- García, E. (2019). El espacio intermedio del arte urbano. *Ge-conservacion*, 16, 154-165. <https://doi.org/10.37558/gec.v16i0.704>
- EPM Turismo Guayaquil. (2020). Empresa Pública Municipal de Turismo, Promoción cívica y relaciones internacionales de Guayaquil, EP. Recuperado de https://guayaquilturismoep.gob.ec/la_empresa

- Guayaquil es mi destino. (2020). <https://www.guayaquilesmidestino.com/apps/#/home>. Guayarte. (2020). Recuperado de <http://www.guayarte.com/>
- INEC. (2020). Instituto nacional de estadística y censos. <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>. Ministerio de Turismo. (2020). <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php>
- Lacy, S. (1995). Cultural Pilgrimages and Metaphoric Journeys. In Suzanne Lacy. (Ed.). Mapping the Terrain. Seattle: Bay Press.
- Olishevskaya, Y. A. (2020). Murals as the newest tourist resources: the case of Kyiv. *Journal of Geology, Geography and Geoecology*, 29(2), 364-376. <https://doi.org/10.15421/112032>
- Pacherras, S., Vergara, A. & Sorhegui, R. A. (2020). Responsabilidad social corporativa y el turismo sostenible. *Revista Científica ECOCIENCIA*, 7(2), 1-20.
- Palermo, L. (2018). The ethical side of aesthetic: street art against the camorra. *IL CAPITALE CULTURALE. Studies on the Value of Cultural Heritage*, (18), 203-229. <https://doi.org/10.13138/2039-2362/1942>
- Pallarès, J. (2019). Musealizar el Arte Urbano. Preguntas, relatos y complejos tras Street Art-Banksy&Co. *Ge-conservación*, (16), 215-225.
- Piñeira, M. J., Durán, F. R. & López, R. (2020). Citizen Action as a Driving Force of Change. The Meninas of Canido, Art in the Street as an Urban Dynamizer. *Sustainability*, 12(2), 740. <https://doi.org/10.3390/su12020740>
- Renna, I. (2017). Street art in Urbe. Arte urbana nelle periferie romane. Urban art in the suburbs or Rome. *Hermes. Journal of Communication*, 2017(9), 197-228. <https://doi.org/10.1285/i22840753n9p197>
- Rink, A., Vasques, I. & Mettrau, M. B. (2016). Discursos midiáticos e arte urbana: enriquecimento social ou estereotipação? *Psicologia e Saber Social*, 5(2), 126-141. <https://doi.org/10.12957/psi.saber.soc.2016.24948>
- Rukavina, K. (2019). On the New after Modernism: Artistic Creation in the Context of the “Extended Concept of Art”. *Ars Adriatica*, (9), 203-210. <https://doi.org/10.15291/ars.2932>
- Tellidis, I. & Glomm, A. (2019). Street art as everyday counterterrorism? The Norwegian art community’s reaction to the 22 July 2011 attacks. *Cooperation and Conflict*, 54(2), 191-210. <https://doi.org/10.1177/0010836718807502>
- Travaglini, G. (2019). Street Art and the New Status of the Visual Arts. *Aisthesis. Pratiche, linguaggi e saperi dell'estetico*, 12(2), 177-194. <https://doi.org/10.13128/Aisthesis-10747>
- Villajos, S., Werckmeister, V. & García, L. (2019). Street Art and Intangible Heritage: a contextualising approach to public art in Vitoria-Gasteiz. *On the Waterfront*, 61(5), 3-29.

Wiesner, A. (2019). Street Art and Graffiti in the Context of a City. *Slovenský národopis/Slovak Ethnology*, 67(1), 47-62. <https://doi.org/10.2478/se-2019-0003>

Kudo, Y. (2008). Public Art Policy: The Publicness of Art and the Transition of American Cultural Policy. Keiso Shobo.