

# Turistas de lo cotidiano: la pertenencia estética y la desconexión con el entorno.

Tourists of the Everyday: Aesthetic  
Belonging and Disconnection from the  
Environment

**Alejandro Jiménez Delgado<sup>1</sup>**

Universidad de Málaga, España

Recibido 15 septiembre 2025 • Aceptado 30 noviembre 2025

## Resumen

Este artículo analiza el problema contemporáneo de la desconexión estética con el entorno. Partiendo de los conceptos de pertenencia y habitar, se examina cómo la mercantilización de los espacios urbanos y naturales, a través de fenómenos como la gentrificación y la mirada turística, debilitan nuestra relación estética con la cotidianidad. Frente a ello, se proponen soluciones basadas en la reconfiguración de los lugares y en prácticas cotidianas que promuevan el cuidado, la reciprocidad y la inclusión hacia formas sostenibles y comprometidas de habitar el mundo.

**Palabras clave:** Pertenencia; Habitar; Desconexión; Espacios urbanos; Espacios naturales.

## Abstract

This article examines the contemporary problem of aesthetic disconnection from the environment. Drawing on the concepts of belonging and dwelling, it explores how the commodification of urban and natural spaces, through phenomena such as gentrification and the tourist gaze, undermines our aesthetic relationship with everyday life. In response, it proposes solutions grounded in the reconfiguration of places and in everyday practices that promote care, reciprocity, and inclusion towards sustainable and committed ways of inhabiting the world.

**Key words:** Belonging; Dwelling; Disconnection; Urban spaces; Natural spaces.

1. alejd28@gmail.com

## 1 • Introducción

Arnold Berleant señala en varias ocasiones que “la estética tiene una poderosa presencia en nuestro mundo” (17), del mismo modo que Yuriko Saito subraya “el poder de la estética para influir en nuestras acciones y nuestra vida” (2007 55). Ambas afirmaciones coinciden en señalar el papel central que desempeña la experiencia estética como mediadora entre el ser humano y su entorno, generando un vínculo constante con la atmósfera que habitamos y condicionando la manera en que nos relacionamos con ella.

No obstante, en el contexto de una contemporaneidad caótica, caracterizada por la aceleración y la fragmentación, esta relación tiende a debilitarse y dejar de darse por sentada. Como advierten Giombini y Kvokačka, corremos el riesgo de una progresiva desvinculación del espacio vivido y del diálogo con los objetos, seres y lugares que conforman nuestra experiencia cotidiana (2021 11).

El presente trabajo aborda esta paradoja: en un mundo crecientemente interconectado, emerge una desconexión afectiva y estética con el entorno. Ya no se habita estéticamente el espacio cotidiano, sino que se lo transita desde una mirada distante, como un turista, lo cual implica una pérdida de su potencial ético-estético (Giombini y Benenti 2020).

En primer lugar, se examina el concepto de pertenencia, entendido como la relación sensible con el mundo y la continua interacción con el resto de seres y objetos que forman parte de él. Este se relaciona con el concepto de habitar, el cual se refiere a esta conexión sensible y emocional en relación con espacios más acotados. Como se verá, este sentido de pertenencia y habitar no es únicamente estético, sino también ético al favorecer el cuidado y el compromiso con los lugares.

Seguidamente, se analiza el problema de la desconexión y la pérdida del sentido de pertenencia tanto en contextos urbanos como en naturales debido a la transformación del entorno en mero objeto de contemplación pasiva y de consumo económico. Esta actitud no solo empobrece la experiencia cotidiana, sino que también debilita la responsabilidad ética hacia aquello que nos rodea. Esta situación podrá entenderse a través de los fenómenos de gentrificación y la mirada turística.

Por último, se plantea cómo puede recuperarse esta relación mediante estrategias que favorezcan el “diálogo” con el entorno. Se plantean dos vías

de acción: la primera la reconfiguración y reapropiación de los espacios y la segunda la realización de actividades que nos reconecten con nuestra cotidianidad y el entorno.

En general, el propósito de este artículo es analizar de qué manera la desconexión estética con el entorno afecta a nuestra forma de habitarlo, tanto en contextos urbanos como naturales, y cómo esta ruptura se encuentra ligada a ciertos fenómenos como la gentrificación y la turistificación. De igual forma, se proponen varias vías para volver a reconectar con el espacio cotidiano de forma ética y estética, centradas en la reconfiguración de los espacios habitables y en el desarrollo de prácticas que enfaticen nuestra relación con los alrededores.

## **2 · La pertenencia estética como vínculo con los lugares**

Como advierten Holda y Ramsey, reflexionar acerca de nuestro modo de pertenecer al mundo y de relacionarnos con él en un plano sensible y afectivo constituye una de las cuestiones más urgentes en una época marcada por la inestabilidad (17). En un contexto atravesado por problemáticas como la desigualdad social, la crisis ecológica o la progresiva deshumanización de los espacios, se vuelve imprescindible repensar los modos en que nos vinculamos con el entorno, no solo desde la experiencia individual, sino también desde una perspectiva colectiva, en la que participan asimismo los demás seres vivos y los objetos que cohabitan dichos espacios.

La relación con la exterioridad ha ocupado un lugar central en la historia de la filosofía, no obstante, esta reflexión se ha visto atravesada de manera recurrente por una separación ontológica entre lo humano y lo externo a él. Comprender conceptos como la pertenencia o el habitar, especialmente en su dimensión estética, desde este marco dicotómico equivale a un gesto de rechazo de la vida en el que prácticamente todo queda fuera de análisis (Bárbaras 2013 215).

El filósofo francés Renaud Bárbaras describe cómo la tradición filosófica ha tendido a pensar al ser humano y a la vida desde una exterioridad que los trasciende, reduciendo la realidad física a lo inerte, a una mera extensión carente de interés para el análisis (Bárbaras 2024 14). La crítica a este modelo

de pensamiento, que Bárbaras denomina “ontología de la muerte”, no resulta novedosa, pues se encuentra ya en autores como Nietzsche o Heidegger; sin embargo, lo propio de su propuesta es la introducción del concepto de pertenencia.

El objetivo de Bárbaras es pensar la vida desde sí misma, es decir, en conexión con el resto de seres con el que compartimos nuestro espacio vital. A esta conexión la denomina pertenencia, la cual supone la ruptura de aquellas dicotomías que hemos nombrado. Bárbaras describe la pertenencia como una reciprocidad absoluta, el vínculo sensible, emocional y corpóreo que mantenemos con el resto de seres que pertenecen y participan en el mundo (2024 28-29). Hay que precisar que pertenecer no es solamente formar parte de este conjunto, se trata, más bien, de una apertura constante, de una interacción continua entre todo lo que comparte el mundo, interacción que despliega múltiples formas de pertenencia y de participación en él (Bárbaras 2024, 30).

De este modo, la vida es, o debería ser, una red de afecciones, interdependencia y cuidado en la que todos estamos en interacción permanente, de un modo u otro, con todo lo demás. La pertenencia se entiende, en este sentido, como el gesto de acogida y de cuidado hacia el otro, fundado en el simple hecho de compartir la misma cotidianidad (Bárbaras 2013, 429). El ser consciente de estas afecciones y experiencias constituye, como señala Saito, la vía a través de la cual podemos establecer una conexión estética con nuestra vida cotidiana, permitiéndonos en muchos casos reconocer y afrontar problemáticas diversas (2017 24, 28), aunque más adelante atenderemos a este punto.

Es cierto que el concepto de pertenencia que describe Bárbaras se refiere a una relación a gran escala, no obstante, encontramos un término muy similar que es aplicable a escalas y espacios menores: el habitar. Forss define el habitar de la siguiente forma:

**[El habitar] es la conexión íntima con los lugares y espacios, una relación sensible y emocional con nuestros alrededores que puede ser particular o compartida, dependiendo de la zona a la que nos queramos referir. (175)**

En este sentido, el habitar no es otra cosa que estar en resonancia con el espacio vivido, objetos, actividades y seres que lo componen. Como vemos, las similitudes entre pertenencia y habitar son evidentes, aunque cabe señalar una diferencia fundamental: mientras la pertenencia apunta al modo en que deberíamos relacionarnos con el mundo en un sentido amplio, el habitar se acota a un lugar determinado.

Para entenderlo mejor debemos atender a una breve distinción entre espacio y lugar. El espacio puede comprenderse como la extensión física con la que nos relacionamos en términos corporales y biológicos, mientras que el lugar implica siempre un vínculo emocional y simbólico con quienes lo ocupan (Tuan 57, 85). Los espacios se ocupan, los lugares se habitan. El habitar va más allá del simple hecho biológico, siendo el resultado de la interacción entre la experiencia estética del espacio y la respuesta afectiva que este provoca (Forss 176-177).

Desde esta perspectiva, la experiencia estética de la cotidianidad es la que posibilita el habitar-pertenecer a estos lugares, en tanto que nos mantiene inmersa en ellos. No se trata, sin embargo, de una experiencia estética pasiva, sino de una práctica participativa e interactiva que convierte esos espacios en familiares y propios, integrándolos en nuestro modo de existir (Haapala 1999, 261). Además, esto no solo se extiende a lo familiar, sino que debemos estar abiertos y esforzarnos para conectar estéticamente con aquellos lugares que no solemos visitar asiduamente o consideremos ajenos (Szyszkowska 275).

La cotidianidad se convierte, en este contexto, en una vía para reforzar este sentido del habitar-pertenecer. Es a través de la interacción con nuestros alrededores, incluyendo objetos, otros seres y actividades, y el esfuerzo por estar en contacto con estas experiencias, por “superfluas” que parezcan, que conseguimos desarrollar este sentido de pertenencia estética (Saito 2017 59). Actividades como pasear, sentarse bajo la sombra de un árbol, oler el desayuno de nuestra cafetería favorita, hacer la compra o cuidar de un jardín vecinal nos ponen en contacto con nuestros lugares cotidianos y hacen que pertenezcamos a ellos.

El pertenecer y el habitar estéticamente poseen, además, la característica de ser bidireccionales. No son únicamente los sujetos quienes deben “buscar” o atender a las experiencias que emergen del entorno, sino que

también los objetos, lugares y seres con los que compartimos esa pertenencia tienen que interpelarnos. Es decir, debe existir una configuración del lugar que nos llame a interactuar con él. Esta “llamada” es lo Abel Franco define como habitabilidad:

**Normalmente evaluamos el rango de posibilidades que nos ofrece un lugar y una estructura para poder conectar afectivamente con ella en relación con nuestro modelo de vida ideal. Este tipo de evaluación es la que denomino como habitabilidad de un lugar, la cual es una característica importante de la evaluación [estética] de nuestra cotidianidad. (400)**

Para que exista ese sentido de pertenencia estética tiene que darse un “diálogo” constante entre quien habita y el entorno. El lugar debe ofrecer distintas experiencias con las que el sujeto pueda conectar sensible y emocionalmente. Esto, en cierto sentido, en entornos naturales suele ocurrir más fácilmente, sin embargo, en contextos urbanos debe existir un esfuerzo de diseño para promover la participación y la interacción con el propio espacio o extrapolarlo a otro tipo de contextos (Juhlin 110).

Un ejemplo de esto es el diseño urbano orientado al cuidado medioambiental (jardines vecinales, zonas verdes, diseño sostenible,...) que acerquen la experiencia urbana a formas de resonancia estética con la naturaleza o zonas comunes (pequeñas plazas, centros vecinales, paseos,...) que promuevan la interacción entre los miembros de una misma comunidad.

En consecuencia, nuestra vida cotidiana exige atención hacia aquellos lugares y diseños que nos invitan a relacionarnos con ellos y con los demás, además de un esfuerzo por diseñadores y arquitectos para hacernos pertenecer a estos lugares. Como explica Saito (2022 103):

**No todos los objetos o espacios ofrecen una experiencia estética “artísticas”. Algunos ofrecen una experiencia a través del cuidado y la funcionalidad, atendiendo a las necesidades**

**del lugar o un grupo de personas en específico. Incluso, en ocasiones, a todos nosotros por igual.**

Esto hace que la pertenencia estética se entienda también como experiencia ética, pues al establecer vínculos sensibles con un lugar desarrollamos una mayor disposición hacia su cuidado, no solo por respeto a los propios espacios, sino también en atención a los demás seres y objetos que participan en ellos. Por tanto, el sentido de pertenencia y su desarrollo es útil no solo para mantener una conexión más profunda con nuestros alrededores, sino también para proyectarnos hacia el futuro, orientándonos a la hora de imaginar y diseñar espacios y objetos que refuercen esta conexión para las siguientes generaciones y crear un mundo mejor (Saito 2022 115).

En resumen, la pertenencia estética nos permite entender nuestra relación con el mundo como una red de afecciones y cuidados, superando las clásicas dicotomías de la modernidad filosófica. En un contexto más limitado, este sentido de pertenencia se concreta en el habitar, entendido como la conexión sensible y afectiva con los lugares. Reflexionar sobre estos conceptos nos permite vincularnos de manera íntima con nuestro medio y, al mismo tiempo, repensar tanto nuestras formas de relación con él como los modos en que debería configurarse.

### **3 · La mercantilización del espacio y la desconexión cotidiana**

Tras haber desarrollado el concepto de pertenencia estética y su relevancia en nuestra relación con el entorno, conviene ahora analizar cómo esta se ve afectada hoy día. Para introducir esta sección, resultan útiles las siguientes palabras del geógrafo humanista Yi-Fu Tuan:

**El mundo está cambiando desde hace ya algún tiempo, y de manera especial a raíz de la tan manida crisis en la que aún estamos inmersos; una crisis que es sistémica y no solo económica, porque está afectando a nuestros valores y modos de vida. (248)**

La crisis a la que alude Tuan es la misma que señalan Giombini y Kvokačka, la desvinculación con el espacio vivido, es decir, la pérdida del sentido de pertenencia con los lugares. En este contexto, la transformación de los espacios en mercancías y la pérdida de su capacidad para generar vínculos sensibles constituyen uno de los síntomas más claros de la desconexión estética que caracteriza nuestra contemporaneidad.

Esto resulta paradójico, pues vivimos en un mundo hiperconectado e hipercomunicado que, *a priori*, debería ofrecernos una gran variedad de experiencias diferentes que intensifiquen nuestra relación con los entornos, ya sean urbanos o naturales. Sin embargo, un breve análisis a nuestra cotidianidad muestra lo contrario, hasta el punto de que cabe preguntarse si en las condiciones precarias de nuestra actualidad estamos efectivamente habitando.

En numerosas ocasiones parece que hemos dejado de conectar con los espacios que transitamos a diario. Estos lugares y nuestra vida cotidiana en ellos se han estandarizado y producen indiferencia en vez de interpelarnos significativamente (Sennett 116–117). Esta desconexión, además, ocurre en las dos direcciones: por un lado, en algunas situaciones los sujetos no muestran interés en conectar profundamente con los lugares que habitan y, por otro, los propios lugares, ya sea por su configuración o por su diseño, no ofrecen experiencias que posibiliten el habitar, llegando incluso a impedirlo en ciertos momentos.

Para comprender esta situación podemos recurrir al análisis que realiza Henri Lefebvre de la vida cotidiana y el espacio. En *La producción del espacio* (1974), Lefebvre distingue entre espacio absoluto y espacio abstracto. En ambos transcurre la cotidianidad, pero de forma distinta. Mientras que el espacio absoluto es aquel que está cargado de significado y que conecta íntimamente con quienes lo ocupan, el espacio abstracto es aquel subordinado por la lógica de mercado y el poder capitalista (Lefebvre 106–109). El espacio absoluto es aquel en el que puede darse una pertenencia ético-estética, un habitar, un espacio en el que conectar con el lugar y con quienes se encuentran en él. Por el contrario, el espacio abstracto está controlado y medido al milímetro, no busca ocuparse, sino exhibirse y mercantilizarse.



Lamentablemente, parece ser que la mayoría de espacios que transitamos hoy día corresponden al segundo grupo. Son lugares que buscan la homogeneidad, comercializando cada centímetro del espacio para que este resulte lo más atractivo posible para su consumo (Lefebvre 323). Al mismo tiempo, esta homogeneidad del espacio produce, paradójicamente, una diferencia extrema. Como apunta Sennett, “en la ciudad contemporánea la gente se refugia tras los muros de la diferencia” (121). Esta diferencia se presenta tanto entre los habitantes, privilegiando la autonomía sobre la comunidad, como en la relación entre el lugar y quien lo ocupa. En consecuencia, resulta cada vez más difícil establecer vínculos significativos con el espacio cotidiano.

Este problema, como se ha señalado anteriormente, ocurre tanto en contextos urbanos, mixtos y naturales. Podemos observarlo si atendemos al fenómeno de la gentrificación, que constituye un ejemplo paradigmático de la mercantilización del espacio. La gentrificación se refiere a la transformación de una zona urbana, normalmente modesta, en una de mayor “estándar” debido a la llegada de personas con mayor poder adquisitivo, lo que supone un coste en la forma de vida y un desplazamiento de los antiguos visitantes (Hernández Cordero 130).

Este es un ejemplo de lo que Lefebvre define como espacio abstracto. A través de este fenómeno el espacio se convierte en un escaparate, en un objeto de consumo. La ciudad de Málaga es un ejemplo significativo y reciente. En los últimos años la ciudad presenta un grave problema de gentrificación, sobre todo en los barrios céntricos, suponiendo el desplazamiento de los habitantes hacia zonas periféricas.

Con ello, es normal que el sentido de pertenencia ético-estética vaya desapareciendo. Aquellos patios vecinales han desaparecido para dar lugar a residencias vacacionales, los comercios locales son sustituidos por tiendas de *souvenirs* o negocios de lujo y parques llenos de árboles son reemplazados por plazas cuadrículadas. En este sentido, el propio espacio impide establecer una conexión con él, ofreciendo únicamente experiencias superficiales orientadas al beneficio económico. En el caso de Málaga, como en muchos otros, la estética se usa como herramienta de consumo y exclusión en vez de una vía para desarrollar nuevas experiencias que faciliten distintas formas de habitar los espacios (Lindner y Sandoval 14).

Esto no afecta únicamente a la configuración de los lugares, sino también a las actividades cotidianas que se desarrollan en ellos y que conectan a los habitantes con las personas y el entorno que transitan diariamente. Experiencias estéticas cotidianas como hacer la compra, descansar en un parque o comer en un “bar de barrio” desaparecen progresivamente, sustituidos por actividades y servicios diseñados para fomentar el consumo y la exclusividad. Como señala Saito:

**El apetito estético es insaciable. Como advierte Gernot Böhme sobre la economía estética, “no hay límites para la presentación, el glamour y la visibilidad”, [...]. Como resultado, la producción industrial siempre está en crecimiento, igual que el consumo y sus consecuencias negativas. Este deseo nunca se dará por satisfecho, pues el consumidor siempre persigue lo nuevo y se fija en la apariencia. (2018 430)**

En este caso, el objeto de consumo que se persigue no es una camiseta ni el último *Iphone*, sino el espacio habitable y la cotidianidad. El consumo y mercantilización estética no se limita al espacio urbano, sino que se manifiesta también en la relación con el medioambiente. Un ejemplo de ello es la actividad turística. De hecho, como señalan Giombini y Benenti (2021 5), la mayoría de las actividades turísticas se mueven por el deseo de conseguir y consumir cierta experiencia estética.

El turismo constituye, en este sentido, otro de los fenómenos paradigmáticos que evidencian tanto nuestro distanciamiento de los lugares como la mercantilización del espacio, sobre todo en el caso de los espacios naturales. A lo largo de la historia occidental los paisajes naturales han sido entendidos como escenarios externos al ser humano, manteniendo siempre una distancia que favorece la apropiación de estos, es decir, una distancia que los simplifica y reduce a imágenes disponibles para la contemplación (Urry 3-4). Los espacios naturales, en este sentido, no tendrían un valor por sí mismos, sino únicamente en tanto que objeto de goce estético.

De este modo, la relación con la naturaleza queda sometida bajo las lógicas capitalistas propias del espacio abstracto, no solo en forma de recur-

sos, sino también como fuente de experiencias estéticas mercantilizables. Esto lo define muy bien Carrier:

**En la sociedad moderna se ha dado la desaparición efectiva de la relación directa y comprometida con el entorno, eclipsada por una construcción abstracta del mundo, que refleja una relación con la naturaleza que no es directa ni práctica, sino mediada por el consumo. (7)**

Esta desconexión es la que ocurre en el turismo, provocando lo que se conoce como mirada turística (*tourist gaze*). Esta se caracteriza por el consumo estético del medio ambiente y los entornos, desligándolos de su cotidianidad y contexto, y convirtiéndolos en un objeto exótico (Urry 9; Giombini y Benenti 2021 8). No obstante, el problema va más allá de la actividad turística, pareciendo haberse expandido a nuestra relación cotidiana con la naturaleza.

Esta mirada turística se ha convertido en la visión diaria de los entornos naturales, los cuales son seleccionados y configurados para su consumo estético. Nuestra visión de la naturaleza está, en la mayoría de los casos, estetizada y se acerca más a una interacción pasiva que a una comprometida. En este contexto, solo interesa experimentar estéticamente aquello que resulte canónicamente bello dentro de los márgenes del capitalismo, excluyendo una gran cantidad de espacios naturales e infravalorando su valor estético e interés (Brady 2011 98).

Como puede observarse, la desaparición del sentido de pertenencia respecto a la naturaleza resulta en una simplificación y mercantilización de estos, en la que solo determinados entornos resultan dignos de conservación y cuidado en función de su potencial de consumo y su atractivo superficial, lo que conlleva la pérdida de múltiples oportunidades de conectar con el mundo que nos rodea (Alcaraz León 23).

Esto conlleva la desvalorización de aquellos entornos naturales que conforman nuestra cotidianidad, pero que no se ajustan a los cánones estéticos o carecen de interés económico inmediato. Esto puede apreciarse en los entornos urbanos con la desaparición de pequeños parques y jardines por no

ser rentables o en zonas del extrarradio con la construcción de grandes áreas comerciales en espacios naturales considerados poco atractivos.

En resumen, la mercantilización del espacio urbano y natural conduce a la pérdida del sentido de pertenencia estético. Fenómenos como la gentrificación o la mirada turística reducen tanto las ciudades como la naturaleza a objetos de consumo, privilegiando únicamente aquellos entornos “atractivos” o rentables. Esto conlleva a que los espacios cotidianos queden desvalorizados y desplazados, dificultando la posibilidad de una relación sensible y ética con el entorno.

Ante esta situación, es necesario repensar y diseñar prácticas y espacios que enfrenten esta desconexión, favoreciendo el desarrollo del sentido de pertenencia ético-estética que está progresivamente desapareciendo.

## 4 · Hacia una reappropriación del habitar

El problema que se nos presenta es la pérdida del sentido de pertenencia, es decir, la pérdida de una conexión estética y ética profunda con los entornos que habitamos. Desde esta perspectiva, debemos plantear soluciones que permitan aparecer aquellas experiencias que están quedando sepultadas bajo la lógica del consumo. Esta tarea de recuperar nuestra cotidianidad y aprender a conectar con ella la formula claramente Saito:

**Existe la urgente necesidad de cultivar la educación estética respecto a la cotidianidad y el entorno. Al hacerlo podemos ser más conscientes de cómo el poder de la estética es fundamental para dirigir nuestras acciones y por las políticas de nuestra sociedad en una determinada dirección, a veces hacia fines problemáticos, como la irresponsabilidad medioambiental o a una agenda política dudosa. Creo firmemente que el análisis estético de lo cotidiano debe formar parte de las estrategias de construcción de un mundo más respetuoso con todo y con todos, en la que participemos de alguna manera tanto a nivel personal como profesional. (2007 243-244)**

En este contexto de desconexión la estética ha sido utilizada como mecanismo de escisión, reforzando cánones y perpetuando formas de consumo. Sin embargo, como sugiere Saito en el texto anterior, debemos plantear también desde la estética, más específicamente desde la experiencia estética de la vida cotidiana, nuevas posibilidades para confrontar estas dinámicas y desarrollar nuevas formas de habitar y de reconectar con el mundo.

Esto puede conseguirse, tanto en el contexto urbano como en el natural, a través de dos vías que, aunque distintas, son totalmente complementarias. La primera refiere a la reconfiguración del espacio, a través del diseño de lugares habitables no solo para los seres humanos, sino también para el resto de formas de vida. La segunda, está orientada a intensificar nuestra relación con los lugares y con los demás elementos que los componen.

Respecto a la primera encontramos varias posibilidades. La más evidente es la construcción y el diseño de espacios que fomenten el diálogo entre el lugar y sus habitantes. Ahora bien, este diseño no debería limitarse exclusivamente a la dimensión humana, sino que ha de crear condiciones para la convivencia con otras especies animales y vegetales (Chaberski 172).

Ejemplo de ello son algunas propuestas vinculadas al movimiento de la Nueva Bauhaus Europea<sup>2</sup>, como el proyecto *Urban MYCOskin* en Portugal o el proyecto *Els Terrats d'en Xifré* en España. También podemos incluir el diseño y creación de zonas verdes artificiales como el *Chorlton Water Park*<sup>3</sup> de Manchester, el cual funciona como reserva natural. En estos ejemplos, el diseño y la arquitectura no funcionan como herramientas de mercantilización del espacio y tienen como objetivo, en cambio, enfatizar la conexión entre lo urbano y lo natural, favoreciendo al mismo tiempo la interacción comunitaria e interespecífica.

A esto hay que añadir la puesta en valor de aquellas zonas que, pese no suponer un beneficio económico o entrar dentro de los cánones estéticos del capitalismo, pueden aportar una gran cantidad de experiencias para poder conectar con ellas. En este contexto entran, por ejemplo, una multitud de lugares que se encuentran fuera del ambiente turístico de las ciudades, pero que posibilitan un vínculo directo con la ciudad a través de actividades que refuerzan el sentido de comunidad entre sus habitantes.

<sup>2</sup> Véase: <https://neweuropeanbauhaus.es/proyectos/>.

<sup>3</sup> Véase: <https://chorltonwaterpark.co.uk/>.

En Málaga, por ejemplo, encontramos las asociaciones de *La Nave* o *La Casa Invisible*, que utilizan edificios y espacios abandonados y les dan un nuevo significado mediante el uso colectivo e implicando activamente a la ciudadanía en su revitalización. Como señala Naukkarinen:

**Los lados “negativos” de la ciudad pueden ayudarnos significativamente, especialmente de una forma estética: comenzamos a ver y sentir sitios que, de otro modo, serían estéticamente horribles o repulsivos. [...]. Cuando nos concentramos en todos sus elementos estéticos podemos comenzar a 1) romper la indiferencia de muchas formas, 2) cuestionar y cambiar la estética normativa de lo urbano y 3) entender cuáles son nuestros problemas y aprender a solucionarlos. (32, 35)**

Estos espacios que, de una forma u otra, consiguen escapar de la apropiación capitalista del entorno, nos permiten reapropiarnos de la cotidianidad y recuperar un vínculo sensible con ella. Nos interpelan a través de experiencias que fortalecen el sentido de pertenencia incentivando su cuidado a través de esta conexión.

No debemos desatender la multitud de lugares y experiencias que permanecen ocultos tras la capitalización del espacio, sino que debemos aprovechar cualquier oportunidad para mejorar no solo nuestra propia vida, sino también la de la comunidad, los lugares que habitamos y los seres y objetos con los que compartimos estos lugares (Saito 2025 161-162).

Ahora, respecto a las prácticas que pueden ayudarnos a enfatizar el sentimiento de pertenencia, retomemos el tema del turismo. Como señalan Giombini y Benenti (2020 21) la solución para superar la mirada turística, es decir, la separación del entorno de su cotidianidad y contexto para su consumo inmediato, sería minimizar lo máximo posible la diferencia entre la experiencia de alguien que viva en una determinada zona y el turista. De este modo, la experiencia turística debería integrarse en la cotidianidad propia del espacio visitado.

Esto puede llevarse a cabo a través de lo que se conoce como turismo de voluntariado, un tipo de turismo que se inserta en lo que se conoce como

ecoturismo y que se basa en una interacción directa entre los turistas y la comunidad local, formando parte de actividades y proyectos de restauración de estos lugares (Wearing y Neil 225). Mencionar que estos visitantes conviven normalmente con familias de la zona y suelen compensar su estancia a través de la realización de actividades cotidianas como la limpieza, la compra o la cocina.

Este tipo de turismo busca superar la mirada distante, conectando con los lugares que se visitan a través de la experiencia directa de la cotidianidad del lugar y fomentando una conexión con una comunidad y un entorno completamente nuevos. De hecho, este tipo de turismo puede extrapolarse a entornos naturales, en los que los visitantes participan en labores de conservación ambiental, sustituyendo la experiencia estética pasiva de la naturaleza por una activa, participativa y comprometida.

No obstante, hay que señalar que el ecoturismo puede seguir cayendo bajo el interés económico al ser parte de la gran industria del turismo, por lo que muchas de las actividades que promueven pueden quedar simplificadas o alteradas para buscar el mayor beneficio económico posible. Sin embargo, puede existir la posibilidad de que este tipo de actividades puedan desarrollarse correctamente si verdaderamente siguen sus principios y valores. Como apunta Fennell:

**Como parte de la industria turística, el ecoturismo tendrá que esforzarse por identificarse como una alternativa al frente convencional. Los próximos años serán importantes para definir el papel que definirá. Si se trata de falsas esperanzas, vanidad y deseos superficiales, entonces el ecoturismo, en mi opinión, carece de absoluto sentido. Si, por el contrario, se enfoca en los valores en los que se basa su filosofía (cuidado, conexión, comunidad,...), entonces tendrá algo que aportar a las relaciones entre los propios seres humanos y nuestra relación con el medio ambiente y, al hacerlo, servirá como modelo útil para otras formas de desarrollo. (275)**

Debido a esto, quizá deberíamos partir de lo más próximo e intentar reconectar con nuestras propias prácticas cotidianas o con aquellas que nos

resultan más accesibles, antes de adentrarnos a experiencias externas que puedan resultarnos muy lejanas. El comenzar a entrenar nuestra atención hacia la dimensión estética de la cotidianidad y entornos cercanos sería un paso fundamental para recuperar el sentido de pertenencia

Prestar atención a actividades sencillas, por superfluas que puedan parecer a primera vista, puede sernos de gran ayuda para reconectar progresivamente con nuestras experiencias cotidianas y reconocer nuestra interdependencia con los espacios que habitamos y los objetos que allí se encuentran, pasando de una actitud pasiva a una activa (Saito 2023 145). Esto, a su vez, puede ampliarse a una escala mayor en los espacios comunes, donde la experiencia estética se convierte en un fenómeno compartido. Aquí pueden entrar actividades como la limpieza o la reparación, que presentan una oportunidad para preocuparnos por el cuidado de los lugares y el resto de seres que los habitan.

Entrenar la atención hacia las experiencias cotidianas no se limita exclusivamente al cuidado y la interacción con entornos urbanos, sino que puede extenderse a los espacios naturales. Actividades como la jardinería o la reforestación comunitaria, por ejemplo, pueden ayudarnos a acercarnos a la naturaleza de forma activa y dialógica, enfatizando nuestra conexión sensible (Brady et al. 35-36).

Todas estas prácticas de atención presentan, además, la ventaja de ser temporales, es decir, es necesario que exista una implicación y una atención por parte de quien lo realiza. De esta forma, se convierten, hasta cierto punto, en hábitos que refuercen nuestra conexión con los lugares. Esto hace que se vuelvan una parte integral de nuestra cotidianidad, reforzando el sentido de pertenencia y exponiendo la responsabilidad que tenemos hacia sitios que habitamos (Di Stefano, 31).

En resumen, existen diversas formas en las que podemos recuperar el sentido de pertenencia ético-estética que se ve amenazado por la mercantilización y configuración capitalista de los lugares. Una de ellas consiste en la reconfiguración de los espacios mediante la creación de nuevos entornos que enfaticen la relación entre la comunidad, los lugares y el resto de seres que los conforman.

Otra posibilidad es la realización de prácticas que fortalezcan nuestra conexión con los alrededores, ya sea a través de experiencias puntuales,



como en el caso del turismo sostenible; o diarias en el caso de la atención a las actividades cotidianas. En general, estas prácticas permiten repensar nuestra relación ética y estética con los lugares, posibilitando el desarrollo del sentido de pertenencia.

## 5 · Conclusión

En la actualidad nos encontramos ante la siguiente paradoja: en un mundo tan interconectado y con tanta variedad de lugares que habitar, ¿por qué parece que nos encontramos cada vez más desligados de los entornos que conforman nuestra cotidianidad? A lo largo de este artículo se ha analizado el problema de la desconexión estética de los espacios, lo que puede desembocar en diversos problemas tanto a nivel personal, social y medioambiental.

Para abordar esta cuestión, en primer lugar, se ha introducido el concepto de sentido de pertenencia, entendido como la relación sensible con el mundo y la continua interacción con el resto de seres y objetos que forman parte de él. Cuando este sentido de pertenencia se refiere a una escala menor, aplicada a espacios concretos y delimitados, puede entenderse como el sentimiento de habitar, es decir, la conexión sensible y emocional con los lugares y los elementos que lo componen.

Seguidamente se ha planteado el siguiente problema: los espacios urbanos y naturales están cada vez más sometidos a lógicas de control que los homogenizan y convierten en objetos de consumo, debilitando nuestra conexión ética y estética con los mismos. Esto puede observarse a través de fenómenos como la gentrificación o la mirada turística, que reducen tanto la ciudad como la naturaleza a simples escaparates para el consumo estético y el beneficio económico.

Nos encontramos ante una situación que afecta a nuestra forma de pertenecer y habitar el mundo, en donde la estética ha sido utilizada como herramienta de consumo y exclusión. Por tanto, la solución que debemos plantear debe partir también de nuestra experiencia estética.

En este sentido, se han introducido dos posibles vías de acción. Por un lado, la reconfiguración y reapropiación de los espacios a través del diseño de lugares que faciliten la conexión con la ciudad, la comunidad y los demás seres con la que la compartimos. Por otro, llevar a cabo prácticas y

actividades que nos permitan reconectar y atender a nuestra cotidianidad y alrededores, tanto en la vida urbana como natural, recuperando y fortaleciendo el sentido de pertenencia ético-estética que la mercantilización de los espacios progresivamente ha debilitado.

En conclusión, resulta necesario repensar nuestra relación con el entorno, comprendiendo la estética como vía para desarrollar nuevas formas de habitar que enfaticen el cuidado, la reciprocidad y la pertenencia a estos lugares. Recuperar este sentido de pertenencia no es solamente una tarea individual, sino que debemos abrirnos e implementar prácticas que enfaticen la colectividad y la inclusividad, no solo con las personas, sino también con los demás seres vivos.

Es cierto que puede suponer un gran esfuerzo, pero de este modo podemos enfrentarnos a la creciente mercantilización y control de los espacios. Debemos comprometernos ética y políticamente con el modo en que configuramos y compartimos nuestros entornos, avanzando a modos futuros de habitar en profunda conexión con nuestra cotidianidad.

## 6 · Bibliografía

- Alcaraz León, María José. "Positive Aesthetics: claims and problems", *Enraonar: Quaderns de Filosofia* 45 (2010): 15-25.  
<https://doi.org/10.5565/REV/ENRAHONAR.216>.
- Barbaras, Renaud. *Introducción a una fenomenología de la vida*. Madrid: Encuentro, 2013.
- Barbaras, Renaud. *La pertenencia. Hacia una cosmología fenomenológica*. Salamanca: Sígueme, 2024.
- Berleant, Arnold. *Sensibility and Sense. Aesthetic Transformation of The Human World*. Exeter: Imprint Academy, 2010.
- Brady, Emily. "The Ugly Truth: Negative Aesthetics and Environment", *Royal Institute of Philosophy Supplement* 69 (2011): 83-99.  
<https://doi.org/10.1017/S1358246111000221>.
- Brady, Emily, Isis Brook, y Jonathan Prior. *Between Nature and Culture. The Aesthetics of Modified Environment*. London: Rowman and Littlefield International, 2018.

- Carrier, James G. "Mind, Gaze and Engagement. Understanding the Environment", *Journal of Material Culture* 8, 1 (2003): 5-23.  
<https://doi.org/10.1177/1359183503008001760>.
- Chaberski, Mateusz. "Building Liveable Futures: Dwelling as Collaborative Survival After Climate Change", *Text Matters* 14 (2024): 168-185.  
<https://doi.org/10.18778/2083-2931.14.11>.
- Di Stefano, Elisabetta. "Caring for the Landscape: From Participatory Art to Everyday Aesthetics", *Studi di estetica* 52, 4 (2024): 21-34.  
<https://dx.doi.org/10.7413/1825864677>.
- Franco, Abel. "Our Everyday Aesthetic Evaluations of Architecture", *British Journal of Aesthetics* 59, 4 (2019): 393-412.  
<https://doi.org/10.1093/aesthj/ayz018>.
- Fennell, David. *Ecotourism*. New York: Routledge, 2015.
- Forss, Anne-Mari. "The Aesthetics of Dwelling", *Journal of Aesthetics and Phenomenology* 1, 2 (2015): 169-190.  
<https://doi.org/10.2752/205393214X14083775794952>.
- Giombini, Lisa y Maria Benenti. "The Aesthetic Paradox of Tourism", *Proceedings of the European Society for Aesthetics* 12 (2020): 1-31.  
<https://www.eurosa.org/volume-12-2020/>.
- Giombini, Lisa y Maria Benenti. "Cultural Tourism: Authenticity, Engagement and the Everyday", *Popular Inquiry* 2 (2021): 5-21.  
[https://static1.squarespace.com/static/58763ec0c534a5e7e2b65fe2/t/61cc14faa2d236621ec0f547/1640764666972/Popular+inquiry\\_Vol9\\_2021\\_1\\_Giombini\\_Benenti\\_corr2.pdf](https://static1.squarespace.com/static/58763ec0c534a5e7e2b65fe2/t/61cc14faa2d236621ec0f547/1640764666972/Popular+inquiry_Vol9_2021_1_Giombini_Benenti_corr2.pdf).
- Giombini, L. y Adrián Kvokačka. "Aesthetics and the Everyday. Une liaison dangereuse?". *Everydayness. Contemporary Aesthetic Approaches*, eds. Lisa Giombini y Adrián Kvokačka. Roma: Roma Tre-Press, 2021. 9-28.
- Haapala, Arto. "Aesthetics, Ethics and the Meaning of Place", *Filozofski Vestnik* 20, 2 (1999): 253-264.  
<https://ojs.zrc-sazu.si/filozofski-vestnik/article/view/4078>.
- Hernández Cordero, Adrián. "Gentrificación y turistificación: origen común, efectos diferentes". *Dimensiones Turísticas* 5, 9 (2021): 128-137.  
<https://doi.org/10.47557/KRUW8909>.

- Holda, Malgorzata y Eric Ramsey. "The Challenge and Gift of Being-in-the-World: The Hermeneutics of Dwelling and Belonging", *Text Matters* 14 (2024): 9-18.  
<https://doi.org/10.18778/2083-2931.14.01>.
- Juhlin, Christina. *Management of the Meantime. The senses, attachments, and time in the aesthetic city*. Copenhagen: Copenhagen Business School, 2024.
- Lefebvre, Henri. *La producción del espacio*. Madrid: Capitán Swing, 2013.
- Lindner, Christoph y Gerard Sandoval. "Introduction: Aesthetics of Gentrification". *Aesthetics of Gentrification: Seductive Spaces and Exclusive Communities in the Neoliberal City*, eds. Christoph Lindner y Gerard Sandoval. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2021. 9-26.
- Naukkarinen, Ossi. "The City, Sin and Enjoyment". *The City as Cultural Metaphor*, ed. Arto Haapala. Lahti: International Institute of Applied Aesthetics, 1998. 26-37.
- Saito, Yuriko. *Everyday Aesthetics*. Oxford: Oxford University Press, 2007.
- Saito, Yuriko. *Aesthetics of the Familiar. Everyday Life and World-Making*. Oxford: Oxford University Press, 2017.
- Saito, Yuriko. "Consumer Aesthetics and Environmental Ethics: Problems and Possibilities", *The Journal of Aesthetics and Art Criticism* 76, 4 (2018): 429-439. <https://doi.org/10.1111/jaac.12594>.
- Saito, Yuriko. *Aesthetics of Care*. London: Bloomsbury, 2022.
- Saito, Yuriko. "Aesthetics of doing house chores: Working in and with the world". *Applying Aesthetics to Everyday Life. Methodologies, History and New Directions*, eds. Lisa Giombini y Adrián Kvokačka. London: Bloomsbury, 2023.
- Saito, Yuriko. "Everyday Aesthetics and the Good Life". *The Oxford Handbook of Mental Health and Contemporary Western Aesthetics*, eds. Martin Poltrum, Michael Musalek, Kathleen Galvin y Yuriko Saito. Oxford: Oxford University Press, 2025. 152-167.
- Sennett, Richard. "Capitalism and the City: Globalization, Flexibility, and Indifference". *Cities of Europe. Changing Context, Local Arrangements, and the Challenge to Urban Cohesion*, ed. Yuri Kazepov. Oxford: Blackwell Publishing, 2007. 109-122.

- Szyszkowska, Małgorzata. "Aesthetic Qualities and Aspects of Everyday Life. Notes on Phenomenological Approach to Everyday Aesthetics". *Everydayness. Contemporary Aesthetic Approaches*, eds. Lisa Giombini y Adrián Kvokačka. Roma: Roma Tre-Press, 2021. 269-279.
- Tuan, Yi-Fu. *El arte de la geografía*. Barcelona: Icaria, 2018.
- Urry, John. "The Tourist Gaze and the 'Environment' ", *Theory, Culture and Society* 9 (1992): 1-26. <https://doi.org/10.1177/026327692009003001>.
- Wearing, Stephen y John Neil. *Ecotourism. Impacts, Potentials and Possibilities*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2009.