

TRANSFORMACIONES SOCIOESPACIALES AL NOROESTE DEL CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD DE MÉRIDA. TURISTIFICACIÓN, *RECREATIONAL TURN* Y GENTRIFICACIÓN

CLAUDIA DÁVILA VALDÉS¹
RICARDO LÓPEZ SANTILLÁN²

RESUMEN

El presente texto aborda las principales transformaciones socioespaciales que han tenido lugar en la parte noroeste del centro histórico de la ciudad de Mérida, como consecuencia del impulso que han dado el gobierno estatal y el municipal mediante políticas públicas. Esto ha favorecido procesos que en el ámbito académico se conocen como turistificación, *recreational turn* y gentrificación. El área de estudio, en las dos últimas décadas, ha cambiado con la diversificación de la población residente, con la llegada de turistas, con el embellecimiento de calles y parques, con el remozamiento de fachadas, con la remodelación del interior de las casas y con la aparición de una oferta comercial y de servicios mucho más sofisticada que promueven un nuevo modo de habitar esta zona de la ciudad, destinado sobre todo al ocio, al consumo y al recreo de ciertos sectores de población con ventajas socioeconómicas y considerable capital cultural.

Palabras clave: Mérida, centro histórico, turistificación, *recreational turn*, gentrificación.

¹ Unidad Ciencias Sociales (CIR), de la Universidad Autónoma de Yucatán (UADY), claudia.davila@correo.uady.mx.

² Centro Peninsular en Humanidades y Ciencias Sociales (CEPHCS) de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), lopezsantillan@cephcis.unam.mx.

SOCIO-SPATIAL TRANSFORMATIONS IN THE NORWEST AREA OF MERIDA'S DOWNTOWN. TOURISTIFICATION, RECREATIONAL TURN AND GENTRIFICATION

ABSTRACT

This text addresses the main socio-spatial transformations that took place in the Norwest area of Merida's downtown as a consequence of the impulse of public policies created by both, the municipal and state governments. This has favored those processes known in Academia as touristification, recreational turn and gentrification. These are transformations that gave a new stamp to the study area materialized with the diversification of the population through the arrival of new residents and tourists, with the beautification of streets and parks, with the renovation of facades, with the remodeling of the interior of the colonial houses and with the appearance of a much more sophisticated commercial and service offer that creates a new way of inhabiting this part of the city destined above all for leisure, consumption and recreation of certain sectors of population with socioeconomic advantages and appreciable cultural capital.

Keywords: Merida, historical center, touristification, recreational turn, gentrification.

INTRODUCCIÓN

Desde siempre —como sucede en varias ciudades iberoamericanas con pasado colonial—, el centro histórico de Mérida ha sido una zona heterogénea, con espacios incluyentes, pluriclasistas y plurifuncionales y, de manera más específica, también ha estado segmentado en lo residencial, en lo comercial y, recientemente, en lo relativo a lo turístico. La parte sur del centro histórico se ha caracterizado por ser el espacio de la vivienda deteriorada, del comercio popular y del abasto de la población de bajos ingresos que habita en las colonias de esa zona de la ciudad. También es un nodo de abasto de los habitantes del interior del estado, quienes poseen las mismas características socioeconómicas y viajan a la ciudad a hacer compras y trámites burocráticos que aún no se han descentralizado.

Por el contrario, algunas zonas del norte del centro histórico, que durante la segunda mitad del siglo xx pasaron por el abandono y el deterioro, se encuentran, desde hace casi dos décadas, en medio de una serie de transformaciones socioespaciales entre las que destacan la turistificación, el *recreational turn* y lo que se puede llamar un incipiente proceso de gentrificación. El objetivo de este estudio es dar cuenta de esas transformaciones registradas en la zona noroeste del centro histórico, en específico, la parte que se localiza entre el barrio de Santiago, el de Santa Ana y el parque de Santa Lucía. Nuestra zona de estudio constituye un claro ejemplo de cómo el turismo puede tener una fuerte incidencia en el aprovechamiento y la transformación del espacio urbano.

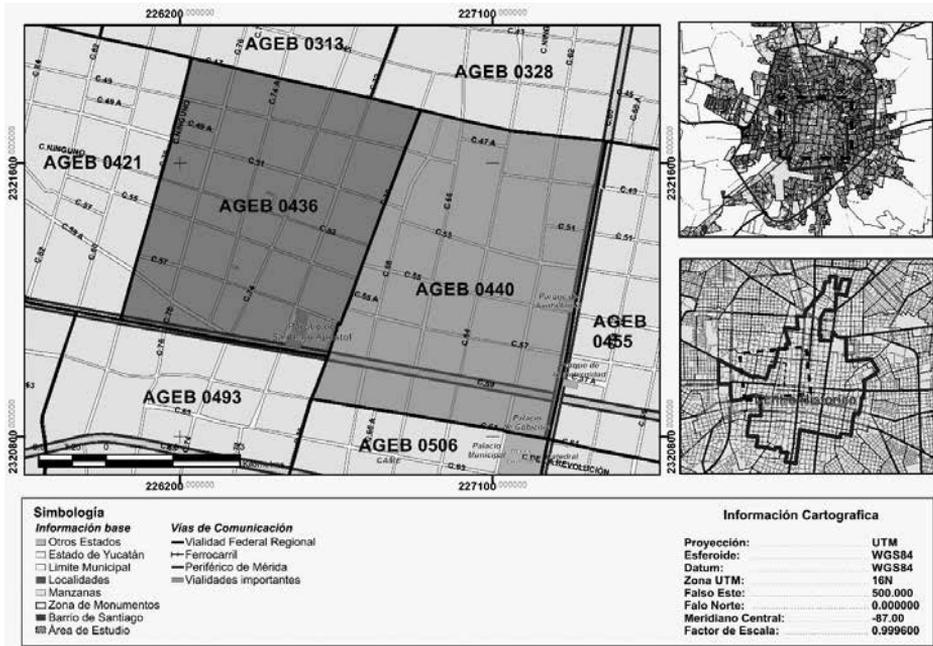
Para esta investigación realizamos diferentes incursiones a la zona de estudio con el fin hacer un registro documental de hoteles, galerías de arte, restaurantes y tiendas de artesanías. Recurrimos igualmente a fuentes de información oficiales del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), de la Secretaría de Turismo, del Gobierno del Estado y del Ayuntamiento de Mérida. También realizamos una entrevista semiestructurada a Genaro Gamboa, dueño de la galería la Eskalera. Decidimos enfocarnos en él porque, en su calidad de primer galerista en la zona de estudio, resulta ser un informante clave como iniciador y como testigo del desarrollo de la instalación de otras galerías.

El área de estudio fue determinada por las observaciones derivadas de nuestro trabajo de campo, pues ahí constatamos las principales transformaciones de las que damos cuenta en este texto. Con el fin de tener límites bien definidos y datos accesibles (ver tabla 1), decidimos enfocarnos en dos áreas geostatísticas básicas (AGEB) identificadas por el INEGI con los números 0440 y 0436.³ Las calles entre las que se encuentran estas áreas son: al norte, la calle 47; al sur, la 61; al este, la

³ Las AGEB son áreas geográficas ocupadas por un conjunto de manzanas, delimitadas por calles, avenidas, andadores o cualquier otro rasgo de fácil identificación en el terreno y cuyo uso del suelo puede ser caracterizado como preponderantemente habitacional, industrial, de servicios, comercial u otro.

60 y, al oeste, la 78.⁴ Se trata de un área geográfica que abarca 65 manzanas como se puede apreciar en la figura 1.

Figura 1. Área de estudio



Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI.

Tabla 1. Características sociodemográficas de las AGEBS

Indicador	AGEB 0440		AGEB 0436	
	Absolutos	Porcentuales	Absolutos	Porcentuales
Población total	739		2088	
Población de 50 a 59 años	91	12.30%	237	11.40%
Población de 60 y más	206	35%	627	30%
Población nacida en otro país	70	9.50%	48	2.30%

⁴ Aclaramos aquí que la AGEB 0436 es un poco más pequeña pues no llega hasta la calle 61, su límite lo encuentra en la calle 59.

Indicador	AGEB 0440		AGEB 0436	
	Absolutos	Porcentuales	Absolutos	Porcentuales
Población residente en otro país en 2005	40	5.60%	24	1.20%
Población residente en EUA en 2005	27	3.80%	18	0.90%
Población de 25 años y más con al menos un grado aprobado en educación superior	241	41.80%	501	34.20%
Viviendas	616		1053	
Viviendas habitadas	279	45.29%	714	67.80%
Población económicamente activa mayores de 12 años	344	94.70%	874	
Población económicamente activa ocupada	338	98.30%	817	93.50%
Población económicamente activa desocupada	6	1.70%	57	6.50%
Índice de desarrollo social	Bajo		Muy bajo	

Fuente: Elaboración propia con datos del INEGI.

Para nuestro análisis presentamos seis apartados. En el primero realizamos una breve descripción sobre los aspectos conceptuales que sustentarán el hilo conductor de este texto. En el segundo destacamos la turistificación de la ciudad promovida por las políticas públicas estatales y municipales, para entender que se trata de un proceso impulsado por los gobiernos locales, apoyados por instancias federales. En el tercer apartado se hace un análisis de las estrategias mercadológicas que se han puesto en marcha para promover la ciudad de Mérida y su centro histórico. En el cuarto abordamos la turistificación de la parte noroeste del centro histórico, apoyándonos de los dos conceptos que a nuestro entender sintetizan formas de circulación de personas y capitales, a saber, gentrificación y *recreational turn*. En el quinto apartado abordamos la llegada de nuevos residentes (permanentes y temporales) a estas AGEB, en su mayoría extranjeros o mexicanos también, pero no yucatecos, y para concluir, en el último apartado abordamos el caso de las galerías de arte, otrora inexistentes.

ASPECTOS CONCEPTUALES

En pleno siglo XXI, nos encontramos inmersos en un contexto de ocio y de movilidad geográfica creciente, que Stock y Lucas (2012, 28) ubican como la segunda revolución urbana del turismo,⁵ que constituye un fenómeno que transforma y complejiza ciertos espacios de la ciudad. Este proceso llamado “turistificación” de las ciudades transforma las urbes a la par de las prácticas de los habitantes de la ciudad y se explica, según estos autores, mediante cuatro elementos. El primero tiene que ver con la diversificación de la población en una clara mezcla social en la que aumenta la presencia de turistas; el segundo es la recalificación del espacio público derivado de las prácticas turísticas; el tercero se relaciona con el establecimiento de una centralidad definida también por y para los visitantes (y ya no por los residentes); el último elemento tiene que ver con el modo de habitar la ciudad de los residentes permanentes o estacionales basada en el ocio, el consumo y el recreo, tal como lo practican los turistas. Desde esta lógica, lo urbano produce lo turístico y lo turístico produce nuevas urbanidades, es decir, nuevas formas de vivir la ciudad.

Para los propósitos de este texto, el turismo es uno de los elementos que pone de manifiesto un imaginario lúdico que tiene el poder de generar transformaciones en los espacios urbanos, como es el caso de los centros históricos. La planificación desde las instancias gubernamentales deja de poner como prioridad al residente permanente y opta por hacer lo que corresponda para agradar al visitante. Stock (2007) llama “recreational turn” a ese proceso en el que la ciudad se encamina a complacer al turista y modifica (digamos embellece, sofisticada o aburguesa, entre otros aspectos) la oferta comercial. El propio espacio social y urbano se convierte en “capital turístico”. Para nuestro caso de estudio, pongamos como referentes iniciales el patrimonio edificado, así como otros rasgos culturales (cocina, vestido, tradiciones, pasado histórico —incluido el prehispánico—, así como lo relativo a la etnicidad), que pasan a formar parte del inventario de bienes que se convierten en negocio pues se les atribuye, además del valor cultural intrínseco, cierto valor económico.

En nuestra área de estudio, todas estas transformaciones han dado lugar a lo que se puede considerar una incipiente gentrificación.⁶ Es necesario tener presente que en las ciudades latinoamericanas este proceso ha asumido caminos y formas diferentes a los registrados en países anglosajones. Betancur (2014) se

⁵ La primera revolución urbana del turismo, según estos autores, se relaciona con la creación de estaciones o centros turísticos con características urbanas. Lugares creados específicamente por y para las prácticas turísticas en litorales o montañas (Stock y Lucas 2012, 19-20).

⁶ Según la definición de Ruth Glass, la gentrificación se refiere al “reemplazo de la población existente en un área central de una ciudad, por otros habitantes de mayor nivel de ingresos, lo que lleva a una recomposición social pero también de actividades de las áreas afectadas por el proceso” (*apud* Hiernaux y González 2014, 7).

refiere sobre todo a las diferencias en la intensidad de las inversiones y a la fuerte intervención de los gobiernos locales, quienes asumen la mayor parte de los riesgos, de los costos y de la responsabilidad. Leyva Townsend (2015, 87) coincide al señalar que son transformaciones que cuentan con la fuerte participación de la administración pública, lo que al mismo tiempo propicia las condiciones para atraer capital privado. Por su parte, Cáceres Seguel (2019, 162) explica que, en América Latina, la gentrificación ha implicado la reestructuración de áreas centrales que han sido rehabilitadas, ya sea como espacios residenciales o como áreas de consumo para visitantes. Son “intervenciones en el patrimonio arquitectónico con el ánimo de proporcionar escenarios atractivos para el turismo y propicios para la inversión extranjera” (88).

Cáceres Seguel (2019, 159) destaca que en América Latina se encuentran varios casos en los que los centros históricos (o cascos antiguos, según sea la denominación) de algunas ciudades pasaron por un evidente deterioro que se aceleró desde mediados del siglo xx, para que cerca del nuevo milenio estos lugares comenzaran a recuperar su garbo e iniciaran un proceso de revitalización y de revaloración. Sólo por mencionar algunos ejemplos de ciudades inmersas en estos procesos de transformación, tenemos a Cuenca (Hayes 2018) y Quito (Carrión Mena 2010) en Ecuador, a Lima (Castillo Gómez 2015) en Perú. En México podemos citar los casos de San Miguel de Allende (De la Torre 2018), la ciudad de Guanajuato (Navarrete Escobedo 2017) y la ciudad de Querétaro (Hiernaux-Nicolas y González Gómez 2014).

Para el caso que nos ocupa, que es la parte noroeste del centro histórico de Mérida, apelamos al concepto de Hiernaux y Gonzalez (2014) de “gentrificación criolla”, que pone de relieve la relación entre turismo urbano y gentrificación, en donde el turista, como habitante ocasional de los centros históricos, es un agente de producción del espacio tanto material (adquisición de bienes inmuebles) como simbólico, al marcar el área con sus intereses, consumo y, por lo tanto, en un sentido más amplio, su estilo de vida. Es preciso señalar que en este estudio abordamos un proceso en el que intervienen las políticas públicas encaminadas a dinamizar la economía local, así como otros actores sociales que confluyen en esa zona, a saber, comerciantes, residentes y visitantes. Profundizaremos sobre todo en los que consideramos han sido dos de los sujetos gentrificadores claves (Díaz Parra 2013) dentro del proceso que se registra en nuestra área de estudio. El primero tiene que ver con la llegada de nuevos residentes, en su mayoría extranjeros, que eligen esa zona para vivir y cuentan con los recursos para comprar, rehabilitar y habitar, aunque sea sólo la mitad del año, las viviendas en el centro urbano; el segundo lo constituye un grupo cultural que se materializa en la progresiva apertura de las galerías de arte como un colectivo de transición óptimo ante el aburguesamiento de la zona.

TURISMO Y POLÍTICA PÚBLICA EN LA CIUDAD DE MÉRIDA

Desde hace un par de décadas, el estado de Yucatán —y particularmente la ciudad de Mérida—, con independencia del partido político que gobierne el estado o la ciudad, ha asumido una agenda que ha hecho de lo turístico un pilar fundamental para la generación de empleo y riqueza. Es aquí donde encontramos el segundo de los cuatro elementos que explican el proceso de turistificación de las ciudades planteado por Stock y Lucas, y que se refiere a la recalificación del espacio público a fin de orientarlo a las prácticas turísticas. Para ello se han destinado cuantiosos recursos públicos en infraestructura, que a su vez han fomentado nuevas inversiones en la zona. Todo esto ha estado acompañado de una fuerte campaña mediática. En Yucatán han sido evidentes los esfuerzos para proyectar el estado, y específicamente Mérida, como lugares ideales para la recreación y el ocio. Eso se puede constatar en la revisión de los diferentes planes de desarrollo estatales y del municipio, así como en los informes de gobierno, en los cuales se evidencia que el turismo constituye, desde hace algunos años, un factor muy importante del desarrollo local.

El *Programa Estatal de Turismo 2001-2007*, publicado durante el gobierno panista de Patricio Patrón Laviada, diagnosticaba que, dadas las características del modelo tradicional del desarrollo turístico, sin innovación ni crecimiento, rezagaba a la ciudad de Mérida como poco atractiva para estancias largas, como mero receptor del turista que concluía ahí su viaje y cuyas actividades eran limitadas, con poca diversidad. Según el referido programa, esta situación era el “resultado de la ausencia de políticas y estrategias definidas”. Ésta era la razón por la que Mérida quedaba al “margen de la competitividad en un universo de destinos y negocios turísticos”. Sin duda el texto llevaba implícito el discurso de que no se aprovechaba el volumen de turismo nacional y extranjero que visitaba las cercanas playas de Cancún y la Riviera Maya. El documento insistía, incluso, en la existencia de una “inversión hotelera limitada y tardía” (*Programa Estatal de Turismo 2001-2007*, 62-63).

Luego de este diagnóstico, las transformaciones no tardarían en presentarse, pues los gobiernos municipal y estatal pondrían manos a la obra, centrando la atención y la inversión en la ciudad de Mérida con el objetivo de iniciar un periodo de políticas encaminadas a la diversificación turística. Mérida comenzaría a incluirse en la tendencia del contexto latinoamericano en el que, como ya dijimos, se revitalizaron algunos de los centros históricos de ciudades como Valparaíso (Cáceres Seguel 2019) o Cuenca (Hayes 2018), por mencionar solo algunos.⁷ De esta manera, a finales del gobierno de Patrón Laviada, la ciudad

⁷ Es importante señalar que uno de los factores que ha detonado el cambio en varias ciudades de Latinoamérica y del mundo ha sido la declaratoria que les asigna la calidad de “patrimonio cultural de la humanidad” por parte de la UNESCO. Vale precisar que esa declaratoria no ha beneficiado a Mérida, la cual, aunque cuenta con un centro histórico de grandes dimensiones, de gran belleza

comenzaba ya a visualizarse, al menos en instancias gubernamentales, como un destino consolidado en el rubro de turismo de convenciones (*Informe de Gobierno del Estado 2006*).

Para el sexenio siguiente (el de la priista Ivonne Ortega), el *Programa Sectorial de fomento turístico* (2007-2012, 60) aseguraba que “Mérida [...] conforma un centro turístico que combina lo colonial y lo moderno, un lugar cosmopolita y el principal punto de afluencia de visitantes [...] La capital ofrece una gran diversidad de actividades recreativas y de servicios al visitante”. Es en este periodo que se apuntaló abiertamente el potencial del centro histórico como atractivo para los visitantes, por lo que comenzaron proyectos de embellecimiento como el cableado subterráneo en algunas calles y la iluminación de los principales edificios con alto valor histórico y arquitectónico. Asimismo, en su sexenio, el gobierno inició el remozamiento de los espacios destinados *ex profeso* a la atención de turistas (*Informe de Gobierno del Estado 2008*, 202): calles “con edificios coloniales y contemporáneos, las plazas, parques y jardines públicos, además del ambiente de calles y avenidas como el tradicional Paseo Montejo”. La intención era convertir el centro de la ciudad en un “polo de desarrollo económico, con atractivos y servicios turísticos coordinados estratégicamente” (*Plan Estatal de Desarrollo 2001-2007*, 103). El remozamiento y reembellecimiento del patrimonio cultural urbano comenzaba a generar las condiciones objetivas para convertirlo en un producto turístico.

Cabe mencionar que el rescate integral del patrimonio edificado del centro histórico ya era parte de la política pública desde los años ochenta del siglo xx, antes incluso de que comenzara el proceso de turistificación. Desde entonces y en buena medida orientado por académicos de la Facultad de Arquitectura de la UADY, entre otros, se reconocía la necesidad de revertir el deterioro del entorno de esta área, pero en aquellos tiempos los objetivos estaban preponderantemente enfocados a los residentes de la zona y a los edificios públicos, en su mayoría, sedes de oficinas de gobierno. Pérez Medina y Torres Pérez (2016, 193) mencionan algunos programas como el Corredor Turístico de Mérida de 1979, el Programa de Rescate del Centro Histórico de Mérida de 1985, el Plan Parcial del Centro Histórico de 1993 y el Programa de Desarrollo Urbano del Municipio de Mérida de 2010-2012. Todos estos programas planteaban, para el centro histórico de Mérida, la importancia de la conservación de los edificios que tenían valor patrimonial.

La diferencia con los objetivos de remozamiento y reembellecimiento de la época, en comparación con los del siglo xxi, estriba en que, en la actualidad, el

arquitectónica y con mucha historia, no alcanza el grado de conservación de edificaciones originales requerido (entre otros aspectos). El hecho de haber permitido durante décadas la demolición de edificios históricos en la zona para la creación de estacionamientos o para la construcción de inmuebles así llamados “modernos”, generó esta situación. Es más, el gusto por conservar o restaurar el centro de Mérida fue posterior, a finales del siglo xx, cuando ya bastante daño se había hecho al conjunto por la destrucción de edificaciones históricas (ver Peraza Guzmán 2012).

rescate de la belleza edificada tiene como fin volver este espacio atractivo para los visitantes. Knafou (2007, 18) considera que la política de patrimonialización, como la que durante los últimos años han puesto en marcha los diferentes gobiernos en Yucatán, es bastante noble pues genera un fuerte consenso, sin embargo, reconoce que puede presentar algunas consecuencias indeseables para los residentes, como la llamada museificación, la cual es denunciada como una estrategia deliberada y las más de las veces como un riesgo.

En Mérida, las ya referidas Pérez Medina y Torres Pérez han planteado esta museificación del centro histórico de la ciudad como pernicioso; ello mediante el análisis de lo que consideran los saldos negativos del controvertido programa conocido coloquialmente como “de fachadismo” (*Programa de Rescate de Fachadas de la Subdirección de Patrimonio Cultural Edificado 2010-2012*) en el que, según sus palabras, “se trata de congelar un exterior no coincidente con el interior [...] el interés se centra exclusivamente en la fachada para darle forma a un escenario de falso histórico” (Pérez Medina y Torres Pérez 2016, 184). Otros académicos también lo han criticado, calificándolo como un programa que promueve falsas impresiones de imagen urbana, pues según ellos “no tienen una verdadera intención por conservar, sino más bien esconder el abandono” por el que había pasado el centro histórico en la segunda parte del siglo xx (Peraza Guzmán 1996, 78). Cabe mencionar que este programa de rescate de fachadas sigue vigente y está dentro de las prioridades del gobierno municipal actual. Fundamentalmente y hasta la fecha, ha consistido en apoyar a los dueños de las casas: ellos compran los materiales y el Ayuntamiento pone la mano de obra para la restauración de la fachada. Es claramente un esfuerzo por embellecer por fuera varias propiedades del que se han aprovechado (o beneficiado) dueños y residentes, pero cuyo único objetivo es dar buena imagen a los visitantes.

Para el sexenio del gobierno de Rolando Zapata, también priista, encontramos que en el *Plan Estatal de Desarrollo 2012-2018* (2013, 69), se asentaba que “el turismo es el presente de Yucatán y puede ser un venturoso futuro si promovemos hoy los cambios y realizamos las acciones dirigidas a hacer de nuestra entidad federativa un lugar privilegiado y único para los visitantes nacionales y extranjeros”. Ciertamente en esta dinámica turistificadora del estado, la ciudad de Mérida se consideró una vez más, igual que en el caso de los gobiernos de sus antecesores, el principal destino, pues concentraba la mayor parte de los servicios turísticos, comenzando por los cuartos de hotel. Así, desde esta lógica, el gobierno municipal panista, en sintonía con el estatal priista —al menos en lo que a ese rubro respecta—, planteó en su *Plan de Desarrollo 2015-2018* (2015, 81) —como parte de sus estrategias políticas— la consolidación de la ciudad de Mérida “como uno de los destinos turísticos y culturales más importantes del país”.

ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS

A lo largo de estos años se han puesto en marcha diferentes estrategias mercadológicas, tanto de los poderes públicos como del empresariado (a veces coordinadas), para la consolidación del estado y de la ciudad de Mérida como un destino turístico. Durante el periodo de estudio, se sabe que se financiaron distintos programas de la empresa Televisa, éste fue el caso de dos telenovelas, de varios programas de esparcimiento como Hoy, del concurso Nuestra Belleza México 2009 y del evento Espacio 2010. Las inversiones también se pudieron observar con los diferentes promocionales grabados por el cantante Chayanne. Además, se organizó un buen número de ferias y festivales, que hasta hace poco no existían, pero que ahora se llevan a cabo a lo largo del año para dinamizar cultural y artísticamente la ciudad, teniendo como sede principal el centro histórico (por ser el espacio que concentra el mayor número los recintos *ad hoc*). Nos permitimos mencionar un evento como el más importante, pero ya cancelado: el Festival de la Cultura Maya (FICMAYA). Se trató de un evento que, por su nivel cultural, pretendía ser punta de lanza del atractivo turístico para sectores de la población que disfrutaran del arte de clase mundial. Contó en su momento con el apoyo de los gobiernos federal, estatal y municipal y no era otra cosa que una adaptación local para Mérida que replicaba aquello que se presentaba en el Festival Internacional Cervantino (López y Dávila 2020). También encontramos otros eventos de carácter anual, pero que, a diferencia del anterior, aún tienen vigencia, como el Otoño Cultural, el Festival de la Trova, el Mérida Fest y la Noche Blanca. Incluso existen otros que tienen lugar una vez a la semana, desde hace décadas, como la noche mexicana todos los sábados; las remembranzas musicales, los martes; y los jueves de serenata (éste último se realiza en el parque de Santa Lucía, al que nos referiremos más adelante), entre otros.

En lo que concierne al centro histórico de Mérida, contrario a lo que se veía hace quince años, hoy resulta atractivo para visitantes y residentes y es así como se muestra al mundo. En el diario norteamericano *The New York Times* encontramos, por ejemplo, varios artículos desde el 2006 que tratan sobre los atractivos para visitar la ciudad de Mérida e incluso para habitarla. El prestigiado diario norteamericano se refería a Mérida en estos términos: en el “centro hay varios museos, incontables tiendas de artesanías y eventos culturales como conciertos sinfónicos al aire libre y espectáculos de ballet folclórico cada noche de la semana” (Murphy 2006). Los anuncios encontrados en *The New York Times* ofrecen información histórica de la ciudad y cuestiones útiles de cómo llegar, dónde comer, dónde dormir, qué comprar y qué hacer. Elisabeth Malkin (2011) recomienda un paseo de 36 horas bastante bien armado en la ciudad. Mientras que Emma Sloley (2015) habla de “los espacios artísticos de vanguardia, una escena de diseño impulsada por los jóvenes y una nueva generación de chefs creativos [que] están energizando esta ciudad mexicana”.

En fechas más recientes, en el mismo diario encontramos el periplo de Peter Haldeman (2019), quien asegura, en su artículo, que la capital de Yucatán es un imán para las almas creativas de ambos lados de la frontera y de más allá. Y si lo que se busca es comprar una casa, Viginia McGuire (2014) proporciona algunos datos. En otro diario norteamericano, el *Washington Post*, Molly Watson (2013) habla de su experiencia cocinando el famoso plato típico de pavo en relleno negro para la celebración norteamericana del día de Acción de Gracias (*Thanksgiving Day*). En la *BBC Mundo*, Alberto Najjar (2017) cuenta cómo es y cómo se vive en la ciudad más pacífica de México.

Mérida, antes insular, con su centro histórico deteriorado y “modernizado” con demoliciones que permitieron la construcción de adiosos, así como la proliferación de estacionamientos, aparece hoy en día en la prensa internacional en las secciones de “estilo” y del “buen vivir”. El centro histórico aparece como un espacio idóneo que vale la pena visitar e incluso que puede ser considerado para residir. Ésta es la razón por la que coincidimos con el postulado de Fernández de Betoño (2015, 157), quien señala que, en la era de la globalización, la “ciudad se ha convertido en mercancía”, “una especie de objeto que se vende en el amplio mercado global”. Mérida se ha esforzado en los últimos años por generar su propia “marca urbana”, capaz de diferenciarse y distinguirse del resto de las ciudades del mundo en donde se puede vivir.

Fernández Repetto y Ku Pech han analizado la manera como se ha ido construyendo la imagen turística de la ciudad en la que gobierno y empresarios han hecho uso de lo así llamado “auténtico”. Según estos autores, se trata de una autenticidad “construida, mantenida y regulada a través de diferentes medios” (Fernández Repetto y Ku Pech 2016, 110). Para ellos, “la cultura es el principal atractivo turístico del estado, y por ende de la ciudad de Mérida [por lo que] ésta se promueve como una ciudad colonial, portadora y generadora de cultura” (111). Según estos autores, mucha de la promoción turística de Mérida se enfoca en el patrimonio cultural tangible localizado básicamente en su centro histórico, aunque ignorando muchas veces otras zonas de interés (114). Aquí vemos cómo el establecimiento de una centralidad turística, que para el caso de estudio se focaliza en algunas áreas del centro histórico, da cabida al tercer elemento del proceso de turistificación referido arriba: construir (o elaborar) una centralidad.

Según Knafo (2007, 11), una ciudad que atrae es una ciudad que hace esfuerzos institucionales para que la gente venga a ella. Ciertamente es el caso de la ciudad de Mérida en lo particular, y de Yucatán en lo general, que se han convertido de forma paulatina en un destino del turismo cultural, principalmente el nacional, pues alrededor del 70% de los visitantes son mexicanos y el 30% restante, de otras nacionalidades (DATATUR 2018).

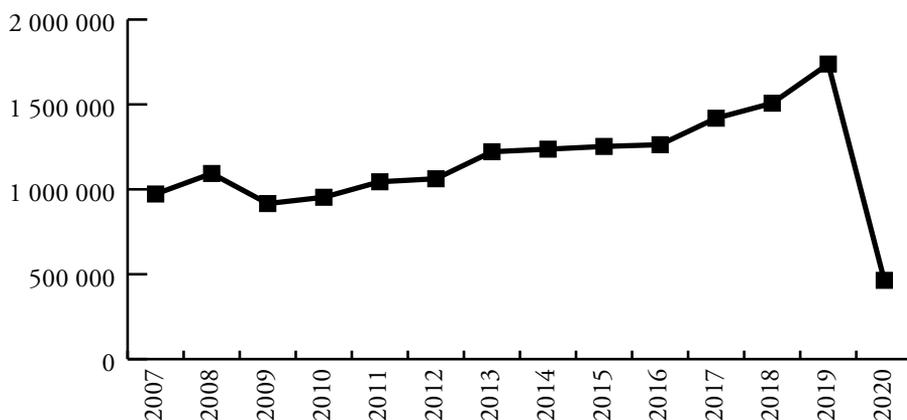
En la tabla 2 y en la figura 2 se puede constatar la llegada de turistas que pernoctan en Mérida desde el 2007 hasta septiembre de 2020. Como se puede

observar, la cifra casi se duplica de 2007 al 2019 (con sólo un descenso debido al *impasse* de la crisis de 2008 y de la epidemia H1N1 en 2009), lo que ocasionó un ligero retroceso en el número de llegadas, para luego recuperarse de manera sostenida a partir del 2011 y hasta marzo de 2020, pues con el inicio de la crisis sanitaria generada por la pandemia del coronavirus SARS-COV-2, el arribo de turistas a la ciudad descendió drásticamente. Es importante resaltar, sin embargo, el crecimiento por arriba del 15% de los años 2013 y 2019, en los que las llegadas aumentaron en más de 150 mil personas.

Tabla 2. Llegada de turistas que pernoctan en la ciudad de Mérida

Año	Número de turistas	Variación porcentual anual
2007	972483	
2008	1093318	12.4 %
2009	916214	-16.2 %
2010	953254	4 %
2011	1044536	9.6 %
2012	1062259	1.7 %
2013	1221418	15 %
2014	1236607	1.2 %
2015	1252602	1.3 %
2016	1262775	0.8 %
2017	1418860	12.4 %
2018	1507179	6.2 %
2019	1737810	15.3 %
2020 (hasta septiembre)	464031	-63.4 %

Fuente: elaboración propia a partir del sitio SEFOTUR.
Consultado el 10 de noviembre de 2020.

Figura 2. Evolución del número de turistas en Mérida

Fuente: elaboración propia a partir del sitio SEFOTUR.
Consultado el 10 de noviembre de 2020.

GENTRIFICACIÓN Y *RECREATIONAL TURN* DE LA PARTE NOROESTE DEL CENTRO HISTÓRICO DE MÉRIDA

El cuarto elemento de Stock y Lucas apela al modo turístico de habitar la ciudad. Para nuestro caso de estudio, como hemos dicho, casi al inicio de este milenio, algunas zonas del centro histórico de Mérida han experimentado algunas transformaciones. La turistificación de la zona noroeste constituye un proceso paradigmático o, al menos, el más visible de una renovación urbana en la cual convergen los intereses de sectores sociales diversos. Por un lado, el sector público que busca generar beneficios mediante la protección y conservación del patrimonio cultural de la ciudad, lo que a su vez permite generar dividendos económicos para el sector turismo (como la llegada de divisas a la economía local y la creación de empleos). Por el otro, tenemos al sector privado, en el que se encuentran aquellos empresarios cuyo fin principal es el lucro mediante la capacidad de gasto de los turistas, pero también hay que sumar a un sector inmobiliario y de la construcción cada vez más involucrado en las compras y renovaciones de inmuebles en la zona.

Las transformaciones en la parte noroeste del centro histórico de la ciudad de Mérida se insertan en la dinámica de lo que consideramos un incipiente proceso de gentrificación, anclado en la lógica latinoamericana, la cual apunta más a la reocupación y reembellecimiento de espacios deteriorados y abandonados, así como a la ocupación simbólica de grupos de población con privilegios socioeconómicos que poseen un capital cultural más elevado que los pobladores origina-

les. Ciertamente es, sin embargo, que el remozamiento, reocupación y reclasificación de inmuebles ha traído aparejado el alza del valor y la transformación de los usos del suelo, ahora más orientados a ofrecer una amplia gama de bienes y servicios relativos al ocio, recreo y esparcimiento de las clases medias. Quizás una de las especificidades más claras en el tímido proceso de gentrificación de algunas calles del centro histórico de Mérida, es que en éste no ha habido un desplazamiento de la población local en el que estén involucradas autoridades del gobierno (Dávila *et al.* 2020).

En la parte noroeste del centro histórico de la ciudad, en las últimas dos décadas, se pueden apreciar paulatinas transformaciones que han contribuido a una lenta (y no generalizada) elitización de la zona. Se evidencia una oferta comercial antes no conocida que incluye la aparición de tiendas de artesanías de autor, de restaurantes de diversa índole, muchos de ellos llamados “gourmet” (sofisticados en su menú y en su mobiliario, además de caros); el embellecimiento de algunos parques, ahora dotados de nuevo mobiliario y alumbrado, entre otras adecuaciones; la apertura de galerías de arte y la inauguración de un buen número de hoteles, sobre todo los que se denominan “boutique”.

La aparición de lugares para pernoctar es un proceso que desde hace algunos años está en pleno auge en las zonas de nuestro estudio, y en un sentido más amplio, en el centro histórico de Mérida. Así lo afirma el presidente de la Asociación Mexicana de Hoteles en Yucatán, Héctor Navarrete Medina: “los inversionistas voltean a ver los predios del primer cuadro de la ciudad, sobre todo las casonas y de esa forma darles vida, instalando modernas infraestructuras para convertirlos en hoteles *boutique*” (Leyva 2018).⁸

En estos cambios, no podemos pasar por alto la “vivienda turística” que tiene mucha presencia en la zona y que ofrece, de manera paralela, alternativas de alojamiento en diferentes plataformas electrónicas. En la revisión que hicimos entre septiembre y octubre de 2018 encontramos en la plataforma *Airbnb* que, para un área de 19 manzanas dentro del barrio de Santiago, existían un total de 67 ofertas de alojamiento. Esta oferta, hasta la fecha, se encuentra prácticamente sin ningún tipo de regulación, aunque ya desde 2020 se les cobra impuestos por los ingresos generados.

En nuestra área de estudio, las AGEB 0440 y 0436, encontramos 36 establecimientos de hospedaje, entre hoteles, hoteles *boutique*, *bed and breakfast*, hostales o casas de huéspedes. La mayoría de ellos no tienen más de quince años de antigüedad (dato que obtuvimos preguntando directamente a los hoteles el año de su apertura). Además de lo relativo al hospedaje, que ya por sí mismo es muy revelador, otro ejemplo paradigmático de este *recreational turn* en nuestra

⁸ De 2008 a 2018 sabemos que ha aumentado un 48.1% la oferta de cuartos en todo el estado, según lo declarado por el director de la Unidad de Planeación, Evaluación y Seguimiento de la SEFOTUR. <https://sipse.com/novedades-yucatan/construccion-hoteles-yucatan-infraestructura-turismo-299616.html>.

zona de estudio es el rescate del parque de Santa Lucía. Éste fue construido en el siglo XIX y, desde 1965, todos los jueves a las nueve de la noche se ofrece la tradicional serenata yucateca: un concierto al aire libre con músicos locales que amenizan las plácidas noches tropicales con esa música tan arraigada en el gusto meridano. Durante mucho tiempo, este paréntesis musical era prácticamente el único momento en que el parque se veía ocupado, antes por los residentes de la zona (ahora por turistas). Adoleció de bastante abandono y debe decirse que una imagen de deterioro y los malos olores eran lo cotidiano, hasta que en 2012 el parque fue remozado y revitalizado por el Ayuntamiento, gracias al empuje de empresarios que abrieron a lo largo y ancho de su contorno, una serie de bares y restaurantes que, por sus precios, se orientan preponderantemente a una clientela compuesta en su mayoría de turistas, si acaso residentes con elevado capital económico, o al menos, dispuestos a pagar fuertes sumas por sus consumos.

Hoy en día el parque de Santa Lucía es un espacio nodal de la vida turística de Mérida, pues con la llegada de estos bares y restaurantes adquirió un nuevo valor simbólico y económico a los ojos de los visitantes, incluso de los vecinos y otros habitantes de la ciudad de Mérida que frecuentan el centro histórico. En entrevista para el diario local *Milenio Novedades*, el comerciante de artesanías Fernando Escalante aseguró que Santa Lucía se ha convertido en un punto turístico importante que genera buenos ingresos:

El sitio luce con más vida, los espacios entre los arcos que estaban abandonados, ahora alojan restaurantes elegantes y bares, además en los alrededores pueden encontrar establecimientos que ofrecen comida regional, italiana, argentina, peruana, libanesa, turca, dulces típicos, además de pequeños comerciantes que ofrecen entre otras cosas la marquesita, esquites, artesanías y ropa típica (*Milenio* 2018).

A partir de numerosos recorridos que hemos hecho en la zona de estudio, constatamos que, en pocos años, la parte noroeste del centro histórico en la que había inmuebles abandonados (que aún los hay), ofrece hoy en día un espacio más agradable a la vista por las fachadas remozadas, por la iluminación de recintos históricos, además del cableado subterráneo y otras inversiones públicas destinadas a embellecer la zona. Asimismo, se ha intensificado un comercio que va de la mano con los servicios turísticos, como el de alimentos y bebidas preparados, de renta de autos, de venta de artesanías, de viajes de visitas guiadas a zonas de interés en el interior del estado, además de la importante oferta cultural (lo que incluye patrimonio edificado, pero también museos, teatros, sala de conciertos donde se presenta la Sinfónica de Yucatán y otros músicos profesionales, así como las galerías de arte o de artesanías de autor). Además, como lo veremos más adelante, esta zona de la ciudad, también recuperó paulatinamente su vocación habitacional, pues muchas de las viejas casonas deterioradas han sido adquiridas y remozadas.

LIFESTYLE MIGRATION. LOS NUEVOS RESIDENTES

Las transformaciones recientes en el centro histórico de la ciudad de Mérida trajeron como consecuencia uno de los elementos mencionados por Stock y Lucas sobre el proceso de turistificación: la diversificación de la población en una clara mezcla social, en la que circulan turistas, antiguos residentes y una incipiente pero vistosa migración de extranjeros. Desde hace poco más de una década, la parte norte del centro histórico ha recuperado su vocación como un espacio de viviendas, lo que ha sido resultado de la paulatina llegada de nuevos residentes, muchos de ellos extranjeros que han comprado viejas casonas y las han remodelado. La migración de estilo de vida no constituye el tema central de este trabajo, sin embargo, lo que es importante destacar aquí es su rol de sujeto gentrificador (Díaz Parra 2013).

Esta migración, en nuestra área de estudio, constituye un grupo lo suficientemente numeroso,⁹ muchos de ellos son jubilados canadienses y estadounidenses con los recursos económicos, culturales y simbólicos necesarios para transformar el espacio; además, con la libertad de elegir su nuevo lugar de residencia, en el que poco a poco han impregnado su estilo de vida y en el que han plasmado sus gustos. Los nuevos residentes son consumidores (pero también detonadores) de la nueva oferta de servicios que se registra en la zona y que se basa sobre todo en un nuevo modo de habitar el espacio y que se relaciona con el ocio, el consumo sofisticado y el recreo, aludiendo así al cuarto elemento de la turistificación.

La llegada de esta población es el otro elemento del *recreational turn* y hace referencia a que estos procesos han sido fuertemente impulsados por las instancias gubernamentales, quienes aseguran que la llegada de estos residentes constituye “un segmento con potencial de crecimiento”. Por ello concibieron necesario promover este nuevo nicho de mercado turístico “mediante la creación de estímulos para la atracción de inversiones en este rubro” (*Programa Sectorial de Fomento Turístico 2007-2012*). Así, en el primer informe del sexenio de la gobernadora Ivonne Ortega, por primera vez se hizo mención del nicho de la llamada “segunda residencia”. A partir de entonces, el gobierno comenzó a ocuparse de elaborar la política pública para favorecerlo. Sorprende el hecho de que los primeros esfuerzos gubernamentales para atraer a estos extranjeros estuvieron dirigidos expresamente al mercado canadiense que, si bien constituye un buen porcentaje de este

⁹ El *Censo* de 2010 tiene registrados 1575 estadounidenses, sin embargo, según las declaraciones del gobernador Mauricio Vila en 2019, se estimaban alrededor de diez mil norteamericanos viviendo en la ciudad de Mérida (*Excelsior* 2019). Debemos esperar las cifras del censo de población 2020 para poder dar un dato más reciente. Sin embargo, es preciso tener en cuenta que este tipo de habitantes es difícil de medir con exactitud, porque no están obligados a inscribirse en el Registro Nacional de Extranjeros ni a contabilizarse en los censos de población, ya que muchos entran como turistas con un permiso que les permite estar seis meses en el país y sólo viven la mitad del año en Mérida: los meses de frío extremo en sus lugares de origen, a donde regresan cuando empieza la inclemente primavera tropical y arrecia el calor en esta ciudad.

tipo de migración, no es la mayoritaria. En realidad, los principales migrantes de estilo de vida de Mérida vienen de los Estados Unidos.

De hecho, durante la administración de la gobernadora Ortega Pacheco se hablaba del anteproyecto Yucatán, Segunda Residencia, “el cual tiene como objetivo aprovechar las ventajas competitivas que el Estado posee para atraer a personas de otros países, principalmente jubiladas, que permanezcan en Yucatán por lapsos relativamente largos” (*Informe de Gobierno del Estado 2008*, 158). A partir de entonces, en diferentes foros internacionales comenzó la participación de funcionarios del gobierno que llevaban la encomienda de promover la región como un destino de segunda residencia. Ejemplo de ello es la asistencia al Salón internacional de turismo y viajes, feria dirigida a retirados canadienses. Para entonces se informaba que se habían destinado 75 mil dólares en carteleras y revistas especializadas (204-205). El objetivo era atraer extranjeros residentes y ofrecer a los inversionistas foros apropiados para ofertar sus proyectos inmobiliarios (295).

Posteriormente, en el informe de gobierno del 2011 se hablaba del inicio del programa Yucatán 50 y más, Turismo para Retirados Internacionales, en el cual se planteaba promocionar al estado y específicamente a Mérida, con base en sus ventajas, por ejemplo, los servicios de salud del sector privado, promovidos como de clase mundial, pero a precios accesibles (principalmente dirigido a los estadounidenses); la cultura; la calidez de la gente; y la seguridad. Esta promoción se dio mediante diferentes medios internacionales, ya referidos, donde habían aparecido noticias que resaltaban las cualidades de esta ciudad, entre los que encontramos el *Washington Post*, el *New York Times* y la *BBC* (*Informe de Gobierno del Estado 2011*, 176). Para seguir promocionando Yucatán —y Mérida en particular—, se armó una red de cuarenta voluntarios extranjeros cuya principal tarea sería tener presencia mediática. Este mismo objetivo fue planteado otra vez en el *Programa Especial de Fomento al Turismo* del sexenio siguiente.

Para entrar en detalles de nuestra área de estudio, las AGEB 0440 y 0436, trataremos en principio los datos del censo de población y vivienda 2010. La primera de las referidas es la AGEB con más población extranjera, considerando su extensión. Según los datos, en ese entonces había 70 extranjeros, lo que corresponde al 9.5% del total de la población que vivía en esa área. Para la segunda AGEB, más alejada del núcleo del centro histórico, los extranjeros sumaban 40, es decir el 2.3% del total de la población en el área. Si consideramos que, según el mismo censo, la población de extranjeros en Yucatán no va más allá del 0.35%, podemos notar que en nuestra zona de estudio la concentración de esta población ya resultaba importante. Otra cuestión que también es preciso considerar es la tendencia de crecimiento que se registra. Es decir, 40 extranjeros de los 70 que fueron censados en la AGEB 0440 no vivían en Yucatán en el 2005 y 24 de los 40 que registra el área 0436, tampoco.

Como podemos observar, los esfuerzos gubernamentales han tenido los efectos deseados, pues algunos nuevos residentes, en su mayoría provenientes del extran-

jero, encontraron en la ciudad de Mérida y en su centro histórico un cuadro de vida favorable complementado con el deleite de un patrimonio arquitectónico histórico de gran belleza. Hay que mencionar que los datos con los que contamos son del 2010, al día de hoy ya han pasado diez años, por lo que seguramente los números y las proporciones son mayores que las reportadas en este texto. En aquel entonces, apenas comenzaba la implementación de una política pública destinada a atraer extranjeros a la ciudad. Sin duda resultará interesante poder hacer la comparación con los datos que arroje el censo de 2020.

Los nuevos residentes que llegaron y los que siguen llegando compran y remodelan las casas del centro histórico para habitarlas, ya sea de forma temporal o permanente. No es menester de este trabajo, pero vale la pena mencionar, aunque sea tangencialmente, la especulación inmobiliaria que desató la venta de casas en dólares en la zona. Según las estimaciones de Bantman-Masum (2013), de 2000 a 2013 los precios habían crecido hasta diez veces. Habría, sin embargo, que analizar cómo se comporta esta especulación después de la crisis sanitaria derivada de la pandemia de COVID-19.

LA OFERTA CULTURAL EN MÉRIDA Y EL FENÓMENO DE LAS GALERÍAS DE ARTE

Con el afán de atraer visitantes, y por lo tanto recursos, la ciudad de Mérida debió diversificar su oferta de bienes y servicios con el objetivo de ubicarse en el nicho del turismo cultural. Entendamos aquí que este tipo de turismo comprende el consumo y disfrute todas las actividades relativas al patrimonio y al arte, lo que incluye, entre lo más relevante para los propósitos de este estudio, el patrimonio arquitectónico, el gastronómico, la exuberancia y riqueza natural del trópico, lo prehispánico relativo al esplendor de la cultura maya, lo colonial, la oferta de las bellas artes, de la artesanía y hasta de lo específico de ciertos rasgos de la cultura local y que la distingue del resto del país. Ciertamente la cultura ancestral y sus variantes actuales se ponen al servicio del turismo.

Para el caso de Mérida, la ciudad constituye un lugar privilegiado por el número de recintos culturales y por la asistencia a eventos. En el 2010 “CONACULTA registraba que, si consideramos el país a escala municipal, Mérida es el tercero con mayor número de centros culturales y casas de la cultura” (López y Dávila 2020). De hecho, la ciudad de Mérida ha sido catalogada en dos ocasiones (2000 y 2017) como Capital Americana de la Cultura.

Dentro de este despunte cultural se puede observar que en la última década se han abierto en el centro de la ciudad varias galerías de arte, lo que se relaciona también con las nuevas formas de vivir la ciudad, como parte esencial del cuarto elemento de la turistificación. Encontramos diversos trabajos académicos que consideran que los artistas y galeristas son sujetos gentrificadores de ciertos espacios urbanos. Así, Díaz Parra (2013) rescata la idea de que la gentrificación se

percibe no sólo por la restauración arquitectónica de viviendas deterioradas, sino también por la concentración de nuevas formas culturales.

Aunque la instalación de las galerías de arte conlleva el embellecimiento del entorno —pues, como señalan Grodach *et al.* (2018, 810), “los artistas se mudan a un vecindario percibido como desolado y establecen el escenario para la gentrificación mediante la renovación y mejora de edificios industriales, residenciales y comerciales antiguos”—, al mismo tiempo provoca el desplazamiento de población otrora residente. En lo que respecta a la cuestión de la exclusión social, recurrimos a la idea de Leyva, quien plantea que las galerías son “los escenarios de la exclusión más eficientes porque cuentan con una aparente legitimidad basada en la idea de que no tienen grandes restricciones de acceso y, por tanto, la gente que es excluida se está excluyendo a sí misma del proceso y las instituciones poco o nada tienen que ver con eso” (Leyva Townsend 2015, 99).

Este autor argumenta que la cultura es un tipo de capital que, desigualmente distribuido, lleva a otorgar privilegios de distinción y, debido a ello, el arte tiene una función social, aunque no sea consciente o no se desee, que consiste en legitimar las diferencias sociales, las cuales, además, como todo capital, se acumulan y producen hegemonías estéticas por medio de museos, galerías, centros culturales, etcétera. Esto se materializa en el espacio urbano, reorganizando el barrio y su consumo, expulsando o transformando a los antiguos *habitus*” (99). Hablando de los museos y galerías en el SoHo en Nueva York, argumenta que éstas “marcan el sitio para un consumo distintivo que cambia el carácter del barrio, hacia uno de élite, que es el segmento social con el capital cultural para apreciar las nuevas formas de arte y, más importante, de no sólo consumirlo simbólicamente o vivencialmente sino económicamente” (97).

Sin embargo, es preciso mencionar que existen también aquellas investigaciones que han demostrado que las actividades artísticas pueden generar, al contrario, una revitalización del vecindario sin necesariamente ocasionar un desplazamiento y, algunas veces, llega a beneficiar a los residentes de siempre. Schuetz argumenta que “las galerías de arte también tienen el potencial de mejorar la vida cultural y económica de barrio alrededor” (2013, 4), que la presencia de artistas y de sus galerías reduce el deterioro visual e incrementa el caché social del barrio. Es como una reacción en cadena donde un suceso va generando otros nuevos. Grodach *et al.* (2018) encontraron que las artes comerciales se concentraron en numerosas áreas que ya se habían gentrificado. Sin embargo, su presencia ayuda a fomentar y mejorar este proceso.

El nacimiento de las galerías de arte en el centro histórico de la ciudad de Mérida durante los últimos quince años está íntimamente ligado al *recreational turn* y su consecuente proceso de gentrificación de la parte noroeste de dicha zona. Una de las características que debemos resaltar es la ubicación de las galerías, pues se observa una concentración en dos puntos. Al parecer, en algunas ciudades, hay una tendencia a concentrarlas a la manera de lo que algunos

autores llaman *gallery cluster*. Schuetz (2013, 18) argumenta que “las galerías se benefician fuertemente de la proximidad de otras galerías”, e insiste en la ventaja que tiene crear un *gallery cluster* en un lugar que no tiene reputación previa como centro de arte. El primer punto en el que se concentran algunas de las galerías en el centro histórico de la ciudad de Mérida se encuentra en las calles ubicadas frente al parque de Santa Ana, y el segundo se ubica, precisamente, en nuestra zona de estudio: el barrio de Santiago.

En el caso de Santiago, la galería pionera es La Eskalera, que abrió sus puertas en 2011. En nuestra zona de estudio, entre los barrios Santiago, de Santa Ana y el parque de Santa Lucía, encontramos dieciséis galerías.¹⁰ Constatamos que se ubican en el área donde se ha documentado un cierto proceso de gentrificación donde se combina la permanencia de los antiguos vecinos yucatecos con los nuevos vecinos nacionales y, sobre todo, extranjeros propietarios de casas remodeladas. La llegada de estos nuevos residentes con un capital económico, simbólico y cultural diferente, el embellecimiento de las calles con casas restauradas y la consecuente y posterior apertura de restaurantes, cafés y tiendas de artesanías en la zona ha venido acompañada de la presencia de estas nuevas galerías.

Quizás en el caso de la parte noroeste del centro histórico de Mérida han sido estos nuevos residentes los que han creado el ambiente con ciertos indicios de gentrificación, lo que a su vez ha promovido la instalación de dichas galerías, pues estos extranjeros son sus principales compradores. En este sentido, resulta interesante lo que el dueño de La Eskalera nos contó, pues asegura que el 90% de sus clientes son extranjeros que compran para decorar sus casas en Mérida y, en ocasiones, también para sus casas en su país de origen.

Ellos tienen más facilidades para viajar por el mundo y están más informados sobre el tipo de arte que les puede llegar a gustar o que les gusta. Al venir a Mérida ven obra bastante buena y a unos precios súper accesibles. O sea, uno sabe que la obra en Nueva York o en cualquier parte de Estados Unidos, en Tucson, en Arizona, o sea, una obra es cara. Al venir aquí y comprar una obra en pesos mexicanos al hacer la conversión, les queda a buen precio.¹¹

Pero los extranjeros no sólo son los clientes, en ocasiones también son los artistas, así, por ejemplo, en la galería La Eskalera podemos encontrar obras de estadounidenses, canadienses, franceses o españoles y por lo que nos explicó Genaro, el dueño, son artistas que trabajan y crean su obra en la ciudad de Mérida, “por-

¹⁰ Datos obtenidos por medio de internet y con recorridos dentro de la zona de estudio. Las galerías son: La Bodega, La Eskalera, Le Cirque, Horno Gráfico, Agustín Galería, La F2, Punto Rojo, Calle Estampa, Galería 64.53, El Zapote, Fundación de Artistas, Hotel Posada Toledo & Galería, Blank Art Space, Estudio Juan Pablo Bavio, Laboratorio Catástrofe, Le Africa y el restaurante Maíz, Canela y Cilantro.

¹¹ Entrevista con Genaro Gamboa en la galería de arte La Eskalera, Mérida, 19 de septiembre de 2019.

que eso de estarla mandando y trayendo es un lío”. También nos comentó que hay otros extranjeros que son revendedores, “hay unos que compran un hotel, vienen y nos compran 6 o 7 cuadros, que son nuestros amigos, para su hotelito y la obra en su hotel también está a la venta. O sea, la venden bien y vienen y compran más y la vuelven a vender. O sea, se vuelve un negocio redondo”.¹²

El fenómeno de las galerías en Mérida, particularmente en esta área del centro histórico, ha adquirido tal importancia que ocupa ya un espacio dentro de la política pública. En el *Plan de desarrollo 2018-2021*, el actual gobierno municipal, encabezado por Renán Barrera, del Partido Acción Nacional, asegura que, en los últimos años, “se han abierto en la ciudad, numerosas galerías, estudios de autor y tiendas especializadas en artes plásticas o visuales”, por lo que se plantea el objetivo de promocionarlas. En el documento se contabilizan 53 espacios en la ciudad de Mérida, de los cuales seis galerías son públicas, dos pertenecían al municipio y cuatro, al estado; otras once son estudios (casa galería de autor); veintisiete son galerías de venta y exhibición y nueve establecimientos son al mismo tiempo hotel, bar, restaurante, café y galería. El documento precisa que el 85% de estos espacios se ubican en el centro histórico, en los barrios centrales como San Juan, Santiago y Santa Ana, lo que de alguna manera nos muestra cómo esta zona se ha ido adaptado con éxito a las demandas del turismo actual. En estos programas oficiales se plantea igualmente la necesidad de crear un centro de asesoramiento para la regularización de las galerías, así como para la elaboración y financiamiento de proyectos (*Plan municipal 2018-2021*, 65).

Con el fin de impulsar la cultura, el Ayuntamiento de Mérida apoyó durante algún tiempo el proyecto Circuito Galerías, en el que el primer domingo de cada mes se coordinaba un paseo en *gua gua*, unos camioncitos sin ventanas que rescatan la cultura tropical caribeña, muy presente en esta ciudad. Se visitaban más de doce galerías en el rumbo de Santiago, Mejorada y San Juan y se contaba con la compañía de un guía artístico.¹³ Este proyecto no duró mucho tiempo. Genaro nos explicó que “no funcionó. Era los domingos a medio día, había calor. Nos dieron la *gua gua* por el Ayuntamiento para ir. Pero perdieron interés. Era mucha gente de barrio, era mucha gente que iba a pasear en la *gua gua* que quería divertirse. Pero a los galeristas ya nos les convino el domingo, día de descanso”.¹⁴

Ahora sólo tiene lugar este recorrido durante “la noche blanca”, una iniciativa también del Ayuntamiento de Mérida, en la cual una vez al año, durante el

¹² *Ibid.*

¹³ Las galerías que participaban en el recorrido eran Galería Mérida, Galería Anónimo, Centro Cultural y Artístico La Bodega, Le Cirque Galería, Estudio de Arte, La Escalera, Posada Ecochic, Hotel Galería La Pantera Negra, Galería La Amapola, Galería Tendejón del Arte, Galería In La Kech, Calle Estampa, Foro Cultural Amaro, Galería Estudio Juan Pablo Bavio. “Pasa un domingo diferente y cultural en familia” (Sipse, 2014).

¹⁴ Entrevista con Genaro Gamboa en la galería de arte La Escalera, Mérida, 19 de septiembre de 2019.

invierno, el centro histórico tiene conciertos a cielo abierto, en espacios oficiales, y en el que bares, restaurantes y galerías están abiertos durante toda la noche. La promoción de las galerías también abarca otras vías como el evento que organiza la Mérida English Library, también una vez al año. Se trata del recorrido por los estudios de los artistas que, en su última edición en 2019, estuvo organizado para visitar 32 estudios durante dos días. En cuanto a la promoción gubernamental, encontramos que en la página web de la Secretaría de Fomento Turístico del gobierno del estado se promueven cinco galerías de arte, aquéllas “que no te puedes perder”, todas ubicadas en el centro histórico: La Cúpula, Fundación de Artistas, La Eskalera, Soho Galleries y Galería Tataya (ésta última con dos sucursales).

CONSIDERACIONES FINALES

A lo largo de estas páginas planteamos una visión panorámica del proceso de transformación socioespacial de un área muy específica en la parte noroeste del centro histórico de la ciudad de Mérida. El detonante de esta transformación se deriva en gran medida de la turistificación, el *recreational turn* y la todavía incipiente gentrificación. Este fenómeno claramente comienza en 2006 y ha sido impulsado desde la política pública y acompañado por inversionistas de diversos perfiles y capacidades económicas.

Bajo la premisa de que el turismo implica desarrollo y genera divisas, el centro histórico se ha convertido en el principal atractivo de la ciudad en este ámbito. La política pública se ha planteado el objetivo de lograr que Mérida sea uno de los principales atractivos turísticos del país y, para tales fines, han puesto en marcha diferentes estrategias mercadológicas en las que se han explotado aspectos histórico-culturales de la ciudad, además de su nivel de seguridad pública. Es así como durante casi los últimos quince años, Mérida ha logrado consolidarse en una “marca urbana” que se distingue en el mundo como un lugar atractivo y seguro para visitar, conocer, caminar, aprender, disfrutar de su oferta cultural, comprar, comer, divertirse e incluso vivir.

Observamos una incipiente gentrificación impulsada por la administración pública que ha implicado, entre otras cosas, una renovación urbana en la que convergen intereses económicos, por un lado, y la protección del patrimonio, por el otro. Las transformaciones de la parte noroeste del centro histórico de Mérida se relacionan entonces con el desarrollo de un lugar turístico ideal para el ocio, consumo y recreo por lo que se han implementado diferentes proyectos para el embellecimiento del área. Además, ha tenido lugar un claro aumento en la oferta de festivales a lo largo del año, así como la sofisticación de la oferta en la que destacan restaurantes de gama media y alta, tiendas de artesanías de autor y la apertura de varios hoteles en sus diferentes versiones, sobre todo los hoteles *boutique*, que antes no existían. Entre las transformaciones, destacamos en nuestro

análisis el rescate del parque Santa Lucía que pasó de ser un lugar oscuro, casi abandonado, que tenía vida sólo las noches de la serenata yucateca, a un punto nodal del atractivo turístico de nuestra zona de estudio.

El centro histórico resulta bastante seductor por su belleza y por el nivel de equipamiento urbano del que goza. Las condiciones de vida son muy favorables y se han mejorado más en los últimos años; también se ha registrado la llegada de nuevos residentes, en su mayoría procedentes del extranjero, los cuales compran, remodelan y habitan o rentan las viejas casonas del lugar. La llegada de estos nuevos residentes también ha impulsado la aparición de esa oferta que resulta mucho más sofisticada y, para dar un ejemplo de esto, incluimos en nuestro análisis, como uno de los principales diferenciadores entre el antes y el ahora, el fenómeno de las galerías de arte, en el que estos nuevos residentes son parte muy importante, ya como galeristas, como artistas o como clientes (incluso revendedores). Un aspecto que queda por analizar es el de la exclusión social que pudiera existir en la zona de estudio, como resultado de las diferencias de clase entre los nuevos residentes —en su mayoría extranjeros de clase media— y los antiguos habitantes yucatecos. Las diferencias se enfocan sobre todo en lo relativo al capital cultural, a los estilos de vida y de consumo que distinguen a los vecinos más recientes de los que llevan viviendo más tiempo en la zona.

FUENTES DOCUMENTALES

INEGI. <http://gaia.inegi.org.mx/scince2/viewer.html>.

Informe de Gobierno del Estado, 2006.

Informe de Gobierno del Estado, 2008.

Informe de Gobierno del Estado. 2011.

Plan Estatal de Desarrollo de Yucatán 2001-2007.

Plan Estatal de Desarrollo de Yucatán 2012-2018.

Plan Municipal de Desarrollo 2012-2018.

Programa Estatal de Turismo 2001-2007, Secretaría de Turismo, Gobierno del Estado de Yucatán.

Programa Sectorial de Fomento Turístico 2007-2012.

SEFOTUR. <http://www.sefotur.yucatan.gob.mx/secciones/dinamicas/19>.

BIBLIOGRAFÍA

BANTMAN-MASUM, Eve. 2013. "Enjeux de la mobilité des canadiens et américains au Mexique: stratégies économiques des migrants et réponse des états". *Autrepart* 4(67-68): 87-101.

BETANCUR, John J. 2014. "Gentrification in Latin America: Overview and Critical Analysis". *Hindawi Publishing Corporation. Urban Studies Research*, vol. 2014. Consultado el 8 de agosto de 2020. <https://www.hindawi.com/journals/ustr/2014/986961>.

CÁCERES SEGUEL, César. 2019. "Turismo, gentrificación y presión por desplazamiento en los cerros Concepción y Alegre de Valparaíso". *Revista INVI* 38(97): 157-177. Consultado el 27 de marzo de 2020. <http://www.revistainvi.uchile.cl/index.php/INVI/article/view/1648/1476>.

CARRIÓN MENA, Fernando. 2010. *El laberinto de las centralidades históricas en América Latina. El centro histórico como objeto de deseo*. Quito: Ministerio de Cultura. Consultado el 9 de agosto de 2020. http://works.bepress.com/fernando_carrion/493.

CASTILLO, Flor. 2019. "Pero las estimaciones giran alrededor de los 10 mil". *Excelsior*. Octubre 23. Consultado el 17 de febrero de 2020. <https://www.excelsior.com.mx/nacional/vila-y-landau-resaltan-cooperacion-entre-yucatan-y-eu/1343587>.

CASTILLO GÓMEZ, Cintia Cristina. 2015. "¿Gentrificación a la limeña en el Centro Histórico de Lima? ¿Expulsión o inclusión? 1993-2013". En *Perspectivas del estudio de gentrificación en México y América Latina*, coordinación de Víctor Delgadillo et al., 133-153, México: UNAM. Consultado el 28 de marzo de 2020. http://contested-cities.net/wp-content/uploads/2016/01/2015_Gentrificacion_MEX_AL_6_CastilloGomez-1.pdf.

- DE LA TORRE, Marina Inés. 2018. “Gentrificación migratoria en San Miguel de Allende, Guanajuato”. *Revista Cultura Científica y Tecnológica* (66) 15: 53-64. Consultado el 22 abril 2020. <http://dx.doi.org/10.20983/culcyt.2018.3.8>.
- DÁVILA VALDÉS, Claudia *et al.* 2020. “El barrio de Santiago en el Centro Histórico de Mérida. Del garbo al deterioro y la ulterior revitalización”. *Revista Estudios Demográficos y Urbanos* 35(3): 695-726.
- DÍAZ PARRA, Ibán. 2013. “La gentrificación en la cambiante estructura socioespacial de la ciudad”. *Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales* XVIII(1030). Consultado el 25 mayo 2020. <http://www.ub.edu/geocrit/b3w-1030.htm>.
- FERNÁNDEZ DE BETOÑO, Unai. 2015. “Arte y gentrificación. La cultura como supuesto motor de la renovación urbana”. En *Arquitectura, patrimonio y ciudad*, edición de Miguel Ángel Chaves Martín, 155-160. Madrid: Universidad Complutense de Madrid. Consultado el 15 de enero de 2019. DOI: 10.13140/RG.2.1.1244.9124.
- FERNÁNDEZ REPETTO, Francisco Javier y Rafael Ermilo Ku Pech. 2016. “Mirada turística, imagen turística, autenticidad. Prácticas y experiencias de turistas nacionales en Mérida, Yucatán”. *Temas Antropológicos. Revista Científica de Investigaciones Regionales* 39(1): 105-132. Consultado el 23 de febrero de 2018. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=455851184006>.
- GRODACH, Carl *et al.* 2018. “Gentrification, Displacement and the Arts: Untangling the Relationship between Arts Industries and Place Change”. *Urban Studies* 55(4) 807-825. Consultado el 9 de enero de 2019. <https://doi.org/10.1177/0042098016680169>.
- HALDEMAN, Peter. 2019. “Shaped by Mérida’s Artistic Soul”. *The New York Times*. Febrero 25. Consultado el 12 de marzo de 2019. <https://www.nytimes.com/2019/02/25/travel/shaped-by-meridas-artistic-soul.html>.
- HAYES, Matthew. 2018. *Gringolandia. Lifestyle Migration under Late Capitalism*. Mineápolis y Londres: University Minnesota Press.
- HIERNAUX, Daniel y Carmen I. González. 2014. “Turismo y gentrificación: pistas teóricas sobre una articulación”. *Revista de Geografía Norte Grande*, núm. 58: 55-70. Consultado el 4 de septiembre de 2018. <https://scielo.conicyt.cl/pdf/rgeong/n58/art04.pdf>.
- HIERNAUX-NICOLAS, Daniel y Carmen Imelda González-Gómez. 2014. “Gentrificación, simbólica y poder en los centros históricos: Querétaro, México”. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales* XVII(493)(12). Consultado el 4 de noviembre de 2018. <https://revistes.ub.edu/index.php/ScriptaNova/article/view/15001/18351>
- KNAFOU, Rémy. 2007. “L’urbain et le tourisme: une construction laborieuse”. En *Mondes urbains du tourisme*, coordinación de Philippe Duhamel y Rémy Knafou, 9-21. París: Belin.

- LEYVA, Katia. 2018. "Comenzarán a operar 8 hoteles nuevos en Mérida". *Milenio Novedades*. Abril 3. Consultado el 11 de junio de 2019. <https://sipse.com/milenio/ocho-nuevos-hoteles-comenzaran-operar-merida-291007.html>.
- LEYVA TOWNSEND, Nicolás. 2015. "El papel de las instituciones culturales en el proceso de gentrificación del barrio La Candelaria de Bogotá: un estudio de caso". *Cuadernos de Música, Artes Visuales y Artes Escénicas* 10, núm. 2 (julio-diciembre): 83-106. Consultado el 19 de febrero. DOI: 10.11144/Javeriana.mavae10-2.picp.
- LÓPEZ SANTILLÁN, Ricardo y Claudia Dávila Valdés. 2020. "Mérida en la vorágine del turismo cultural". En *Saldos y perspectivas de la urbanización neoliberal*, edición de Ricardo López Santillán y Enrique Pérez Campuzano, 308-329. México: UNAM.
- MALKIN, Elisabeth. 2011. "36 hours in Merida, Mexico". *The New York Times*. Diciembre 1. Consultado el 12 de febrero de 2019. <https://www.nytimes.com/2011/12/04/travel/36-hours-in-merida-mexico.html>.
- MCGUIRE, Virginia. 2014. "House Hunting in... Mexico". *The New York Times*. Agosto 13, consultado el 25 de febrero de 2019. <https://www.nytimes.com/2014/08/14/realthomesanddestinations/real-estate-in-mexico.html>.
- Milenio Novedades*. 2018. "Ven auge turístico por comercios en Santa Lucía". *Milenio Novedades*. Octubre 22. Consultado el 16 abril 2019. <https://sipse.com/milenio/santa-lucia-auge-turistico-merida-314111.html>.
- MURPHY, Kate. 2006. "Mérida: Finding a Home (Cheerios Included) in Mexico". *The New York Times*. Marzo 12. Consultado el 13 de febrero 2019. <https://www.nytimes.com/2006/03/12/travel/12next.html>.
- NAJAR, Alberto. 2017. "Si se acaba el mundo, me voy a Mérida: cómo es y cómo se vive en la ciudad más pacífica de México". *BBC Mundo*. Noviembre 3. Consultado el 26 de junio de 2019. <https://www.bbc.com/mundo/noticias-america-latina-41760761>.
- NAVARRETE ESCOBEDO, David. 2017. "Turismo gentrificador en ciudades patrimoniales. Exclusión y transformaciones urbano-arquitectónicas del patrimonio en Guanajuato, México". *Revista INVI* 32(89), mayo: 61-83. <http://revistainvi.uchile.cl/index.php/INVI/article/view/1019/1301>.
- PERAZA GUZMÁN, Marco Tulio. 1996. *El origen reparador. El centro histórico en la Mérida moderna*. Mérida: Ediciones de la Universidad Autónoma de Yucatán.
- _____. 2012. "La aportación patrimonial de la vivienda del siglo xx en el centro histórico de Mérida, Yucatán". *Bitácora Arquitectura*, núm. 24. Consultado el 24 de abril de 2018. <http://www.revistas.unam.mx/index.php/bitacora/article/view/62183/54747>.
- PÉREZ MEDINA, Susana y María Elena Torres Pérez. 2016. "Nuevos usos y usuarios en la vivienda del centro histórico de Mérida, Yucatán". En *Conservación y desarrollo sustentable de Centros históricos*, coordinación de Arturo Balandrano *et al.*, 179-207. México: UNAM-CONACYT-Secretaría de Cultura-INAH.

- RUFFIN COSTELLO, Sara. 2013. "Mexican Revolution". *The New York Times*. Febrero 15. Consultado el 12 de febrero. <https://tmagazine.blogs.nytimes.com/2013/02/15/mexican-revolution>.
- SCHUETZ, Jenny. 2013. "Casual Agents or Canaries in the Coal Mine? Art Galleries and Neighborhood Change". En *Creative Communities: Art Works in Economic Development*, edición de Michael Rushton. Washington D. C.: Brookings Institution Press. Consultado el 9 de enero de 2019. <https://lusk.usc.edu/research/working-papers/causal-agents-or-canaries-coal-mine-art-galleries-and-neighborhood-change>.
- Sipse Entretenimiento. 2014. "Pasa un domingo diferente y cultural en familia". *Sipse Noticias*. Octubre 16. Consultado el 21 de agosto de 2019. <https://sipse.com/entretenimiento/recorrido-circuito-galerias-gua-gua-centro-historico-merida-115700.html>.
- SLOLEY, Emma. 2015. "Seek Out the Stylish Side of Mérida". *The New York Magazine*. Diciembre 16. Consultado el 12 de febrero de 2019. <http://nymag.com/travel/weekend-escapes/meridaart>.
- STOCK, Mathis. 2007. "European Cities: Towards a Recreational Turn?". *Hagar. Studies in Culture, Polity and Identities* 7(1): 115-134. Consultado el 15 de febrero de 2019. <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00716789/document>.
- STOCK, Mathis y Léopold Lucas. 2012. "La double révolution urbaine du tourisme". *Espaces et Sociétés*, núm. 101: 15-30. Consultado el 11 de abril de 2019. <https://www.cairn.info/revue-espaces-et-societes-2012-3-page-15.htm>.
- WATSON, Molly. 2013. "In Mexico Yucatan Peninsula a Cooking Class that Turned Out Be a Real Turkey". *Washington Post*. Noviembre 21. Consultado el 25 de abril de 2019. https://www.washingtonpost.com/lifestyle/travel/in-mexicos-yucatan-peninsula-a-cooking-class-that-turned-out-be-a-real-turkey/2013/11/21/735f5c70-4be9-11e3-be6b-d3d28122e6d4_story.html?utm_term=.076fc490e8e4.