

Disneylandización

en un centro histórico neoliberal.

La ventana de la música callejera en procesos de espectacularización y turismo patrimonial

Disneylandization in a neoliberal historic center.

The window of the street music in spectacularization and heritage tourism processes

51

Pablo Iván Argüello

Doctor en Antropología por el CIESAS

antropologojazz@hotmail.com

RESUMEN

Este artículo analiza la incentivación de actividades artísticas mediante procesos de espectacularización en el Centro Histórico de la Ciudad de México. Dos periodos de trabajo de campo, así como revisión de fuentes bibliográficas y documentos hemerográficos, muestran cómo diversas políticas culturales, desde hace más de una década, están sustentadas en el fomento del turismo patrimonial. Así, mediante exposiciones monumentales, *mapping*, conciertos masivos, y otras actividades de *performance*, diversas redes clientelares (con injerencia de presupuesto gubernamental local e inserción de capital privado) coadyuvan a la apropiación del espacio público como una vía de legitimación política y discursiva. El planteamiento del problema aborda las tensiones entre lo que denomino arte disruptivo y la incentivación de una puesta en escena —conceptualizada como *disneylandización*—, la cual responde a intereses materiales e ideológicos de funcionarios, empresarios y artistas vinculados a industrias culturales.

Palabras clave: *disneylandización*, espectacularización, turismo patrimonial, música callejera, espacio público, urbanismo neoliberal

ABSTRACT

This article analyzes the encouragement of artistic activities through spectacularization processes in the Mexico City Historic Center. Two periods of field work, as well as a review of bibliographic sources and hemerographic documents, show how various cultural policies, for more than a decade, have been supported by the promotion of heritage tourism. Thus, through monumental exhibitions, mapping, mass concerts, and other performance activities, various clientelist networks (with interference from the local government budget and insertion of private capital) contribute to the appropriation of public space as a means of political and discursive legitimation. The problem statement addresses the tensions between what I call disruptive art and the encouragement of a staging –conceptualized as Disneylandization–, which responds to the material and ideological interests of officials, businessmen and artists linked to cultural industries.

52

Keywords: disneylandization, spectacularization, heritage tourism, street music, public space, neoliberal urbanism

INTRODUCCIÓN

La mercancía se contempla a sí misma en un mundo que ella ha creado
(Debord, 1995, p. 27).

Desde hace varios años, en el Centro Histórico de la Ciudad de México (CHCM), predomina una fusión de proyectos artísticos y esparcimiento masivos, que confluyen con la arquitectura con valor patrimonial que domina en esta parte de la ciudad. Derivado de ello, en el entorno espacial es recurrente apreciar instalaciones de arte contemporáneo en diversos lugares dentro de su delimitación territorial. Este escenario forma parte de estrategias que se plantean como actividades paralelas en torno a la modernización de la infraestructura y construcción de nuevos emplazamientos urbanos. Para cumplir con estos propósitos, el aprovechamiento de los espacios públicos, sobre todo desde las esferas gubernamentales, ha sido esencial mediante el repliegue de actividades culturales amoldadas a esta clase de contexto.

El presente artículo analiza cómo estas actividades culturales en el CHCM (específicamente en espacios públicos intervenidos mediante programas de rescate) son una puesta en escena que podría concebirse como parte de procesos de turismo patrimonial, el cual deriva en un mecanismo de representatividad con tintes de espectacularización conceptualizado, en este caso en particular, como *disneylandización* (Sorkin, 1992). Este escenario ha propiciado que diversos músicos callejeros, y artistas en general, amolden sus propuestas a esta clase de proyectos.

En gran medida, esto se debe a que tienen que acoplarse a modelos de tipo capitalista que reproducen expresiones mercantilistas como parte de una sociedad del espectáculo (Debord, 1995). Por ese motivo, en el entorno socioespacial se fomenta la aparición de una estética idealizada por medio de representaciones audiovisuales que simbolizan productos de la cultura popular comercial y de artistas pertenecientes a élites culturales.

En el primer apartado muestro la estrategia metodológica empleada. En los dos siguientes examino, mediante referentes empíricos, montajes realizados en el espacio público que reproducen discursos de propaganda política (a pesar de que una gran parte de ellos son considerados como contraculturales). Asimismo, abordo el papel de las redes clientelares que se han apropiado de lugares estratégicos para fomentar actividades de ocio similares a las que existen en parques de diversiones temáticos. En la tercera sección señalo cómo diversas políticas públicas en la Ciudad de México, llamadas en ocasiones progresistas, son inherentes a un momento histórico en el que diversas expresiones artísticas funcionan como un medio de pacificación social y de incentivación de actividades de recreo, consumo y de apropiación clientelar.

METODOLOGÍA

La estrategia metodológica empleada en este artículo está dividida en dos procesos de producción de datos bajo un enfoque cualitativo y cuantitativo. La primera etapa estuvo enmarcada en un periodo

de trabajo de campo en el Centro Histórico de la Ciudad de México (CHCM), con duración de cuatro meses (de septiembre a diciembre de 2016), como parte de una tesis de maestría realizada en el Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social (CIESAS).

En este trabajo, concluido en 2017, el cual se centró en la apropiación de espacios públicos por músicos callejeros, realicé observación participante y 42 entrevistas semiestructuradas con músicos y artistas (de diferentes disciplinas) que laboran en el CHCM, policías adscritos al agrupamiento de control de áreas, funcionarios públicos pertenecientes a la Autoridad del Espacio Público (AEP) y a la Subsecretaría de Programas Delegacionales y Reordenamiento en la Vía Pública (SSPDyRVP); así como con habitantes y comerciantes del perímetro central del CHCM.¹

Asimismo, consulté información en el Archivo Histórico de la Ciudad de México (AHCM) relacionada con permisos expedidos por el Departamento del Distrito Federal (DDF) para la realización de actividades culturales en el espacio público. La mayoría de la información que recabé en este archivo corresponden a fojas que contienen información de los lugares en los que, previa solicitud, las autoridades consentían o rechazaban realizar alguna actividad musical en el espacio público en los denominados perímetros A y B del CHCM. De igual manera, investigué en diversas fuentes de prensa escrita varios artículos que abordan la realización de exposiciones, instalaciones y conciertos con carácter masivo que se han realizado en la última década en México. En total, revisé más de cien expedientes y notas que me permitieron trazar los cambios en la normatividad sobre el uso del espacio y en lo referente a la realización de diversos montajes.

¹ De las 42 entrevistas seleccioné 12 de ellas, cuyos testimonios fueron significativos en cuanto al tiempo que llevan trabajando en el CHCM; el número de eventos de hostigamiento por parte de autoridades y poderes fácticos que han sufrido; los colectivos de los cuales han formado parte para defender el derecho a permanecer en el espacio público; las experiencias que han tenido en cuanto a los procesos de espectacularización se refiere; su injerencia en la toma de decisiones para la concreción de políticas públicas, entre otras cuestiones relevantes para los propósitos de este artículo.

En la primera exploración documental me aboqué al periodo de 1975 a 1998, que fue cuando cambió la denominación de regencia por la de jefatura del gobierno en la Ciudad de México; en la segunda, desde 2004 (cuando se estipula en la *Gaceta Oficial del Distrito Federal* la denominada Ley de Cultura Cívica) hasta 2010, cuando se conforman los planes de rescate del centro; y en la tercera, de 2011 hasta 2018, cuando los permisos para laborar en la calle comenzaron a sufrir modificaciones importantes.

La segunda fase de obtención de datos forma parte del trabajo de campo del Doctorado en CIESAS, que dio inicio en septiembre de 2018 y que se ha extendido más de nueve meses. En este proceso he continuado indagando en torno a problemáticas que atañen al uso de los espacios públicos por agentes en situación de vulnerabilidad social. Gracias a esta inserción de largo aliento, seguí documentando las políticas culturales del Gobierno de la Ciudad de México (GCM) para analizar cómo éstas afectan a comunidades de artistas locales. La información proporcionada fue ideal para generar el llamado muestreo en red, que me permitió localizar a agentes relacionados con los objetivos e hipótesis de esta investigación. En este proceso también diseñé diversos mapas sobre la ubicación de artistas y documenté conciertos y exposiciones de arte instaladas en espacios públicos del CHCM.

En los dos periodos de campo empleé una estrategia colaborativa de antropología visual que coadyuvó a generar un documento filmico que narra los procesos de reubicación y violencia sistemática en lo referente a la práctica musical callejera.² La finalidad de este producto transversal está basada en los modelos de antropología colaborativa aplicada (Zirión, 2015) y de antropología de orientación pública (Gimeno, 2008), cuyos propósitos buscan extender las áreas de la producción de conocimiento típicas de la antropología para incidir en la transformación social con ayuda de diseños participativos.

² Véase <https://www.youtube.com/watch?v=qdgFxIkHiXE>

LA RENOVACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO EN EL SIGLO XXI:
TURISMO PATRIMONIAL

56

A lo largo de casi dos décadas –con la llegada al gobierno de la Ciudad de México del Partido de la Revolución Democrática (PRD), y actualmente con el denominado Movimiento de Regeneración Nacional (Morena)–, el centro de la capital del país ha registrado considerables transformaciones materiales y simbólicas. Entre ellas sobresalen las que se relacionan con la renovación de la infraestructura, el remozamiento de espacios públicos y los llamados procesos de “asepsia social” (Hernández, 2015). Los mecanismos para llevar a cabo estos cambios se orquestan mediante políticas públicas (en ocasiones violentas) que subsumen a los individuos –que habitan y transitan en este territorio– en dinámicas de esparcimiento que buscan reproducir imaginarios sociales grandilocuentes, con caminos entrelazados entre lo público y privado (Rabotnikof, 1998).

Estas acciones impulsan una imagen vanguardista en la que se fusionan actividades culturales para un público de masas, en conjunto con el atractivo patrimonial existente. A partir de esto se fomenta lo que algunos autores llaman procesos de patrimonialización y turistificación. En lo que concierne al primer aspecto, retomamos la siguiente cita para su definición: “[la patrimonialización es un] proceso de construcción de significado y sentido de los elementos culturales, a través de la asignación de valores, que los agentes culturales hacen con ciertas finalidades” (Mendoza, 2018, p. 77).

A partir de esta conceptualización, es importante especificar que en el presente artículo tomamos como eje de análisis el patrimonio cultural en su acepción “esencialista”. Es decir, aquel que se constituye bajo criterios de legitimación (básicamente occidentales) impuestos por figuras de autoridad que determinan ideas y valores asociados a los elementos culturales que lo representan, lo que da como resultado la configuración de una identidad patrimonial que, al paso de los años, forma parte intrínseca de su entorno social (Prats, 2000, p. 116).

En el mismo orden de ideas, la patrimonialización, tal como lo apunta Jesús Mendoza (2018), puede ser concebida en torno a diferentes interpretaciones, entre las que destacan las siguientes:

- Patrimonialización primaria: configurada desde la localidad.
- Congestiva: constituida mediante los procesos de gestión de las ONG.
- Académica: dispuesta desde las investigaciones provenientes de indagaciones de este tipo.
- Religiosa: promovida desde la significación relacionada con la religión y los conceptos que ésta engloba.
- Institucional: generada a través de los dispositivos legislativos de los Estados.
- Global: moldeada a partir de los marcos normativos internacionales como el de la UNESCO.
- Consumista: formada mediante la construcción narrativa, discursiva y audiovisual de las prácticas inmateriales que, en muchas ocasiones, están disociadas de los significados interiorizados de los mismos (Mendoza, 2018, pp. 78-79).

57

Ahora bien, en lo referente a la turistificación, dicho concepto queda definido, con base en lo expuesto por Daniel Hiernaux (2011), de la siguiente manera:

Marie-Françoise Lanfant ha acuñado el término turistificación para referirse al proceso por el cual se introduce al turismo a nuevos sitios, pero también para significar que el turismo rebasó el ámbito de los espacios turísticos y del momento vacacional, para introducirse en la cotidianidad... Los centros históricos se han vuelto el espacio de la turistificación por antonomasia, particularmente en América Latina, y son el *locus* principal también de la patrimonialización de sus sociedades (Hiernaux, 2011, p. 6).

El caso que propongo analizar se relaciona con dichas transformaciones en lo referente a la espectacularización del arte en el espacio público. Todo ello a través de la imitación de modelos globales que cosifican el territorio por medio del método del *flâneur* (Anaya, 2015; Benjamin, 2005), el cual implica que el individuo se apropie de la ciudad mediante la experiencia del paseo y éste se deje sorprender por lo que encuentre en el camino. Sobre el concepto de *flâneur*, hay varios aspectos a considerar. En primer lugar, tal como lo estipula Dordec Cuvardic (2012), en su etimología se encuentran los siguientes significados:

58

La palabra *flâneur*, que designa al paseante callejero urbano ocioso intelectualmente activo, pertenece al idioma francés... proviene del verbo dialectal normando *flaner*, que a su vez procede de *flana*, del escandinavo antiguo, que significa “correr por aquí y allá”. Esta fuente establece dos definiciones. La primera de ellas es... “caminar sin prisa, al azar, abandonándose a la impresión y al espectáculo del momento”. La segunda de ellas lo define como la acción de “caminar con lentitud, complacerse en una dulce inacción”. En ambos casos no se considera este verbo como concepto sociológico o estético (Cuvardic, 2012, p. 17).

En la parte final de la cita se establece que su significado estaba desprovisto de un carácter sociológico. En ese sentido, desde el siglo XIX y a lo largo del siglo XX, diversos estudiosos (entre los que destacan Georg Simmel, Michel de Certeau y Walter Benjamin) hicieron aportaciones teóricas sobre la transformación de la experiencia del *flâneur*, a saber: “desde [Walter] Benjamin, teorizar sobre la *flanerie* ha permitido a los sociólogos sintetizar un tipo de experiencia urbana caracterizada por el individualismo, el consumo, la transitoriedad y la crítica social” (Cuvardic, 2012, p. 44). A partir de este marco de ideas hilvano como eje para el presente artículo la experiencia del *flâneur* como parte de los modelos de mercantilización que cosifican el territorio; tomando en cuenta, para ello, las interacciones sociales que se establecen en dicho

contexto. Como lo menciona el propio Cuvardic: “la *flânerie* analiza las transformaciones de la ciudad occidental; la privatización del espacio público, el abandono del centro de las ciudades... o, como contrapartida, la recuperación de los espacios para los transeúntes (entre estos fenómenos se encuentra la *boulevardización* y gentrificación del centro de las ciudades)” (Cuvardic, 2012, p. 22).

Ahora bien, sobre el concepto de arte público valdría la pena retomar una definición que pone el acento en las implicaciones que conlleva en lo referente a la producción social del hábitat en las ciudades:

El llamado arte público, aquel que se produce para ser observado, disfrutado y consumido por el transeúnte desprevenido en espacios abiertos, nos confronta para percibir y sentir el espacio de otra manera. El desarrollo de este arte, en muchos casos fundamental, les ha dado a las ciudades una connotación distinta para ser habitadas (Albán, 2008, p. 109).

59

A partir de la interpretación planteada sobre la noción de arte que integro a la discusión, para comenzar a exponer las características de la espectacularización del arte público en el CHCM, retomo lo que ocurrió en el parque Alameda Central –en el segundo semestre de 2017– con la instalación de esculturas monumentales de bronce de un personaje llamado “Timo”.

Un aspecto interesante para el análisis relativo a la muestra titulada: “Timo entre la gente”, tiene que ver con lo que algunos medios de comunicación expresaron, acerca de que las quince piezas instaladas en diferentes puntos del parque generaban una gran expectativa entre los transeúntes. Esto por su gran dimensión y las acciones que representaban cuyo propósito, según el escultor de las obras, era hacer críticas al sistema neoliberal mediante el uso de metáforas y simbolismos.

En cuanto al análisis conceptual del neoliberalismo en su base ideológica, retomo las siguientes dimensiones, en las que Verónica Crossa (2017) ahonda sobre el ensanchamiento del Estado frente al poder del

mercado y los procesos ideológicos que se despliegan en torno a esta corriente económica y política de tipo capitalista:

Dentro de la amplia gama de literatura sobre el tema, existen cuatro vertientes generales no excluyentes [sobre el neoliberalismo]. La primera dimensión tiene que ver con un análisis temporal en el que el neoliberalismo se entiende como un proceso histórico coyuntural. El segundo enfoque toca el tema del neoliberalismo a partir del poder cambiante del Estado, sobre todo a partir del ejercicio de su poder en términos espaciales. Esta segunda perspectiva habla de un reajuste espacial en las funciones del Estado ya sea hacia escalas supranacionales o a entidades más locales.

60

La tercera perspectiva tiende a enfocarse también en un reajuste del poder del Estado, pero no a partir de una dimensión estrictamente espacial, como es la segunda dimensión, sino un reajuste en términos de las funciones que le atañen... Así, esta tercera dimensión ha puesto su atención en las formas en que el Estado está reconfigurando sus funciones frente al poder del mercado... La cuarta perspectiva pone más énfasis en la dimensión ideológica del neoliberalismo por medio del cual se constituye un imaginario del ciudadano como individuo emprendedor y empresarial, construyendo así al sujeto ciudadano como un sujeto neoliberal (Crossa, 2017, pp. 19-20).

Ahora bien, a partir de estas definiciones, y con ayuda de algunos apuntes efectuados en observación etnográfica y entrevistas realizadas a transeúntes, cuestiono esta supuesta crítica al neoliberalismo expresada en el montaje de “Timo”, ya que lejos de generar reflexiones entre los espectadores en lo referente al sistema neoliberal (a nivel colectivo o individual), observé que en la exposición montada en el espacio público (como galería de arte) se suscitó una alienación del paisaje, producto de la alienación de la ciudad.

Es decir, lo que imperaba era un orden socioespacial que fomentaba una enajenación entre los espectadores pues, como si se tratara de un

parque de diversiones, la población flotante esperaba su turno para tomarse fotos montados en las esculturas, como si éstas fueran un objeto de diversión. Esto sugería que las piezas monumentales se instalaron premeditadamente en estos lugares para fomentar un esparcimiento en forma de espectacularización que apuntaba hacia el mercantilismo utilitario de las obras de arte.

En el mismo ámbito resalta lo que ha pasado en los últimos años con las actividades de individuos que se han adueñado de una de las zonas con mayor flujo peatonal en el CHCM. Nos referimos a la calle Francisco I. Madero. En este concurrido corredor peatonal –donde encontramos tiendas departamentales y actividades de consumo de diversa índole– es recurrente observar a individuos disfrazados como personajes de historietas cómicas y dibujos animados que se apropiaron del espacio, con ayuda del capital político de líderes ambulantes que obtienen beneficios monetarios de ellos a través de cuotas de derecho de piso o mediante la renta de los trajes con los que se caracterizan.

La gran mayoría de estos agentes se dedicaban al comercio ambulante pero, gracias a la protección que obtienen para trabajar en la concurrida zona, afianzaron un mercado laboral debido al gran número de personas que transitan por el lugar. No obstante, es importante enfatizar que en este ambiente también trabaja un reducido número de estatuas vivientes y artistas relacionados con el teatro, la danza, la música, entre otras clases de expresiones culturales.

En síntesis, el trabajo de las llamadas “botargas de Madero” consiste en posar ante los transeúntes para tomarse una fotografía. por lo cual obtienen un pago monetario de aproximadamente veinte pesos por cada imagen. En el caso de que la gente no esté dispuesta a desembolsar esta cantidad de dinero, en ocasiones pueden ser objeto de represalias verbales o físicas por parte de ellos con ayuda de las redes clientelares que los protegen. El resultado de este tipo de prácticas es la puesta en escena de un paisaje muy similar al que se encuentra en los parques de diversiones más afamados a nivel global como *Six Flags* o *Walt Disney World*, tal como se verá más adelante.

Este par de ejemplos muestran cómo en el espacio público remozado del CHCM se fomenta una puesta en escena de actividades de ocio similares a las que se encuentran en parques temáticos privados. En otras palabras, una teatralización en la vida pública que transforma el paisaje (Watsuji, 2006) con estímulos sensoriales aderezados, además, con imágenes de propaganda política que incitan al consumo turístico y comercial, lo que da como resultado que los artistas urbanos tengan que generar mecanismos de acoplamiento para lograr insertarse en esta dinámica socioespacial. En el caso de los músicos callejeros, una gran parte de ellos ha tenido que incluir dentro de sus repertorios piezas que forman parte de las industrias culturales. Así, es recurrente escuchar en las zonas más concurridas del CHCM cómo los músicos interpretan temas de películas infantiles de Disney, de artistas de moda o de los socorridos catálogos de música occidental (de diferentes géneros). Existen excepciones de músicos que tocan repertorios originales, pero, en gran medida, abundan los primeros. Por esa razón también existen distinciones entre ellos como grupo de cohesión social; es decir, músicos que muestran una tendencia a amoldarse a los procesos de modernización del espacio público y otros que, de alguna manera, representan el ideal del músico callejero contracultural.

Otro aspecto importante sobre las características intrínsecas de estas actividades es su relación con la noción de calle, que ha sido sustituida paulatinamente por la de espacio público, sobre todo en los discursos de gobernantes, funcionarios públicos e intelectuales, entre otros agentes. Al respecto, tal como lo apunta Verónica Crossa (2017), en el actual modelo de políticas públicas culturales es relevante discernir entre una y otra por las implicaciones morales que conlleva en los imaginarios sociales, los discursos políticos y en la praxis social:

Hoy, la calle, como concepto que describe el escenario más aparatoso de las múltiples contradicciones de la vida pública, ha sido sustituida por la noción de espacio público. Uno podrá preguntarse, cuál es exactamente la diferencia entre un concepto y otro... Quizás, en su

uso coloquial, podría confundirse por lo mismo. Pero lo que quiero argumentar aquí es que los dos conceptos, incluso en su uso cotidiano, y cuando aterrizan en descripciones concretas, tienen cargas morales distintas. La calle es el espacio del pueblo... En cambio el espacio público es aquél apropiado por la sociedad civil.

El espacio público, como concepto, está entrelazado con otros conceptos como son la participación, la democracia, la sociedad civil, el Estado, lo privado, los derechos, la justicia: conceptos que son centrales para analizar y entender el ejercicio del poder en contextos específicos. El espacio público es una categoría moral, un modelo normativo que implica una serie de virtudes, una manera de entender la vida pública, una actitud frente a un problema. La calle también es una categoría moral, pero con una carga social distinta (Crossa, 2017, pp. 25-26).

63

El caso paradigmático que representa la espectacularización, en los ahora denominados espacios públicos del CHCM, son los eventos masivos realizados en la explanada del Zócalo desde principios del siglo XXI, que suelen ser utilizados como bandera de propaganda por el gobierno capitalino liderado hace algunos años por el PRD y ahora por Morena. En torno a los referidos eventos, Violeta Rodríguez (2015) propone el concepto de “ciudad global” (retomando a los teóricos Saskia Sassen y Manuel Castells), para hablar sobre la Ciudad de México (en concreto, el Centro Histórico) como un símil de las ciudades modelo que sirven como puntos nodales de los flujos de capital y de información que albergan servicios avanzados en diversas áreas, los cuales van desde los servicios político-administrativos hasta los financieros (Rodríguez, 2015, p. 92).

Para Violeta Rodríguez (2015), el Gobierno de la Ciudad de México (GCM) se ha empeñado en señalar, en su discurso político, que la capital del país es una “ciudad-global” por las características intrínsecas de su posicionamiento en la jerarquía mundial de prestación de servicios. En lo que atañe al análisis que propongo tiene especial interés la oferta cultural en su relación dialógica con el turismo que ocurre en diversos espacios del CHCM, a saber:

En lo que respecta a la producción de la oferta cultural de la ciudad, la categoría de lo “global” se acentuó en los eventos masivos o “mega-eventos” que se presentaron en el Zócalo de la Ciudad de México. Con respecto a las gestiones anteriores, los patrocinios privados para la organización de estos eventos aumentan, incorporándose empresas transnacionales como la refresquera Coca-Cola. Dentro del *marketing* urbano, se refuerza la imagen de la Ciudad de México con diversos lugares emblemáticos, entre los cuales destaca la plaza del Zócalo como un lugar de grandes “espectáculos” de talla internacional (Rodríguez, 2015, pp. 93-94).

64

El punto central en el que la autora profundiza en la cita anterior, me permite discurrir sobre lo que ocurre con los músicos callejeros que se mantienen al margen de estos espectáculos con carácter masivo. Puesto que no existe actualmente una permisibilidad legal para su práctica, dichos agentes suelen observar cómo se incentiva la oferta de actividades artísticas masivas y, en cambio, sus proyectos como productores de arte público casi no son tomados en cuenta ni, muchos menos, promovidos. Al respecto, es importante referir la existencia de redes de apoyo entre músicos urbanos. Uno de los proyectos del cual di cuenta en otro artículo (Argüello, 2019) es el “colectivo de músicos urbanos del centro”, el cual gestionó la colocación de lugares estratégicos para que realizaran su práctica en las zonas más concurridas del CHCM. Aunque dicho proyecto sigue teniendo injerencia en el perímetro A, éste no ha logrado tener el impacto esperado por ellos. Además, ha generado disputas con músicos que no se han querido adherir al proyecto, con otros artistas y con agentes que tienen injerencia en actividades de comercio informal.

En este sentido, es importante destacar que uno de los detonantes de estas conflictividades son lo que algunos autores llaman procesos de gentrificación de zonas pauperizadas (Glass, 2010; Smith, 2012). Aunque también puede definirse como recualificación urbana, el cual implica un reordenamiento con fines de recomposición espacial, esté-

tica y social que se realiza en áreas degradadas de las metrópolis para convertirlas en sitios de entretenimiento y consumo visual o estético (Durán, 2015, p. 143).

Uno de los motores de la remodelación del CHCM (que ha propiciado el desplazamiento de sectores populares) es la puesta en marcha de una serie de programas de rescate que fomentan una idealización del paisaje. En relación con ello, es importante mencionar que en esta clase de programas el territorio y la infraestructura que lo componen cobran especial relevancia por las características que subyacen gracias al valor patrimonial asignado desde las esferas gubernamentales y élites culturales, tal como se expone en el siguiente apartado.

65

POLÍTICAS CULTURALES QUE INCIDEN EN LA CONSTRUCCIÓN DE PAISAJES DE ENSOÑACIÓN

En 2016 observé una parte del itinerario del Festival Internacional de Luces de México (FILUX). Fue después de la medianoche, en noviembre de ese año, cuando presencié cómo las fachadas de los edificios y el firmamento en los que denomino epicentros de la revitalización del CHCM (Argüello, 2018), eran desbordados por varios tipos de iluminación y proyecciones ambulantes donde se mostraban figuras amorfas, personajes históricos y elementos de la naturaleza.

Lo interesante fue apreciar la gran cantidad de personas que había en las calles en un horario atípico (casi a la una de la madrugada), en el que por lo regular los espacios lucen casi vacíos. Además, había un entusiasmo entre los transeúntes por grabar videos y tomar fotos con aparatos celulares, lo que causaba momentos de aglomeración en lugares como la Avenida Juárez, la calle Francisco I. Madero y diversos espacios colindantes. También el sonido fue un elemento importante en este festival, ya que la iluminación arquitectónica que se montó en la fachada del Palacio de Bellas Artes estaba acompañada de música ambiental de compositores europeos como Beethoven, Mozart, Wagner, entre otros.

El común denominador de este tipo de eventos es que son patrocinados por alguna compañía transnacional en contubernio con autoridades locales, en la que se muestran *slogans* del GCM desde que comenzaron a articularse en la década de los noventa y hasta la fecha. En este marco, es común leer diversas leyendas panfletarias, tales como: “Ciudad de la Esperanza”, “Ciudad de Vanguardia”, “Decidiendo Juntos”, “Capital Social”, “Por Ti”, “Ciudad innovadora y de derechos”, “Capital cultural de América”, entre otras.

66

Los músicos callejeros que tocan regularmente en el Centro Histórico también fungen como protagonistas en la conformación de una oferta cultural inherente al arte público. Por esa razón considero que son copartícipes en la construcción de una identidad y producción cultural en esta parte de la ciudad.

Ahora bien, en una entrevista realizada al extitular de la Autoridad del Espacio Público (AEP), éste me planteó algunas propuestas sobre la participación de músicos callejeros en lugares intervenidos por esta dependencia gubernamental, pero adheridos a un modelo de espectacularización con indicios de funcionar como un “karaoke³ público”:

RR: Nosotros [la Autoridad del Espacio Público] queremos fortalecer capacidades, ¿no? El Centro Histórico es un territorio que mantiene una gobernabilidad. Pero hay muchos espacios en este territorio y conforme se va recuperando el territorio, se pueden hacer cosas. Por ejemplo, estamos interviniendo Plaza Pino Suárez, sería increíble de pronto ver Plaza Pino Suárez que arranque como una plaza de la música. Y así vamos haciendo experimentos. Y en esos experimentos dejar ciertos espacios en donde queremos que llegue la gente. También podría ser que pongamos ciertos escenarios y que el músico actúe como un activador [pacificador] del espacio público. También estoy planteando, y cuando

³ Dispositivo electrónico (cuyos orígenes se remontan al ingenio de inventores japoneses a mediados del siglo pasado) que consiste en la colocación de una pantalla y bocinas que reproducen pistas de canciones (con letra y música) para que puedan ser cantadas de manera simultánea por cualquier usuario.

lo planteé nadie lo entendió y se me echaron encima de que estábamos metiendo siete millones de pesos a un karaoke público.

Lo que creo es que en el espacio público puedo tener una pantalla y puedo tener una aplicación que haga que el micrófono sea tu teléfono... ¿no? Y puedo cantar desde esa aplicación en el espacio público. Ahora, nadie quiere tener a un desafinado cantando bajo su ventana, busquemos donde la voz del desafinado no llegue a la habitación más cercana, y que también deje de operar esta aplicación a las 9 de la noche. Esta aplicación sería enfocada en algo muy popular que está ocurriendo en las casas, que está ocurriendo en ciertos bares. Pero en la misma lógica donde sería deseable tener a la gente cantando piezas de Agustín Lara⁴ o tocando piezas de [Armando] Manzanero⁵ o yo qué sé. (Entrevista a RR, 46 años, extitular de la Autoridad del Espacio Público, 03 de diciembre de 2016).

67

Tal como se observa en la entrevista, existen proyectos de política pública mediante los cuales los músicos urbanos podrían tener una participación activa en el CHCM. En cuanto a esta situación en particular, ¿solamente a través de un proceso de espectacularización los músicos callejeros podrían ser contemplados como agentes proactivos en el entorno?

En lo referente a esta interrogante, lo que expone RR opera bajo la lógica de la espectacularización que propuse como tesis al inicio de este artículo. Es decir, el músico callejero necesitaría despojarse de una imagen estereotipada negativamente si quiere acceder al nuevo espacio urbano, ya que los desafinados (como él los llama), los que no toquen géneros de música popular y, por supuesto, los subversivos, no serían contemplados como parte la oferta cultural en los espacios renovados del Centro Histórico.

⁴ Nacido en Tlacotalpan, Veracruz, el 30 de octubre de 1897 y fallecido en la Ciudad de México el 6 de noviembre de 1970, Agustín Lara, también conocido como El Flaco de Oro, fue un renombrado compositor de boleros y de diversos géneros de música popular.

⁵ Armando Manzanero (1935-2020) fue un compositor y cantautor yucateco que logró afianzar una trayectoria artística sólida desde hace varias décadas.

Al respecto, en 2018 el modelo propuesto por la AEP fue instalado en la estación División del Norte, que pertenece al Sistema de Transporte Colectivo Metro y, un año después, en 2019, en la Plaza de la Constitución. En el primero se colocó una plataforma para que los usuarios pudieran cantar (como parte de la exposición “Autores y Compositores de México”) y, en el segundo, se colocó un kiosco desmontable que funciona todos los viernes, de 17:00 a 19:00 horas, como karaoke popular. Ambas iniciativas han sido ampliamente difundidas en los medios convencionales de comunicación, lo que ha generado un amplio aforo de participantes.

68

EL PROCESO DE *DISNEYLANDIZACIÓN* Y SU DISLOCACIÓN TERRITORIAL

En los apartados anteriores he subrayado la importancia del territorio en la apropiación del espacio con fines turísticos y usufructuarios en el CHCM. Para desentrañar las múltiples acepciones del término espacio en los procesos de segregación de sectores vulnerables, es importante mencionar la relevancia que tiene el denominado “giro espacial” (Schlögel, 2007) en las ciencias sociales. La variable tiempo-espacio, a partir de este giro, adquiere una serie de matices importantes para el análisis antropológico. En este ámbito es necesario subrayar las interrelaciones sociales y prácticas culturales que se producen en momentos de crisis sistémicas que, de manera recurrente, trae consigo el capitalismo.

Una de las respuestas para contener dichas contingencias ha sido la inversión de capitales mediante la especulación inmobiliaria. La convergencia de estos sucesos trae como consecuencia la elevación de la plusvalía con el advenimiento de comercios transnacionales y la alteración de la relación espacio-tiempo, en función de las actividades que se realizan en estos lugares. Es decir, los que antes eran espacios apropiados por sectores populares para la recreación (como el Parque Alameda citado en el primer apartado), ahora se han convertido (dependiendo

del horario/tiempo y lugar/espacio) en parajes en los que prima el consumo mediante la oferta cultural en forma de espectacularización.

La mayoría de esos cambios se basan en un modelo de recreación que se relaciona con el prototipo de un discurso de ciudad progresista. Este escenario, en lugar de promover el afianzamiento de prácticas culturales locales (algunas de ellas realizadas por sectores populares), más bien se adecua paulatinamente a las experiencias de consumo globales. En cuanto todo ello es concebido y materializado desde las esferas de gobierno en coordinación con sectores de la incitativa privada, se constituye un territorio acondicionado para la concreción de un imaginario que difícilmente podría ser alcanzado por sectores de clase baja. En consecuencia, los rubros más favorecidos (que pertenecen principalmente al sector turístico) han ganado espacios. Así, lo que ocurre en el CHCM es una constante tensión en la que diversos actores sociales que pertenecen a comunidades locales (sobre todo pauperizadas) se niegan a ser relegados.

69

En este contexto, planteo que la apuesta del GCD es propiciar la expulsión de sujetos indeseables para la vida pública mediante procesos de recualificación urbana con los que se construye un imaginario idealizado y arquitectónicamente ordenado. Al respecto, Tetsuro Watsuji (2006) menciona lo siguiente sobre la organización de las ciudades modernas que fue retomada del ideal de la urbe romana hace cientos de años:

En las grandes ciudades de Oriente de la época helenista, los jardines públicos se construyeron con una técnica artística desarrollada en Roma en la edad imperial, en las villas del emperador. Aunque más que meros jardines se trataba, más bien, de lugares de recreo con diversas instalaciones. Estaban compuestos con regularidad geométrica, con los árboles podados, zanjas también de forma regulada, estanques, etc. La armadura, el esqueleto o el centro aparece siempre adornado arquitectónica y esculturalmente (Watsuji, 2006, p. 224).

El ejemplo expuesto por Watsuji devela que la dislocación territorial de tipos ideales de ciudad se puede transcribir en la vida cotidiana por medio de una sofisticación del paisaje urbano. En el caso del CHCM, los arquetipos de la ciudad moderna se reproducen mediante actividades de recreación de tipo neoliberal, entre los cuales sobresalen diversos símbolos que aluden al capitalismo en su máxima expresión. Tal es el caso de las representaciones de individuos disfrazados de personajes de Disney o la botella monumental de Coca Cola (entre otras marcas) que se colocan en diferentes puntos del CHCM en determinadas épocas del año.

70

El arquitecto Michael Sorkin (1992) propone el concepto de “disneylandización” para analizar cómo un parque temático como *Walt Disney World*, puede traspasar las barreras físicas y convertirse en un modelo de oferta de entretenimiento que puede simularse en diferentes partes del mundo. De manera similar, George Ritzer (2014) sugiere, desde la óptica de la racionalización propuesta por Max Weber, el concepto de “macdonalización” para explicar el proceso mediante el cual los principios que rigen el funcionamiento de los restaurantes de comida rápida han ido dominando un número cada vez más amplio de prácticas de la sociedad norteamericana, así como del resto del mundo (Ritzer, 2014, p. 15). Por otra parte, Fernando Bajo de Martínez Murguía (2010) profundiza sobre la noción de parque temático haciendo alusión a la ciudad de Las Vegas, y lo define de la siguiente manera:

Mapa de un mundo compartimentado, concebido como movimiento dirigido al placer de su experimentación cambiante y modulable en intensidad. Ejemplo interactivo y mediático en el que la desorientación espacio-temporal acapara todo el protagonismo. Donde el valor de lo efímero se perfila como fin último, aderezado con una sutil llamada al sentimiento más superficial y de fácil acceso inherente a cada uno de nosotros (Murguía, 2010, p. 19).

En lo referente al concepto de “disneylandización”, Sorkin desenmascara la forma en la que la oferta cultural de espectacularización, como la de *Disney World*, se incrusta en el tejido social de diversas sociedades y se vuelve una utopía alcanzable, lo que devela la fascinación de los individuos por los espacios que idealizan como lugares donde las barreras entre lo imposible y lo real se diluyen. Sorkin define este tipo de fantasía utópica como una *disneylandización* del paisaje urbano que produce un modelo de ciudad en serie: “el imperio de Disney trasciende los espacios físicos; su aura es omnipresente [en diversas sociedades]” (Sorkin, 1992, p. 204) [traducción propia].

En un fragmento de entrevista que realicé durante el trabajo de campo, observé la *disneylandización* en el CHCM en proyectos que se amoldan, no sólo a las industrias culturales globales (Adorno y Horkheimer, 1998), sino a la producción local que aprovecha alianzas con diferentes instituciones y artistas para producir eventos con un perfil grandilocuente en espacios emblemáticos del territorio:

71

T: Me encanta cuando, por estas fechas [mes de diciembre], en [la calle] Madero ponen los esos aparatos para que caiga nieve. Yo ni sé de dónde sale, pero sí sé que está muy padre la experiencia. Nunca lo había visto en ningún otro lugar y eso que he viajado mucho. La primera vez que me tocó verlo fue hace como dos años y me sentí como en *Disneylandia*. Y luego con las *botargas* de *Mickey Mouse* que hay al lado, ¡pues imagínate! (Entrevista a T, 39 años, oficinista, 20 de diciembre de 2016) [cursivas mías].

Eventos como el Festival Internacional de Luces de México (FILUX), mencionado en párrafos anteriores, incentivan este tipo de oferta cultural mediante el aprovechamiento de la infraestructura monumental con valor histórico y la apropiación del espacio público. Dos casos similares producidos en años recientes en sitios arqueológicos fueron Resplandor Teotihuacano (espectáculo de luz y sonido en las pirámides de Teotihuacán iniciado en 2009 y suspendido en años posteriores por los

daños causados a los monumentos), y Experiencia Nocturna, inaugurado por el presidente Enrique Peña Nieto en 2016 (Amador, 2016). A partir de estos ejemplos se puede apreciar que los organismos institucionales y agentes del sector privado están conscientes del potencial que tiene el uso con fines económicos de este tipo de espacios con valor patrimonial, tal como se expone en la siguiente cita:

72

Los nuevos espacios urbanos acogen diariamente una gran cantidad de personas que los traspasan, propiciando el establecimiento de significaciones y maneras de practicarlos muy diversas. Al mismo tiempo, esta gran afluencia de usuarios es un valor en alza que no ha pasado desapercibido para los organismos que los gestionan y los poderes económicos, que han visto la potencialidad de los procesos de privatización de los mismos: publicidad, exposiciones culturales, oferta de consumo mientras se realizan los trayectos, nuevas formas de comercio, etc. ... Es un proceso que podemos vincular, en parte, con, entre otros, [el] concepto de *disneylandización* (Vivas, Pellicer y López, 2008, p. 130).

En el CHCM, esta puesta en escena ha fomentado la atracción de grandes masas de población local y foránea mediante una imagen vanguardista, así como el posicionamiento estratégico de servicios de consumo. Aunque muchos de estos eventos son gratuitos, es importante enfatizar que este tipo de producción artística y de ocio tiene una cara oculta que apunta hacia el mercantilismo y los intereses aspiracionales promovidos desde un discurso político hegemónico (Leal, 2016). Esto trae como consecuencia la invisibilización de prácticas culturales locales y, en el caso concreto de los músicos urbanos, ha propiciado que tengan que adherirse a esta clase de oferta consumista para obtener beneficios materiales y simbólicos.

REFLEXIONES FINALES

En los tres apartados que componen el artículo mostré cómo los discursos y políticas de salvaguarda y recreación cultural en el CHCM se ciñen en una espectacularización sostenida mediante un mercado capitalista hegemónico. Aunque los procesos son inacabados, la turistificación patrimonial ha sido un importante bastión de legitimidad para los gobiernos locales. Afirmar que las actividades de esparcimiento montadas en el espacio público u otro tipo de espectáculos son negativos sería una interpretación bastante sesgada en el análisis que propuse a lo largo del texto. Por tal motivo fue relevante retomar diversos datos empíricos para subrayar cómo este tipo de oferta cultural resulta exitosa para promover una pacificación social e integración urbana entre actores divergentes, lo que ha propiciado mecanismos que buscan neutralizar el disenso social. Al respecto, Néstor García Canclini (2013) apunta lo siguiente: “la espectacularización ofrecida por los medios (y por exhibiciones artísticas obedientes a las reglas del espectáculo) se dedica a neutralizar el disenso social o a convencernos de que algún poder mágico (político, de un héroe o una comunidad sobreviviente) puede evitarlo” (Canclini, 2013, p. 15).

73

Para contrarrestar los efectos de políticas culturales neoliberales resulta necesario el establecimiento de actividades disruptivas de artistas callejeros que funcionen como contrapeso de los discursos y ofertas de ocio en forma de espectacularización. En gran medida porque podrían moderar la aparición del denominado “turista cultural” (Anaya, 2015); una figura que segrega, de manera paulatina, las creaciones alternativas de arte público contracultural. Esto se debe, entre varias razones, a que es un consumidor apegado a las industrias culturales que son incentivadas por los aparatos gubernamentales en coordinación con empresas que “boutiquizan” (Hiernaux y González, 2015; Smith, 2012) el territorio, a saber: “el nuevo turista cultural del siglo XXI es un consumidor del territorio, que busca la experiencia de tres ramas: el turismo, la cultura y el desarrollo” (Anaya, 2015, p. 75).

En ese tenor, es importante mencionar la existencia de proyectos de arte colaborativo local como respuesta a las políticas culturales neoliberales. Entre las reducidas propuestas destaca el caso del colectivo Tepito Arte-Acá, conformado en la década de los setenta por un grupo de escritores, actores, pintores y músicos en uno de los sitios más emblemáticos de comercio ambulante en el CHCM: el denominado barrio bravo de Tepito. Con el paso de los años este entorno geográfico ha sido asolado por una estigmatización social en lo que respecta a las prácticas y sujetos sociales que lo habitan. Dicha situación ha propiciado una serie de tensiones entre los habitantes y población flotante que es asidua a visitar, por diferentes motivos, este emblemático territorio del noroeste de la Ciudad de México.

74

En contraposición con la oferta cultural del colectivo Tepito Arte-Acá, en 2014 surgió una propuesta de artistas pertenecientes a élites culturales denominada “Safari en Tepito, un Viaje a Países Urbanos”. La referida actividad, lejos de romper con los prejuicios negativos sobre la zona, más bien promovió imaginarios etnocentristas mediante una teatralización de la vida cotidiana que reforzó los estigmas sociales sobre una otredad que ejerce prácticas con un carácter más apegado a la animalidad del ser humano. Así lo expresa uno de los fundadores del colectivo Arte-Acá, Armando Ramírez (2015), quien menciona lo siguiente desde un posicionamiento crítico: “desde la palabrita *safari* se ve el concepto que tiene un demagogo... sobre el barrio de Tepito, viendo por sobre el hombro como si fuera un cazador en busca de animales” (Ramírez, 2015, s/p) [cursivas mías].

La propuesta es muy similar al denominado “turismo étnico”, en el cual, como lo señalan Francisco Fernández e Iser Estrada (2014), basado en una naturaleza acrítica que subyace en la complejidad estructural entre dominados y dominantes, se ofrece a los turistas conocer las costumbres de los pueblos mal llamados “exóticos”, visitar sus casas, observar sus ceremonias, los rituales que practican y, por supuesto, tener una convivencia *in situ* con la población local. De tal manera... “el nativo se convierte en actor de un espectáculo cultural y la escena

turística puede entonces ser vista como la intersección entre el mundo extraordinario del turista con la vida ordinaria del anfitrión” (Fernández y Estrada, 2014, p. 14).

En suma, para los fines de este texto resultó importante ejemplificar, mediante el contraste de este par proyectos, la significación que tiene el carácter disruptivo del arte callejero como respuesta a la imposición de un consumo rápido de arte ligero, tal como lo propone en sus ideales el colectivo Arte-Acá:

En el barrio de Tepito no sólo emergieron actividades comerciales sino también –casi de manera dialéctica– actividades culturales. Arte Acá es uno de los grupos iniciadores de los movimientos culturales en el barrio y es el grupo cultural (algunos dirían “culturoso”) que más se conoce fuera del mismo. Como unión de pintores, actores, escritores y músicos procuró, sobre todo en sus inicios, en los años setenta, promover un arte “diferente”, antiburgués, anticonsumista, inmediato y con impacto social.

El arte debía ser comprometido con Tepito y las necesidades tanto socioeconómicas (vivienda, trabajo) como espirituales (“Arte para todos”) de sus habitantes. Un arte que debía separarse de la llamada sociedad “país” con su consumo rápido de arte ligero. Para expresar sus ideas los artistas empezaron a usar muros deteriorados para convertirlos en murales, las calles en escenarios de teatro y papel en boletines y pequeñas revistas que difundieron las ideas de Arte Acá (Maerk, 2010, p. 538).

A partir de estos ejemplos, observo cómo en las actividades de esparcimiento que suceden actualmente en el CHCM se superponen tensiones entre diferentes actores sociales. Por un lado, el valor patrimonial y comercial de territorios intervenidos mediante programas de rescate conlleva la premisa de ser enfática en la promoción de una cara maquillada del territorio. Esto produce que se ejerzan estigmas (de manera directa e indirecta) sobre prácticas y sujetos sociales considerados

indeseables. Tal es el caso de los músicos callejeros contraculturales, e incluso, en ocasiones, de los que se amoldan a los procesos de gentrificación pero que, tan sólo por tratarse de personas que trabajan en la calle, suelen ser discriminados o ser objeto de sanciones por parte de las autoridades.

76

Por otra parte, la vanidad de los gobernantes y el capital político de las redes clientelares de la zona han creado monopolios de representaciones que ellos consideran como culturales en diferentes espacios. En consecuencia, los artistas que laboran en la calle paulatinamente van perdiendo lugares donde puedan practicar su oficio o se someten a los poderes fácticos (gremios de vendedores ambulantes) para tener un lugar donde realizar su práctica. Así, la imposición de actividades de ocio espectaculares en el CHCM, forma parte de un modelo que promueve la estetización de la vida cotidiana. Por ende, la música callejera, y su singularidad espontánea para la vida pública —en ciudades atravesadas por políticas públicas que se articulan en un arquetipo consumista neoliberal—, tiene que amoldarse a su posible *disneylandización*.

Antes de concluir, es importante mencionar que, derivado de la pandemia causada por la Covid-19, muchas actividades que se realizaban en el espacio público tuvieron una pausa que, con el paso del tiempo, fueron retomando su cauce hacia el grandilocuente terreno de la espectacularización y sus diferentes mecanismos de incentivación cultural.

REFERENCIAS

- Albán Achinte, A. (2008). Arte y espacio público: ¿un encuentro posible? Calle 14. *Revista de Investigación en el Campo del Arte*, 2(2), 104-111. <http://www.redalyc.org//articulo.oa?id=279021515011>.
- Amador, J. (2018, 02 de febrero). Inauguran espectáculo de luces en Teotihuacán 'Experiencia Nocturna'. *Proceso*, 75. <https://www.proceso.com.mx/434103/inauguran-espectaculo-luces-en-teotihuacan-experiencia-nocturna>
- Anaya Ortega, L. (2015). La construcción social del patrimonio cultural a través del turismo para cosificar su territorio. *Topofilia. Revista de Arquitect-*

- tura, Urbanismo y Territorios*, V(1), 72-81. <http://148.228.173.140/topofilia/assets/aol.pdf>.
- Argüello González, P. (2018). Músicos callejeros en una ciudad global. En X. Luna y A. Chacha (coords.), *Culturas Musicales de México Vol. II* (pp. 292-313). México: Secretaría de Cultura.
- Argüello González, P. (2018). Epicentros de revitalización en el Centro Histórico de la Ciudad de México. Gentrificación, apropiaciones y conflictos en torno al trabajo de músicos callejeros. *Revista Latinoamericana de Antropología del Trabajo*, 2(3), 1-27. <http://www.ceil-conicet.gov.ar/ojs/index.php/lat/article/view/339/228>.
- Bajo Martínez de Murguía, F. (2010). Las Vegas (USA siglo XXI). En N. Aramburu y O. Acosta Calvo (eds.), *Las Vegas... berriro... de nuevo* (pp. 18-23). España: Elkar/Ayuntamiento de Vitoria Gasteiz.
- Benjamin, W. (2005). *París, capital del siglo XIX*. Madrid: Ediciones Akal.
- Canclini, N. (2013). ¿De qué hablamos cuando hablamos de resistencia? *Revista Arquis* 1(2), 28-32. <https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/revistarquis/article/view/8618>.
- Crossa, V. (2017). Cambiando las categorías morales en el discurso político: de la calle al espacio público en la Ciudad de México. *Revista Internacionales*, 3(5), 15-38. <http://cainternacionales.com/revista/articulos/vol-3/num-5/pdf/Cambiando-las-categorias-morales-en-el-discurso-politico.pdf>.
- Cuvarcic García, D. (2012). *El flâneur en las prácticas culturales, el costumbrismo y el modernismo*. Paris: Editions Publibook.
- Debord, G. (1995). La mercancía como espectáculo. En *La Sociedad del Espectáculo* (pp. 20-29). Santiago de Chile: Ediciones Naufragio.
- Fernández, F., y Estrada, I. (2014). Esencialización y espectacularización de lo maya. Turismo voluntario y étnico en una comunidad yucateca. *Península*, IX(1), 9-31. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1870-57662014000100001&lng=es&nrm=iso.
- Gimeno, J. (2008). Antropología(s) de Orientación Pública. “Asomarse unos centímetros más allá del borde, ahí donde la perspectiva se amplía ligeramente”. En M. Jabardo, P. Monreal y P. Palenzuela (coords.), *Antropología de orientación pública: visibilización y compromiso de la antropología* (pp. 247-275). España: Ankulegi.

- Glass, R. (2010) [1964]. Aspects of Change. En J. Brown-Saracino (ed.), *The Gentrification Debates* (pp. 19-30). Nueva York: Routledge/Taylor & Francis.
- Hernández Cordero, A. (2015). Gentrificación y desplazamiento: la zona de la Alameda, Ciudad de México. En V. Delgadillo, I. Díaz y L. Salinas (eds.), *Perspectivas del estudio de la gentrificación en México y en América Latina* (pp. 255-274). México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Geografía.
- Hiernaux, D. (2011). Patrimonio y turismo: discutiendo la noción de “aura” en la mundialización. Ponencia al “*Encuentro Iberoamericano de Gestión del Patrimonio*”, México: UAM Xochimilco, del 23 al 27 de mayo 2011. <https://studylib.es/doc/8685909/patrimonio-y-turismo--discutiendo-la-noci%C3%B3n-de--aura--en-la>.
- Hiernaux, D., e Imelda, C. (2015). La patrimonialización y turistificación de los centros históricos de ciudades medias. El caso de Querétaro. *Topofilia Segunda Época. Revista de Arquitectura, urbanismo y territorios*, V(1), 426-442. http://148.228.173.140/topofilia/assets/hnd_ggci.pdf.
- Johannes, M. (2010). Desde acá-Tepito, barrio en la Ciudad de México. *Revista del Cesla*, 2(13), 531-542. <http://www.readlyc.org/articulo.oa?id=243316493011>.
- Leal Martínez, A. (2016). La ciudadanía neoliberal y la racialización de los sectores populares en la renovación urbana de la ciudad de México. *Revista Colombiana de Antropología*, 52(1), 223-244. <http://www.scielo.org.co/pdf/rcan/v52n1/v52n1a10.pdf>.
- Mendoza Mejía, J. (2018). Reflexiones en torno a los procesos de patrimonialización del patrimonio cultural inmaterial. *Revista Latinoamericana e Caribeña de Geografía e Humanidades*, 1(2), 72-83. <https://doi.org/10.26512/patryter.v1i2.7177>.
- Prats, L. (2000). El concepto de patrimonio cultural. *Cuadernos de Antropología Social*, (11), 115-136. <http://d.x.doi.org/10.34096%2Fcas.i11.4709>
- Rabotnikof, N. (1998). Público-privado. *Debate feminista*, 18(9), 3-13. <http://www.jstor.org/stable/42625368>.
- Ritzer, G. (2014). *La McDonalización de la sociedad. Un análisis de la racionalización*.

- lización de la vida cotidiana*. Barcelona: Editorial Planeta.
- Ramírez, A. (2015). ¿Safari Tepito? *Ciudadanos en Red*. <http://ciudadanosenred.com.mx/safari-tepito/>.
- Rodríguez Becerril, V. (2015). Políticas culturales en la ciudad global. La oferta cultural en el Zócalo de la Ciudad de México. *Políticas Culturais em Revista* 8(1), 91-105. <https://rigs.ufba.br/index.php/pculturais/article/download/13453/9750>.
- Schlögel, K. (2007). *En el espacio leemos el tiempo. Sobre historia de la civilización y geopolítica*. Madrid: Siruela.
- Smith, N. (2012). *La nueva frontera urbana. Ciudad revanchista y gentrificación*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Sorkin, M. (1992). *Variations on a Theme Park: The New American City and the End of the Public Space*, EU: Hill & Wang/Farrar, Straus & Giroux.
- Vivas Pep, E., Pellicer, I., y López, O. (2008). Ciudad, tecnología y movilidad. En T. Vidal y B. Fernández (eds.). *Psicología de la Ciudad. Debates sobre el espacio urbano* (pp. 121-136). Barcelona: Editorial UOC.
- Watsuji, T. (2006). *Antropología del paisaje. Climas, culturas y religiones*. Salamanca: Ediciones Sígueme.
- Zirión, A. (2015). Miradas cómplices: cine etnográfico, estrategias colaborativas y antropología visual aplicada. *Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades* (78), 45-70. <http://www.readlyc.org/articulo.oa?id=39348247003>.

Nota editorial: Las opiniones vertidas en el presente material son responsabilidad únicamente del autor(es) / autora(s), no necesariamente representan el pensamiento de la revista.