

Expresiones pictóricas urbanas: paisaje urbano y configuración espacial en Iztacalco

Urban Pictorial Expressions: Urban Landscape and Spatial Configuration in Iztacalco

Eduardo Violante Soria

investigación
pp. 0106-0113

Resumen

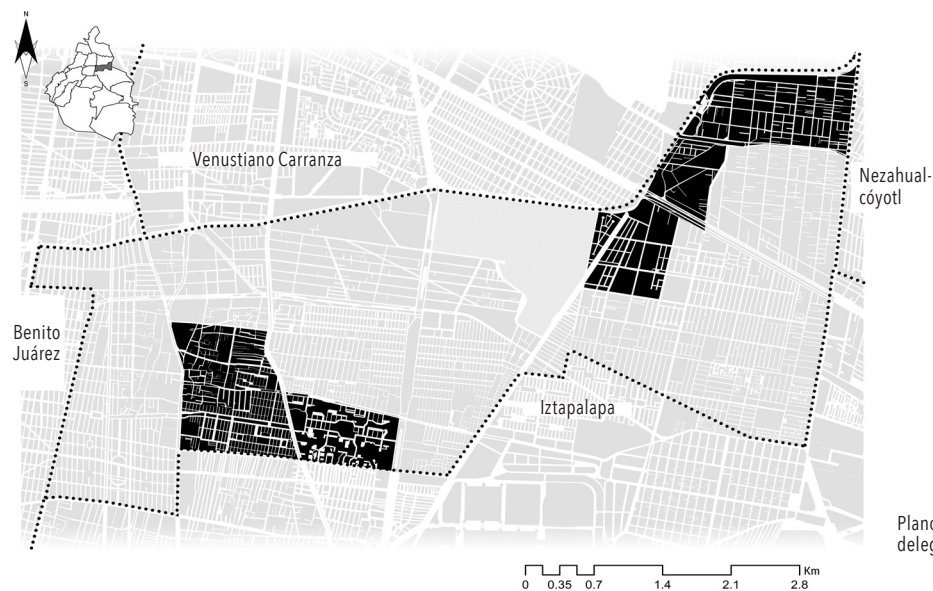
Este artículo se enfoca en las prácticas pictóricas localizadas en el paisaje urbano de Iztacalco. A través de sistemas de información geográficas se pretende encontrar patrones de localización o relaciones de proximidad entre los edificios educativos, el espacio público o la red de transporte público, y la presencia de prácticas pictóricas en los muros de las edificaciones, sin perder de vista la aceptación, familiaridad y tolerancia de los habitantes hacia este tipo de prácticas.

Palabras clave: paisaje urbano, prácticas pictóricas, configuración espacial, valoración subjetiva

Abstract

This essay focuses on the pictorial practices located in the urban landscape of Iztacalco. Through geographic information system software, the research seeks to find patterns in the location or in relationships established by proximities between educational buildings, the public space or public transit network and the presence of pictorial practices on buildings' walls, while, at the same time, keeping track of the acceptance, familiarity and tolerance expressed by the local population towards this type of practices.

Keywords: urban landscape, pictorial practices, spatial configuration, subjective evaluation



Plano de las áreas de estudio dentro de la delegación Iztacalco, Ciudad de México.

Introducción

El paisaje urbano es el conjunto de formas y composiciones que se percibe en los medios urbanos, un escenario donde los diversos actores de la ciudad desarrollan, con sus propios recursos y estrategias, la renovación continua del paisaje. El paisaje visual o percibido se refiere a una realidad física que es experimentable de acuerdo a la capacidad perceptiva, la cultura y la personalidad del observador.¹ La diversidad de paisajes que se encuentra en la ciudad obedece a la pluralidad cultural de las sociedades urbanas, al grado de libertad y a condiciones geográficas que directa o indirectamente determinan las posibilidades para establecer las diferentes tipologías de paisaje.

Este trabajo dirige su observación a las expresiones pictóricas soportadas por los muros que interactúan con el espacio público y que, junto con otros elementos urbanos (calles, plazas, jardines, avenidas, camellones, mobiliario, automóviles, entre otros), conforman la experiencia en el espacio urbano. Las prácticas pictóricas observadas por esta investigación son el grafiti, las obras pictórico-murales, la propaganda y la publicidad. Estudiar estas prácticas permite un acercamiento a la naturaleza y el potencial de dichos fenómenos. Se seleccionaron dos áreas dentro de la delegación Iztacalco, en sus extremos oriente y poniente, para estudiar este tipo de fenómenos dentro de la demarcación.

Para develar si existe o no alguna pauta para la localización de las prácticas pictóricas relacionada con la traza urbana o con la proximidad entre éstas y los equipamientos de tipo educativo, de movilidad o espacio público, fueron aplicados

diferentes métodos de análisis. Se usaron sistemas de información geográfica (SIG) que permiten el tratamiento de datos espaciales gráficos y datos alfanuméricos mediante las herramientas de análisis espacial del *software*. Finalmente, la aplicación de un breve cuestionario de preguntas abiertas permitió obtener datos de tipo cualitativo, los cuales fueron sometidos a un análisis de contenido con el fin de captar la perspectiva de los sujetos, sus propias definiciones y significados en cuanto a los fenómenos pictóricos estudiados.

Publicidad y propaganda

Un fenómeno con gran presencia en las sociedades contemporáneas es la publicidad, que, según Carola García, es el “empleo de técnicas y medios de comunicación en la elaboración de mensajes con la intención de convencer al público de seguir una pauta”.² La relación que guarda la publicidad con el consumo y el papel que juega en los procesos de formación de la conciencia social, sus incidencias en la vida cotidiana y la creación de necesidades, hacen que la publicidad tenga una justificación existencial de rentabilidad.

En el paisaje urbano se encuentran dos expresiones que podemos relacionar con el fenómeno publicitario: la publicidad social, compuesta de mensajes que pretenden un cambio de actitudes o de conductas –por ejemplo, sensibilizar a la sociedad ante algún problema para lograr participación–, y la propaganda, que llama al convencimiento y al acuerdo ideológico, al consenso o acción bajo la forma de anuncio publicitario.

En la ciudad, entendida como espacio de comunicación e información, la cantidad de esta

última disponible en el ambiente no asegura la interacción de la sociedad, es decir, no asegura la comunicación. La información podría considerarse una fase previa al momento de la comunicación; de acuerdo con esto, la publicidad, en la forma más tradicional en la que se encuentra en la ciudad, informa pero no comunica.³

Arte urbano

Hace un siglo, el movimiento Dadá buscó en los lugares banales de la ciudad en los que incursionaba, un modo concreto de alcanzar la desacralización del arte; las investigaciones de la vanguardia hicieron de los espacios urbanos hechos estéticos, de modo que el espacio urbano emergiera como un sujeto activo que produce autónomamente afectos y relaciones de carácter propio. La consideración del espacio en su dimensión estética produjo la salida del arte de las salas de espectáculos al aire libre. Hoy somos testigos de la fuerza con la que dicho planteamiento contribuye a la consideración del espacio urbano como lienzo para todo tipo de expresiones.⁴

Cada vez es más frecuente la presencia de murales, fenómenos estéticos, sociales y comunicativos que forman parte del arte urbano, derivado del término anglosajón Street Art. Brian Gray lo define como “creaciones gráficas, plásticas e instalaciones funcionales que embellecen el entorno, lejos de ser consideradas publicidad, diseño o propaganda”;⁵ su ejecución, en comparación con uno de sus antecedentes directos, el grafiti, implica no sólo un menor riesgo físico, sino también la posibilidad de tener apoyo económico y permiso para realizarse. Acorde con Joan Garí, los

murales urbanos así como los grafiti pueden estar comprometidos con una realidad social, tener un fuerte contenido político e ideológico, o bien estar guiados por una despreocupación lúdica;⁶ de igual forma, Carlos Monsiváis expresa que la obra pictórico-mural tiene una bipolaridad, es creativa y vasta en la diversidad estética, pero puede obedecer a la satisfacción de patrocinadores y no a la libertad creativa del artista, lo cual repercute directamente en su potencial comunicativo.⁷

El grafiti, por otro lado, tiene una función de delimitación territorial, pues demanda derechos sobre el territorio; a su vez, es una cultura escrita icónica. Sus orígenes lo confunden con una voluntad expresiva y comunicativa humana, un movimiento de muralismo anónimo y efímero que manifiesta al mismo tiempo respeto por la estética y falta de respeto por la propiedad privada, siendo constructivo y vandálico a la vez.

Las diferencias fundamentales entre estas dos prácticas las podemos encausar en dos categorías. La primera, según su sentido o finalidad; así, el grafiti transgrede mientras que los murales comunican. La segunda, en su potencial de transformación; en el caso del grafiti, aunque en general es más estable, se observa la capacidad de obtener una alta calidad estética, y para el caso de los murales se aprecia una mayor capacidad de adaptación, al poder ser no lucrativos, o inscribirse dentro del sistema del arte y de la publicidad.

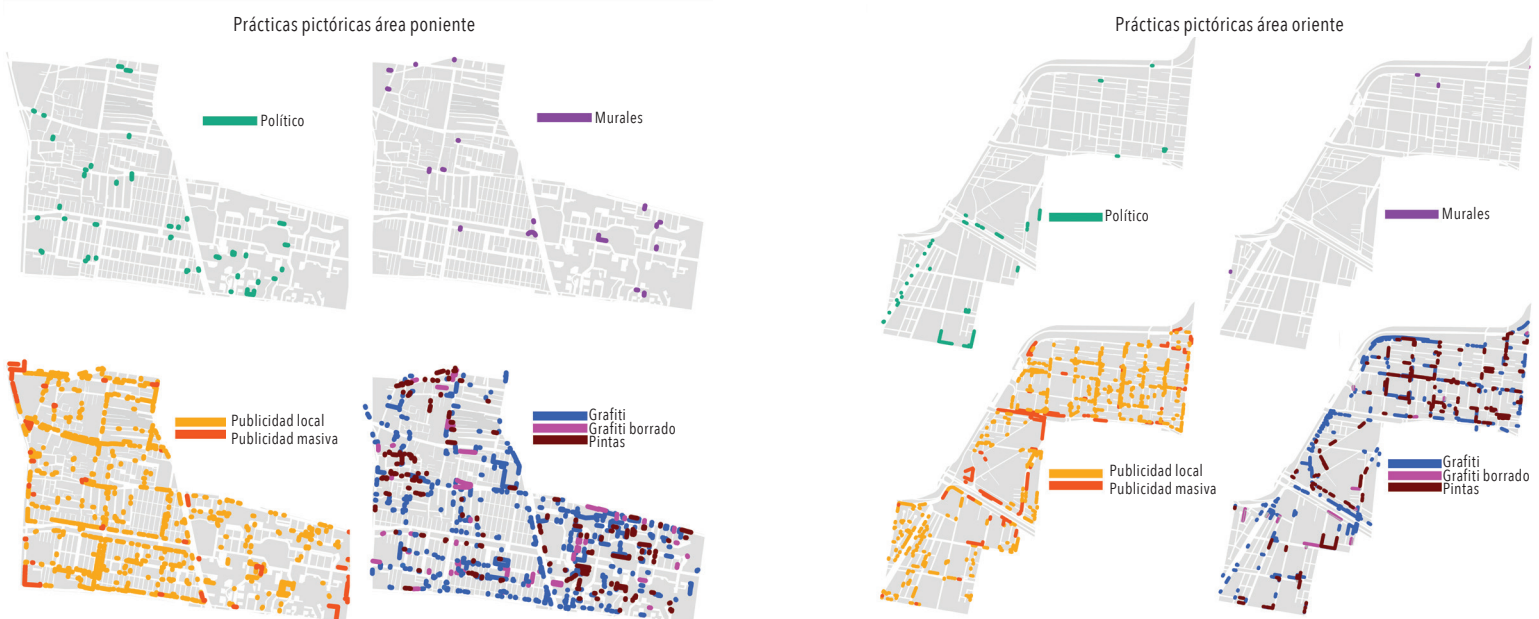
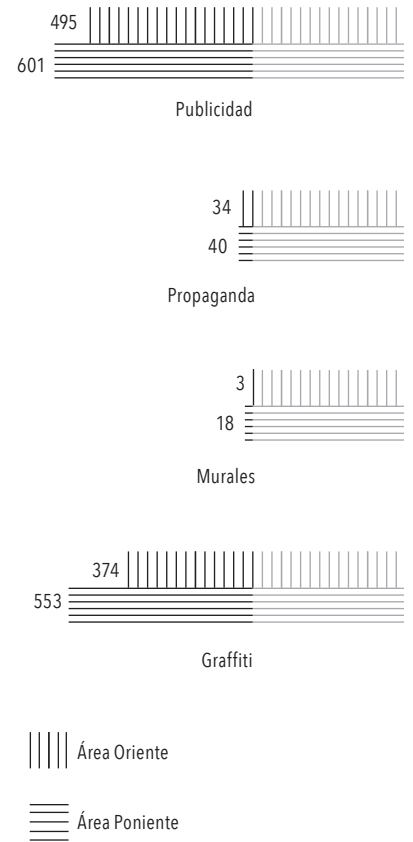
Mapeo de las prácticas pictóricas

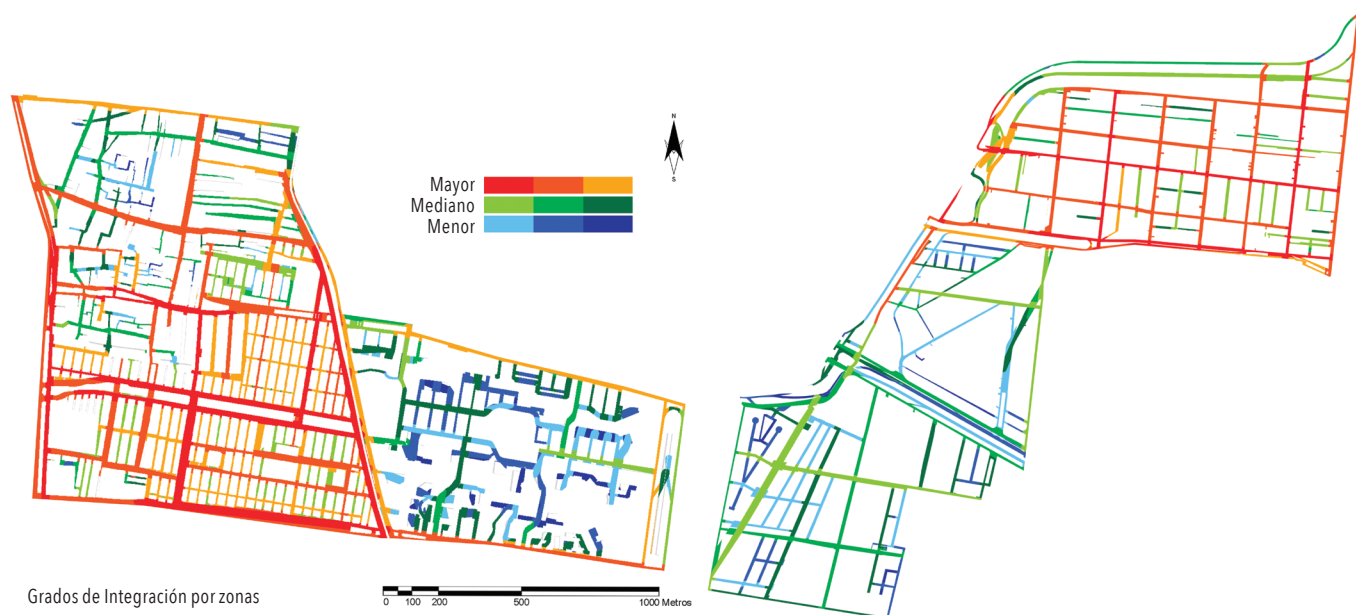
A pesar de que la superficie de la zona oriente de la delegación Iztacalco es mayor que el extremo poniente, tiene una menor intensidad de fenómenos pictóricos en el paisaje. Los factores que lo explican pueden ser el uso de suelo y la densidad demográfica, los cuales son muy distintos entre un área y otra: el área poniente es netamente habitacional, con manzanas que tienen, en su mayoría, una densidad demográfica superior a los 200 habitantes por hectárea, mientras que el área oriente tiene lotes con uso de suelo industrial mixto de grandes dimensiones; en consecuencia, la densidad poblacional se reduce.

Métodos de aproximación al territorio

La configuración espacial es un elemento estable y duradero en el medio urbano. Es el punto de partida para la organización espacial, que es una manera de estructurar las distintas formas de movilidad y por tanto influye en el tiempo empleado para los desplazamientos. La forma espacial no determina un efecto espacial preciso, pero sí abre posibilidades de compatibilidad e incompatibilidad.⁸

La geografía aplicada se basa en la recolección y sistematización de datos para obtener resultados, en este caso la distribución espacial de las prácticas pictóricas en el paisaje urbano. Los análisis realizados se basaron totalmente en la





configuración espacial, la tipología de calles y la proximidad de los equipamientos urbanos y educativos, el espacio público y el transporte, considerados relevantes para el establecimiento de las diferentes prácticas pictóricas. En esta fase de la investigación los sistemas de información geográfica toman un papel relevante. Derivada de la postura racionalista (métodos de superposición temática) y de la postura cuantitativa (tratamientos de bases de datos), la automatización digital emplea modelos vectoriales que permiten al mismo tiempo la visión de diferentes variables del espacio urbano (equipamientos, calles, prácticas pictóricas urbanas). Dichos datos espaciales permiten identificar entidades con atributos propios.⁹

Análisis de configuración espacial (sintaxis espacial)

Con el propósito de analizar la configuración espacial de las áreas seleccionadas en el espacio urbano y lograr comprenderlo desde una perspectiva geográfica, fue empleado el *software* Depthmap, desarrollado en la University College London (UCL), el cual considera que todos los espacios urbanos se encuentran interconectados.

Los resultados de los análisis efectuados por el programa son mapas o representaciones gráficas que describen la relación de conectividad e integración de los espacios abiertos, medidas relacionadas con el pensamiento espacial y que

influyen en los movimientos vehiculares o peatonales de los habitantes urbanos.

La sintaxis espacial permite analizar los espacios de manera topológica, y las propiedades y características que poseen los cuerpos geométricos y su continuidad. El uso de esta herramienta tiene el propósito de ayudar a comprender los procesos sociales en el interior del ambiente construido.¹⁰ Una de las opciones de análisis es el mapa axial,¹¹ que consiste en el trazado de líneas rectas entrecruzadas sobre las calles, formando así una red; después de analizar la configuración del espacio, el *software* calcula el "grado de integración" de cada línea, ésta es una medida que cuantifica la profundidad y mide los cambios de líneas o aristas necesarios para llegar de un lugar a otro, dentro de un asentamiento urbano. Cuando los espacios axiales están bien conectados y el movimiento entre ellos es fácil, los valores de integración son altos, mientras que los valores bajos muestran segregación espacial. Por su parte, la configuración espacial determina la intensidad de uso y el número de personas que recorren las calles.

La representación gráfica resultante asigna colores que van desde tonos rojizos para las líneas con mayor integración o de más fácil acceso, seguidos de tonos amarillos y verdes, de integración media, para finalmente emplear tonos azulados para las líneas con menor grado de integración.

En las áreas de estudio se puede distinguir que coexisten diferentes tipos de traza urbana, como ortogonal y de plato roto, así como grandes conjuntos habitacionales, además de grandes vías que rompen con la continuidad espacial. Todo este tipo de configuraciones hacen que ciertas calles puedan considerarse aisladas o desintegradas del resto.

Análisis de tipología de calle

Además del análisis de integración, se clasificaron las calles de acuerdo a la posibilidad de comunicar los espacios y lugares. Con base en esto, se determina el tipo de actividades que se desarrollan en la vía pública, aspecto de suma importancia cuando las diversas prácticas pictóricas toman su lugar en los muros. En este sentido, las calles, vías de comunicación y circulación peatonal y vehicular, fueron agrupadas en tres grupos: primarias, secundarias y locales, de acuerdo a la intensidad de tránsito. Se estudió la tipología de calles para observar cual es la predominante en cada área e identificar en cuál de ellas se encuentra por lo general cada práctica pictórica.

Análisis de proximidad

Se tomó en cuenta la proximidad con los equipamientos de transporte, educativo y de espacio público, pues tienen el potencial de atraer un gran número de usuarios. Por consiguiente, exis-



Graffiti. Fotografía: Eduardo Violante

te una alta posibilidad para que éstos sean condicionantes al momento de determinar el lugar donde se ubicarán las prácticas pictóricas en el paisaje urbano.

La distancia para considerar próximos, ya sean los equipamientos o los elementos de seguridad y culturales-religiosos, es de 200 m. Esta distancia es caminable por un peatón fácilmente y también es donde los conductores de vehículos comienzan a disminuir la velocidad para iniciar la búsqueda de estacionamiento.

Durante el trabajo en campo fueron detectados elementos de seguridad y culturales-religiosos que, se consideró, de alguna manera debían propiciar o inhibir la aparición de las prácticas pictóricas, pues son importantes para el orden público y la dinámica cultural. Ambos ejercen influencia en los espacios próximos a los que se encuentran, por lo que se consideraron dentro del estudio.

Resultados para el área oriente

Los resultados de análisis de integración en el área oriente arrojaron que las prácticas pictóricas se localizan mayormente en calles con mediano grado de integración. En esta área, a diferencia del área poniente, las calles con mayor grado de integración no contienen el mayor número de prácticas. Sobresale que la propaganda está ausente de las calles con alto grado de integración.

En el caso del análisis por tipología de calle, las prácticas pictóricas en esta área son totalmente diferentes. El graffiti y la publicidad se distribuyen equilibradamente en los tipos de calles, mientras que la propaganda se establece en calles prima-

rias. Las obras pictórico-murales son un caso que tiene fluctuaciones debido al bajo número de obras que hay en este territorio.

Según el análisis de proximidad a los equipamientos, en el área oriente es el de transporte el que tiene el mayor porcentaje de prácticas. Las proximidades a los equipamientos educativos y de espacio público no son atractivos para la localización de las prácticas pictóricas, lo cual puede deberse a que los equipamientos educativo y de espacio público son escasos en esta área de estudio.

Resultados para el área poniente

Según el análisis basado en la integración de las calles, la distribución en el territorio de las prácticas pictóricas –sin importar su tipo– tiende a localizarse en su mayoría en calles con un alto grado de integración. Como podemos observar en las gráficas la proporción es similar salvo en el caso de los fenómenos pictórico-murales.

Conforme a los resultados del análisis de tipología de calles, el comportamiento de la distribución de las prácticas es similar para todas. Las calles locales, al ser las más comunes, albergan la mayoría. Podemos distinguir dos grupos prácticamente idénticos en el porcentaje de sus prácticas, uno integrado por los grafitis y los murales; el otro por la publicidad y la propaganda.

El análisis de proximidad arrojó resultados interesantes. La propaganda no suele localizarse cerca del equipamiento educativo, mientras que las obras pictórico-murales tienen un alto porcentaje en las inmediaciones del equipamiento para el transporte.

Valoración subjetiva del paisaje

Con el interés de conocer lo que la población de las áreas de estudio piensa y hace con respecto a las prácticas pictóricas estudiadas, se realizó una encuesta que posibilitó conocer sus actitudes y valores en torno a las expresiones pictóricas estudiadas. Debido a los recursos con los que contó la investigación, se realizó un muestreo accidental a treinta habitantes de la zona elegidos al azar, a quienes se entrevistó con el propósito de encontrar las características típicas o más frecuentes de dicha población.¹²

Conocer la valoración de los habitantes sobre estos fenómenos pictóricos en el paisaje permite tener un conjunto de datos cualitativos que, desde una perspectiva interpretativa, serán analizados con la metodología del análisis de contenido, siempre considerando el contexto en el que se producen.¹³

Se mostraron una serie de diez fotografías para que fueran evaluadas por medio de una lista de adjetivos jerarquizados con escalas universales de valores.¹⁴ Cabe acotar que por “valorar” se entiende la calificación que los entrevistados otorgaron a cada fotografía con base en los sentimientos que las imágenes les provocaban. De los resultados obtenidos por cada fotografía podemos distinguir que dos de las tres puntuaciones mayores las obtienen las obras pictórico-murales y una imagen considerada propaganda religiosa. En el caso del graffiti y la publicidad, se observa que existen diferencias en las puntuaciones, pues los recursos estéticos que éstas emplean influyen de manera clara en la calificación que obtienen. Finalmente, las imágenes de propaganda política

obtienen el menor puntaje, lo cual puede ser interpretado como descontento o rechazo hacia los grupos que políticos que representan.

La segunda parte del instrumento para obtener la valoración subjetiva del paisaje consistió en tres preguntas que posibilitan una exploración más profunda que la simple calificación de las imágenes, pues dan a conocer el grado de tolerancia que la población tiene respecto a este tipo de fenómenos.

La primera pregunta introduce a los entrevistados al tema y además nos permite saber si son conscientes de este tipo de prácticas pictóricas, pues aunque parezca obvio, ya que los fenómenos pictóricos son muy comunes en el paisaje, no es raro que pasen desapercibidos o sean ignorados por los observadores. En este sentido, se buscó saber si las prácticas pictóricas son identificadas y si el paisaje llama la atención a los habitantes de la zona, mediante la pregunta: ¿Conoce o le parece familiar este tipo de prácticas en su colonia o en los traslados que realiza a su lugar de trabajo, escuela, abasto o recreación?

Un alto porcentaje de los usuarios del espacio público reconoce este tipo de prácticas pictóricas. Al ser altamente percibidas como estrategia comunicativa, el paisaje urbano tiene en las prácticas pictóricas un recurso valioso que puede influir en los habitantes de Iztacalco.

La segunda pregunta explora la aceptación de los entrevistados de este tipo de fenómenos: ¿Le gustaría o permitiría la localización de alguna de estas prácticas en su domicilio, trabajo o escuela? En este sentido, la articulación de ambas interrogantes permiten al investigador conocer un poco de la historia o desarrollo del paisaje de Iztacalco, pues la identificación y aceptación de los habitantes de estas prácticas no se produce en poco tiempo.

De acuerdo con los resultados, 73% de los entrevistados permitirían o dejaban abierta la posibilidad para que este tipo de prácticas se desarrollaran en las inmediaciones.

El 60% de quienes permitirían la localización de alguna de las prácticas pictóricas fueron más específicos y proporcionaron información que reafirma las puntuaciones obtenidas en la primera parte de la valoración subjetiva del paisaje. Las obras pictórico-murales son percibidas con mayor agrado, con 45% de preferencia.

Otro resultado sobresaliente en la segunda pregunta es el que algunos respondieron aceptar la localización de algún tipo de práctica pictórica en el paisaje a cambio de un pago o remuneración, lo cual demuestra que el paisaje urbano es rentable. Asimismo, a pesar de no representar un porcentaje alto, prueba que el paisaje urbano no tiene un significado unívoco en la sociedad, por el contrario, parece ser un recurso que puede actuar como moneda de cambio para recibir algún beneficio.

La tercera pregunta tiene que ver con el grado de tolerancia para estas prácticas en un contexto próximo a las dos áreas de estudio: Si usted tuviera la decisión de quitar este tipo de imágenes en su colonia, ¿lo haría?

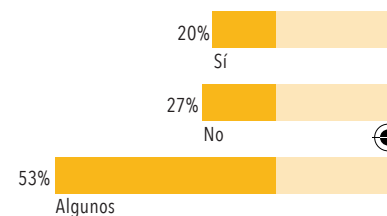
Poco menos de la mitad de los entrevistados situó sus respuestas en alguno de los extremos, ya fuera "Sí" o "No", mientras que más de la mitad de las respuestas dejó ver la diversidad de gustos y la tolerancia.

La valoración que de forma subjetiva se realizó a través del instrumento para recabar información, permite al investigador tener otra perspectiva de cómo los diferentes fenómenos impactan de forma individual y con distintos matices la relación de los habitantes con su medio.

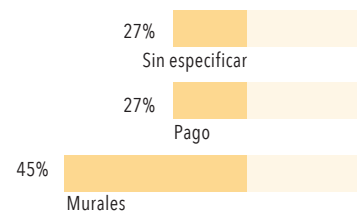
Respuestas a la primera pregunta



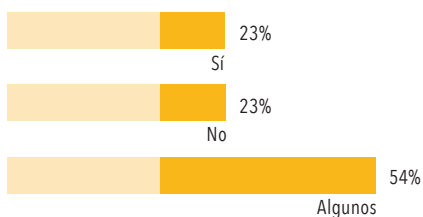
Respuestas a la segunda pregunta



Condiciones en las que se aceptaron las prácticas pictóricas, respuestas a partir de la segunda pregunta



Respuestas a la tercera pregunta



Calificación total por imagen



Conclusiones

Los métodos cualitativos y cuantitativos son complementarios, y su combinación en un mismo trabajo investigativo, así como la convivencia de métodos distintos, aunque aparentemente desvinculados, son fuente de retroalimentación. Contrastar los diversos resultados permite principalmente no hacer aseveraciones erróneas. De este modo, las discrepancias entre las áreas de estudio permiten declarar lo importante que es la configuración espacial para la ocupación del territorio.

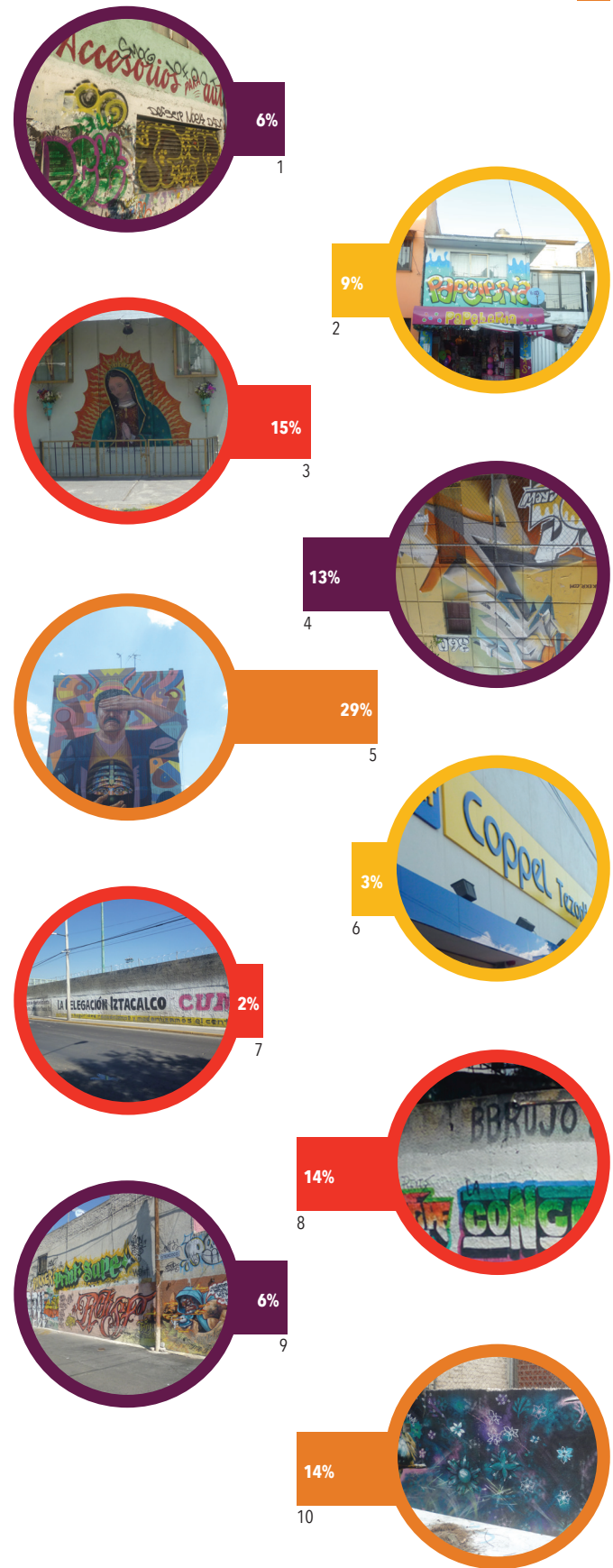
En consecuencia, después del trabajo en campo y los análisis realizados, se encontró que las prácticas pictóricas efectivamente presentan lógicas de localización que, pese a tener algunas coincidencias, son distintas entre sí.

La configuración espacial de las áreas de estudio tiene una fuerte incidencia en la aparición de expresiones pictóricas urbanas en el paisaje de Iztacalco. Asimismo, los diferentes grados de accesibilidad y la tipología de calles sin duda tienen una gran importancia para la aparición, el control y la renovación de este tipo de expresiones en la construcción del paisaje en el ámbito pictórico.

De acuerdo a lo que se encontró en las calles, se pueden distinguir al menos tres formas diferentes en las que se presentan las prácticas pictóricas en el paisaje urbano. La primera y más antigua es la utilización de los muros que desde hace años la publicidad y el grafiti han ocupado en el paisaje de las ciudades logrando incrustarse en la cultura urbana; la segunda es una aparición de la propaganda política, fenómeno que obedece a ciclos electorales y que generalmente desaparece después de los comicios para renovarse periódicamente; y por último, los murales urbanos, un naciente fenómeno que ha ido ganando aceptación y reconocimiento en el paisaje urbano, cuyas principales características son la repetición, el mensaje crítico y el empleo de recursos estéticos. El predominio de las prácticas publicitarias y del grafiti en ambos casos de estudio es avasallante en comparación con la propaganda y las obras pictórico-murales.

Es significativa la relación que guardan las prácticas pictóricas con los elementos religiosos, ya que para ambas áreas de estudio el porcentaje de proximidad de los fenómenos analizados permite evidenciar la fuerte carga religiosa que existe en la delegación Iztacalco. También es notable que los elementos de seguridad no tengan un efecto considerable en evitar la aparición de cualquier tipo de práctica pictórica.

La valoración y aceptación de las diferentes prácticas pictóricas permitió conocer que las obras pictórico-murales son calificadas con mayor agrado, a diferencia de la propaganda, la cual obtuvo menor puntuación. Las prácticas publicitarias reciben diferente calificación según el tipo de producto que anuncian y, al igual que el grafiti, esta variación tiene que ver con el tipo recursos estéticos que emplean. Para el caso del grafiti, se observa una aceptación que obedece a la incidencia histórica de este fenómeno en la delegación. La mayoría de los entrevistados han experimentado con familiaridad este tipo de prácticas pictóricas, y la colocación de alguna de ellas es más aceptada si existe alguna remuneración de por medio.



Notas

1. Andrés Muñoz Pedreros, "La evaluación del paisaje: una herramienta de gestión ambiental", *Revista Chilena de Historia Natural* 77 (2004), 146-147.
2. Carola García Calderón, *El poder de la publicidad en México en los inicios del siglo XXI* (México: Plaza y Valdez), 36.
3. Antonio José Baladron Pazos, Esther Martínez Pastor y Marta Pacheco Rueda, *Publicidad y ciudad: La comunicación publicitaria y lo urbano* (Sevilla: Comunicación Social, 2007), 35-36.
4. Francesco Careri, *Walkscapes: El andar como práctica estética* (Barcelona: Gustavo Gili, 2009), 68-118.
5. Brian Cristobal Gray Rojas, *La calle como lienzo en disputa*. Tesis para obtener el grado de Licenciado en Antropología social (Santiago: Universidad Academia de Humanismo Cristiano, 2008), 13-14.
6. Joan Garí i Clofent, *La conversación mural: ensayo para una lectura del graffiti* (Madrid: Fundesco), 29.
7. Carlos Monsiváis, "El graffiti: La (muy secular) escritura en la pared", *Cultura Urbana* 3: 13 (2006): 18-21.
8. Jean Remy y Liliane Voyé, *La ciudad: hacia una nueva definición*, trad. Idoia Etayo y Manuel Prieto (Zaragoza: Bassarai, 2006), 316.
9. Gustavo Daniel Buzai, *Sistemas de información geográfica, SIG: teoría y aplicación* (Universidad Nacional de Luján, 2013).
10. Carlos Reynoso, "Herramientas de sintaxis espacial", en Carlos Reynoso (sitio web), 16 de agosto de 2008, consultado el 28 de marzo de 2015 en <http://carlosreynoso.com.ar/herramientas-de-sintaxis-espacial/>
11. C. Reynoso, "Herramientas de sintaxis espacial".
12. En conjunto, las áreas de estudio tienen 101 709 habitantes. Censo de Población y Vivienda 2010, Inegi.
13. Patricia Schettini e Inés Cortazzo, *Análisis de datos cualitativos en la investigación social: Procedimientos y herramientas para la interpretación de la información cualitativa* (Argentina: Universidad de la Plata, 2015), 42-48.
14. A. Muñoz-Pedreros, "La evaluación del paisaje: una herramienta de gestión ambiental", 146-147.

Referencias

- Baladron, Antonio José, Esther Martínez y Marta Pacheco. *Publicidad y ciudad: la comunicación publicitaria y lo urbano*. Sevilla: Comunicación Social, 2007.
- Buzai, Gustavo Daniel. *Sistemas de información geográfica SIG: teoría y aplicación*. Argentina: Universidad Nacional de Luján, 2013.
- Careri, Francesco. "Anti-walk", *Walkscapes: el andar como práctica estética*. Barcelona: Gustavo Gili, 2002: 68-118.
- Diáz, Francisco. "Paisaje y territorio", en *Mediterráneo Económico: Mediterráneo y medio ambiente*, 4 (2003): 181-198.
- Fariña, José. *La ciudad y el medio natural*. Madrid: Akal, 2001.
- García, Carola. *El poder de la publicidad en México en los inicios del siglo XXI*. México: Plaza y Valdés, 2007.
- Gari, Joan. *La conversación mural: ensayo para una lectura del graffiti*. Madrid: Fundesco, 1995.
- Gray Rojas, Brian. *La calle como lienzo en disputa: espacio público y arte en Santiago*. Tesis de licenciatura, Universidad Academia de Humanismo Cristiano, 2008.
- Monsiváis, Carlos. "El graffiti: La (muy secular) escritura en la pared", en *Cultura Urbana* 3:13 (2006): 18-21.
- Muñoz-Pedreros, Andrés. "La evaluación del paisaje: una herramienta de gestión ambiental", *Revista Chilena de Historia Natural* 77 (2004): 139-156.
- Remy, Jean y Liliane Voyé. *La ciudad: ¿Hacia una nueva definición?* Idoia Etayo y Manuel Prieto, trads. Zaragoza: Bassarai, 2006.
- Reynoso, Carlos. "Herramientas de sintaxis espacial", Carlos Reynoso (sitio web). Consultado el 28 de marzo de 2015 en <http://carlosreynoso.com.ar/herramientas-de-sintaxis-espacial/>
- Schettini, Patricia e Inés Cortazzo. *Análisis de datos cualitativos en la investigación social: Procedimientos y herramientas para la interpretación de la información cualitativa*. Argentina: Universidad de la Plata, 2015.

Eduardo Violante Soria

Pasante de la Licenciatura de Urbanismo

Facultad de Arquitectura

Universidad Nacional Autónoma de México

✉ demo_soria@hotmail.com