

TURISMO NORTEAMERICANO Y ECONOMÍA NOCTURNA EN LA REGENERACIÓN URBANA DEL CENTRO HISTÓRICO DE MAZATLÁN

Miriam Nava Zazueta

Introducción

Durante las dos últimas décadas, se ha enfatizado la revitalización de sitios icónicos en la urbe, con la intención de regresarles su dinamismo otrora existente. La imagen de centros históricos como lugares tranquilos y semiabandonados es obsoleta; hoy se caracterizan por ser espacios atractivos y vibrantes, que tienen vida día y noche, lo que los convierte en un atractivo turístico de las urbes. Su renacer se sustenta en engarzar su bagaje histórico a la posmodernidad, donde la economía de la noche juega un papel significativo.

El objetivo de este trabajo es explicar el proceso de gestación y desarrollo de la economía nocturna en el centro histórico de Mazatlán y su incorporación a la oferta turística, así como la importancia que en éste ha tenido el turismo procedente de América del Norte (estadounidense o canadiense), ya sea en su función de consumidor, o bien a modo de elemento de diversidad que coadyuva a la construcción del centro histórico como un espacio desdiferenciado.¹ Asimismo, se analiza la dinámica económica que se generó, resultado del proceso de revitalización, en el que dichos turistas constituyen parte medular del mercado.

El texto se organiza en cinco apartados: primero ubicamos teóricamente la discusión de la revitalización y surgimiento de la economía nocturna, así como el nexo con el entretenimiento, específicamente el turismo. Después se

¹ Un espacio desdiferenciado se refiere a zonas de la urbe que son parte de la ciudad, como lugar de vida y que por sus características se han convertido en atractivos turísticos, pero continúan siendo espacios externos a la zona de la burbuja turística del destino, áreas donde confluyen multiplicidad de funciones que se enfocan en el desarrollo de la vida cotidiana (administrativas, financieras, habitacional, educativas, entre otras), pero que cuentan con oferta de entretenimiento y los visitantes los perciben como espacios seguros.

presenta la problemática del centro histórico de Mazatlán. El tercer apartado aborda la metodología utilizada; el cuarto acápite expone resultados y en el último se presentan las conclusiones.

Regeneración de espacios icónicos y desarrollo de la economía nocturna

Las urbes han dejado de venderse como espacios de producción para mercantilizarse como lugares de consumo (Harvey, 1989; Dinardi, 2017), afirmándose la tesis de que “la cultura es cada vez más el negocio de las ciudades” (Zukin, 1996: 2); en ello la economía de la experiencia y las industrias culturales inmóviles tienen una función central (Lorentzen, 2009), ya que la meta de diversificar la base económica de las urbes permite recuperar áreas antaño abandonadas, a consecuencia de la desindustrialización, surgimiento de suburbios y el crecimiento de la propia ciudad, transformándolos en centros de consumo donde se promueven políticas de impulso turístico (Pappalepore *et al.*, 2014).

En el caso de los centros históricos, en 1977, la Unesco propuso su rehabilitación y revitalización para rescatar su valor histórico y social, enfatizando la recuperación de la infraestructura, mejorar la calidad de vida de sus habitantes e incorporar estos espacios a la dinámica económica de la ciudad. En este tenor, los gobiernos impulsan políticas de revitalización, debido a los beneficios económicos, culturales y físicos que se genera en las áreas intervenidas (Steinberg, 2008), además de ser una oportunidad para recrear el dinamismo otrora existente (Evans, 2005; Vickery, 2007). Un punto medular de la revitalización es la meta de *humanizar* el entorno físico, lo que significa dar prioridad a que se produzcan interacciones sociales.

El origen de los procesos de revitalización en centros urbanos suele engarzarse a políticas culturales, propiciándose una revaloración de la zona vinculada al prestigio y estatus, de ahí que se conviertan en espacios de consumo, más que de producción (Lovatt y O'Connor, 1995; Ek *et al.*, 2008; Fraga, 2015). Su vínculo al ámbito del entretenimiento turístico como industria cultural inmóvil es indivisible, debido a que el consumo está anclado al lugar de producción, ya que el espacio mismo es inherente al “bien” de consumo, forma parte en la construcción de la experiencia que el cliente *cani-*

baliza. Este ímpetu revitalizador busca que los centros históricos y barrios antiguos tengan actividad comercial tanto diurna, como la que se extiende más allá de las seis de la tarde; esto es, un centro que tenga vitalidad y viabilidad aun después de los horarios formales de oficina (Thomas y Bromley, 2000; Eldridge, 2009).

La extensión de la vida urbana en estos espacios genera una nueva actividad, la economía nocturna que, a diferencia de la que acontece en distritos prediseñados, aprovecha el entorno para enfatizar la identidad y unicidad del área, posicionarse como puente entre la personalidad de barrio de antaño con la modernidad, constituyéndose como un objeto de deseo, de ser experimentado a través de las vivencias que ahí se producen y del estatus que generan (Lovatt y O'Connor, 1995; Campo y Ryan, 2008).

La economía nocturna se produce entre las 6 p. m. y las 6 a. m.; está constituida predominantemente por actividades de ocio y entretenimiento, de ahí su nexo con las industrias culturales. Esta economía se refiere a prácticas relacionadas con patrones de sociabilidad y diversión que se realizan cuando la luz del sol se oculta, enfatizando el consumo de alimentos y bebidas (Lovatt y O'Connor, 1995; Rowe y Bavinton, 2011). De origen, la revitalización en centros urbanos pretendía engarzarse a actividades de ocio que fuesen una extensión de las tareas diurnas y a la difusión cultural, como cafés culturales, tiendas abiertas después de los horarios de trabajo, cines, entre otros, pero lentamente la propuesta fue modificándose, hasta constituirse en una oferta que mezcla un poco de la alta cultura, la cultura popular y atractivos para el turismo cultural (Jones *et al.*, 2003; Tallon *et al.*, 2006).

En un inicio, la estrategia favoreció el mercado denominado *cultura juvenil*, que produjo efectos adversos, propiciando consumo excesivo de alcohol y de droga, y creó un entorno de inseguridad, reduciendo la posibilidad de una diversificación de mercado; además, recalcó la imagen de que la economía nocturna es un espacio de peligro, crimen y desviación moral, ya que durante este periodo se acepta la transgresión de normas que incitan a la transformación de la identidad del individuo (Hobbs y Hall citados por Talbot, 2004: 887); empero, el impulso de acciones enfocadas a la experiencia turística, como el funcionamiento de teatros, museos, restaurantes, cafés y el uso de espacios públicos, permite controlar (e incluso romper) con algunos efectos adversos de la economía nocturna, al diversificar consumo y rango de edad de los clientes, a la vez que hace de la zona un espacio vibrante y

atractivo para locales y turistas, utilizándose la totalidad de los recursos para incentivar un mejor desempeño económico en la urbe, dentro de un parámetro de comportamientos socialmente aceptables (Montgomery, 1997; Strom, 2002; Scuderi, 2018).

Si bien la economía nocturna contribuye a la economía de la ciudad, el mayor énfasis en su análisis ha sido en los aspectos negativos, dejándose de lado sus efectos económicos. Incluso en México, estudios incipientes en la temática, si bien distinguen la tipología de negocios que forman parte de la economía de la noche, debaten las posturas tradicionales respecto de que la actividad nocturna de entretenimiento se aglomera en distritos dentro de la urbe —argumentando que su funcionamiento espacial se dispersa más allá de las fronteras del distrito—, e incluso analizan el sistema de gobernanza de la noche, mas no se ahonda en el aspecto económico derivado de aquélla.

En este tenor, consideramos que es necesario estudiar la economía nocturna del centro histórico de Mazatlán, a partir de dos ópticas fundamentales: en primer término, desde la perspectiva de la dinámica económica que se generó, resultado del proceso de revitalización. La segunda tónica remite al papel que los turistas, específicamente estadounidenses y canadienses, han tenido en el impulso (indirecto) de la zona, como espacio desdiferenciado, así como en el crecimiento exponencial de negocios vinculados a la oferta turística y que constituyen parte fundamental de la economía de la noche.

Problemática

En Mazatlán, el proceso de recuperación del centro histórico inició con un sistema de acción colectiva impulsado por el Patronato Pro Restauración del Teatro Ángela Peralta, conformado por ciudadanos que se negaban a ver morir el casco antiguo y origen de la ciudad; pugnaron por su revitalización para reinstalarlo como punto nodal de la vida cultural de la ciudad. El eje central fue la restauración y rehabilitación del teatro Ángela Peralta, ícono del antiguo esplendor mazatleco, pero, por más de veinte años, los empresarios del sector turístico estuvieron al margen de la propuesta y de los movimientos sociales y gubernamentales para su recuperación. Una vez que el teatro fue rehabilitado y se inició el proceso de revitalización, conformándose el “circuito Machado”, algunos empresarios del turismo se sumaron a la propuesta y, paulatinamente,

el centro histórico se incorporó a la oferta turística del destino, con la meta de mejorar su competitividad.

El inicio de la revitalización sugería un mercado diurno, pero la praxis comercial impuso otra realidad, instaurándose como un mercado fundamental aquél que se desarrolla cuando se oculta la luz del sol. De esta manera, la noche dota de un nuevo dinamismo al centro histórico; sin embargo, a pesar de que la economía nocturna es un aspecto central en la urbe, no es una actividad motriz, de ahí que requiera una economía local sana, para contar con un mercado estable. En el centro histórico de Mazatlán, la economía nocturna nació engarzada al proceso de revitalización y enfocada al mercado local, pero con miras a insertarse en la industria motriz, el turismo, propiciándose al menos dos efectos claramente identificables: por una parte, el crecimiento exponencial de empresas enfocadas a este rubro, amplió el área revitalizada, generándose efectos económicos positivos; existiendo, además, una diversidad de negocios para diferentes nichos de mercado basados en edad, gustos y capacidad económica; por la otra, la zona se convirtió, paulatinamente, en un espacio desdiferenciado en la urbe, es decir, aquel ubicado fuera de la burbuja turística del destino que, por su oferta de entretenimiento y características identitarias, atrae visitantes, a pesar de conservarse como espacio de vida en el que se sobreponen multiplicidad de funciones de la urbe.

Metodología

La investigación cuenta con dos unidades de análisis: la primera refiere al nacimiento y desarrollo de la economía nocturna, así como la dinámica económica que generó en el centro histórico de Mazatlán (que se abordará a través de información estadística oficial y empírica derivada de encuestas); la segunda, se enfoca en la importancia que los turistas procedentes de América del Norte han tenido en el desarrollo de la economía de la noche en el casco antiguo de Mazatlán, y en su construcción como espacio desdiferenciado en el destino turístico. Esta unidad de análisis se aborda con información derivada de encuestas, estadísticas oficiales y entrevistas semiestructuradas con actores clave en el proceso de revitalización de la zona (tanto empresarios como actores sociales). En cuanto a las estadísticas oficiales, se consideran los datos de los últimos tres sexenios en Sinaloa, debido al periodo de nacimien-

to y desarrollo del proceso de revitalización del centro histórico de Mazatlán y origen de la economía nocturna en la zona.

En cuanto al espacio físico de análisis, existen tres documentos oficiales que se consultaron para determinar la zona denominada centro histórico en Mazatlán. Primeramente, el Decreto de 2001, publicado en el *Diario Oficial de la Federación* (12 de marzo de 2001), establece una zona de monumentos históricos en la ciudad y puerto de Mazatlán, considerando una extensión de 180 manzanas (1145 km²), que albergan 479 edificios con valor histórico, construidos durante los siglos XIX y el primer cuarto del XX; posteriormente, el Plan Director de Desarrollo Urbano de la ciudad de Mazatlán 2005-2015,² aprobado en enero de 2008, que limita al centro histórico por las calles de Zaragoza al Norte; al Sur por la avenida Miguel Alemán; al Este por la avenida del Puerto y al Oeste por la avenida Olas Altas. Por último, se consultó el Plan Parcial Centro Histórico (P.O.2013), que considera como centro histórico una extensión geográfica de 317.962 ha. Posterior a la consulta de los documentos, se realizaron visitas reiteradas al espacio objeto de estudio, para establecer una delimitación clara y precisa del centro histórico, vinculado a la economía nocturna y la actividad turística; a partir de observación directa, se concretó el área de análisis, acotándose a la porción del centro histórico que alberga negocios vinculados al entretenimiento. En la zona habitacional, existe una notoria presencia de turistas y además se llevan a cabo los eventos que utilizan el espacio público como punto de esparcimiento y ocio. Esta selección se refiere al circuito Machado-Olas Altas y sus alrededores, convergiendo con una propuesta (mapa 1).

La información empírica se obtuvo de las siguientes fuentes y procedimientos directos. Para explicar el desarrollo de la economía nocturna y su importancia en la dinámica económica, en 2015 se realizó un censo de unidades económicas vinculadas al ámbito del entretenimiento y conexas, que permiten el funcionamiento de la economía nocturna, considerándose como base los parámetros establecidos respecto de la tipología de negocios que constituyen la economía nocturna, que incluyen alimentación, espectáculos, bares y juegos. Se complementa con la tipología de negocios existentes, vinculados al ocio y que operan después de las 6 p. m., como estacionamientos y empresas que permiten mayor afluencia a la zona (cuadro 1).

² Véase Gobierno de Mazatlán (s. a.).

MAPA 1
CENTRO HISTÓRICO DE MAZATLÁN (DELIMITACIÓN DE LA ZONA DE ESTUDIO)



FUENTE: Elaborado por Itzel Denisse Zárate Salazar y Melissa Lazcano.

A partir del censo, para examinar la importancia económica de la noche y la constitución del área como espacio desdiferenciado, se aplicó la encuesta a empresas del centro histórico de Mazatlán 2016, la cual es una muestra representativa mayor al 95 por ciento de confianza, se calculó sobre 107 unidades y sólo 98 cuentan con horario nocturno. El instrumento se aplicó a 88 negocios con horario nocturno.

Para analizar la importancia del turismo procedente de América del Norte, en el proceso de gestación y desarrollo de la economía nocturna se utilizan estadísticas oficiales que nos permiten inferir la relevancia de estos turistas en el fenómeno analizado. Aunado a ello, se realizaron reiteradas visitas a la zona objeto de estudio y sondeos informales a turistas sobre su procedencia. Además, se realizaron cinco entrevistas semiestructuradas a actores clave,³ quienes explican la importancia del turismo en el proceso del renacer del casco antiguo de Mazatlán. Si bien los entrevistados no manifiestan explícitamente que los turistas provienen de Estados Unidos o Canadá, las estadísticas oficiales confirman el hecho al indicar que, entre 2000 y 2017, alrededor del 88 por ciento del turismo extranjero provenía de esos países.

Resultados

ORIGEN Y DESARROLLO DE LA ECONOMÍA NOCTURNA EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MAZATLÁN

El proceso de la rehabilitación del teatro Ángela Peralta y sus efectos multiplicadores posibilitaron la revitalización del centro histórico, vinculada a la cultura, afianzándose con la apertura del Centro Municipal de Artes (CMA) y la incorporación al proyecto de empresarios del ámbito turístico. La localización de entidades que impulsaron la gestación del distrito cultural fue lenta. En la primera etapa, de 1987 a 1999, sólo se instalaron ocho unidades, tres de ellas derivadas del apoyo que los diferentes niveles de gobierno dieron a la propuesta de revitalización. Éstas son el teatro, el CMA y el Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH) que, además de administrar un museo, se asegura de que la rehabilitación de inmuebles no rompa con el patrimonio físico

³ A petición de los entrevistados, se conservan en el anonimato sus nombres y apellidos; sin embargo, permitieron que se los citara, en función de su papel o actividad en la zona de estudio.

heredado. Al cerrar el siglo xx, existían en el área de estudio quince unidades (privadas o públicas), en lo que a la postre sería el distrito cultural; de éstas, el 45 por ciento abrieron sus puertas entre 1923 y 1970, es decir, cuando la zona aún era eje de la actividad económica en la ciudad.

De 2000 a 2009, se registró un importante incremento de unidades económicas; mientras que en la primera etapa sólo se instalaron ocho, en este periodo se localizaron cuarenta negocios más. Al cierre de 2009, existían cincuenta y cinco unidades vinculadas al ámbito del entretenimiento. El aumento del dinamismo socioeconómico en la zona se atribuye a que la población local ya se había apropiado del espacio público circunscrito a la plaza Machado.

CUADRO I
EMPRESAS EN EL CENTRO HISTÓRICO DE MAZATLÁN
VINCULADAS AL ENTRETENIMIENTO

<i>Giro</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Horario nocturno</i>
Alimentos	45	Sí
<i>Gourmet</i> o artesanal	4	Sí
Renta de bicicletas	2	Sí
Joyería	3	Cierran a las 6 p. m.
Teatro	1	Sí
Escuela de artes	1	Sí
Centros nocturnos	11	Sí
Alojamientos	13	Sí
Estacionamientos	5	Sí
Galerías o taller de arte	11	Sí. Talleres <i>art walk</i>
Librerías	3	1 Sí. 2 No
Museos	3	No
<i>Spas</i>	3	Sí
Tiendas de ropa	2	1 Sí
Total	107	

FUENTE: Elaboración propia, con información del Censo de Unidades Económicas y Recursos Culturales en el Centro Histórico de Mazatlán (nueve no cubren horario nocturno).

El mayor incremento de negocios se registró de 2010 a 2014, pues cincuenta y dos empresas más abrieron sus puertas, sumando en total ciento siete unidades. La gama de negocios permite observar la variedad del mer-

cado, aunque es evidente que la concentración corresponde al ámbito de la economía nocturna y sus elementos complementarios, pero además, vinculado al turismo, lo cual resulta comprensible, ya que en la mercantilización de entornos históricos el consumo de experiencias, que emanan de las industrias culturales inmóviles, se encuentra anclado al lugar de producción, y tanto el espacio físico como social forman parte en sí mismos del bien de consumo que se vende (cuadro 1).

De la totalidad de unidades, las joyerías, museos, dos librerías y una tienda de ropa no cubren horario nocturno. De las 107 unidades, el 91.52 por ciento forman parte de la economía nocturna del centro histórico, aunque no exclusivamente. Los negocios indican que cubren horario diurno y nocturno, lo que le da el plus a la zona de horarios intermedios, evitándose la problemática que se genera en otras ciudades respecto del tiempo entre cierre de oficinas y horario nocturno.

En lo que refiere a su dinámica económica, nos enfocamos en dos rubros: ingresos y generación de empleo; sin embargo, los datos no los separan por horario, aunque los informantes explicaron que el mercado nocturno es muy importante en las ventas.

De los ochenta y ocho encuestados, trece de ellos no proporcionaron datos sobre las ventas. De las setenta y cinco unidades que sí respondieron, la información más evidente es que la mayor proporción son microempresas,⁴ el 76 por ciento (cincuenta y siete unidades) registra un rango de ventas entre mil y cincuenta mil pesos semanales, de éstas, quince negocios son de subsistencia, considerados de esta manera los que registran ventas entre mil y cinco mil pesos semanalmente. De las setenta y cinco empresas, sólo cinco reportan ventas mayores de ciento cincuenta mil pesos a la semana. Para un pequeño distrito cultural, pareciera una suma importante, pero al observar el cuadro 1, encontramos que trece establecimientos son de alojamiento, cuatro de los cuales son hoteles de capacidad mediana, y uno de ellos cuenta con categoría “exclusive”; así como cinco restaurantes con dicho distintivo. Consideramos que la variedad en cuanto a la tipología de establecimientos explica la diferencia en el volumen de ventas; sin embargo, los resultados indican que la tendencia de instalación de negocios en el centro histórico es de

⁴ La medición se calculó de acuerdo con los parámetros del INEGI para catalogar empresas del sector servicios.

microempresas, convergiendo con la propuesta de Stern y Seifert (2010), quienes afirman que un distintivo de los distritos culturales es que están mayormente constituidos por micro y pequeñas empresas.

Otro dato que permite confirmar la tesis de Stern y Seifert (2010) en el centro histórico es la generación de empleo directo que, de acuerdo con los parámetros del INEGI, indica que lo que prepondera son microempresas con un rango de uno a diez trabajadores; éstas representan sesenta y nueve unidades económicas de las ochenta y ocho encuestadas, siendo el 78.4 por ciento del totalidad de la muestra. De los negocios participantes en la encuesta, dieciocho son pequeñas empresas cuyo rango de empleados oscila entre once y cincuenta personas. Por último, sólo un negocio entra en la categoría de mediana empresa, según el INEGI, y genera un rango de empleo de entre cincuenta y uno a sesenta trabajadores. Tenemos, entonces, que la tendencia en la instalación de negocios en el centro histórico de Mazatlán es de microempresas, con un promedio de tres empleados por establecimiento.

Los datos indican que la economía nocturna del centro histórico se encuentra en un periodo de maduración y tiene un efecto positivo en la dinámica económica de la zona. Existe una permanente localización de negocios que generan un flujo continuo de ingreso y empleo, propiciando efectos multiplicadores en la economía local, aun cuando éstos pueden ser (de momento), sólo en pequeña escala. Por otro lado, la apertura de negocios cuyo horario cubre el tránsito entre las 4 y 6 p. m., coadyuva al flujo de personas e incrementa la sensación de seguridad entre la economía diurna y nocturna, favoreciendo un ambiente como de continuidad en el tránsito de las actividades diurnas y la economía de la noche, evitándose la percepción de un espacio que sólo cobra vida cuando se oculta la luz del sol.

La función de los turistas norteamericanos en el proceso de revitalización y en la economía de la noche

Uno de los aspectos centrales de las urbes refiere a la producción de especificidades sociales que las dotan de identidad y atractivo. En este tenor, el turismo urbano cobra cada vez mayor relevancia, debido a que las ciudades se constituyen como lugares de intersección de tiempo, espacio y prácticas sociales que dejan huella en los ámbitos emocional y material de la sociedad

(Park, 1999; Sennett, 2001), por ello se intensifica la función de la urbe como lugar de diversión (Judd y Fainstein, 1999; Judd, 2003).

El proceso de revitalización del centro histórico de Mazatlán se amalgama a las industrias culturales como factor de renovación urbana y económica, funcionando, primeramente, como elemento de atracción para los habitantes, quienes, al demandar mayores servicios y productos culturales, coadyuvaron a crear una aglomeración cultural para su consumo; sin embargo, su presencia en la zona, ya sea como habitantes o consumidores, así como la dinámica social derivada de ello y el entorno construido, propiciaron un espacio atractivo para el visitante. La idea de impulsar un centro histórico con función de punto nodal para los habitantes y engarzar a la oferta turística era latente en la estrategia de revitalización.

La mirada hacia el extranjero estaba puesta, en primer término, en Estados Unidos y, en menor proporción, al mercado canadiense, ambos por considerarse los principales emisores de turistas hacia Mazatlán durante el siglo xx (Santamaría, 2002; 2005). Incluso, en 1987, la administración local, bajo el mando de José Ángel Pescador, dio a conocer el Programa de Rescate, Revitalización y Conservación del Patrimonio Nacional del Centro Histórico de Mazatlán, con el objetivo de incorporar el área a la dinámica económica de la ciudad y regresarle su antiguo esplendor para “venderse” turísticamente.

La estrategia gubernamental entendía que el espacio ordinario, al estar restaurado, crearía un flujo permanente de habitantes que, al apropiarse del espacio público, generaría un entorno de confluencia entre el esplendor de antaño, con la tecnología y prácticas del presente, creándose un espacio atractivo para el turismo; la rehabilitación del hábitat edificado atrae a personas de diferentes lugares, refiere a una autenticidad simbólica proyectada desde el lado de la oferta turística, a partir de un conjunto de objetos o creencias (Rico, 2016).

De esta manera, el origen del proceso se engarzó al funcionamiento del teatro Ángela Peralta y al Centro Municipal de Artes, pero, a la postre, se incorporó a la economía nocturna como parte fundamental del proceso de revitalización, sin perder de vista que el mercado turístico es un elemento central para su éxito económico, siendo el turismo la industria motriz de Mazatlán, y la economía de la noche para funcionar requiere de una economía sana en la urbe o del apoyo del ámbito turístico, ya que por sí sola no constituye una actividad motriz.

Mazatlán es el principal destino turístico de Sinaloa. Estudios previos, así como las estadísticas oficiales de los informes de gobierno de Sinaloa en los últimos tres sexenios (Juan S. Millán, 1999-2004; Jesús Aguilar Padilla, 2005-2010, y Mario López Valdez, 2011-2016), indican que durante este periodo (1999-2016), el destino captó alrededor del 78 por ciento de la afluencia turística total a Sinaloa, y si lo concentramos al turismo extranjero, la cifra se incrementó al 89 por ciento con variaciones positivas o negativas de uno a dos puntos porcentuales. En lo que refiere a la captación por ingresos turísticos, Mazatlán se erige como el principal destino, pues en el periodo señalado captó alrededor del 88 por ciento del total de la derrama económica turística; a su vez, en lo referente a la derivada del gasto de los extranjeros, captó en promedio el 98 por ciento de los ingresos turísticos de Sinaloa.⁵ Además de los turistas procedentes de América del Norte, contabilizados en las estadísticas oficiales de Sinaloa, el Instituto Nacional de Migración (INM) indicó que en 2010 existían en Mazatlán 3773 estadounidenses como habitantes, que representan el 91 por ciento de la población total procedente de Estados Unidos que selecciona a Sinaloa como segunda residencia, lo cual refuerza el argumento de que la mayor proporción de extranjeros que experimentan la economía nocturna del casco antiguo de la ciudad procede de ese país.

Es evidente que, en lo que va del siglo XXI, Mazatlán ha absorbido casi la totalidad de la afluencia turística extranjera en Sinaloa y, por ende, las divisas derivadas de ello; sin embargo, a pesar de su importancia, este destino no cuenta con una profusa diversidad respecto de la procedencia de su turismo internacional. Al igual que durante el siglo XX, los turistas provienen, en primer término, de Estados Unidos, y en la segunda posición, de Canadá; en tercer lugar, llegan de Europa y, por último, de Latinoamérica; no obstante, si analizamos la brecha entre las zonas de origen, nos enteramos de que la diferencia entre los turistas procedentes de Estados Unidos y Europa es abismal; incluso, la brecha entre estadounidenses y canadienses como visitantes es considerablemente alta, en términos globales, en el periodo de análisis alrededor del 78 por ciento de la afluencia turística extranjera procede de Estados Unidos (cuadro 2).

⁵ Para mayor información sobre la derrama económica y afluencia turística en Sinaloa y Mazatlán, véanse los informes de gobierno de Juan S. Millán (1999-2004), Jesús Aguilar Padilla (2005-2010) y Mario López Valdez (2011-2016), en Infomex (s. a.).

CUADRO 2
 AFLUENCIA TURÍSTICA A MAZATLÁN, SINALOA, SEGÚN PROCEDENCIA
 (1999-2016) (MILES DE PERSONAS)⁶

	1999	2002	2005	2008*	2011*	2013*	2016+
Total extranjeros	470	535.6	690.2	754	449.6	357.6	552.2
Estados Unidos	376	432.5	585.2	610.7	309.4	238.5	367.2
Canadá	75.2	70.8	79.2	68.5	125.9	101.9	155.7
Europa	14.38	20.4	10.8	52.8	8.5	10.2	15.5
Latinoamérica	4.03	5.2	4.1	15.1	4.9	6.1	9.4
Otros	.0037	6.7	10.9	6.9	0.9	0.9	4.4

* Nota: Aunque no es el objetivo del presente trabajo explicar la contracción de la afluencia turística, en estos años se recrudeció la ola de violencia en Sinaloa y el Departamento de Estado de Estados Unidos emitió alerta de viaje a Mazatlán, lo cual explicaría, parcialmente, la disminución de la afluencia estadounidense en el destino. Para mayor información, véase Flores *et al.* (2018).

+ La estadística de 2016 indica cifras reales a septiembre, con estimaciones de octubre a diciembre.

FUENTE: Elaboración propia, a partir de los informes de gobierno de Sinaloa en los sexenios de Juan S. Millán (1999-2004), Jesús Aguilar Padilla (2005-2010), Mario López Valdez (2011-2016) y el gobierno actual de Quirino Ordaz Coppel (2017-2022).

En el periodo 1999-2008, crucial en la gestación de la economía nocturna del centro histórico de Mazatlán, la afluencia turística procedente de América del Norte representó más del 90 por ciento del turismo extranjero, considerándose 1999 como el año de mayor importancia, pues constituye el 96 por ciento del total. En términos de mercado, el indicador es preocupante, ya que muestra una clara dependencia de la zona; empero, nos permite inferir que al hablar del turismo extranjero en el centro histórico, y específicamente en su economía nocturna, indudablemente nos referimos a personas procedentes de Estados Unidos y Canadá.

Además, en este periodo se registró un incremento sostenido de aperturas de negocios, instalándose cuarenta unidades económicas más. Entre 2009 y 2016, se corrobora que el principal mercado de turismo extranjero para Mazatlán es el procedente de América del Norte; en promedio, en este periodo, el 88 por ciento del turismo internacional procedió de esa región. Por otra parte, en el contexto del centro histórico de Mazatlán continuó el incremento

⁶ En 1999, el informe de gobierno no presenta el dato de procedencia desagregado, por tanto, se calculó con fundamento en la proporción de cada país de procedencia, según el año 2000.

permanente de negocios vinculados con el entretenimiento, atrayendo cada vez más al mercado local y al internacional, con lo que se contabilizaron 107 negocios. Aunque no todos se hallan engarzados a la economía de la noche, la mayor proporción de estos sí contemplan horario nocturno (cuadro 1).

A juicio de Santamaría (2007), en el centro histórico de Mazatlán no proliferan los edificios de complejidad arquitectónica y originalidad artística del tradicional turismo cultural; en este tenor, ¿cómo atraer al extranjero a la zona y a su economía nocturna como algo diferenciado del destino? A pesar de dichas carencias, la atracción se logró debido a que, al restaurarse el teatro y con el proceso de revitalización en marcha, la zona experimentó:

un estallido de actividades artísticas institucionales y callejeras como nunca antes había sucedido en su historia ni en ninguna otra ciudad sinaloense, incluyendo la capital del estado [...]. Llegaron miles de artistas locales, nacionales y de todos los continentes del planeta. Algunas de las mejores compañías de danza, ballet, ópera y teatro del mundo, orquestas sinfónicas y de cámara, conjuntos de jazz, blues, rock, salsa, folklore, tríos, música ranchera, etc., llegadas de Estados Unidos, Canadá, Sudamérica, Asia o Europa, o de las escuelas artísticas locales y del conjunto del estado, han mantenido en perpetuo movimiento al teatro más antiguo del noroeste mexicano (Santamaría, 2007: 1015-106).

Y fue precisamente este bullicio de actividades de entretenimiento y la permanente agenda de actividades culturales lo que impulsó el desarrollo de la economía nocturna en el centro histórico de Mazatlán y atrajo a los turistas procedentes de América del Norte. Al mercantilizar la cultura como producto turístico, los espacios urbanos, en tanto lugares de vida, emergen como uno de los capitales turísticos centrales del destino, y fue precisamente esto lo que Mazatlán aprovechó. Al respecto, un empresario comenta: “a los turistas, a los norteamericanos y en general a los extranjeros, les gusta el centro histórico porque a los locales les gusta y eso es atractivo para el turismo [...], el turismo extranjero no es nuevo en la zona, siempre ha tenido turistas el centro histórico, antes de que existiera la zona dorada ya había turistas ‘gringos’ aquí” (comunicación personal con propietario del hotel Machado, marzo de 2014).

Las afirmaciones del hotelero indican que, históricamente, el principal mercado extranjero del viejo Mazatlán ha sido el norteamericano, lo cual coincide con las cifras de afluencia turística internacional por país de origen, con Estados Unidos como principal emisor de visitantes al destino, seguido, en segundo término, por Canadá (cuadro 2); incluso en su estudio, Lizárraga y

Santamaría (2012) encontraron que uno de sus informantes afirmó: “los extranjeros son los que llenan el teatro en la temporada de invierno, alrededor del 50 por ciento de los clientes son de Estados Unidos, si no fuera por ellos una buena parte de los negocios establecidos quebraría” (Santamaría, 2012: 27). Este hecho permite inferir la importancia que reviste el turismo norteamericano en el desarrollo y existencia de la economía nocturna en el centro histórico de Mazatlán; sin embargo, si, como argumenta Santamaría (2007), el área carece de abundancia de edificios de complejidad arquitectónica y difícilmente puede catalogarse como destino de turismo cultural, desde la perspectiva tradicional, entonces cabe preguntarse qué atrae al norteamericano a esta zona, qué elementos lo convierten en mercado fundamental de la economía nocturna. En este sentido, el mismo hotelero comenta: “a los turistas les gustan las cosas (centro histórico) porque ven el gusto de los locales en las cosas. Los locales obviamente descubrimos y amamos la plaza Machado mucho antes que los turistas, pero los visitantes llegaron a la plaza Machado por el gusto que los locales tenemos en la zona; es el atractivo” (comunicación personal con propietario del hotel Machado, marzo de 2014).

Al constituirse los norteamericanos como visitantes asiduos a la zona, rápidamente se convirtieron en mercado fundamental de los negocios que ahí se instalaron, muchos de los cuales veían la oportunidad de construir un corredor gastronómico, de ahí que, aprovechando las actividades culturales del teatro y de la Escuela de Artes, los restaurantes se constituyeron como la punta de lanza para el desarrollo de la economía nocturna en la zona, siendo el mercado norteamericano parte fundamental para su supervivencia económica, tal y como lo afirma un restaurantero:

parte del impulso para aumentar las visitas de los extranjeros al viejo Mazatlán fue darle más vida y cosas que ofrecer, y no sólo las caminatas que realizaban los extranjeros por la zona, por eso se activó mucho más el nivel gastronómico en plaza Machado. Antes era más entretenimiento no gastronómico, pero se activó muchísimo el área gastronómica, restaurantes. Siempre ha sido un punto pico, por ejemplo, en épocas como carnavales, pero en especial desde que se activó el teatro; empezó a haber una serie de reuniones gastronómicas hechas por restauranteros, precisamente orientados a impulsar la plaza, que finalmente la impulsaron y generaron que se establecieran muchos restaurantes alrededor de la Machado. El mercado principal ya no eran los padres de familia de los estudiantes del Centro Municipal de Artes, ahora el mercado estaba enfocado a los turistas; bueno, también a los locales, pero empieza el Centro a constituirse

realmente como un producto turístico que les gusta mucho a los extranjeros (comunicación personal con el propietario de restaurante 2, frente a la plaza Machado, mayo de 2014).

Aunado a ello, otro restaurantero acota:

Un aspecto central en la recuperación del centro histórico y en su conversión a producto turístico complementario a Mazatlán, como sol y playa, es su gente, que aquí está su gente [...]. Nosotros empezamos ya que está reconstruido el teatro y todo el eje de la recuperación de lo “demás” surge después de que el teatro tiene vida, es decir, que el punto nodal de que el centro de Mazatlán tenga vida es el teatro, por eso mismo es un espacio familiar. A pesar de que muchos negocios funcionan por la noche, éste sigue siendo un espacio para las familias; los niños corren por la Machado o los ves andar en bicicleta en Olas Altas, o en la librería El Caracol, que abre de noche los fines de semana; puedes ver ahí a los niños entretenidos con el cuentacuentos, por eso decimos que es un lugar familiar y eso atrae a los turistas (comunicación personal con el propietario del restaurante 1, julio de 2013).

En este sentido, los actores consideran que una razón fundamental para que el casco antiguo de Mazatlán funcione como producto turístico es, precisamente, su vínculo con la gente local, es decir, lo ordinario se convierte en extraordinario para el visitante, por eso argumentamos que el centro histórico de Mazatlán es un espacio desdiferenciado, en el que el turismo se desborda al espacio común de la ciudad, mismo que alberga multiplicidad de funciones que trascienden y son previas a la connotación de espacio turístico; incluso el propietario del restaurante 1 nos comentó:

Yo abrí este restaurante [...] el 22 de diciembre de 1997 y nos hemos mantenido desde entonces. Ya antes, en 1989, se abrió el Café Pacífico en la otra esquina, Heriberto Frías y Constitución, y se conservó por muchos años como ícono también de la Machado, pero ya hace tiempo se ha cambiado de nombre varias veces [...]. Después de ver la afluencia y potencial en la zona, en 1998, mi hermano [...] compró la esquina de Constitución y Niños Héroe, y construimos El Melville como hotel *boutique*, fuimos los primeros que invertimos y pusimos negocios en el área. El Melville sigue ahí, sobre todo para los adultos mayores gringos y canadienses que vienen cada año por temporadas. Ellos son nuestro principal mercado, y no sólo de nosotros, sino de muchos restaurantes y negocios de la zona. Sí viene la gente de Mazatlán, pero los turistas del Norte siempre son importantes para la estabilidad económica de los negocios de aquí (comunicación personal con el propietario del restaurante 1 y del hotel Melville, julio de 2013).

En este sentido, diversos propietarios de negocios en la zona argumentan que el mercado extranjero es imprescindible para su existencia, sobre todo el rubro de galerías y talleres de arte (cuadro 1), quienes indican que sí operan en horario nocturno, sobre todo en el denominado Art Walk, evento que se realiza el primer viernes de cada mes, de noviembre a mayo, y permite que los visitantes interactúen con los creadores. En estudios previos, encontramos que los participantes del Art Walk indican como principal mercado específicamente los estadounidenses y canadienses. En referencia a la importancia económica de estos turistas en los otros negocios de la zona, encontramos que es fundamental, pero que igual de importante es el mercado local, lo que nos lleva a confirmar que la zona se mantiene como un espacio desdiferenciado, en donde locales y extranjeros conviven, y su convivencia produce un entorno que, indirectamente, incide en producir un espacio atractivo para otros.

Para determinar la importancia económica de los extranjeros en el objeto de estudio, así como la constitución de éste en espacio desdiferenciado del destino, analizamos la preponderancia del mercado de los negocios; encontramos que los consumidores locales aún representan el principal mercado de los negocios en el área, pero los extranjeros también son un factor económico importante. El cuadro 3 indica que el mercado local es el preponderante, representa el 43.9 por ciento del total, dato que pareciera contradecir los argumentos de las entrevistas; sin embargo, cabe considerar que, por el clima de Mazatlán, el turismo procedente de América del Norte es por temporada, de noviembre a mayo, de ahí la importancia del mercado local.

Respecto de los establecimientos, cuya preeminencia de mercado es tanto local como extranjero, éstos ascienden a 35, lo que equivale al 32.7 por ciento del global. Tenemos entonces que, de los 107 establecimientos, sólo 25 indicaron que su principal mercado es el extranjero; estos negocios pertenecen al rubro de galerías de arte, joyerías, *spas* y lugares de alojamiento; es decir, empresas cuyo mercado objetivo, *a priori*, es el foráneo; sin embargo, los vinculados al entretenimiento y ocio nocturno (como restaurantes, bares, centros nocturnos y catalogados como *gourmet* o artesanal) señalan que el mercado extranjero también es de vital importancia, como lo indicaron los restauranteros entrevistados, además de las notas de observación recopiladas en el censo, así como la evidencia visual captada a partir de las reiteradas visitas a la zona de estudio en diversas temporadas del año. En este contexto, podemos inferir que los turistas procedentes de la región de América del Norte cons-

tituyen una gama crucial de consumidores en la economía nocturna del centro histórico de Mazatlán, y que a su vez existe una relación de causación mutua, pues a la par que se diversifica y amplía la oferta de entretenimiento nocturno, se atrae a más visitantes norteamericanos, quienes a su vez incentivan la apertura y diversificación de nuevos negocios.

CUADRO 3
PRINCIPAL MERCADO DE EMPRESAS EN EL CENTRO HISTÓRICO
DE MAZATLÁN VINCULADAS AL ENTRETENIMIENTO

<i>Mercado</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>Porcentaje válido</i>	<i>Porcentaje acumulado</i>
Mexicano	47	43.9	43.9
Extranjero	25	23.4	67.3
Ambos	35	32.7	100.0
Total	107	100.0	

FUENTE: Elaboración propia con SPSS, Censo de Unidades Económicas y Recursos Culturales en el Centro Histórico de Mazatlán.

Siguiendo la línea de argumentación, tenemos, entonces, que si bien Mazatlán puede no contar con los atractivos materiales como destino turístico cultural, desde la perspectiva tradicional, su centro histórico se ha constituido como un espacio desdiferenciado. Los visitantes se desbordan del área de la burbuja turística en el destino para experimentar la localidad, siendo su principal atractivo el carácter abierto y la conducta espontánea y cálida de los mazatlecos. Aunado a ello, el casco antiguo de la ciudad ofrece un entorno en el que confluyen el mar, su malecón, edificios emblemáticos (aunque pocos hacen la zona atractiva) y una diversidad de negocios instalados ahí que escapan de los paquetes turísticos estandarizados. Su atractivo radica en que es algo distintivo que refleja a la ciudad, su identidad y diferenciación, sus negocios son micro y pequeñas empresas con productos de carácter independiente o alternativo a los grandes negocios; es un área que permite vivir y experimentar a Mazatlán como sociedad, y no como el producto estandarizado de la burbuja turística en la zona dorada y del nuevo Mazatlán, áreas que, aunque la gran proporción de los hoteles y el entretenimiento son capital local, el enfoque del producto es similar al de otros destinos turísticos de sol y playa. Visitar y experimentar el centro histórico de Mazatlán, en donde aún están sus pobladores tradicionales (aunque también existen extranjeros de

segunda residencia) y confluyen los habitantes de la ciudad, es experimentar con mayor cercanía lo que es este puerto como espacio de vida, de interacción. Tal y como sugiere Alvarado (2005), el centro histórico de Mazatlán regresó a su función de centro de contacto y esparcimiento para los mazatlecos, y eso es precisamente un elemento que lo hace atractivo para el turismo. De esta manera, existe una relación de causación positiva entre la maduración de la economía nocturna y la presencia de estadounidenses y canadienses en la zona, lo que a su vez propició la conversión del casco antiguo de la ciudad en un espacio desdiferenciado, que por esta multiplicidad e interposición de factores se convierte en producto turístico diferenciado.

Conclusiones

La revitalización del centro histórico de Mazatlán inicia con la reapertura del teatro Ángela Peralta y la creación del Centro Municipal de Artes, lo que valida la tesis de que este tipo de procesos en áreas icónicas se engarza a políticas culturales, generando la oferta de entretenimiento, gran parte de la cual funciona en horario nocturno, toda vez que los individuos salen de sus labores y, en el caso de Mazatlán, los turistas dejan el espacio de sol y playa para buscar otro tipo de entretenimiento una vez que se oculta el sol. Esto coadyuva a diversificar el mercado en la zona de estudio. Si bien en este caso también se han presentado conductas antisociales generadas en otros centros urbanos rehabilitados, un aspecto que ha contribuido a aminorar este fenómeno es la diversidad de la oferta, que incluye actividades para diferentes rangos de edad, sobre todo en el área de la plaza Machado y en el paseo Olas Altas, zona donde confluyen familias con menores. Esta diversificación se manifiesta con niños paseando en bicicleta por Olas Altas, incluso casi a la medianoche, cuando cierran los negocios que alquilan estos vehículos. Otro aspecto que permite la presencia de menores son los vendedores ambulantes localizados en la plaza Machado, que tienen actividades de pintura y otras para el entretenimiento infantil, o bien la librería El Caracol, que cuenta con el servicio de cuentacuentos. Cabe señalar que el centro histórico de Mazatlán no forma parte de la connotación de ciudad de 24 horas, como en los casos europeos; sin embargo, sí es factible catalogarlo como un espacio de 18 horas, pues regularmente el horario nocturno termina entre las 2 y 3 a. m.,

y las actividades diurnas inician a las 7 a. m. Los datos indican que la economía nocturna del centro histórico se encuentra en un periodo de maduración: en dos décadas ha superado los escollos de la supervivencia de negocios, atracción de consumidores y el proceso de construcción del espacio como un entorno atractivo y seguro.

De igual manera, la información analizada nos permite inferir una importancia fundamental del turismo norteamericano en este proceso de gestación y desarrollo de la economía de la noche; sin embargo, en esta fase de maduración aún está en proceso determinar cuáles son los límites óptimos del funcionamiento de la economía nocturna, en una zona que aún se encuentra poblada.

Un factor fundamental para la congruencia del centro histórico como espacio desdiferenciado y como oferta de entretenimiento nocturno, y además evitar las vicisitudes que se han presentado en otras zonas rehabilitadas, es mantener la diversidad de nichos de mercado, esto es, que se mantengan los negocios familiares y se amplíe la oferta cultural; no se puede obviar que la proliferación de bares y centros nocturnos, así como otros espacios de venta de alcohol, puede incrementar los comportamientos vinculados a la ingesta excesiva de bebidas embriagantes. Además, es medular la vigilancia permanente para mantener la sensación de seguridad de la comunidad y los visitantes, pues si bien es un área habitada, existen espacios fragmentados y poco iluminados, como los notados por Thomas y Bromley (2000), los cuales pueden hacer la zona insegura. De igual manera, es básico el cumplimiento de la reglamentación, ya que si se carece de una óptima aplicación de la regulación, la propia economía nocturna terminará por expulsar a los oriundos de esta zona, dañándose así al área como espacio desdiferenciado y diversidad en la oferta turística del destino.

Fuentes

ALVARADO, L.

2005 “Viejo Mazatlán, donde todo comienza. Identidad, representaciones e historia”. Culiacán: Universidad Autónoma de Sinaloa, tesis de Doctorado en Ciencias Sociales.

CAMPO, D. y B. RYAN

- 2008 “The Entertainment Zone: Unplanned Nighlife and the Revitalization of the American Downtown”, *Journal of Urban Design* 13, no. 3 (octubre): 291-315.

DINARDI, C.

- 2017 “Cities for Sale: Contesting City Branding and Cultural Policies in Buenos Aires”, *Urban Studies* 54, no. 1 (enero): 85-101.

ECUADOR

- 1977 “Carta de Quito. Conclusiones del Coloquio sobre la Preservación de los Centros Históricos ante el Crecimiento de las Ciudades Contemporáneas (Unesco/PNUD). Quito, Ecuador”, en <<http://informes-delaconstruccion.revistas.csic.es/index.php/informesdelaconstruccion/article/view/1473/1639>>.

EK, R., J. LARSEN, S. HORNSKOV y O. MANSFELDT

- 2008 “A Dynamic Framework of Tourist Experiences: Space-Time and Performances in the Experience Economy”, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* 8, no. 2 (julio): 122-140.

ELDRIDGE, A.

- 2009 “The Urban Renaissance and the Night-Time Economy: Who Belongs in the City at Night?”, en L. Manzi, J. Lloyd y J. Allen, eds., *Social Sustainability in Urban Areas Communities, Connectivity and the Urban Fabric*. Londres: Earthscan, 183-198.

EVANS, G.

- 2005 “Measure for Measure: Evaluating the Evidence of Culture’s Contribution to Regeneration”, *Urban Studies* 42, nos. 5-6 (mayo): 959-983.

FLORES-GAMBOA, S., M. LEÓN-SANTIESTEBAN y J. MARIÑO JIMÉNEZ

- 2018 “Influjo de las alertas de viaje en un contexto de inseguridad internacional. El caso de Mazatlán, Sinaloa (México)”, *Estudios y Perspectivas en Turismo* 27, no. 4: 883-901.

FRAGA, J., L. KHAFASH y J. CÓRDOVA

2015 “Turismo y ocio: mercantilización y consumo de espacios, lugares, objetos y emociones”, en Julia Fraga, Leila Khafash y Juan Córdova, coords., *Turismo y ocio. Reflexiones sobre el Caribe mexicano*. Madrid: Pasos Edita, 25-43.

GOBIERNO DE MAZATLÁN

s. a. “Plan Director de Desarrollo Urbano de la Ciudad 2005-2015”, en <<http://transparencia.mazatlan.gob.mx/plan-director-de-desarrollo-urbano-de-la-ciudad-2005-2015/>>.

GRODACH, C. y A. LOUKAITOU-SIDERIS

2007 “Cultural Development Strategies and Urban Revitalization: A Survey of US Cities”, *International Journal of Cultural Policy* 13, no. 4 (noviembre): 349-370.

HARVEY, D.

1989 “From Managerialism to Entrepreneurialism: The Transformation of Urban Governance in Late Capitalism”, *Geografiska Annaler* 71, no. 1: 3-17.

INFOMEX

s. a. “Sistema de Solicitudes de Información del Estado de Sinaloa”, en <<http://www.infomexsinaloa.org.mx/infomexsinaloa/Default.aspx>>.

JONES, P., A. CHARLESWORTH, V. SIMMS, D. HILLIER y D. COMFORT

2003 “The Management Challenges of the Evening and Late Night Economy within Town and City Centres”, *Management Research News* 26, no. 10-11 (diciembre): 96-105.

JUDD, D.R.

2003 “El turismo urbano y la geografía de la ciudad”, *Eure* 29, no. 87 (septiembre): 51-62.

JUDD, D.R. y S. FAINSTEIN

1999 *The Touristic City*. New Haven: Yale University Press.

LIZÁRRAGA, O. y A. SANTAMARÍA

2012 *Identidad de los inmigrantes estadounidenses y sus actividades empresariales en Mazatlán, Sinaloa: un vistazo ayer y hoy*. Culiacán: Universidad Autónoma de Sinaloa.

LORENTZEN, A.

2009 “Cities in the Experience Economy”, *European Planning Studies* 17, no. 6 (abril): 829-845.

LOVATT, A. y O’CONNOR, J.

1995 “Cities and the Night-time Economy”, *Planning Practice & Research* 10, no. 2: 127-133.

MAITLAND, R.

2017 “Cool Suburbs: A Strategy for Sustainable Tourism?”, en S. Slocum y C. Kline, eds., *Linking Urban and Rural Tourism. Strategies in Sustainability*. Londres: CAB International, 67-81.

MERCADO CELIS, A.

2018 “Gobernanza de la economía nocturna en la Ciudad de México”, en Patrick Le Galès y Vicente Ugalde, eds., *Gobernando la Ciudad de México. Lo que se gobierna y lo que no se gobierna en una gran metrópoli*. México: El Colegio de México, 161-200.

2014 “Distritos y redes en la economía nocturna de la ciudad de México”, en <<http://www.condistintosacentos.com/distritos-y-redesen-la-economia-nocturna-en-la-ciudad-de-mexico/>>, consultada el 30 de enero de 2019.

MONTGOMERY, J.

1997 “Café Culture and the City: The Role of Pavement Cafés in Urban Public Social Life”, *Journal of Urban Design* 2, no. 1 (abril): 83-102.

NAVA ZAZUETA, M.

2018a “Espacios desdiferenciados en el clúster turístico de Mazatlán. La propuesta de un museo vivo en la ciudad”, en Rocío Rosales y Alejandro Mercado, coords., *Teoría, impactos externos y políticas públicas para el desarrollo regional*. México: UNAM-Amecider, 79-106.

- 2018b “Mercantilización de espacios patrimoniales. El caso del centro histórico de Mazatlán”, *Ciencia y Universidad*, no. 37 (noviembre): 85-112.
- 2017 “Des-diferenciación de los espacios del turismo en Mazatlán. La calle, el espacio público en la construcción del producto turístico”, *Internacionales. Revista en Ciencias Sociales del Pacífico Mexicano* 3, no. 5 (junio): 42-89.
- 2015 “Inmigrantes en el centro histórico de Mazatlán: difusión del arte visual y modificación del espacio urbano. El caso del Art Walk”, en E. Montoya y M. Nava, coords., *Migración de retorno en América Latina. Una visión multidisciplinaria*. México: Juan Pablos-UAS.
- 2013 “Innovación en el territorio y capacidad competitiva de los destinos turísticos”, en *Redes y capital territorial en Mazatlán*. México: Juan Pablos-UAS.

NAVA ZAZUETA, M. y B. VALENZUELA

- 2016 “Acción colectiva y gobernanza del centro histórico de Mazatlán, México. Recuperación y conversión a espacio turístico”, *Ánfora* 21, no. 36 (septiembre): 125-148.

PAPPALEPORE, I., R. MAITLAND y A. SMITH

- 2014 “Prosuming Creative Urban Areas. Evidence from East London”, *Annals of Tourism Research*, no. 44 (enero): 227-240.

PARK, R. E.

- 1999 *La ciudad y otros ensayos de ecología urbana*. Trad. de Emilio Martínez. Madrid: Ediciones del Serbal [1929].

RICHARDS, G. y J. WILSON

- 2007 “The Creative Turn in Regeneration: Creative Spaces, Spectacles and Tourism in Cities”, en Melanie K. Smith, coord., *Tourism, Culture and Regeneration*. Londres: CAB International, 12-24.

RICO, E.

- 2016 “La correspondencia entre la construcción de experiencias auténticas y la interpretación del patrimonio. Reflexiones desde la autenticidad

existencial”, *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural* 14, no. 2: 495-508.

ROWE, D y BAVINTON, N.

2011 “Tender for the Night: After Dark Cultural Complexities in the Night Time Economy”, *Continuum* 25, no. 6: 811-825.

SANTAMARÍA, A.

2005 *Del alba al anochecer, el turismo en Mazatlán (1972-2004)*. Culiacán: Universidad Autónoma de Sinaloa.

2002 *El nacimiento del turismo en Mazatlán, 1923-1971*. Culiacán: Universidad Autónoma de Sinaloa.

SCOTT, A.

2004 “Cultural-Products Industries and Urban Economic Development Prospects for Growth and Market Contestation in Global Context”, *Urban Affairs Review* 39, no. 4 (marzo): 461-490.

SCUDERI, R.

2018 “Special Focus: Local Resources for Tourism – From Impact to Growth”, *Tourism Economics* 24, no. 3 (marzo): 294-296.

SENNETT, R.

2001 “El capitalismo y la ciudad”, en A. Martín Ramos, ed., *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*. Barcelona: Ediciones UPC, 213-220.

SIERRA BRAVO, R.

1995 *Técnicas de investigación social. Teoría y ejercicios*, 10ª ed., Madrid: Paraninfo.

STEINBERG, F.

2011 “Revitalization of Historic Inner-City Areas in Asia: The Potential for Urban Renewal in Ha Noi, Jakarta and Manila”, Asian Development Bank, Icomos 17th General Assembly.

STERN, M. y S. SEIFERT

2010 “Cultural Clusters: The Implications of Cultural Assets Agglomeration for Neighborhood Revitalization”, *Journal of Planning Education and Research* 29, no. 3 (marzo): 262-279.

STROM, E.

2002 “Converting Pork into Porcelain. Cultural Institutions and Downtown Development”, *Urban Affairs Review* 38, no. 1 (septiembre): 3-21.

TALBOT, D.

2004 “Regulation and Racial Differentiation in the Construction of the Night-Time Economies: A London Case Study”, *Urban Studies* 41, no. 4 (abril): 887-901.

TALLON, A., R. BROMLEY, B. REYNOLS y C. THOMAS

2006 “Developing Leisure and Cultural Attractions in Regional City Centre: A Policy Perspective”, *Environment and Planning C: Government and Policy* 24, no. 3 (junio): 351-370.

THOMAS, C. y BROMLEY, R.

2000 City-centre Revitalisation: Problems of Fragmentation and Fear in the Evening and Night-Time City”, *Urban Studies* 37, no. 8 (julio): 1403-1429.

VAN LIEMPT, I., I. VAN AALST y T. SCHWANEN

2015 “Introduction: Geographies of the Urban Night”, *Urban Studies* 52, no. 3 (febrero): 407-421.

VICKERY, J.

2007 “The Emergence of Culture-Led Regeneration: A Policy Concept and its Discontents”. Warwick: University of Warwick, Centre for Cultural Policy Studies (Research Paper, 9).

YAGÜE, J.

2010 “Revitalización vs. rehabilitación”. Barcelona: ponencia presentada en el Congreso Internacional de Rehabilitación y Sostenibilidad. El

Futuro es Posible, en <www.rsf2010.org/files/u1/A18.pdf>, consultada el 16 de agosto de 2019.

ZUKIN, S.

2008 “Consuming Authenticity: From Outposts of Difference to Means of Exclusion”, *Cultural Studies* 22, no. 5: 724-748.

1996 *The Cultures of Cities*. Oxford: Basil Blackwell.

Comunicaciones personales (entrevistas de la autora)

Cronista oficial de Mazatlán, 2013.

Propietario del restaurante 1, frente a la plaza Machado, julio de 2013.

Propietario del restaurante 2, frente a la plaza Machado, mayo de 2014.

Propietario del hotel Machado, marzo de 2014.

Propietario del hotel Melville, julio de 2013.