

Habitar y belleza

Tepoztlán y Cholula, entre la utilidad y la hiperestetización.

Aura Aguirre Arcos

Resumen

Frecuentemente, en proyectos urbanos y arquitectónicos en general, la belleza ha sido delegada a una posición secundaria en una escala dominada por la utilidad, situación que la historia ha probado como ineficaz en lo que a habitabilidad respecta y que, sin embargo, se mantiene operativa en la actualidad. Paradójicamente, vivimos al mismo tiempo el fenómeno contrario, una época hiperestetizada, donde el mercado explota el poder de la estética para genera deseo y crea objetos y sitios visualmente atractivos pero vacíos de significado. La presente investigación pretende indagar sobre la importancia de la belleza para el ser humano con el fin de encontrar el justo medio entre la super utilidad y la estetización, para así entender los elementos necesarios para construir espacios habitables.

Como caso de estudio se eligió el Programa Pueblos Mágicos (PPM), específicamente Tepoztlán y Cholula, debido a las intervenciones estéticas producto de las estrategias turísticas. Gracias a ello, se tienen sitios originalmente bellos cuyo potencial turístico desencadenó una serie de fenómenos como hiperestetización, urbanalización, gentrificación y turistificación, lo cual los vuelve sitios propicios para indagar sobre los diferentes temas antes propuestos.

Índice

Introducción	4
Objetivos	7
Objetivo general	7
Objetivos Específicos	7
Hipótesis principales	7
Preguntas de investigación	8
Metodología	8
Técnicas e instrumento	9
Habitar	17
Belleza	25
Urbanalización e hiperestetización	39
Turistificación.....	40
Pueblos Mágicos	44
Caso de estudio	57
Conclusiones	76
Bibliografía	83
Anexos.....	89
Anexo I. Instrumento	90
Anexo II. Resultados Cholula.....	92
Anexo III. Resultados Tepoztlán.....	95

Introducción

Vivimos en una época donde las ciudades son o están en camino de consolidarse como el escenario principal del habitar humano. Lo paradójico es que la mayoría de estos sitios no son ambientes preparados para el habitar. Este fenómeno es un problema multifactorial cuyo análisis, por ende, puede tener como punto de partida diferentes disciplinas. Para observar dicha problemática se seleccionaron Tepoztlán y Cholula, dos sitios que al ser parte del Programa Pueblos Mágicos (PPM), ofrecen un escenario para observar diversos fenómenos como turistificación y gentrificación, así como y la posibilidad de analizarlos en el marco del habitar.

En este estudio se eligió la estética como horizonte que permite lanzar la interrogante por el habitar, disciplina a que muchas veces es relegada solamente al terreno del arte pero que, sin embargo, permite plantear la pregunta por el aparecer de los espacios gracias a que ella misma se origina de αἴσθησις, *aisthesis*, que refiere a las sensaciones. La estética no se reduce a una teoría del arte sino un análisis de la forma en que las cosas aparecen y, por ello, parece ser un terreno fértil para comenzar a explorar la manera en que los espacios urbanos se muestran.

No resulta descabellado afirmar que la mayoría de las ciudades no son sitios aptos para el habitar, sobretodo las grandes metrópolis donde la contaminación en todas sus vertientes (agua, tierra, aire y sonora), los embotellamientos vehiculares (tanto particulares como colectivos), la inseguridad, violencia, la preeminencia del asfalto sobre los espacios verdes, la extrema mercantilización de los espacios y la misma ciudad, así como la turistificación son algunas de las cartas de presentación y que, por razones más que obvias, repercuten en la salud física y mental de la población que sufre extremo tedio, cansancio, neurosis, ira, angustia, ansiedad, depresión y falta de sentido de vida, por mencionar solamente algunos de los vocablos más sonados actualmente. La tendencia actual de la configuración de los espacios urbanos es un indicador de un fallo en la concepción de los mismos y son reflejos de lo que ocurre cuando olvidamos colocar a los habitantes en el centro de las prioridades. Se ha dejado que factores económicos den forma a las ciudades, se han explotado todos sus recursos hasta convertirlas ellas mismas en mercancía, fenómeno que se observa en la especulación inmobiliaria y el turismo, hasta llegar a hablar incluso de la destrucción de la ciudad. Es por ello que un cambio drástico en las políticas urbanas y la planeación territorial es indispensable.

La investigación propone entonces analizar la belleza, como un elemento olvidado en la planeación y la arquitectura, y que es uno de los componentes que tiene la potencia de crear espacios habitables. Los primeros capítulos están dedicados a los conceptos de belleza y habitar, sin la pretensión de volverse historia o un tratado filosófico, simplemente funciona para trazar una distinción entre los conceptos buscados y una serie de elementos que se confunden y ocultan la relación entre belleza y habitar. Por dicho motivo, con una investigación de archivo se desarrollará brevemente el concepto de habitar partiendo de la visión del

filósofo Martin Heidegger y la belleza a partir de distintos estudios y autores, pero centrada en la noción griega de *Kalokagathia* (por ahora solamente diremos lo bueno, verdadero y bello). Se pretende arribar a una idea de belleza que se distingue de lo meramente agradable y separar el habitar de la palabra comúnmente usada para referir a una actividad del hombre entre otras tantas, con el propósito de afirmar que 1. El habitar es la característica que define a los humanos, y 2. Existe una tendencia del ser humano hacia lo bello.

Con estas preguntas en mente, el tercer capítulo corresponderá al análisis del programa gubernamental mexicano “Pueblos Mágicos” (PPM), una propuesta de intervención que afirma la búsqueda de un “turismo sustentable” (Sectur, 2018) al promover la riqueza cultural y ambiental de algunos sitios al dotarlos de presupuesto para la mejora de la infraestructura, homologación de las fachadas, cableado subterráneo, etc. A grandes rasgos, se asignó presupuesto para un “embellecimiento” de los centros y sitios de interés de los pueblos y aumento de la infraestructura turística. Gracias a este programa han surgido una gran cantidad de sitios aparentemente “bellos”, cuya oferta hotelera, cultural, natural y gastronómica se ha encargado de atraer turistas nacionales e internacionales y ha transformado los pueblos en mercancía. Debido a la estrategia que llamaremos “embellecimiento”, el tercer capítulo se centrará en analizar las consecuencias que las intervenciones del programa generaron en dichos poblados, con la idea de distinguir la belleza, propuesta en el capítulo dos, del fenómeno que vivimos actualmente.

Se cierra así un círculo de la exploración de un habitar que se abre paso entre dos fenómenos extremos: instrumentalización e hiperestetización (Cf. Pallasmaa, 2002), en la búsqueda de un “justo medio” que nos guíe en las condiciones que los humanos necesitamos para llevar una vida plena.

Objetivos

Objetivo general

La presente investigación tiene como fin identificar la importancia de la belleza en el habitar, así como atisbar la diferencia entre belleza “plena” y una mera estetización con fines comerciales.

Objetivos Específicos

- Examinar los conceptos belleza y habitar, y la relación entre ambos.
- Indagar sobre la diferencia entre belleza e hiperestetización.
- Analizar la belleza y la *hiperestetización*, causada por la *turistificación*, utilizando el programa “Pueblos Mágicos”.

Hipótesis principales

- Existe un tipo de belleza que es parte fundamental de una vida humana plena.
- Existe una diferencia entre belleza “plena” e hiperestetización o belleza comercial.
 - La belleza se compone de cualidades sensoriales (lo percibido. Colores, textura, olores), formales (Combinación de los elementos, forma, tamaño, proporción) y vitales (la relación del observador con el objeto, lo que suscita), por lo que provoca una experiencia estética.
 - La hiperestetización o estetización comercial se limita a las cualidades formales y sensoriales, por lo que no genera una experiencia estética.
- La turistificación genera hiperestetización.

Preguntas de investigación

- ¿Cómo diferenciar hiperestetización de embellecimiento de los espacios?
- ¿Cómo impacta al habitar la turistificación en los Pueblos Mágicos?
- ¿Cómo traducir el concepto de belleza a parámetros concretos aplicables a un lugar específico?
- ¿Cómo pensar la belleza en el caso particular de los Pueblos Mágicos Cholula y Tepoztlán?
- ¿Cómo crear espacios bellos que promuevan un habitar pleno?

Metodología

Para los primeros dos objetivos específicos se utilizó una investigación teórica con el fin de revisar los conceptos de belleza, habitar y la relación de ambos en el pensamiento de filósofos, artistas, científicos, arquitectos, urbanistas y demás teóricos que a lo largo de la historia han expresado sus ideas e inquietudes sobre dichos temas.

Con base en ello, se pretendió hacer una investigación exploratoria con el fin de ofrecer un primer acercamiento a la diferencia entre hiperestetización o belleza meramente mercantil y una belleza que promueva el habitar. Posteriormente se seleccionaron dos poblaciones enmarcadas en el Programa Pueblos Mágicos, Tepoztlán y Cholula en las que, por medio de un método cualitativo basado en observación y entrevistas a los habitantes, se

pretendió obtener información sobre la percepción de la calidad de vida, la posición ante los cambios, el apego sentimental y la relación con la belleza y el habitar.

Técnicas e instrumento

Revisión documental

Para el desarrollo de los primeros cuatro capítulos de la presente investigación se acudió a la tradición filosófica sobre belleza y habitar y, posteriormente, se revisaron aproximaciones desde la arquitectura, urbanismo e incluso neurociencia, con el fin de recortar la distancia entre la teoría y la práctica. En la misma vía, se exploraron los conceptos “hiperestetización” y “urbanización” con el fin de nombrar aquel fenómeno que imita las características formales de la belleza y que la presente investigación pretende diferenciar.

Entrevistas

Se seleccionó el programa mexicano “Pueblos Mágicos” con el fin de analizar, por medio de la percepción de sus habitantes, los fenómenos ocurridos en los poblados como consecuencia la intervención del programa y desarrollar una metodología para indagar sobre la belleza plena y la “hiperestetización”.

Para desarrollar el instrumento se utilizaron estudios sobre psicología del paisaje, sobre todo la tesis doctoral “La belleza en la ciudad contemporánea” de González Moratiel (2018) y el trabajo “Estética ambiental y bienestar psicológico: algunas relaciones existentes entre los juicios de preferencia por paisajes urbanos y otras respuestas afectivas relevantes” de Galindo y Corraliza (2012). Con base en ellos, se formularon preguntas de opción múltiple

que pretendían analizar la respuesta psicológica y emocional, así como las opiniones que los entrevistados tienen ante los espacios. Se añadieron seis preguntas abiertas con el fin de recabar información más profunda con respecto a ciertas cuestiones.

El instrumento que consta de un apartado de datos generales y cinco secciones:

- Percepción de la calidad de vida
- Postura ante los cambios
- Juicio de belleza
- Belleza, identidad y significado
- Función de los espacios públicos

Para revisar el instrumento completo confróntese Anexo 1. Instrumento.

La primera sección se enfoca en la calidad de vida actual percibida por los habitantes para después, en la sección dos, medir el grado de satisfacción con los cambios que han surgido en el Pueblo. Los datos obtenidos deberían arrojar información sobre el impacto en la habitabilidad que el Programa ha tenido en los poblados seleccionados

Las secciones “Juicio de belleza” y “Belleza, identidad y significado” contrastan las condiciones formales y sensoriales en el juicio de belleza con las condiciones vitales, es decir, las relaciones con el espectador, las emociones y demás cuestiones que el lugar transmite a sus habitantes. Según nuestra hipótesis, debería existir una discrepancia entre ambas secciones si la belleza presente no se trata de una “belleza plena” (según nuestra terminología) y se trata de una mercantilización del espacio que utiliza la estética como estrategia comercial.

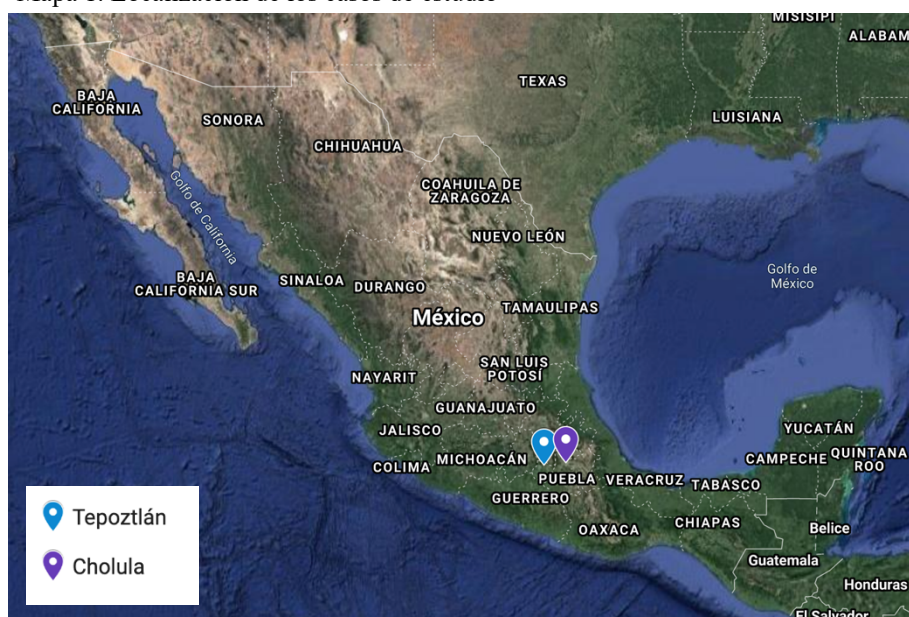
La última sección existe para reforzar la información sobre la habitabilidad, en el que el uso que le dan los habitantes a los espacios públicos intervenidos por el programa, debería arrojar más señales sobre el habitar cotidiano.

Las entrevistas se realizaron sin distinción de edad, sexo o nivel de estudios, el único requerimiento era habitar en el pueblo un tiempo mayor a 5 años. Como nota aclaratoria se agrega que muchas de los entrevistados se mostraron renuentes a dar sus apellidos e incluso simplemente el nombre de pila, quizá por la relación del tema con un programa de gobierno. No obstante, gracias a las cualidades de la información necesaria y el tipo de sujetos, se consideró que podrían continuarse las entrevistas, a pesar de la falta de nombre y, al sentirse respaldados por el anonimato, las entrevistas se desarrollieron de manera favorable.

Elección de la muestra

De los más de ciento veinte pueblos con la denominación, se eligieron dos poblados para realizar la aproximación: Tepoztlán y Cholula.

Mapa 1. Localización de los casos de estudio



Fuente: elaboración propia

Tepoztlán, Morelos

Se encuentra en la cabecera municipal homonima, en el estado de Morelos. Se eleva a 1,700 metros sobre el nivel del mar aproximadamente y limita al norte con la Ciudad de México (Capital del país), al sur con los municipios de Yautepec y Jiutepec, al este con Tlalnepantla y Tlayacapan, al oeste con los municipios

Mapa 2. Localización del municipio de Tepoztlán en el estado de Morelos



Fuente: Inafed.gob

de Cuernavaca (capital del Estado) y Huitzilac. La particularidad de su localización, entre cerros, y el clima templado con lluvias de verano da una sensación térmica muy agradable en gran parte del año y permite el crecimiento de abundante vegetación.

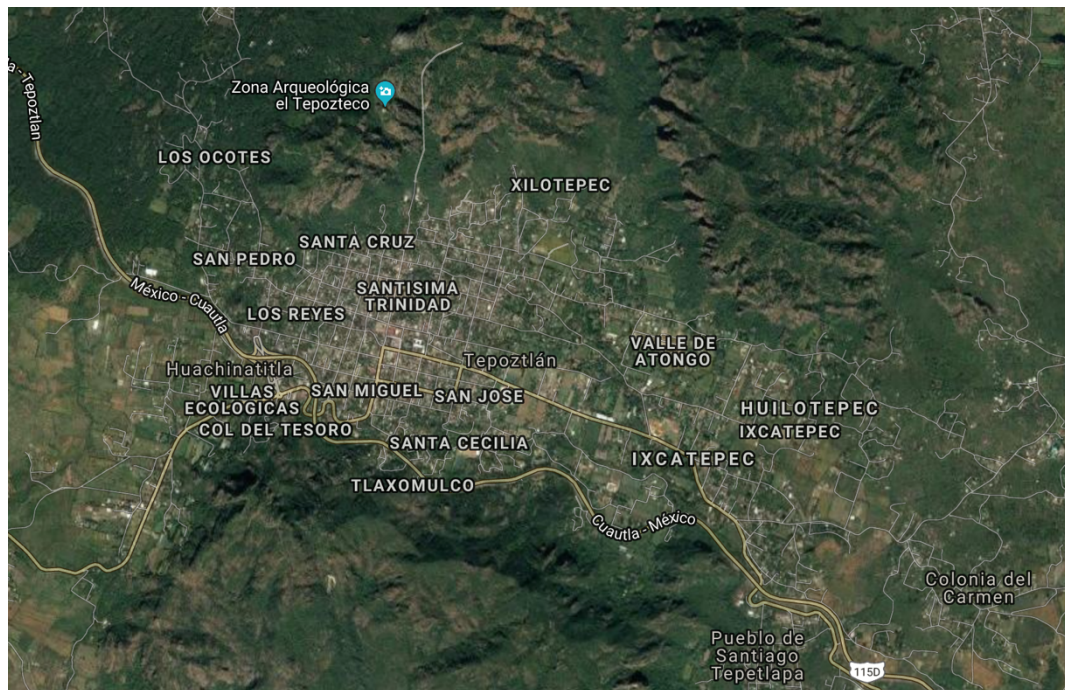
A pesar de que en la década de los noventa del siglo pasado aún noventa por ciento de terrenos eran propiedad comunal y ejidal, la agricultura no es la principal actividad, ésta se encuentra por debajo del turismo que según Mario Alberto Velázquez García and Helene Balslev Clausen (2012) emplea a 3,441 personas directamente.

Según datos del 2010, tiene 14,130 habitantes. Se encuentra en las faldas del Cerro del Tepozteco, famoso no sólo por su belleza sino por el temblo prehispánico que alberga en la cima. Es un poblado mayormente indígena que en los treinta de convirtió en protagonista de debates antropológicos estadounidenses y que se colocó como ejemplo de comunidad campesina en el trabajo de 1930 de Robert Redfield “Tepoztlán. A mexican village: a study of folk life” (Cf. Velázquez García y Balslev Clausen, 2012). Miradas posteriores contribuyeron a romantizar la imagen del poblado, como el estudio de Stuart Chase de 1931 donde se afirmó que “las distintas formas de valorar la vida en Tepoztlán y la relación con

su medio hacían un todo más armónico y feliz [que su par norteamericano estudiado]” (*Ibidem.*, p. 139), y se caracterizó como un lugar que gracias al medio físico y la comunidad rural, era experiencia misma de tranquilidad y un escape para la ajetreada vida urbana, donde la pérdida de valores reinaba en el día a día.

El atractivo de Tepoztlán es sobre todo el medio físico, se encuentra rodeado de montañas lo que da vistas espectaculares desde casi cualquier punto. Gracias a ello obtuvo el nombramiento “Pueblo mágico” en 2002, y aunque perdió el título en 2009, se reintegró en 2010. Junto con el nombramiento se pueden observar crecimientos importantes en los servicios relacionados con el turismo: en 1994 existían 201 sitios de hospedaje (6,060 cuartos), 402 lugares de venta de comida y 448,553 turistas ocuparon un cuarto; para el año 2004 ya existían 560 lugares de hospedaje equivalentes a 11,797 cuartos, 1,223 restaurantes, se registraron 1,346,394 turistas que ocuparon un cuarto (Velázquez García y Balslev Clausen, 2012).

Mapa 3. Acercamiento a Tepoztlán



Fuente: Google Maps

Fue elegido como caso de estudio gracias a la cercanía con la Ciudad de México y la historia que tiene alrededor del turismo. Desde los treinta del siglo pasado fue un lugar de moda que, gracias a la belleza natural y a las idealizaciones de teóricos, atraía la atención de intelectuales nacionales y extranjeros, quienes buscaban residencias de verano. La conservación del idilio rural por parte de los externos y la organización de la población originaria evitaron la realización de multiplicidad de proyectos turísticos, desde complejos habitacionales, campos de golf hasta carreteras directas hacia la Capital.

En los últimos años predomina el turismo de fin de semana e incluso excursionistas. En poco tiempo Tepoztlán pasó de ser un sitio tranquilo con un aura *bohemia*, a un lugar de fiesta cuyo mercado son los jóvenes capitalinos que buscan diversión alternativa para el fin de semana.

Lo que se pretende es analizar la percepción que los habitantes tienen de los cambios que ha sufrido el pueblo, sus ideas de calidad de vida y belleza, los cambios estéticos y lo que ello ha traído como consecuencia.

Cholula, Puebla

Cholula Pueblo Mágico está conformada por dos municipios: San Andrés y San Pedro, cuyas fronteras son meramente políticas, al igual que con la ciudad de Puebla, pues podría hablarse de una zona metropolitana que involucra a los tres. La distancia con la capital tampoco es grande, se encuentra a menos de ciento treinta kilómetros de la Ciudad de México. Es el caso más reciente, de los elegidos, en integrarse al programa. Apenas en 2012 obtuvo el

nombramiento de Pueblo Mágico a pesar de que esta ciudad prehispánica ostenta varios títulos como la ciudad latinoamericana más antigua y continuamente habitada (cerca de 2500 años), poseer la pirámide con la base más grande del mundo y, según sus habitantes, tener 365 cúpulas o a veces incluso se dicen 365 iglesias, aunque el dato no concuerda con la realidad. Para que pudiera integrarse al programa se tuvo que ignorar el tamaño del poblado, que se acerca más a una ciudad que a un pueblo, con 11 3436 personas en San Pedro 80 118 en San Andrés y pasar por el alto la casi absorción de ambos municipios al área metropolitana de la capital del estado.

Las maravillas de Cholula son muchas, desde las fiestas tradicionales; el centro arqueológico: los volcanes Iztacihuatl y sobre todo el Popocatepetl que, en conjunción con la pirámide que sostiene en su cima una iglesia, crea una vista maravillosa; el carácter rural de las periferias y la gastronomía es quizá, la población que mejor encaja en la descripción de Pueblo Mágico. Desde hace ya varias décadas Cholula es escenario cultural y nocturno gracias a ciertas universidades prestigiosas que se establecieron en ella, sobre todo la Universidad de las Américas Puebla, lo cual atrajo a numerosos jóvenes mexicanos y extranjeros a la zona, que aparte de contar con las bondades de la cercanía con Puebla, la oferta inmobiliaria era extremadamente accesible, las distancias pequeñas, seguridad y con una dinámica de pueblo aún visible en el día a día. La población de jóvenes provocó que una de las calles que rodea a la universidad de volviera una gran cantina, con locales dedicados exclusivamente a la venta de alcohol y con oferta para todos los gustos, desde lugares muy baratos para estudiantes (la mayoría menores de edad) hasta sitios extremadamente “*fancys*”. Incluso entre los locales se acuñó el término “cholulear” para referirse a un pasear por los diferentes locales, bebiendo y encontrando gente para disfrutar la noche.

Habitar

I

La importancia de inaugurar la investigación con el tópico *habitar* proviene del pensamiento del filósofo alemán Martin Heidegger y su propuesta de repensar al humano. Después de andar diferentes sendas teóricas, a mitad del siglo pasado y al observar la particular situación que vivía la Europa de posguerra, Heidegger afirma que la clave para entender al ser humano, y las relaciones con todo lo que lo rodea, radica en el habitar (Cf. Heidegger, *Bauen Wohnen Denken*, 1951; versión bilingüe, 1997).

El análisis heideggeriano se simienta la búsqueda de los significados olvidados y encubiertos por años de interpretaciones y transformación de las lenguas, puesto que “la interpretación sobre el ser de una cosa nos viene desde el lenguaje, siempre y cuando tengamos en cuenta su propio ser” (Heidegger, 1997, p. 15). Dicha aproximación al *habitar* trajo para Heidegger el parentesco con el *construir*. El filósofo alemán afirma que el verdadero significado de la antigua palabra para construir (*bauen*) es habitar (*wohnen*) y a pesar de que la mayoría de estos rastros se han perdido en el lenguaje actual, aún queda un vestigio en la palabra “vecino” (*nachbar, nachgebauer*), aquel que mora en la cercanía. De esta manera Heidegger afirma que construir y habitar son actividades que originalmente no se encuentran separadas, si construimos es porque habitamos y habitamos gracias a este construir. Dicho vínculo trae consigo cuestiones de suma importancia para repensar el habitar:

1. Toda construcción, sin importar el uso, está destinada al habitar “en la autopista el camionero está en casa, pero no tiene en ella su alojamiento; en la hilandera está en

casa, pero no tiene ahí su vivienda; en la central de energía el ingeniero está en casa, pero no vive allí” (Heidegger, 1997, p. 13). El hombre mora en todas las construcciones sin ello significar necesariamente residencia o alojamiento.

2. El vocablo *bauen* se emparenta también con el verbo *bin* (ser/estar) y con ello decir *ich bin, du bist* (yo estoy, tú estás) significa yo habito, tú habitas. Por ende, la forma en la que los humanos somos en la tierra es el habitar.

Este último punto es medular para la presente investigación pues si decir “yo soy” es lo mismo que “yo habito”, entonces significa que la característica primordial del humano es el habitar. Heidegger deja de lado la propuesta aristotélica que define como género próximo el animal y como diferencia específica la razón (animal racional) para colocar como primera condición humana el *habitar*. De esta manera, la relación del humano con todo lo que lo rodea será en términos del habitar, en lugar del conocimiento, y la interrogante por éste se convierte en un análisis sobre la esencia humana misma.

Lo que sigue es analizar en qué términos comprender Heidegger dicho habitar. Para ello nuevamente recurre al estudio de las antiguas palabras, esta vez trae a cuenta las dos acepciones de la palabra *bauen* (construir) y la genealogía de *whonen* (habitar). Según el antiguo alemán, *bauen* tiene el significado que comúnmente utilizamos, es decir, el de erigir, pero guarda en sí también las referencias a un cuidar y atender. Existe entonces el construir que erige pero también aquel que cultiva, que cuida y atiende (*colere* en latín) y que se relaciona con cultura. La segunda significación se sustenta aún más cuando se traen a cuenta el término sajón antiguo *wuon*, y el gótico *wunian*, ambos relacionados con *wohnen* y que refieren a permanecer, detenerse e incluso *permanecer en la paz, haber alcanzado la paz*. Con ello se vincula también *libertad* “«*friede*» (paz) significa lo libre (*Freie*), lo *Frye*, y «*Fry*» significa «protegido contra daño y amenaza, salvaguardado de... es decir, preservado».

«Freien» (liberar) significa en realidad preservar [*Schonen*]” (Heidegger, 1997, p. 23) Es así como “el habitar, el haber sido llevado a la paz, significa: permanecer salvaguardado en la paz (Frye), es decir, en lo libre que es lo que preserva cada cosa en su ser. **El rasgo fundamental del habitar es este preservar**”. (Heidegger, 1997, p. 23).

Este análisis lleva a Heidegger a decir que la forma en la que el hombre está en el mundo no es un mero encontrarse en un espacio, sino que el habitar implica un relacionarse en todo momento, nuestro estar en el mundo implica siempre acción, un construir. Tenemos una naturaleza creativa pues con el simple hecho de encontrarnos, construimos, erigimos pero también cultivamos, cuidamos, atendemos y es esta acción precisamente la que inaugura los lugares.

Según el filósofo alemán, los lugares se crean gracias a nuestro habitar, a nuestro construir “antes del puente no existen todavía el lugar. Si bien antes de que exista el puente hay muchos puntos a lo largo del río que pueden ser ocupados por algo, sólo uno de ellos resultará ser un lugar y esto gracias al puente” (Heidegger, 1997, p. 37). En este sentido, el habitar es una acción que tiene que ver con relacionar, es decir, al construir co-locamos cosas, las ponemos en relación al traerlas a la cercanía y de esta forma no sólo otorgamos sentido y damos direcciones, “el «arriba» es el «en el tejado»; el «abajo», el «en el suelo» [...]” (Heidegger, 2010, p. 118), sino que creamos los lugares, lo que Alfonso López Quintás llama *ámbito*, es decir, “el resultado de la disposición de objetos que permiten crear un campo de acción humana y ofrecen un sentido de vida” (López Quintás, 1977, p. 185). El habitar es entonces una acción creativa que tiene como características el preservar (con todas las acepciones antes mencionadas) y la cercanía que no tiene que ver con distancia, sino con relación, puesto que cuando los humanos habitamos, construimos los lugares al co-locar las cosas y ponerlas en relación, al traerlas a la cercanía, al reunir las para dialogar con ellas, para

“[...] ver el mundo físico como un universo de significados” (Mansur, 2016), para forman un ámbito que sea morada.

Esta resignificación se extiende incluso hasta la ética y, según Heidegger, no sólo por consecuencia lógica de la reflexión antes mencionada, sino que el término griego “*ethos*” refuerza dicha idea. Esto proviene de la sentencia de Heráclito “ἦθος ἀνθρώπου δαίμων” (*ethos anthropos daimon*) que generalmente se traduce como “su carácter es para el hombre su demonio”, pero que Heidegger en el texto “Carta sobre el humanismo” (1946) utiliza términos muy distintos, con lo cual otorga un significado totalmente diferente: “el hombre, en la medida en la que es hombre, mora en la proximidad de dios” (Heidegger, 1946; versión castellana, 2007, p. 289). Nuevamente, Heidegger va en busca de las significaciones olvidadas para mostrar la amplitud de los términos que nosotros creemos simples. En este proceso trae a cuenta que *ethos*, que comúnmente se asocia deber, hábitos y costumbres (y por ende la ética se define como teoría de los valores o de las virtudes), tiene un significado más profundo:

ἦθική significa, originariamente, morada, domicilio. Aquí en el título ἐπιστήμη ἦθική quiere decir sencillamente τὸ ἦθος. Así significa el domicilio del hombre, el domiciliarse, a saber, “el habitar” del hombre en medio del ente en el todo. Lo esencial en el ἦθος, en este domiciliarse, es el modo en que el hombre se mantiene en el ente, dejándose retener y mantener en él. El entenderse con el ἦθος, el saber de ello, es la “ética”. Tomamos aquí la palabra en un sentido completamente amplio y esencial. El significado corriente como doctrina de las costumbres, doctrina de las virtudes o, incluso, como doctrina de los valores, es solamente la consecuencia, desvío y aberración del sentido originario y oculto (Heidegger, 2012, p. 229).

Esto se sostiene aún más cuando analizamos las raíces latinas de “habitar”, “*habitare*”, la cual se deriva de “*habere*” (“haber” y “tener” en español) que origina también a “*habitus*” (manera de ser) (Horneffer, 2013, p.146). El ἦθος (*ethos*) se relaciona con el “*habere*”, con

el todo de entes, y tiene una doble significación “*habitare* y *habitus*”; es decir, el morar del hombre y el modo en el que lo hace. Al entender el *ethos* como la forma en la que el humano mora en el mundo, se observa una relación entre φυσικά (física) y ἦθος (*ethos*), ambos son conocimiento que involucra la totalidad de lo ente (el *habere*), pero a diferencia de la física que estudia todas las formas del ser del ente, el ἦθος (*ethos*) se enfoca en el humano. Sin embargo, según Heidegger, esto no significa que la ética sea un saber regional ya que el humano no es un ente igual a los demás, sino aquel cuyo rasgo particular es la relación con el todo de entes. Por ende, el *ethos* refiere a la manera en la que el hombre se relaciona con el mundo, con la *phusis*, y es, entonces, otro heterónimo para *habitar*. *Ethos* no sólo es la manera en la que el humano se comporta y se relaciona con todo lo que lo rodea, sino que también refiere al lugar donde habita. El *ethos* es el habitar en todas sus acepciones, es el lugar donde se habita y la forma de hacerlo, el construir que erige y el construir que preserva y cultiva.

Esta traducción de *ethos* regresa al inicio de las reflexiones heideggerianas sobre la “esencia” del hombre, como se dijo anteriormente, se libera de la definición tradicional (*animal racional*) para entenderse en términos de habitar, de *ethos*: “en tanto el hombre es pensado en sus referencias universales y modos de comportamiento frente al ente en el todo y, pensado así, a partir del todo, él es determinado por el ἦθος. [...] el hombre es aquel ente dentro del ente en el todo, cuya esencia es caracterizada por el ἦθος” (Heidegger, 2012, p. 240). Así se caracteriza al humano como ἄνθρωπος ζῶον ἦθος ἔχον (*anthropos zoon ethos exon*) “hombre es aquel ser viviente cuyo carácter más propio y distintivo es el ἦθος” (Heidegger, 2012, p. 241) lo que es lo mismo ser *ser humano* significa *habitar*, o en palabras de López Quintás “La creación de ámbitos de diálogo es la actividad primaria y más alta de los seres humanos” (López Quintás, 1977, p. 206).

Ser *ser humano* significa relacionarse con todo lo que lo rodea, significa construir, lo que a su vez indica que la manera en la que construimos, que es la forma en la que nos relacionamos con todo, es expresión de nuestra esencia y a la vez, estas construcciones moldean nuestra esencia. En un doble movimiento el humano determina el mundo y el mundo determina al humano. El habitar, la manera de hacerlo y el lugar donde mora, lo determinan.

La sustitución del *logos* por el *ethos*, de la razón por la ética en la definición de humano es un gran paso para entender que el conocimiento por sí mismo no basta, toda ciencia debe estar al servicio de la humanidad, supeditada a una gran causa: el bienestar humano. El olvido de este principio ha traído consecuencias catastróficas como la bomba nuclear o la explotación desmedida de los recursos naturales y las personas en *pro* de una economía ezquizoide. La forma de las ciudades es otro ejemplo claro del olvido del habitar y la primacía de fuerzas económicas sin vocación.

Con esto en mente, pensar la forma actual de nuestros espacios requiere de la participación de múltiples disciplinas para redireccionar las fuerzas que los moldean, no simples aproximaciones técnicas o meramente estéticas, sino incluso éticas (en el sentido antes mencionado) con las cuales seremos capaces de recordar que en el centro de todo, sin ser el fundamento, se encuentra el humano; entender que moramos en todos aquellos espacios que atravesamos diariamente, nos relacionamos con ellos y son parte de nuestra esencia.

Los territorios y todos los problemas ambientales y sociales que traen consigo son reflejo de la humanidad, del *ethos*, pero las personas son también reflejo de estos espacios. Lo que nos toca pensar es cómo hacer espacios que promuevan un habitar distinto, que fomenten maneras alternativas de relacionarnos con el mundo, con los otros y con nuestro entorno; pensar qué elementos son necesarios para conseguir un habitar pleno y ser capaces de construir espacios que nos hagan sentir en casa, que nos inviten a permanecer en ellos y

cuidarlos. “El hombre habita en verdad cuando crea con los demás hombres y las realidades del entorno relaciones de encuentro: ámbitos ‘espacios habitables’, moradas” (López Quintás, 1977, p. 197).

La pregunta por las características necesarias para construir espacios habitables conduce al capítulo siguiente, titulado “belleza”. Otro término cuyo espectro de significados ha sido mermado con el paso de la historia y la relación con el *ethos* y el habitar, olvidada. Es preciso, por ende, revisar cuidadosamente esta categoría estética para comprender la importancia y el vínculo con lo humano y sus espacios.

Belleza

I

La historia de la humanidad podría ser narrada en el desarrollo de unas cuantas ideas, como si, al estilo de Hegel o el Paul Valéry que cita Borges, una sola persona, un solo espíritu, hubiera escrito todos los textos “tal unidad central hay en ellos que es innegable que son obra de un solo caballero omnisciente” (cita de Emerson extraída del ensayo de Borges “La flor de Coleridge”, 1952). El despliegue de la belleza es uno de esos grandes conceptos en la historia del mundo humano, su desarrollo sigue un curso histórico similar al que viven la mayoría de las grandes discusiones filosóficas en occidente: comienza en Grecia donde es explorado como concepto de suma importancia ontológica y ópticamente, su abordaje provoca la primera de dos de las grandes discusiones acerca de la belleza: el espectro.

El extremo metafísico es evidente en los diálogos platónicos, en ellos la belleza es una propiedad del mundo visible, como todas las ideas en su teoría, que existe en virtud de la idea “belleza”; una realidad plena en lo inteligible a partir de la cual surgen todas las existencias particulares e imperfectas. No obstante, la belleza no es una forma entre las demás, es una de las grandes ideas que conforman la triada platónica y que atraviesan todas las demás formas. Es así como lo bello se une a lo bueno y lo verdadero para formar un triángulo de virtud que unifica la teoría de Platón.

En el extremo opuesto surge un pensamiento que, anacrónicamente, podríamos llamar sensualista, pertenece al pensamiento sofista y que Wladyslaw Tatarkiewicz enuncia como

“lo que resulta agradable a la vista o al oído” (Tatarkiewicz, 2016, p.162). En esta discusión se pauta el espectro de la belleza, las diferentes definiciones y teorías oscilarán entre estos dos extremos, entre el concepto amplio de belleza que involucra la moral y la epistemología, y aquella que se limita a la estética, a lo que aparece. Según Tatarkiewicz, existen principalmente tres enunciaciones:

- a) Belleza en sentido amplio, la cual se rastra hasta Grecia antigua y alcanza no sólo la estética, sino la ética.
- b) Belleza en sentido estético. Se limita a las experiencias estéticas, pero no a lo sensible. Es este sentido el que con el tiempo se convertiría en la concepción básica de la belleza en la cultura europea.
- c) Belleza en sentido estético, limitándose a lo perceptible por medio de la vista. (Cf. Tatarkiewicz, 2016, p.163).

El otro eje de discusión lo determina la interrogante por el lugar de la belleza y se encuadra en el par objetivo-subjetivo. En un extremo, se afirma que la belleza es una propiedad de los objetos o una serie de elementos y combinaciones que hacen que algo sea bello; es decir, es una propiedad objetiva. Jennifer Anne McMahon (2007) sitúa esta tradición en los pitagóricos, quienes consideraban que las medidas, proporciones y armonías de los elementos reflejan el *logos* del cosmos, la razón ordenadora de la naturaleza que se observa en el movimiento de los astros, en la piel de los animales, el florecimiento de las plantas y se representa por medio de la música y la armonía. Haciéndose eco de esta tradición, San Agustín afirma “sólo la belleza agrada; y en la belleza, las formas; y en las formas, las proporciones; y en las proporciones, los números” (Cita de San Agustín en Tatarkiewicz, 2016, p. 167). Al localizar la belleza en los números, en las proporciones, significa que existe en la naturaleza, en las cosas. Esto implicaría que existen cualidades objetivas que hacen que algo sea bello. Según los pitagóricos y teóricos posteriores (San Agustín, Poussin, Vitruvio, Alberti, Leibniz, por mencionar algunos) estas cualidades son la proporción y la armonía. Sin

embargo, otros tantos pensadores posteriores, no conformes con limitar la belleza a la proporción, indagaron sobre las condiciones necesarias y suficientes que deben existir en un objeto para ser juzgado como bello; dependiendo de la teoría y el momento histórico se enunciaron diferentes conceptos que se llamaron cualidades de la belleza. Tatarkiewicz apela a la lista realiza por Goethe como aquella “de una perfección excepcional”, en la cual enumera las siguientes cualidades de lo bello: “profundidad, invención, plasticidad, sublimidad, individualidad, espiritualidad, nobleza, sensibilidad, gusto, aptitud, conveniencia, potencia, elegancia, cortesía, plenitud, riqueza, ardor, encanto, gracia, *glamour*, destreza, luminosidad, vitalidad, delicadeza, esplendor, sofisticación, estilo, ritmo, armonía, pureza, corrección elegancia, perfección”. (Tatarkiewicz, 2016, p. 194). No obstante, la exhaustiva enumeración de cualidades hace patente que todas ellas tienen la capacidad de describir la belleza pero ni el conjunto ni los conceptos individuales son necesarios o suficientes para producir belleza, ni las características de un objeto bello pueden ser extrapoladas a todas a todos los casos.

En el extremo contrario está la tradición subjetiva que puede rastrearse hasta el relativismo sofista de Protágoras al afirmar que “el hombre es la medida de todas las cosas, tanto del ser de las que son como del no ser de las que no son” (Platón, Teeteto, 152a y Crátilo 386a) y se expresa con mayor claridad en la afirmación de David Hume: “la belleza de las cosas reside simplemente en la mente que las contempla” (Hume, 1980 en Tatarkiewicz, 2016, p. 240). En este extremo, la belleza residiría en el espectador, tanto en las preferencias personales como en el trasfondo cultural, por lo que al parecer no hay condiciones objetivas sino un espectador que atribuye ya sea por convención, hábito, educación, cultura o preferencias personales, cualidades a los objetos y los califica como bellos.

Hasta aquí, las discusiones, teorías y definiciones de belleza se mueven entre estos dos ejes que podríamos llamar por los pares sensualismo-ontología y subjetivismo-objetivismo, lo cual genera una gran cantidad de reflexiones acerca de la belleza.

A pesar de que el crítico de arte Dave Hickey afirmó en 1993 que la belleza sería el gran problema de los noventas (Danto, 2005), aún estamos en proceso de retorno a una belleza que fue expulsada del arte hace más de un siglo, desplazada de la arquitectura por la utilidad y que continúa como un concepto un tanto olvidado en los terrenos de la filosofía. Con base en lo anterior, consideramos que es necesario repensar la belleza fuera de la teoría del arte, en relación con el habitar humano, con la educación estética y los ideales existentes del ser humano; con el urbanismo y la ordenación territorial para entender la disposición de las ciudades y por qué la arquitectura, según Juhani Pallasmaa, se encuentra amenazada por dos cuestiones “la instrumentalización y la hiperestetización” (Pallasmaa, 2002); intuición que podrá extenderse al habitar y que apunta hacia los dos extremos en una belleza que busca el justo medio.

II.

Regresemos entonces a Grecia, donde la belleza es exaltada como una de las grandes virtudes puesto que no se limita a lo tangible, sino que es expresión de lo inmaterial, es algo que se manifiesta en lo físico solamente porque existe algo “espiritual” —por decirlo de alguna manera— que subyace. De esta unión surge el término griego *Kalokagathía*, “la belleza de las formas y la bondad del espíritu” (Eco, 2013, p. 45), que proviene de *Kalós* (καλός), belleza, y *agathos* (ἀγαθός), generalmente traducido como bueno, bondad. El término refiere a una virtud total y fue estudiado teórica y prácticamente, tanto en textos como esculturas — que a diferencia de lo que se cree comúnmente, al representar la figura humana, sobre todo las de Mirón y Praxíteles, “no idealiza un cuerpo abstracto, sino que busca más bien una belleza ideal efectuando una síntesis de cuerpos vivos en la que se expresa una belleza psicofísica que armoniza alma y cuerpo” (*Ibidem*)—. Es así como, gracias al pensamiento griego y de la mano de Platón, la belleza se posiciona en la virtuosa triada que reina sobre el resto de las ideas: lo bueno, bello y verdadero. Toda la realidad está atravesada por estas tres ideas, a las cuales Platón dedicó gran parte de sus diálogos. La belleza es, según Platón, la expresión de la bondad y entre las formas perfectas es “lo más esplendoroso y lo más amable” (Platón, *Fedro*, 250e); gracias a ella y su carácter sensible, el hombre recuerda las formas eternas y comienza el ascenso erótico (en sentido de *Eros* como el deseo, el amor) hacia la reminiscencia de las realidades perfectas.

Comenzando por las cosas bellas de aquí y sirviéndose de ellas como de peldaños, ir ascendiendo continuamente, en base a aquella belleza, de uno solo a dos y de dos a todos los cuerpos bellos y de los cuerpos bellos a las bellas normas de conducta, y de las normas de conducta a los bellos conocimientos, y partiendo de éstos terminar en aquel conocimiento que es conocimiento no de otra cosa sino de aquella belleza absoluta, para que conozca al fin lo que es la belleza en sí. (Platón, *Banquete*, 211c)

Más allá de la teoría platónica de la reminiscencia o del *Topos Uranos*, lo que aquí nos interesa es la vinculación entre belleza, bondad y verdad. Estas tres ideas platónicas no pueden ser pensadas por separado; es decir, aquello que es bueno, necesariamente es verdadero y bello —una acción buena es, también, verdadera y bella—. Visto de este modo, la belleza se sitúa en los terrenos de la ontología tanto como en los de la epistemología y la moral. Una intuición tan importante que difícilmente podrá ser ignorada en los siglos que discurren posteriormente. En la Grecia presocrática, una visión no fragmentada, mantenía el micro y macrocosmos pitagórico unido por una sola regla “matemática y estética a la vez” (Eco, 2013, p. 82), lo que le permitió a Platón referir una «belleza» que bien podrá nombrarse «bondad» pues no concierne al espectro visible —como ocurre en *El Banquete*— o pensar en belleza cuando se tratan cuestiones como leyes o acciones, “la sabiduría es en efecto una de las cosas más bellas” (Platón, *Banquete*, 204b), a lo que añade: “lo que es susceptible de ser amado es también lo verdaderamente bello” (*Ibid.*, 204c).

A pesar de que inmediatamente después de Platón, los Sofista limitaron la belleza al campo de lo visual y a múltiples tradiciones, incluso las dominantes actualmente, otros en el devenir de la historia han optado por rescatar la triada belleza, verdad y bondad, al grado de que algunas de las vanguardias artísticas del S. XX, en un intento de ir contra de la moral vigente y de modelos atávicos, promovieron el abandono de la belleza como bandera de

guerra. Escribe Arthur C. Danto: “pienso sobre todo en Dadá cuando hablo del proyecto de desvincular la belleza del arte como expresión de revuelta moral en contra de una sociedad que rinde culto a la belleza, y al arte por motivo de la belleza” (Danto, 2005, p. 89); y evoca las palabras de Tristan Tzara: “tengo un loco e incontenible deseo de asesinar a la belleza” (*Ibid.*, p. 79). Con este asesinato, el arte demostró su autonomía frente a la belleza, pero al hacerlo se evidenció, paradójicamente, la importancia de ésta para el ser humano. Quizá la belleza no sea un elemento indispensable para el arte contemporáneo que puede explorar otras categorías estéticas, pero al expulsarla del ámbito al que se le había confinado, también se puso de manifiesto la importancia de preguntar nuevamente por ella, ya no desde la teoría del arte, sino desde el dominio donde se la podría reivindicar como un valor.

Es justo en este punto, en esta relación entre belleza, verdad y bondad, que se eleva uno de los pilares de la presente investigación, en la afirmación de una belleza que no se mueve meramente en un espectro visible, sino que está enraizada en la verdad y la bondad y que, por ende, “es uno de los valores que definen lo que significa una vida plenamente humana” (Danto, 2005, p. 51).

Regresemos momentáneamente a Grecia clásica, donde no es complicado equiparar esta concepción de belleza en la cosmogonía. Probablemente la intuición se obtuvo de la observación del *logos* que rige la *physis*, es decir, de la razón de todas las cosas. Más allá de la discusión sobre la belleza natural frente a la poética, la ingeniería natural es el ejemplo más evidente de la triada en cuestión. Si algo dictan las formas naturales es que lo sensiblemente bello es producto de una lógica que busca la eficiencia; que la simetría y la armonía son producto de razones —como quedó demostrado con el descubrimiento de la proporción áurea y el número de oro o, más tarde, en la secuencia de Fibonacci— para crear disposiciones que maximizaran el funcionamiento. Aquello a lo que los pitagóricos se

referían como la norma estética y matemática que rigen macro y microcosmos y que se observaron en las bellas formas en la naturaleza. Tal parecería que es el *logos* el que organiza todos los fenómenos en unos cuantos patrones como la ramificación, el laberinto o las espirales, que se replican en multiplicidad de fenómenos, desde movimientos planetarios hasta el crecimiento de las plantas, en los corales y en el cerebro, en las ramas y raíces de los árboles y los caudales de los ríos. Si nos detenemos a observar, el diseño natural es la prueba viviente de la relación entre lo bueno, verdadero y lo bello, entramados complejos cuya disposición muestra el mejor diseño posible, donde la raíz de la magnificencia se puede rastrear hacia la ingeniosa solución (bondad del diseño) o la belleza, de cualquier manera, lo que comunican es un grado de perfección que se expresa sensible e inteligiblemente. Baste mencionar a Plotino, quien afirmó que la belleza es el resplandor de una luz inteligible de las cosas sensibles. En la Edad Media, dicha intuición se puede rastrear hasta Tomás de Aquino, quien sostenía que la belleza surge de la *adecuación al fin*, es decir, una cierta proporción que marca no sólo la distribución de los materiales sino la perfecta adaptación de la materia a la forma, “de ahí que Tomás de Aquino no dude en considerar feo un martillo de cristal porque, a pesar de la belleza superficial de la materia de que está hecho, resulta inadecuado para su función” (Eco, 2013, p. 88). En plena Ilustración, David Hume aseveró que “la belleza de muchas obras humanas tiene su origen en la utilidad y la adecuación al fin al que aspiran” (Hume, 1739). Es quizá esta relación la clave de la comprensión de la belleza.

Históricamente, el análisis de dicha idea ha oscilado entre la búsqueda de las características necesarias y suficientes que hacen de un objeto algo bello frente a la afirmación de un "conocimiento" en cierto sentido "*a priori*" que nos hace reconocer algo bello por la forma en la que nos hace sentir, por lo cual somos capaces de emitir juicios estéticos. El problema de ambas vías es la insuficiencia de las explicaciones, “nunca se puede

predecir por adelantado que un objeto evocará una experiencia de belleza basado en la posesión de ciertas características perceptibles [...] no obstante, en cada caso particular de belleza, podemos y defendemos juicios al señalar ciertas combinaciones de propiedades base: cierta configuración” (McMahon, 2000, traducción propia). Estas dos tesis que al parecer resultan contradictorias —el de que la belleza reside en el objeto como cualidades o en el observador en la forma de una experiencia estética— pueden, según las investigaciones de Mary Mothersill, combinarse. Esta filósofa canadiense sostiene que el principio clave que podría resolver la cuestión —la que sintetice ambas tesis— lejos de hallarse en el ámbito de la estética, quizás se encuentre sembrado en el fondo de lo que somos.

En este punto de la argumentación, consideramos conveniente mencionar que la belleza, al igual que las demás categorías, posee cualidades estéticas: sensoriales, formales y vitales. Concretamente, las cualidades sensoriales —atribuibles al sujeto— son las observables por medio de los sentidos (color, forma, textura, etc.); la cualidades formales —atribuibles al objeto— aluden a la distribución y acomodo de cada uno de los elementos en relación con el todo del objeto; mientras que las cualidades vitales —atribuibles al sujeto— indican la respuesta del observador ante el objeto, a modo de vivencia, sentimiento, ideas, etc. Este es el ámbito donde se genera la experiencia y el juicio estético. De allí que la apreciación de estas cualidades estéticas en hechos u objetos artísticos dependa de: ciertas propiedades que han de estar presentes en la obra y de la sensibilidad del contemplador para reconocerlas.

En este sentido, la propuesta de Mothersill señala que si exploramos los juicios estéticos desde una base neurofisiológica es posible encontrar ciertas características que detonan los sentimientos de placer. Desde este enfoque, la belleza surgiría de un juicio del observador al encontrar ciertas características en un objeto que causan una reacción

neurofísica. En esta misma línea, los estudios de Ramachandran y Hirstein (1999) complementan esta tesis —independientemente del planteamiento o los resultados de su estudio— al apuntar que la vía para entender la naturaleza de la belleza no debería enfocarse en la identificación de propiedades estéticas en el objeto, sino en la búsqueda de los procesos perceptivos que un objeto bello activa en el observador (McMahon, 2000).

Estas aproximaciones, surgidas en el ámbito de la “neuroestética”, hacen de la belleza una cuestión ni meramente subjetiva, ni que se encuentran exclusivamente en el campo de lo sensible, sino en una programación imbricada en nuestro ADN que nos hace reconocer características particulares que se relacionan con nuestro bienestar y, por ende, nos sentimos atraídos ante ciertos objetos que generan determinadas respuestas que nos hacen desear permanecer. De ser así, cabe la posibilidad de hablar de una inclinación natural hacia la belleza y de la relación que guarda con lo bueno y lo verdadero o, en la misma vía, pero a la inversa, aquello que llamamos bello es lo que nos atrae al producir una respuesta neurofisiológica placentera o positiva. Probablemente, el paso siguiente sería distinguir el sentimiento de placer por algo bello, de aquel producido por otras cuestiones meramente fisiológicas, como el apetito o la sexualidad, y que, si bien producen también placer, obedecen a otros órdenes. No obstante, no es tema de esta investigación seguir por este camino que ha tenido también muchas teorías al respecto; por ahora nos mantendremos con la afirmación de una tendencia natural hacia la belleza. Danto (2005) presenta un retrato de dicha circunstancia al hablar de las estrategias para doblegar a los prisioneros en la guerrilla en Centroamérica

[...] encerradlos, viene a decir, en recintos fríos y húmedos sin luz, con bichos y una comida deleznable, rodeados por sus propios excrementos. Tortura estética, podríamos llamarlo. Elegir entre estas dos condiciones ¡no es una cuestión de gusto! Si se les diera la oportunidad,

todos elegiríamos el paraíso antes que el infierno en la jungla. La belleza puede ser subjetiva, sin duda, pero es universal, como subrayó Kant (Danto, 2005, p. 72).

La neuroestética estaría de acuerdo en este punto tanto con Danto como con Kant, pues si bien la belleza es un sentimiento subjetivo, también estaría inscrito en nuestra naturaleza y, por ende, sería universal y, otra vez en palabras de Danto, “la belleza conecta con algo inherente a la naturaleza humana” (*Ibidem*). Esto lo podemos vincular con la idea del escritor Marcel Proust de que la intuición psicológica relaciona la belleza con la felicidad y con la teoría ética de George Edward Moore al afirmar que la contemplación de objetos bellos es el más elevado de los bienes morales (*Ibidem*), pues el reconocimiento de la belleza, aunque pueda tratarse como cuestión cultural, histórica e incluso política, tendría una base ontológica y biológica que es común a todos los seres humanos y, por ende, sería —según lo antes mencionado sobre el *logos* o el *ethos*— una de las características que nos vuelve humanos. En este contexto, quizá, podamos entender lo que Kant intuye como una especie de “comunidad estética”; es decir, una experiencia intersubjetiva, una experiencia humana que puede indicarnos un modo estético de reaccionar hacia determinados elementos (cf. Kant, 1961).

De esta manera, lo importante al analizar la belleza —como lo intuyeron Ramachandran y Hirstein (1999)— no es acordar un catálogo de las características en las que se desdobra la belleza o el *juicio del gusto* y su evolución tanto cultural como histórica, sino que residiría en la tendencia natural, ya desde el punto ontológico y biológico, que los humanos tenemos por el simple hecho de ser humanos. Quizá, como dice Platón, la belleza es la idea suprema que tiene la fortuna de ser más agraciada y gracias a su goce sensible que es eco de lo espiritual, nos recuerda nuestra propia naturaleza; o en términos prácticos, quizá

puede leerse por medio de un escáner la respuesta neuronal y los efectos fisiológicos de un observador frente a objetos bellos. De cualquier manera, parecería haber evidencia suficiente de una tendencia natural hacia lo bello “lo cual explicaría por qué es tan importante la realidad estética y por qué la privación estética —desposeer a los individuos de la belleza— acabó adquiriendo la importancia que adquirió en los programas artísticos de la vanguardia” (Danto, 2005).

Sobre la reflexión se sientan los cimientos para afirmar que una aproximación a los espacios desde la belleza, como concepto unificador de lo estético, epistemológico y ético (belleza, verdad y bondad), tiene la potencia de regresar la escala humana a las reflexiones técnicas con el fin de construir espacios habitables.

Si la belleza es una parte fundamental de una vida humana plena, ésta debe ser parte del análisis y diseño de los espacios urbanos. Como se pudo observar en los proyectos de Le Corbusier y sus “máquinas para habitar” o las ciudades industriales del S. XIX, seguir un paradigma de lo funcional, donde las normas cumplen meramente con parámetros higiénicos, se ha probado ineficaz en la práctica. Ya en 1889 se advertía “el tedio de las calles y abrumador efecto de masas de las modernas manzanas” (Sitte, 1980, p. 104), se comenzaba a vislumbrar los efectos psicológicos provocados por aquella forma de construir y, sin embargo, actualmente nos sorprende que la insatisfacción crónica y incremento de enfermedades mentales, como depresión, ansiedad y neurosis dominen la vida de los humanos en las ciudades. “Nadie se preocupa de la urbanización como arte: considérasela solo como problema técnico, y cuando el efecto artístico no responde a nuestra esperanza, quedamos sorprendidos y perplejos” (Sitte, 1980, p. 259). Ray Unwin escribe en las primeras décadas del siglo pasado:

La verdad es que en este trabajo hemos descuidado las cosas agradables de la vida. Hemos olvidado que las hileras de casas de ladrillo a lo largo de calles monótonas y jardines traseros miserables no son realmente hogares, y no pueden llegar a serlo nunca, por completo que sea el sistema de drenaje, por bueno que sea el abastecimiento de agua potable, o por detalladas que resulten las ordenanzas de edificación bajo las que se han construido. Por importantes que sean todas estas previsiones para las necesidades materiales y las condiciones higiénicas de la vida humana, no resultan suficientes. Es indispensable el toque vivificante del arte que les dará plenitud y aumentará diez veces su valor. (Unwin, 1984, p. 13)

Es indispensable recordar lo que Aristóteles en la *Política* afirma "La ciudad [...] tiene su origen en la urgencia del vivir, pero subsiste para el vivir bien" (Aristóteles, 1977, p. 49) y dicho bienestar no puede ser alcanzado simplemente al cumplir con las necesidades físicas básicas. La belleza no debe ser entonces considerada como algo superficial, como algo que puede ser dejado de lado en *pro* de utilidad. Para que un espacio sea habitable, para hacer ciudad, la belleza es un elemento indispensable.

Urbanalización e hiperestetización

I

Turistificación

Una vez asentadas las afirmaciones sobre la importancia del habitar y la belleza, es momento de revisar la aplicación de dichos conceptos. Nuestros caso de estudio, como se explicó en la introducción, son los fenómenos que ocurren en los llamados “Pueblos Mágicos”. Lugares interesantes para explorar lo anteriormente propuesto debido al tamaño (en teoría pequeño) de los poblados; y segundo, gracias al programa, cuyas intervenciones de carácter estético en lugares originalmente bellos y la orientación hacia el turismo dan un escenario para analizar la relación ente belleza, hiperestetización, turistificación y habitar. Es necesario entonces, antes de llegar a nuestro destino de estudio, abordar algunas ideas acerca del turismo dominante en la actualidad.

Dirigir nuestra atención hacia el turismo es indispensable considerando que es la primera industria a nivel mundial (Montaner y Muxí, 2013) y si bien múltiples miradas se han posicionado sobre este fenómeno, éstas se encuentran guiadas por el interés económico. Como estrategia de desarrollo, el turismo ha sido impulsado por múltiples gobiernos. En México es evidente que la idea de mantener al país en la lista de los países más visitados está entre las prioridades gubernamentales (actualmente se encuentra en sexto lugar a nivel mundial). Se ha apuntado tanto en el público internacional como en el nacional con campañas publicitarias, a la vez que se han creado fondos para el rescate de centros históricos y

conversión de pequeñas localidades en “pueblos mágicos”. No obstante, todo ese fomento no fue acompañado de estudios sobre el impacto, ni de planes de gestión, la estrategia se enfocó meramente en la atracción del turismo sin considerar las consecuencias que podría generar. Por ende, ante este panorama, la pregunta que hace Víctor Delgadillo (2014) es extremadamente atinada: “¿quién captura la riqueza por el aprovechamiento de un patrimonio urbano que por definición es colectivo?”, cuestión que revelará también, por qué el turismo se ha convertido en un problema para las ciudades y sus habitantes.

La problemática puede abordarse desde múltiples perspectivas, en este texto me enfocaré en dos hipótesis: **1. El modelo turístico está diseñado dentro de la lógica del *plusvalor***, por lo que se rige, casi exclusivamente, por las leyes del mercado y **2. Existe una oposición ontológica entre habitante y turista**. Con estas dos premisas pretende exponer las raíces de los problemas que el modelo turístico ha traído a las ciudades.

Retomaré la pregunta planteada líneas arriba por Delgadillo ¿quién se beneficia del turismo? Las propuestas teóricas afirman que el turismo es una inyección económica para el sitio-destino pero la realidad es que cuando algo se vuelve redituable, múltiples miradas comienzan a prestar atención, puesto que se vuelve un sitio de interés para inversionistas en busca de ampliar el capital. Los fenómenos que sigues obedecen a la lógica del mercado: cuando algo se vuelve interesante económicamente hablando, comienzan a llegar poderosos inversionistas, cadenas internacionales de hoteles, restaurantes, cafeterías, incluso grandes tiendas y otros comercios, los cuales buscan hacerse sitio en aquella posibilidad de mercado. Con un mayor poder económico, hacen presión sobre las pequeñas empresas y los particulares que ahí residen y logran, poco a poco, transformar el paisaje local. Si a este fenómeno le adherimos que los poderes políticos generalmente se inclinan hacia lo redituable, los habitantes no representan competencia en el juego del sistema económico. Al

final, los grandes corporativos o inversionistas son los principales beneficiados, mientras que los locales, los más afectados por las consecuencias del turismo, ocupan los puestos laborales más bajos, en cuanto a ingresos, o se ven forzados a incursionar en el mercado informal.

El turismo es quizá el nuevo metal precioso en esta versión contemporánea de la fiebre del oro, por la simple razón que los turistas son en todo momento consumidores y “[el turismo] es una actividad que puede pagar mucho más que otros usos del suelo y otras actividades económicas” (Delgadillo, 2014). El turismo que es ahora más accesible gracias a las múltiples y diferentes ofertas de hospedaje y los vuelos de bajo costo, se ha promocionado como una de las metas en la vida, como aquello realmente significativo en esta realidad consumista, como una alternativa para escapar al sinsentido o al consumo vacío. Los *slogans* venden el viajar como una experiencia que no tiene precio e, indirectamente, se ha posicionado como un símbolo de estatus económico. Bombardeados con estas concepciones, los viajeros están dispuestos a pagar bastante para obtener “aquello que no tiene precio” y si se toma en cuenta que las estancias son relativamente cortas y tienen la predisposición a hacer un gasto extraordinario, son capaces de derrochar grandes cantidades de dinero. Toda zona que tocan, se encarece. No es sorpresa, entonces, que el turismo sea una fuerza mayor detrás de la gentrificación (García Herreta *et al.*, 2013) . Los viajeros tienen el poder adquisitivo para pagar cantidades elevadas por un periodo corto de tiempo, no obstante, los habitantes recorren las calles diariamente, usan los transportes, comen, compran y pagan alquiler, no hacen gastos extraordinarios, sin aquellos necesarios para vivir día a día por lo que, las zonas acostumbradas a las rentas que deja el turismo resultan imposibles para habitar.

La ciudad habitable es opuesta a la ciudad turística que se convierte, poco a poco, en un parque temático gracias a la combinación entre las demandas turísticas y las estrategias de la oferta, la ciudad turística no es habitable, al menos no con el modelo que predomina

actualmente. Esta negación no solamente se debe al fenómeno de gentrificación, el turismo trae consigo otros problemas que se explican por la oposición ontológica entre el turista contemporáneo y el habitante. Para tratar de esclarecer el punto anterior, traigo a cuenta nuevamente las reflexiones de Martin Heidegger y la afirmación *El humano es aquel que tiene como primera condición el habitar* (Heidegger, 1997) y las cuestiones principales para ese habitar son cercanía y preservar. El habitante crea la ciudad, la habita al estar cerca y la preserva.

En contraste, está el turista que como apunta Palous siguiendo a Bauman, es aquel que **“consigue la proeza de no pertenecer al lugar que visita: <<el suyo es el milagro de estar dentro y fuera al mismo tiempo. Los turistas mantienen las distancias e impiden que las distancias se reduzcan hasta convertirse en proximidad>>”** (Palous, 2006, p. 18). El turista no preserva, consume y mantiene siempre una distancia con respecto a lo que visita. Esto deriva en una disolución de la ciudad: “un barrio con turistas no crea lazos sociales, no reivindica equipamientos ni elabora una conciencia política. Y no solo pierden las personas, sino también los barrios: el turista ni se compromete ni cuida el barrio, ni reivindica equipamientos y espacios públicos, ni se solidariza, ni usa las papeleras, ni recicla, ni ahorra agua. No aporta nada a la ciudad donde reside ocasionalmente y, sin embargo, ocupa el lugar de un vecino real” (Montaner y Muxí, 2013, p. 144). La gentrificación producida por el turismo tiene el potencial de terminar con la ciudad habitable para crear una especie de parque temático, donde las diferencias que paradójicamente son la principal atracción, comienzan a diluirse poco a poco gracias a las tendencias de la demanda: se busca que la particularidad, la atracción principal, se encuentre enmarcada dentro de pautas homogéneas como cadenas de restaurantes, tiendas internacionales, cafeterías, hoteles, en fin sitios reconocibles que den una sensación de familiaridad y seguridad a los visitantes.

II

Pueblos Mágicos

En 2001 se crea el concepto “Pueblo Mágico” como una estrategia para el desarrollo turístico, orientada a estructurar una oferta turística complementaria y diversificada hacia el interior del país, basada fundamentalmente en los atributos históricos y culturales de localidades singulares (DOF, 2014). Por medio de subsidios, se pretendía contribuir a mejorar la infraestructura, los servicios y movilidad turística.

Según las diferentes fuentes (evaluaciones, Reglas de Operación, memorias e incluso artículos en páginas oficiales) Pueblo Mágico se define como Localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historias, hechos trascendentes, cotidianidad, y que emana en cada una de sus manifestaciones socio culturales, significando una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico; y que, a través del tiempo y ante la modernidad, ha conservado su valor y herencia histórica cultural y la manifiesta en diversas expresiones a través de su patrimonio tangible e intangible irremplazable y que cumple con los requisitos de permanencia (Sectur, 2008).

Inicialmente se consideraron treinta poblados con el fin de revalorar sus atributos históricos, manifestaciones socio culturales, mejorar la imagen urbana y conjuntar esfuerzos para conformar alternativas turísticas para los visitantes nacionales y extranjeros (Sectur, 2008). Actualmente existe 121 nombramientos, quizá los más emblemáticos son San Miguel de Allende, San Cristóbal de las Casas, Oaxaca, Cholula, Taxco o Valle de Bravo, los cuales cuentan con subsidios federales para la mejora de la imagen, infraestructura y los servicios

urbanos con acciones como rehabilitación de pisos, guarniciones y camellones; mejoramiento y renovación de plazas cívicas, recuperación de espacios y fachadas; mejoramiento de los accesos a las localidades; conducción eléctrica subterránea; así como rehabilitación de sitios de interés turístico, creación de equipamiento turístico como senderos y andadores, señalización, áreas de recepción e información, estacionamientos y sanitarios públicos.

Mapa 4. Pueblos Mágicos



Fuente: elaboración propia

Hasta este punto el programa se plantea como una política turística con objetivos claros: aumentar y fortalecer la oferta turística. Las acciones se plantean en concordancia con dichos fines: mejoramiento de la imagen urbana, fortalecimiento de la movilidad y los servicios turísticos, etc. No obstante, conforme transcurren los años, se atisvan las

dimensiones sociales y sustentables que pretende ser insertadas en un programa con visión puramente económica. En las Reglas de Operación del 2014 el programa se define como “desarrollo turístico integral para Localidades que en un diferente nivel de desarrollo, organizan diversas acciones de carácter económico, social y ambiental con el propósito de mejorar las condiciones de vida de una localidad turística” (DOF, 2014). Cabe destacar que el objetivo migra de “creación y fortalecimiento de la oferta turística” al “mejoramiento las condiciones de vida de una localidad turística”, cuestión que se refuerza con la descripción de 2008 la cual menciona las acciones de mejoramiento de la imagen urbana pero como un medio para lograr un “cambio de actitud” en las comunidades locales, las cuales “más disfrutan y aprovechan las nuevas condiciones del lugar. (Sectur, 2008). Incluso, en la ficha técnica de evaluación de 2017, se traen cuenta objetivos como “elevar el nivel de bienestar” de las comunidades locales (Sectur, 2017).

La inclusión de las perspectivas introducidas por los Objetivos de Desarrollo Sostenible comienzan a observarse en las reglas de Operación y otros documentos descriptivos. Este cambio de perspectiva es elogiado, no obstante, en lugar de reformular el programa para enfocarlo tanto en promover el desarrollo de las comunidades como fomentar un turismo sustentable, solamente se insertaron las frases necesarias en los objetivos y descripciones, y las metas y estrategias correspondientes en los antecedentes, sin modificar sustancialmente el ámbito de acción. Por lo que el programa se encuentra dividido entre sus objetivos teóricos que son “fomentar el desarrollo sustentable de las localidades poseedoras de atributos de singularidad y autenticidad, a través de la puesta en valor de sus activos, representados en una marca de exclusividad y prestigio teniendo como referencia las motivaciones y necesidades del viajero actual” (Sectur, 2018, p. 3) con la operación real que

se enfoca solamente en estrategias y mejoras para fomentar el turismo. La presente investigación se centrará en esta dicotomía del planteamiento del programa.

En teoría, esta iniciativa fomentaba un turismo sustentable acorde con la Agenda 21 para la Industria de Viajes y Turismo (Llanes Gutiérrez, 2009), enfocado en la oferta cultural y ecoturismo, sin embargo, las acciones se dirigían a presentar los atributos de las poblaciones en un marco universalmente comprensible, atractivo para el turismo nacional e internacional y, como se mencionó anteriormente las principales inversiones se enfocaron en sentido del embellecimiento de las calles y edificios, recuperación de monumentos o atractivos singulares y mejora de los accesos, lógicamente en las zonas con atractivos turísticos, generalmente en los primeros cuadros del centro.

Con ello, supuestamente se fortalecería la economía local, que en la mayoría de los casos se encontraba en crisis debido a la desaparición de las actividades económicas originarias, y, por ende, mejoraría la calidad de vida de sus habitantes, generalmente indígenas. No obstante, como se expuso en la primera parte, estas renovaciones invitaron no sólo a inversionistas, sino extranjeros atraídos por el encanto del pueblo los cuales, con un poder adquisitivo mayor, comenzaron a habitar en los polígonos intervenidos. Para cumplir con la demanda del turismo extranjero, llegaron también los hoteles boutiques, los restaurantes de lujo, los bares y centros nocturnos que ocuparon los mejores sitios dentro de la ciudad, tanto por arquitectura como situación, es decir, se volvieron ejemplos de gentrificación extremadamente visible gracias a los contrastes étnicos entre los habitantes originarios y los recién llegados. Si bien la población indígena sigue estando presente en la fotografía, finalmente es uno de los atractivos turísticos, fueron expulsados a las periferias y se dedican al mercado informal (venta de artesanías y otros productos en puestos improvisados en los principales puntos turísticos), promoción de sitios o tours, etc., o a ser

“servidumbre en sus anteriores propiedades” (Llanes Gutiérrez, 2009), mientras que los niños mercantilizan su edad y condición, al caminar de establecimiento en establecimiento con un par de productos, artesanías o simplemente mendigando, los casos más representativos son quizá San Miguel de Allende y San Cristóbal de las Casas.

Este Programa surge para crea alternativas a los destinos mexicanos promocionados en las décadas anteriores y que tuvieron consecuencias nefastas gracias al *overturism*, lugares que, al perder sus encantos naturales, comenzaron a decaer. La diversificación de la oferta turística fue entonces una estrategia que, en adición tenía la ventaja de, en teoría, ofrecer un impulso económico a la comunidad. No obstante, no escaparon al modelo del turismo actual, el cual espera “una experiencia única”, incluso no turística, en el caso de los pueblos mágicos pero que, no obstante, cumpla con ciertos parámetros. Lo que ocurre es que los turistas no son ya viajeros o exploradores, sino consumidores de imágenes. Llegan a los sitios a la espera de aquello que ya conocen, aquello han visto con anterioridad “se ha creado un imaginario turístico de esa porción de la ciudad y el turista viene a corroborar ese imaginario” (Llanes Gutiérrez, 2009, p. 9). Las ciudades se han convertido en colecciones de imágenes y se han popularizado ciertos destinos que “contiene los deseos y

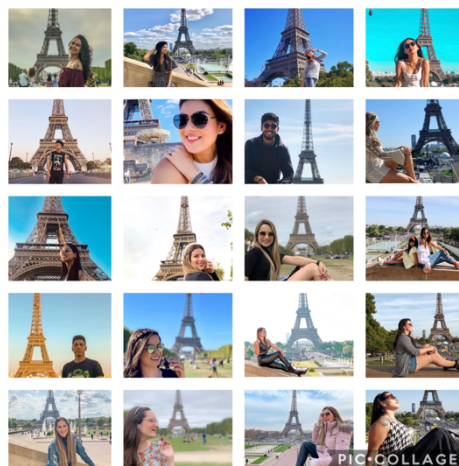


Imagen 1. #París.

Si se busca en Instagram esa etiqueta, aparecen grandes cantidades de fotografías con patrones fácilmente reconocibles, lo que da la sensación de que los turistas arriban con una imagen preconcebida y, a la vez, al subir su propia imagen ayudan a perpetuar este imaginario.

Fuente: elaboración propia con imágenes de Instagram

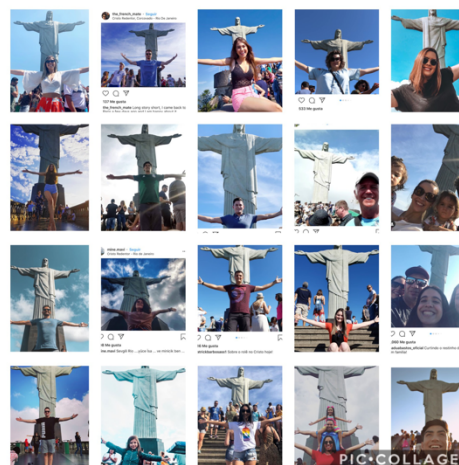


Imagen 2. #Rio

Lo mismo ocurre en el Corcobado, donde la gente acude a fotografiarse imitando la posición del Cristo.

Fuente: elaboración propia con imágenes de Instagram

las expectativas construidas a priori del viaje turístico, así como una serie de imágenes estereotipadas sobre el destino que de una u otra forma el viajero deseará corroborar” (Palous, 2006, p. 17). Ello implica un vaciado de significado que es “la preparación de un espacio urbano para su consumo inmediato en forma de turismo” (Benach, 2009, p. 12). Imágenes que pautan la forma del turismo, tanto por los sitios a visitar como la forma de hacerlo. Por ello, ahora se habla del *overturism* y la llegada masiva de visitantes que esperan para tomarse una “selfie” con el ícono estrella del destino.

Los turistas vienen a ver «lo que hay que ver», esos puntos de las guías turísticas marcados como saturados de poder evocador y de valores simbólicos [...] Por otra parte, el turista no espera en realidad nada nuevo, nada que no sea demostrarse sí mismo y a quienes muestre luego los testimonios de su desplazamiento, quede veras existe todo aquello que antes le enseñaron las películas, los reportajes televisivos, las revistas de viajes, los libros ilustrados, los prospectos de promoción (Delgado, 2007, p.4).

De ahí la estrategia de colocar los nombres de los Pueblos como esculturas de tamaño considerable con colores vivos que funcionan como lo emblemático del lugar, aquello que ofrece pruebas sencillas de la estadia ahí, a la vez, que crean deseo en los observadores de las redes sociales. Estas letras gigantes son la prueba sensible de la conversión de los pueblos en mercancía, son ellas mismas un “mero logotipo o marca capaz de atraer a ese turismo ávido



Imagen 3. Pueblos Mágicos
Los nombres para *selfies* se han vuelto el sello de los Pueblos Mágicos.
Fuente: elaboración propia con imágenes de Instagram

de emociones y sensaciones que las agencias les han vendido y las guías de promoción le han anticipado en tanto que *culturales*” (Delgado, 2007, p.5). La creciente industria del turismo recuerda al arte contemporáneo y la especulación que la rodea. Sin pretensión de generalizar, los “artistas” más valorados actualmente (Koons, Hirst, Kusama, entre otros) se han dedicado a hacer obras de fácil consumo que generalmente son escenarios para “selfies”, ya sea con fondos atractivos o superficies reflejantes, que permiten a los visitantes hacer constatar en sus redes que estuvieron ahí. A esto el crítico de arte Antonio García Villarán lo nombró “*hamparte*” (de *hampa* y *arte*) para señalar este fenómeno que ocurre como consecuencia de la mercantilización del arte y la necesidad de consumo “cultural” de fácil digestión. Esto mismo ocurre con las ciudades que el turismo ha convertido en una serie de imágenes de postal, donde lo único que cambia son los rostros que aparecen y las manos que sacan la *selfie*. Lo mismo que el *hamparte* que ha vaciado de sentido las piezas artísticas, la industria del turismo ofrecer el patrimonio al mejor postor.

Los estadounidenses son quizá los expertos y los que marcaron pautas en esta industria, tanto como comerciantes como por los turistas que, acostumbrados a estas experiencias, demandaron su globalización. Así, para crear una ciudad turística debe existir una cultura particular, la razón que la vuelve atractiva, pero que sea capaz de enmarcarse una serie de pautas homogéneas, que conserve su encanto cultural pero que posea todas las características de comodidad que se espera. Esta misma razón es la que ha popularizado los *cruceros*, con todas las comodidades y actividades necesarias para disfrutar de unas vacaciones y, que a la par, permite visitar de manera superficial los puertos donde atraca. Lo mismo ocurre con los autobuses, generalmente rojos de dos pisos, que llevan a los visitantes a los puntos más emblemáticos de las ciudades.

El ejemplo más significativo de ello es Las Vegas, una ciudad construida como parque temático, *Disney* para adultos, donde las atracciones se encuentran casi todas en una calle con una distancia caminable que tras cumplir con las fotos reglamentarias, se dedican al consumo. Es el claro ejemplo del comportamiento del turista que desea una ciudad para ser consumida “para que los visitantes hagan con ella lo que quieran, incluso olvidando las férreas normas de conducta de sus países de origen” (Montaner y Muxí, 2013, p. 152).

Este turismo incita a la oferta a jugar con sus cartas para crear escenarios de fácil consumo con el fin de satisfacer las expectativas del público. En los Pueblos Mágicos las intervenciones, que en teoría trataban de apuntalar la identidad de cada pueblo, buscaron una belleza comercial y crearon una especie de estandarización, lo cual provocó que los pueblos, cuya importancia residía en sus particularidades, luzcan similares “nada más parecido aun centro histórico museificado que otro centro histórico museificado. Por mucho que los edificios y monumentos principales sean distintos, uno siempre tiene la impresión de pasear por las mismas callejuelas llenas de los mismos establecimientos para turistas y, por supuesto, de los mismos turistas” (Delgado, 2007, p.4).



Imagen 5. “Diferentes” Pueblos Mágicos
Se han popularizado las imágenes que aspiran a lo artístico al utilizar las coloridas calles de los Pueblos Mágicos en una perspectiva que crea una repetitiva composición que, gracias al punto de fuga, resalta al personaje en el centro. Con ello podemos nuevamente ver que los turistas acuden con un imaginario en mente y que el pueblo particular en realidad no importa, siempre que aporte escenarios adecuados para las fotografías deseadas.
Fuente: elaboración propia con imágenes de Instagram

La manufactura de dichos espacios es consecuencia de la cultura del espectáculo que tiene como mayor aliado a las imágenes, concepto clave para entender los fenómenos urbanos actuales y que tanto Juhani Pallasmaa como Manuel Delgado, Francesc Muñoz e incluso Martin Heidgger advierten. En el texto “La época de la imagen del mundo” el filósofo alemán

explica la inexistencia de una “imagen del mundo medieval” que luego se convirtiera en “moderna”, sino que el hecho de que el mundo pueda ser imagen es señal de la modernidad (Heidegger, 1938). Esta cuestión marca un parteaguas en las relaciones que tenemos con el mundo debido a la escisión del sujeto y el objeto. Que el mundo devenga imagen implica principalmente dos grandes cuestiones 1. distancia con el sujeto, lo cual explica el vaciado de significado de los espacios puesto que se aniquila la conexión entre hombre y espacios, para dar paso a un observar del sujeto hacia el objeto. 2. El mundo se convierte en objeto y, en el marco capitalista en el que nos encontramos, ello significa objeto de consumo.

Ambos puntos explican los fenómenos por los que atraviesan los espacios públicos y las ciudades en general. Estos que originalmente se presentaban como espacios vivos, cada vez más se convierten en imágenes gracias a que ahora su razón de ser es el consumo, el ocio y, en el caso de los lugares más emblemáticos y los centros Históricos, el turismo. Lo importante no son las relaciones o los vínculos que inauguran un lugar, las relaciones espaciales, culturales y sociales son irrelevantes, son “paisajes reducidos a solo una de las capas de información que lo configuran, la mas inmediata y superficial: la imagen. (Muñoz, 2014)” De esta manera, a pesar de que los lugares no pueden ser replicados, como apunta Muñoz, el consumo ni siquiera es ya de los espacios, sino de las imágenes las cuales pueden ser fácilmente reproducidas y, por ende,

[...] simplificados a través de su imagen, los paisajes no solo pueden ser recreados sino, en realidad, también creados. Se pueden así calcar las casas típicas de la Boca de Buenos Aires o de Nueva Orleans y replicarlas en cualquier centro comercial del mundo. Es posible simular los tejados, ventanas y celosías de las ciudades islámicas repitiéndolos por doquier en mil y una urbanizaciones de verano o en *resorts* turísticos

del sur de Europa. Es fácil así seleccionar los elementos visuales más pintorescos de los centros históricos mediterráneos, como los tonos de color de las fachadas, las puertas de madera e incluso sus espacios públicos, y clonarlos en otros centros históricos (Muñoz, 2014).

Y es así como “[en los Pueblos Mágicos] los edificios son ornamentados generalmente con motivos barrocos, estilo tomado como sinónimo de historicidad, de lo auténtico, lo nacional, aunque en ese espacio jamás hayan existido este tipo de elementos, eso no importa siempre y cuando sea seductor para el turista” (Rojo Quintero y Llanes Gutiérrez, 2009, p.10). Los espacios se convirtieron en simulación de ellos mismos al acoplarse al ideal de autenticidad y de lo “tradicional mexicano” para atraer a turista que “busca sobre todo lo falso, paradójicamente presentado como lo verdadero” (Delgado, 2007, p.4).

Surgen así los espacios vaciados, pues no contienen en el entramado de relaciones que los hicieron surgir originalmente y, por ende, las significaciones; dislocados, gracias a la capacidad de existir independientemente del lugar y atemporales. Dicho fenómeno se produce globalmente y deviene en la disolución de los lugares. Si recordamos a Heidegger, el hombre habita como primera condición y en consecuencia, construye. Este construir no es un mero erigir edificios, sino la inauguración de lugares gracias a la capacidad de traer las cosas a la cercanía, de co-locarlas y ponerlas en relación. Nos enfrentamos actualmente a la imposibilidad de crear lugares debido a la “falsedad” de los proyectos que se derivan de los objetivos comerciales, los espacios públicos derivaron en espacios de ocio con características que logran respuestas psicológicas específicas y que terminan por dejar a los sujetos en estados de anestesia (contrarios a la estética). Nos encontramos en un punto donde se crean espacios altamente atractivos pero sin contenido real, simulaciones, puestas en escenas,

meras imágenes, construcciones que apelan a las cualidades formales y sensoriales y sepultan las vitales.

En este punto convergen los tópicos tratados en capítulos anteriores (belleza y habitar) y se erigen las preguntas de la presente investigación que indagan sobre la diferencia entre el embellecimiento, que se plantea como una necesidad capital en los espacios humanos, y una estetización de los espacios con fines comerciales que da paso a una tematización de las ciudades, lo que Manuel Delgado describe como centros urbanos “a la manera de escenarios teatrales sin vida real, en los que el turista *cultural* puede contemplar lo que ya no es sino un mero simulacro de ciudad, ciudades sin pasión, lo que es lo mismo, ciudades sin ciudad” (Delgado, 2007, p.1)

Observamos, así pues, un tipo de urbanización banal de las ciudades y el territorio, en el sentido de que se puede repetir y replicar en lugares diferentes con relativa independencia del *locus* concreto. Más que de urbanización podemos hablar entonces de *urbanización*: los espacios públicos son utilizados como “playas de ocio”; se establecen programas de seguridad y vigilancia urbana de manera estandarizada; se desarrolla un consumo de la ciudad “a tiempo parcial”, en función de la importancia que llegan a tener las poblaciones temporales y visitantes; (Muñoz, 2014).

Por lo anterior, se puede afirmar que los parámetros que guían las intervenciones en específicamente en el programa de Pueblos Mágicos, fueron impuestos desde ideales e imaginarios extraños a los habitantes y los lugares, por lo que a pesar de que el resultado fueron centros (o cuadros enteros) extremadamente pintorescos, no puede hablarse de un embellecimiento del entorno o simplemente de belleza, sino una simulación en una cultura

del espectáculo que tiene como herramienta la estética para producir lo agradable. Son sitios comparables con los pabellones culturales del parque *Epcot Center* de Disney en Florida, cuyo objetivo es ser mercancías, no ciudades, el propósito es el consumo y no el habitar.

A este fenómeno en el ámbito de la arquitectura Juhani Pallasmaa lo llama “hiperestetización” (Cf. Pallasmaa, 2002). Según el arquitecto finlandés “con el fin de llamar la atención y facilitar una seducción instantánea, cada vez más el arte de la arquitectura se convierte en una mera fabricación de imágenes estetizadas que carecen de raíces en nuestra experiencia existencial” (Pallasmaa, 2002). Llamar hiperestetización al proceso por el que atraviesan los Pueblos Mágicos para obtener este título es un excelente recurso para diferenciarlo de un proceso de embellecimiento y recuerda al término acuñado por Francesc Muñoz (2014) *urbanización*. No obstante, este segundo es un fenómeno más amplio que describe el proceso que sufren las ciudades y los espacios que al volverse imágenes pueden ser replicados y repetidos para convertirse en meros espacios de ocio. Aunque hiperestetización apunta al mismo fenómeno, se enfoca en la parte estética, en la parte que la “belleza” juega en el proceso de urbanización y, por ende, nos parece más útil para utilizarlo en el par “belleza plena” (o simplemente belleza) e hiperestetización.

Con base en todo lo anterior, proponemos examinar de primera mano lo que ocurre en los denominados Pueblos Mágicos para observar si las intervenciones fueron meramente *urbanización* o *hiperestetización*, qué consecuencias (negativas o positivas) traen para el habitar y realizar una aproximación a la diferencia que existe con una belleza plena.

Los punto importante a explorar son los conceptos que los habitantes de Cholula y Tepoztlán relacionan con calidad de vida y belleza, así como las percepciones sobre puntos claves en estos mismos tópicos y el turismo para entender qué fenómenos ocurren en el pueblo y el papel que juegan en el habitar los factores antes mencionados. Dichos elementos

fueron plasmados en una entrevista base para un estudio cualitativo, que tiene como fin conocer las opiniones de los expertos en el habitar de los pueblos, es decir, aquellos que moran en el ser cotidiano de los lugares.

Caso de estudio

**El impacto de las intervenciones
estéticas en los “Pueblos Mágicos”**

I

Resultados

En el periodo de diciembre de 2019 se visitó Tepoztlán y Cholula, en cada sitio se se entrevistaron a once personas, todas ellas con tiempos mayores a diez años de habitar en el pueblo (aunque fuera en diferentes periodos). En lo que respecta a Tepoztlán, siete de ellos son pobladores originales, personas que nacieron en el pueblo y cuya familia ha vivido ahí siempre; y cuatro son originarios de la Ciudad de México y se mudaron al pueblo en busca de una mejor calidad de vida. El promedio de edad de los entrevistados fue de 44 años, con la más joven de 16 y el mayor 75, todos ellos mexicanos.

En Cholula, se invirtieron los números, cuatro de los entrevistados son pobladores originales y siete foráneos, cuyo origen se divide entre pueblos cercanos y la Ciudad de México; el promedio de edad es diez años mayor que en Tepoztlán y la mayoría fueron mujeres entre 40 y 68 años. Diez de ellos tienen periodos mayores de diez años de habitar en Cholula, exceptuando un caso cuyo tiempo excede apenas el lustro. Muchos de ellos se negaron a dar sus apellidos y, en algunos casos, su nombre pero accedieron a realizar la entrevista.

I.I Calidad de vida

En esta sección se pretendió examinar alguna variables relacionadas con calidad de vida, como seguridad, tranquilidad, limpieza, silencio y costo de vida, con el fin de establecer la importancia de estos elementos en la valoración general sobre calidad de vida.

Los resultados son similares en ambos poblados. Se detectan opiniones opuestas que generalmente se relacionan con el lugar de nacimiento. Las personas originarias tienden a percibir cambios negativos que influyen en las variables antes mencionadas, mientras que los foráneos, al tener en su mayoría la referencia de la Ciudad de México, tienen una percepción más favorable.

Gráfico 1. Tepoztlán
Percepción de seguridad

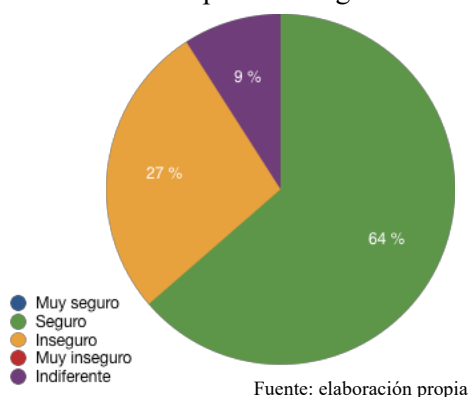


Gráfico 2. Cholula.
Percepción de seguridad

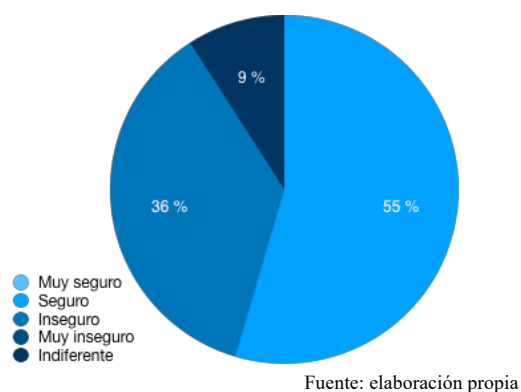


Gráfico 3. Tepoztlán
Percepción de tranquilidad

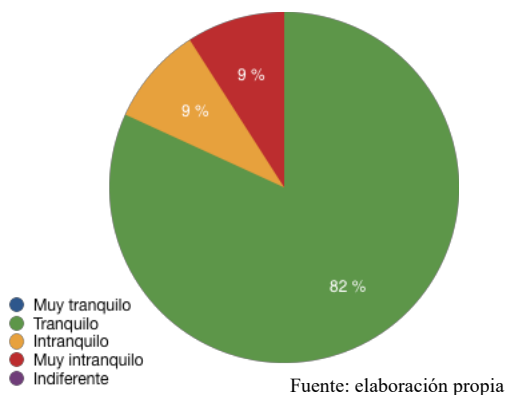
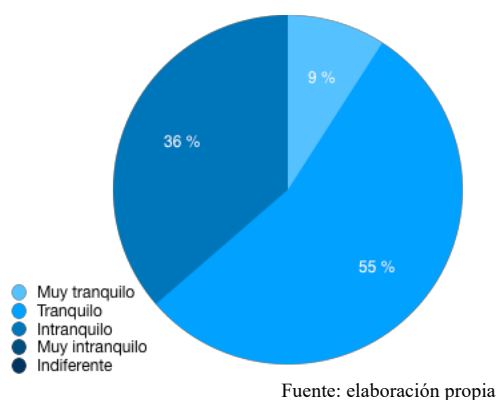


Gráfico 4. Cholula.
Percepción de tranquilidad



En lo que respecta a tranquilidad y seguridad, la percepción general en ambos lugares es un término medio que aún tiende hacia lo positivo, aunque la mayoría advierte que mientras que hace unos años se consideraban extremadamente seguros y excepcionalmente tranquilos,

gracias al aumento tanto de turistas así como de habitantes, comienzan a verse señales de alerta en ambas dimensiones. En Tepoztlán se advierte que el tráfico ya no sólo es en fin de semana, sino existen congestionamientos vehiculares no producidos por turistas y cada vez es más frecuente escuchar sobre asaltos a casa habitación e incluso secuestro.

En Cholula, los habitantes originarios observan como sus barrios se transforman con el cambio de propietario de las casas vecinas. Mientras hace unos años los cholultecas eran una comunidad bastante cerrada y vender sus propiedades resultaba impensable, gracias a los encantos del Pueblo las ofertas por las viviendas y predio ha aumentado en cantidad y calidad y la venta es ahora algo frecuente. La desaparición paulatina de la comunidad debido a la llegada de nuevos residentes, genera el desconocimiento de los nuevos vecinos y deviene en la percepción de la disminución de seguridad y tranquilidad —La gente de fuera lo hace inseguro— platica una residente de 40 años, nacida en el pueblo, desde el umbral de su casa en San Pedro Cholula, (Cholula, 6 de enero de 2019).

Gráfico 5. Tepoztlán
Percepción de limpieza

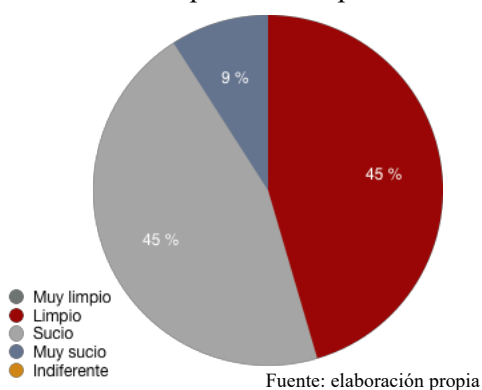
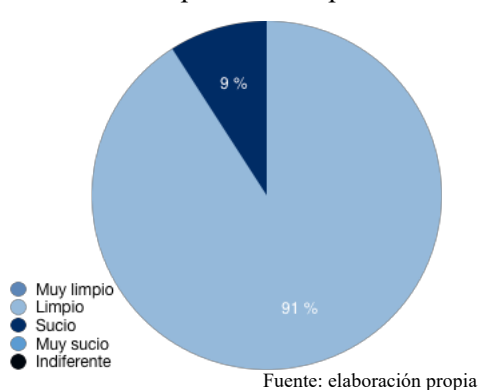


Gráfico 6. Cholula
Percepción de limpieza

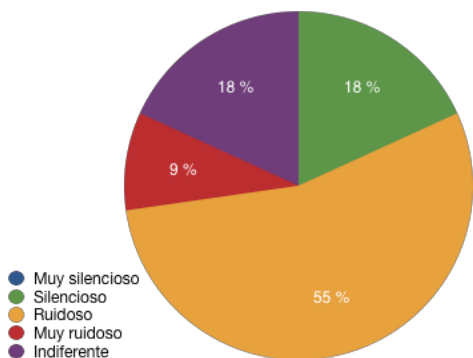


La diferencia en la percepción de la limpieza es síntoma de una imagen externa distinta. En Tepoztlán se creó un producto que se vendió a sí mismo como lugar de

vacaciones y fiesta. Por ende, el turismo varía entre excursionistas provenientes de la Ciudad de México que arriban en busca de los bares con vista privilegiada y los puestos de bebidas alcohólicas que alternan con los de artesanías; y aquellos que buscan una residencia de fin de semana. En consecuencia, el fin de semana deja tras de sí restos de fiesta que se han convertido en la realidad tepozteca —Av. Del Tepozteco es pura bebida, hay mucho desorden, gente peleando— dice la señora Olivia, residente originaria (Tepoztlán, 15 de diciembre de 2019).

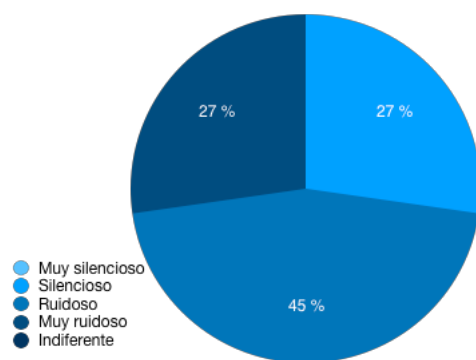
En cambio, Cholula se caracteriza por ser una ciudad con encantos de pueblo que, gracias al tamaño, tiene una oferta variada, existe la zona estudiantil donde predomina la fiesta, pero también vende tranquilidad, seguridad y accesibilidad, por lo que el proceso que comienza a brillar es la gentrificación. Los turistas no impactan tanto en la vida cotidiana puesto que se limitan a ciertos cuadros (sobre todo la pirámide y sus alrededores inmediatos) razón por la cual la basura no es un problema, aunque el aumento de la contaminación en el aire es alarmante y curiosamente no fue tópico importante para los residentes.

Gráfico 7. Tepoztlán
Percepción de contaminación auditiva



Fuente: elaboración propia

Gráfico 8. Cholula
Percepción de contaminación auditiva

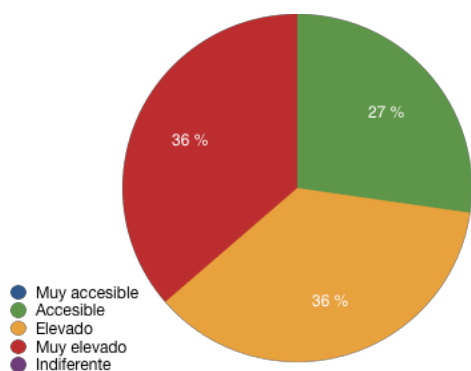


Fuente: elaboración propia

En las gráficas anteriores podemos observar otro elemento importante en lo que a calidad de vida respecta. La contaminación auditiva tiende hacia el lado negativo en ambos lugares, no obstante, al igual que en el indicador anterior, la razón es distinta. En Tepoztlán, el aumento del ruido se asocia al tipo de turismo que reciben y la oferta que ha surgido, es decir, que si bien las personas acuden por el encanto natural, es un turismo étlico que ha hecho crecer la oferta, no sólo de bares o locales establecidos, principales emisores de ruido, sino incluso puestos en el mercado o en los andadores, que venden litros de bebidas alcohólicas para llevar. Esto implica múltiples turistas en las calles con bebida en mano. La basura y el ruido no son más que una consecuencias. De igual manera, se realizan fiestas o festivales los fines de semana que llevan el ruido a zonas residenciales.

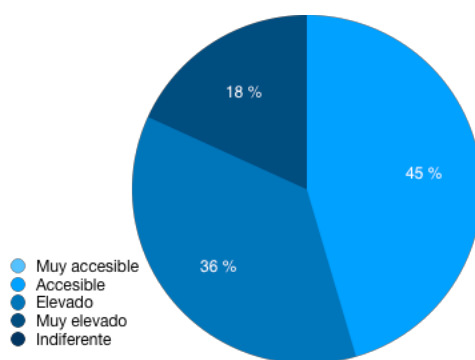
En cambio, en Cholula el ruido se debe a los propios pobladores y las tradiciones puesto que casi diariamente hay algo que celebrar y en honor se lanzan cohetes (fuegos artificiales) o se realizan fiestas aún en las calles o en otros espacios públicos del pueblo, “somos muy ruidosos” es una de las respuestas más comunes entre los pobladores originales. Mientras que en Tepoztlán el ruido es una consecuencia de los turistas, en Cholula es aún indicador de la permanencia de las tradiciones y ritos.

Gráfico 9. Tepoztlán
Percepción de costo de vida



Fuente: elaboración propia

Gráfico 10. Cholula
Percepción de costo de vida



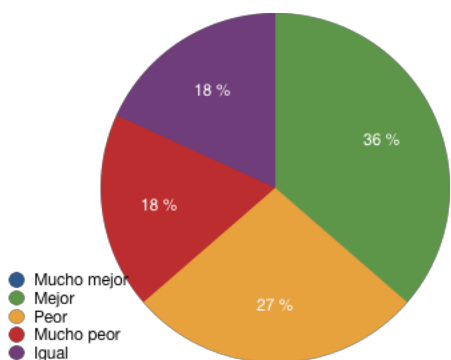
Fuente: elaboración propia

Las similitudes en las tendencias de ambos sitios se mantiene constante también en la percepción del costo de vida. En ambos lugares el precio ha aumentado drásticamente. Puede observarse una mayor tendencia hacia lo “elevado” o “muy elevado” en Tepoztlán que en Cholula, esto se debe a que esta percepción se relaciona con el lugar de origen y en Cholula una gran cantidad de encuestados indicaron haber vivido anteriormente en la Ciudad de México. Esto provoca que, en comparación, los precios del pueblo se consideren accesibles. Este es justamente el tipo de situaciones que traen consigo los foraneos y devienen en gentrificación, los precios aumentan puesto que los nuevos habitantes se acostumbraron a precios elevados en su lugar de origen, mientras que los habitantes originarios encuentran sus espacios cada vez más inaccesibles.

En Tepoztlán la situación incluso para los habitantes no originarios es grave. Quizá el cambio más notorio que ha sufrido el pueblo gracias al programa es el costo de vida, salvo un par de personas que lo consideran “accesible”, el resto reconoce que los precios se han incrementado notoriamente en todos los aspectos, no sólo en terrenos o propiedades, sino en los productos en general debido a las políticas que se implementaron posteriormente al reingreso del pueblo al programa. Se refieren al endurecimiento de las leyes contra los vendedores informales. Anteriormente los agricultores de pueblos aledaños acudían a Tepoztlán como centro de comercio, lo que proveía a los habitantes de productos frescos y baratos. Las políticas contra el comercio semifijo y ambulante provocaron que Tepoztlán dejara de ser el punto de reunión del comercio local, actualmente se prohíbe este tipo de venta y solamente los lugares consignados (como el mercado) tienen permitida la venta. El costo de los locales o permisos, aunado al arribo de turistas han provocado el aumento de los precios, los entrevistados comentan que si salen del pueblo, pueden conseguir productos casi tres veces más baratos que en el mercado de local.

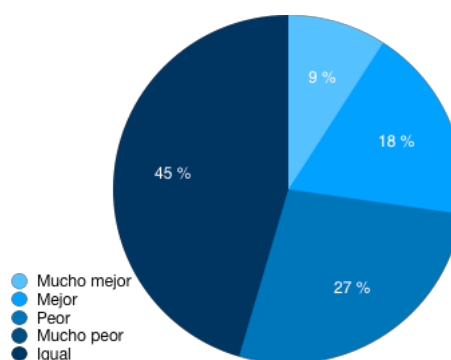
La diferencia entre ambos es quizá el tamaño de la localidad pues en Tepoztlán la influencia del turismo, si bien tiene su punto más álgido en la calle *Del Tepozteco* y sus alrededores, se extiende también hacia las zonas residenciales con las casas de fin de semana y al ser un poblado pequeño, la dinámica de la vida diaria se yuxtapone con la del turismo. Por el contrario, Cholula no es siquiera considerado pueblo. Ambas localidades, dentro del programa *Pueblos Mágicos* están sufriendo cambios pero los fenómenos dominantes son distintos. Tepoztlán está gravemente turistificado, mientras que en Cholula comenzamos a divisar inicios de gentrificación, lo cual se deja ver en la percepción de la calidad de vida que se muestra en las siguientes gráficas:

Gráfico 11. Tepoztlán
Percepción de la variación
de la calidad de vida



Fuente: elaboración propia

Gráfico 12. Cholula
Percepción de la variación
de la calidad de vida

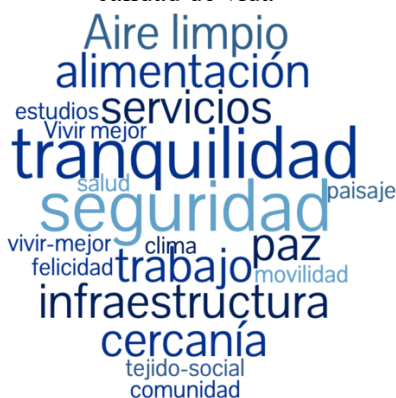


Fuente: elaboración propia

En Tepoztlán casi la mitad de las personas opinan que la calidad de vida ha disminuido, estas declaraciones se distribuyen tanto en nacidos en el pueblo como foráneos y las causas se vislumbran en las variables anteriores, en tipo de turismo que recibe y a las políticas impuestas, como la prohibición del ambulante que deriva en un aumento en los precios y un descenso en la calidad de los alimentos. En cambio, en Cholula la percepción dominante es que la calidad de vida se mantiene igual, cuestión que mantiene una coherencia con las

demás categorías y con el tipo de personas entrevistadas, es decir, en una muestra donde aleatoriamente predominaron personas que arribaron en edad adulta.

Gráfico 13. Conceptos relacionados con calidad de vida



Fuente: elaboración propia

Las palabras relacionadas con calidad de vida son similares en ambos poblados. Se puede ver como tranquilidad y seguridad dominan el panorama, cuestiones que ayudan a vislumbrar por qué los habitantes originarios son los que más tienden a identificar el descenso en la calidad de vida, al sentir que el tránsito de los foráneos trae consigo demasiado movimiento que se traduce en intranquilidad e inseguridad. No obstante, aunque tuvieron un menor número de menciones, trabajo, servicios e infraestructura parecen pesar bastante en el imaginario social y muchas veces inclinan la balanza a favor de la mejora en la calidad de vida. En el caso de Tepoztlán es más visible el peso de la economía en la valoración, pues si bien la mayoría reconoce como la turistificación ha producido cambios en el ambiente, como contaminación de los ríos y la falta de agua, también detectan que la mayoría de los habitantes trabajan en algo relacionado con la industria (restaurantes, bares, venta de souvenirs, hoteles, etc.) por lo que sus ingresos son relativamente estables y una razón importante a considerar.

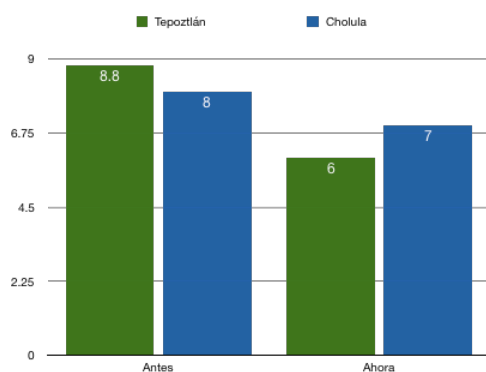
Cholula tiene una dinámica completamente distinta pues su dependencia al turismo es considerablemente más baja y, como se dijo anteriormente, la gentrificación es más dominante que la turistificación por lo que las opiniones se dividen drásticamente entre los originarios y los nuevos habitantes. Existe un caso que se destaca y es la única respuesta “mucho mejor” que ocurrió en Cholula. Resulta interesante para el análisis propuesto en la investigación puesto que se trata de una mujer de 42 años, nacida en el pueblo y con discapacidad. Ella a pesar de detectar la inseguridad creciente y otros problemas no duda en afirmar que se ha beneficiado de los cambios ocurridos en el Pueblo. Esto se debe a la infraestructura que “garantiza” el acceso universal, uno de los puntos actuales de los programas gubernamentales. Para ella esto implica una mejora en la vida diaria al facilitar la movilidad y permitirle un mayor grado de independencia. Los efectos negativos palidecen frente al cambio que para ella representa el plan de acceso universal.

A excepción de un fuerte crecimiento económico en Tepoztlán, el PPM no llevó cambios significativos que mejoren la calidad de vida de los habitantes. En teoría, el aumento del turismo para los residentes se debería traducir en calidad de vida. No obstante, desde hace varias décadas se evidencia que aquella relación no es necesariamente verdadera. Es apropiado retomar la cuestión “¿quién captura la riqueza por el aprovechamiento de un patrimonio urbano que por definición es colectivo?” (Victor Delgadillo, 2014) y la respuesta es clara en Tepoztlán donde las posibilidades de trabajo son mayores y, sin embargo, los sueldos son demasiado bajos en comparación con el aumento general de los precios y, en adición, todo ese crecimiento es a costa de los recursos naturales, como advierte Melina Santiago, residente de 25 años que trabaja en un puesto de información turística. Ella expresa esta contradicción pues tiene un trabajo gracias al turismo por lo que afirma que la calidad de vida aumento con el crecimiento económico, pero al mismo tiempo advierte como se

pierden las tradiciones, la basura crece y se avistan cada vez más casas en lo que antes era verde, los cerros que históricamente han resistido los proyectos, están siendo escalados por la demanda inmobiliaria.

I.II Postura ante los cambios

Gráfico 14. Calificación otorgada al pueblo hace 5 a-10 años vs actual



Fuente: elaboración propia

Retomando el punto anterior, un análisis interesante surge cuando se contrasta la percepción de la calidad de vida con la calificación otorgada al pueblo. A pesar de que en ambos lugares la tendencia general en casi todos los rubros y las valoraciones fueron positivas, se observa una disminución en la calificación actual respecto al pasado próximo. Esto puede deberse a multiplicidad de situaciones, entre ellas la memoria que tiende a romantizar el pasado y tiñe con nostalgia los recuerdos de un pueblo de infancia; o incluso el rehuso a los cambios en la ciudad y su dinámica que las nuevas construcciones provocan y los sentimientos de extrañeza y desarraigo que los acompañan. Por ende, las personas de mayor edad u originarias del pueblo son más susceptibles a otorgar una calificación significativamente más baja a la actualidad del pueblo que el resto, una señora de 70 años, nacida en el pueblo, dedicada a vender libros para aprender Nahuatl afuera de una iglesia, explica sobre Tepoztlán que “el

pueblo y sus costumbres son bellas pero se echó a perder”, misma opinión que un un señor de 75 años, en la calle Del Tepozteco, que aunque no es originario del pueblo, habita ahí hace 35 años asegura que el pueblo “ha perdido muchas cosas, se llenó de cantinas. El Pueblo Mágico debería ser otra cosa. Antes veíamos a Marquez sentarse a discutir con otros intelectuales por las noches, ahora tenemos un turismo muy popular” (Tepoztlán, 15 de diciembre de 2019).

Sin embargo, esta discrepancia puede ser también indicador de que lo meramente funcional y los parámetros simplemente higiénicos son insuficientes para promover una vida humana plena. Es por ello que, incluso cuando los residentes reconocen el aumento del turismo y los beneficios económicos, así como lo que se deriva de dicho crecimiento como fuentes de trabajo, infraestructura y servicios, ello no despierta un sentimiento positivo, cuestión que se reafirma con la tendencia hacia el desagrado de los cambios que han sufrido ambos lugares (véasen gráficas 15 a 18). La simple mejora en la infraestructura, los servicios y el crecimiento económico por sí solo no son suficientes para promover el habitar pleno.

Gráfico 15. Tepoztlán
Juicio sobre los cambios

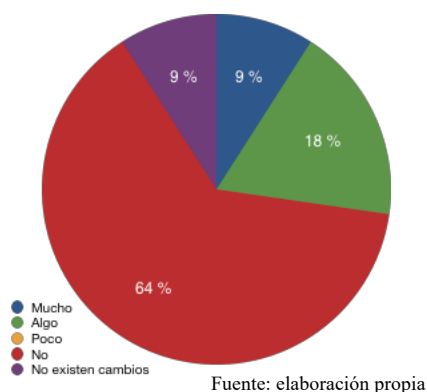


Gráfico 16. Cholula
Juicio sobre los cambios

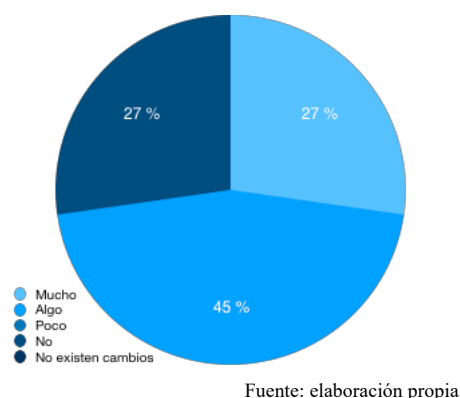
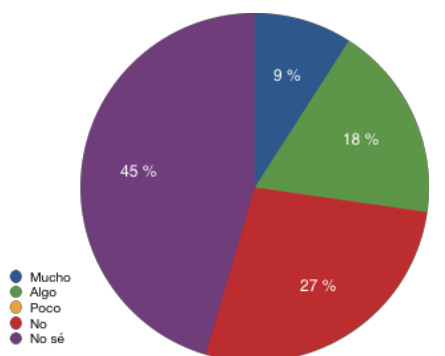
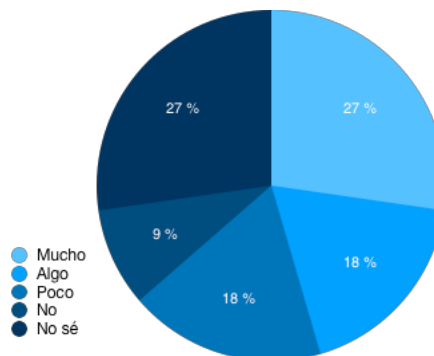


Gráfico 17. Tepoztlán
Juicio sobre los cambios PPM



Fuente: elaboración propia

Gráfico 18. Cholula
Juicio sobre los cambios PPM



Fuente: elaboración propia

Otro punto interesante es que en los cambios específicamente realizados por el Programa, la respuesta más común fue “no sé” debido a que los habitantes de ambos sitios no perciben las intervenciones pero sí las políticas (como el cambio en la dinámica de comercio y la oferta, en el caso de Tepoztlán). Fue sorprendente encontrarse con las respuestas reiterada “¿cuáles cambios? ¿cuál magia? Aquí no hicieron nada” (Señora Olivia, 70 años, nacida en el pueblo. Tepoztlán, 15 de diciembre de 2019). De igual manera, predomina la idea de que en otros Pueblos Mágicos se hicieron intervenciones con mejores resultados con lo que se consiguieron lugares “bonitos”. Podría afirmarse que el área de intervención del Programa se limita a los primeros cuadros del centro o lo que se considera el área turística y, por esta razón, son invisibles para los locales que, al arribar a otro pueblo, cambian su rol a turista y perciben lo que en su hogar no. No obstante, la mayoría de ellos afirma visitar constantemente los lugares turísticos, tanto por cuestiones prácticas, como realizar trámites o comprar, como por placer. Una posible hipótesis es que el pretendido “embellecimiento” se limita a cuestiones no significativas para los locales y, por ende, no afectan su visión. Los nombres de los pueblos en gran tamaño y colores llamativos de las que se hablo anteriormente, apoyan

dicha cuestión. Para los locales son insignificantes puesto que no necesitan un recordatorio de donde se encuentran, multitud de sitios les dicen más que aquellas cuasiesculturales, para ellos no son elementos que sumen al embellecimiento ni otorguen el elemento de “magia” al pueblo.

Por otro lado, se asocian las intervenciones del programa directamente con fenómenos como gentrificación y turistificación que, si se deja de lado los impactos negativos antes mencionados, no son situaciones menores. Como dice Armando Silva, una ciudad, desde el punto de vista de los imaginarios que la representan, responde no solamente al medio físico natural y construido y los usos sociales, sino también a las personas “una ciudad se autodefine por sus mismos ciudadanos y por sus vecinos o visitantes” (Silva, 2000), cuando los habitantes o las personas que atraviesan los espacios cambian, transforman la ciudad y su representación. Los residentes son observadores del tránsito de personas que los hace sentir cada vez más extraños en su morada.

I.III Juicio de belleza y belleza, identidad y significado

Gráfico 19. Tepoztlán
Juicio sobre la belleza

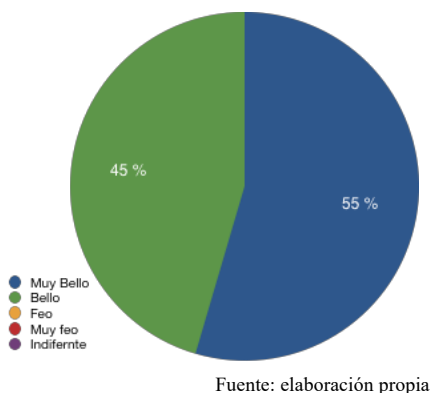
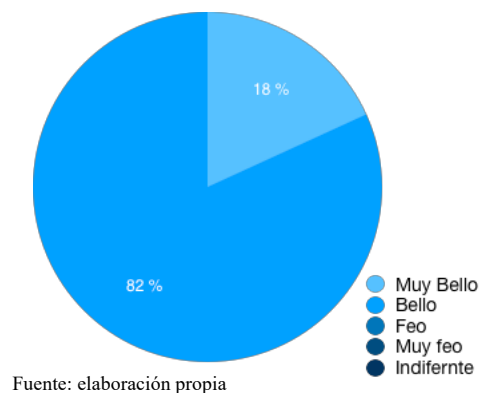
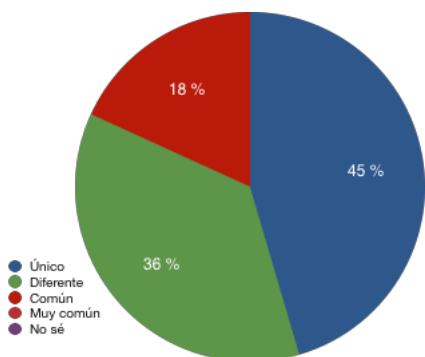


Gráfico 20. Cholula
Juicio sobre la belleza



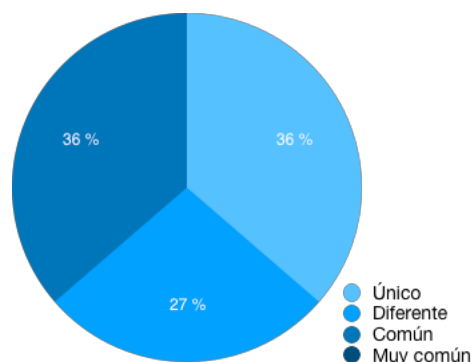
En los juicios sobre belleza no existen respuestas negativas, hay un consenso general. Si contrastamos estas respuestas con la percepción negativa de los cambios, el incremento del ruido y la basura, la congestión por los turistas y la casi inexistencia de intervenciones estéticas por parte del Programa Pueblos Mágicos, significa que la belleza que perciben los habitantes se basa en algo distinto de todo aquello. El sustento de estos juicios se hace visible en dos puntos. Por un lado las preguntas vitales (emoción, significado, etc.) arrojaron una dimensión significativa con un peso importante que inclina el juicio de belleza hacia el lado positivo. Para los habitantes el lugar es bello pues evoca recuerdos, que a su vez causan emociones diversas (desde alegría y nostalgia, hasta tristeza). Las calles están cargadas de significado, cuestión que se refleja tanto en el juicio de belleza como en el juicio sobre singularidad. Recordemos que la belleza, según algunas teorías, depende de las cualidades sensoriales (lo que se percibe por medio de los sentidos), las cualidades formales (distribución de los elementos) y las cualidades vitales (aquellas atribuibles al sujeto y que son la respuesta del observador hacia lo contemplado), en éste último ámbito es donde se genera la experiencia y se forma el juicio estético. A lo que apuntan las respuestas obtenidas es el gran peso que las cualidades vitales tienen en la belleza.

Gráfico 21. Tepoztlán
Juicio sobre singularidad



Fuente: elaboración propia

Gráfico 22. Cholula
Juicio sobre singularidad



Fuente: elaboración propia

El juicio de singularidad difiere de la de las personas no nacidas en el pueblo, a pesar de que la mayoría eligió mudarse al sitio por gusto personal, lo consideran extremadamente bello y tienen el tiempo suficiente de habitar allí para haber generado recuerdos e indican un apego emocional, el juicio de excepcionalidad tiende hacia lo neutral: tanto Tepoztlán (meramente el pueblo y su arquitectura) como Cholula les parecen sitios comunes. No obstante, reconocen elementos que hacen que el sitio sea bello y, en muchas ocasiones son más concientes de ellos que los nacidos en los pueblos. Cuestión que lleva hacia quizá el hallazgo más interesante en la presente investigación: los conceptos relacionados con belleza.

Gráfico 23. Tepoztlán
Conceptos relacionados con belleza



Fuente: elaboración propia

Gráfico 24. Cholula
Conceptos relacionados con belleza



Fuente: elaboración propia

Es notable la coincidencia de las respuestas y, a la vez, la discrepancia entre ambos sitios. En Tepoztlán cuando se interrogó por los conceptos que se relacionan con belleza, predominó la “naturaleza”, lo cual otorga pistas del porqué existe un consenso en el juicio de belleza. Independientemente de los cambios que ha sufrido el pueblo, el entorno natural domina el paisaje. Ello es lo que ofrece a sus habitantes sensaciones de tranquilidad, energía y paz (respuestas que surgieron cuando se interrogó por lo que el lugar transmite). Más de la mitad de los encuestados hicieron explícito que son los cerros aquello que les emociona, que les brinda una sensación de bienestar, de hogar. Al parecer los habitantes dejan de lado la

arquitectura tanto pública como privada y colocan, sin justificación teórica, *naturaleza* como líder en las categorías de belleza, ¿se deberá a que nacieron o al menos han habitado mucho tiempo en un lugar con un entorno natural privilegiado? ¿qué ocurre con los habitantes de ciudades o poblados donde la belleza natural no predomina, tendrán una jerarquía de belleza diferente?

Esta situación ocurre en Cholula donde, a pesar de contar con los volcanes, la naturaleza no es un actor principal en el paisaje de la ciudad. La naturaleza y su importancia estética es un punto que se ha considerado durante casi toda la tradición como medular y no obstante, en Cholula la palabra apareció en escasas ocasiones. En cambio, la arquitectura (conventos, iglesias y pirámide) que son elementos de gran valor patrimonial y estético y que se perciben como la característica del poblado, predominaron fuertemente, sin acuerdo previo entre los encuestados.

La cuestión interesante aquí es el gran consenso entre los encuestados de un mismo sitio y a la vez la diferencia en las respuestas entre lugares. Ello puede llevar a pensar en una *comunidad estética*, es decir, un concepto de belleza compartido que crea comunidad y que agraga argumentos para hablar de la idea kantiana de los juicios estéticos subjetivos pero universales. Es curioso como, independiente de la procedencia, el género y la formación los sujetos de una comunidad comparten ideas de belleza que, por lo que puede observarse en los resultados de ambos sitios, son en cierto grado determinadas por el lugar que habitan. En Tepoztlán, un sitio donde el Tepozteco es la razón de ser, la cualidad e incluso la ideantidad del pueblo; la principal atribución de la belleza es lo natural. En Cholula por el contrario, la arquitectura prehispánica y colonial da forma e identidad a los espacios cotidianos y la gente, por ende, cuando piensa en un espacio bello, se remite a lo conocido: a la arquitectura, a los monumentos, a la pirámide.

Podríamos hablar entonces de diferentes concepciones de espacios bellos que se determinan no por el gusto personal sino por una cuestión cultural, histórica y espacial. De ello se desprenden dos cuestiones: 1. el lugar marca una concepción de belleza gracias a las características particulares que posee; 2. la belleza es también particular, localizada, no puede ser replicada pues surge de condiciones particulares que permiten a determinados elementos interactuar y, de alguna forma, devenir en belleza.

La belleza es así particular, espacial y temporal. Por ello, el intento de imponer parámetros estéticos a situaciones diversas no genera belleza sino hiperestetización, espacios u objetos “bonitos” pero cuya artificialidad se observa en lo genérico de sus rasgos y el vaciado de significación, la llamada urbanización de Francesc Muñoz (2014).

Los estándares impuestos por el PPM surgen desde un paradigma del turismo de imágenes, del cual se habló anteriormente, por lo que las intervenciones están dirigidas a la tematización de la ciudad al replicar el imaginario de lo mexicano: fachadas coloridas y con motivos barrocos, calles empedradas y artesanos indígenas. Las letras gigantes con los nombres de cada pueblo son la representación sensible de esta estrategia. No resulta extraño que los habitantes invisibilicen los cambios que realiza el programa al considerarlos insignificantes (literalmente, sin significado), que piensen que a pesar de que el turismo trae consigo crecimiento económico, no les agradan los cambios que ha sufrido el pueblo y que, a pesar de ello, el juicio de belleza sobre los pueblos solamente oscile entre bello y muy bello.

Gráfico 25. ¿qué transmite Tepoztlán?



Fuente: elaboración propia

Gráfico 26. ¿qué transmite Cholula?



Fuente: elaboración propia

La belleza del sitio tiene que ver con cuestiones que el Programa Pueblos Mágicos (y otros muchos) no contempla ni interviene, con lo que les emociona a los habitantes, con la experiencia que generan (cualidades vitales), y que tanto en Cholula como en Tepoztlán se expresa como hogar, paz, recuerdo o tranquilidad. Conceptos que nos regresan a la idea heideggeriana del habitar: *preservar*, un *ser llevado a la paz, paremanecer en la paz*, en la *cercanía* de lo familiar donde nos *sentimos en casa*.

Conclusiones

Desde mi formación profesional, la pregunta sobre el habitar humano apuntó hacia el intesticio formado por el urbanismo y la filosofía, el sitio donde se conjunta la preguntas sobre la belleza y la ciudad, interacción cuya importancia radica en la interrogante por las condiciones de las ciudades actuales (y la mayoría de los espacios construidos) y el impacto para sus habitantes, pues así como los humanos construyen las ciudades, las ciudades también construyen a sus habitantes. En palabras de Armando Silva “la ciudad, cada ciudad, se parece a sus creadores, y éstos son hechos por la ciudad” (Silva, 2000).

En esta investigación se pretendió indagar sobre la importancia de la belleza en los espacios construidos, partiendo de la presima que la belleza es indispensable para una vida humana plena y, en consecuencia, pensarla como una parte fundamental en la planeación es indispensable. Como caso de estudio se tomó el programa Pueblos Mágicos debido a las convivencia de entornos bellos, tanto naturales como construidos, con fenómenos recientes como gentrificación y turistificación. Debido al tiempo y los recursos disponibles, el estudio se limitó solamente a dos pueblos y aunque los resultados son interesantes, aplicar la entrevista en otros poblados puede enriquecer y aportar más información que ayude a dilucidar el tema examinado. Los resultados presentados quedan como un inicio potencial, incluso una prueba piloto, de una investigación más profunda y a mayor escala.

Gracias a la investigación documental y la información obtenida directamente de los habitantes de los pueblos, se obtuvieron cuatro grandes conclusiones que oscilan entre lo abstracto de la filosofía y lo concreto de los lugares.

1. Las condiciones utilitarias son necesarias pero no suficientes para el habitar pleno.

Esta primera cuestión tiene soporte teórico desde mediados del siglo XVII y está ampliamente ejemplificada, como en la voz del arquitecto inglés Raymon Unwin a finales del siglo XIX “las hileras de casas de ladrillo a lo largo de calles monótonas y jardines traseros miserables no son realmente hogares [...] Por importantes que sean todas estas previsiones para las necesidades materiales y las condiciones higiénicas de la vida humana, no resultan suficientes” (Unwin, 1984, p. 13). Dicha intuición fue reforzada por la opinión de los habitantes de ambos pueblos, al contrastar las diferentes secciones del instrumento propuesto.

En la primera sección se evaluaron elementos que se consideran importantes para brindar calidad de vida (seguridad, contaminación, tranquilidad, costo de vida, etc.) y se hizo la pregunta directa sobre la percepción de la mejora de la calidad de vida. A pesar de que las tendencias generales son, en su mayoría, positivas, (e incluso la valoración general es que se ha aumentado o al menos se mantiene igual), la percepción ante los cambios registra una tendencia negativa. Esto significa que las personas piensan que los cambios generaron crecimiento económico, lo que ha traído fuentes de trabajo, servicios, movilidad e infraestructura y en consecuencia, en la mayoría de los casos, opinan que la calidad de vida es mejor, no obstante, tienen sentimientos negativos hacia estas transformaciones. Esto es un indicador de que el crecimiento económico que se piensa como uno de los pilares fundamentales en la calidad de vida, es quizá solamente el principio, aquello que coadyuva a cubrir las necesidades básicas y aunque, al igual que los proyectos de infraestructura, seguridad, etc. que lo deben acompañar, son necesarios pero no suficientes. Para lograr un verdadero cambio en la habitabilidad, se debe pensar más allá de lo meramente útil.

2. Una clave para pensar la belleza en los espacios es la significatividad.

Las cuestiones determinantes para los habitantes en el momento de emitir un juicio estético fueron tanto lo que el lugar les evoca, lo que les transmite, como la conexión emocional que tienen con él, es decir, la significatividad. Ello quiere decir que las cualidades vitales tienen un peso mayor que las cualidades formales o sensoriales. Esta es una clave en el momento de plantear estrategias de embellecimiento de los espacios ya que si nos concentramos meramente en las condiciones formales, la probabilidad de éxito se verá disminuida desde un principio.

El problema en el caso de estudios es que las intervenciones en los Pueblos Mágicos no están pensadas ni fundamentadas en sus habitantes, sino en los visitantes. La industria turística actual apunta hacia una población acostumbrada a un consumo acelerado de imágenes en una cultura hiperestetizada. Por ello, cuando se construyen espacios con fines meramente turísticos ocurre un vaciado de significado, urbanización lo llama Francesco Muñoz, “paisajes reducidos a solo una de las capas de información que lo configuran, la más inmediata y superficial: la imagen” (Muñoz, 2014). La turistificación no es solamente la explotación turística, sino una preparación para el consumo, donde los lugares pasan por un proceso de vaciado de información para convertirse en postales. Un espacio turistificado no es un espacio habitable, éstos últimos están densamente cargados de imaginarios, representaciones, recuerdos, etc. que configuran la cercanía, las características vitales (aquello que surge entre el lugar y la persona) son expresión de ella.

El PPM es en teoría un intento por apuntalar aquellas representaciones o imaginarios que configuran espacios “mágicos”, no obstante, el mercado objetivo es el turismo de masas y, por ende, las intervenciones están destinadas a mercantilizar los “imaginarios colectivos de la nación” (Sectur, 2014) por medio de una hiperestetización, es decir, intervenciones en las

condiciones formales de los sitios con el fin de volverlos visualmente atractivos y, de esta manera, convertir esa “magia” en una marca redituable. Proceso que se materializa con la puesta de los nombres en gran tamaño y con colores relacionados con lo tradicional mexicano (azul rey, rosa mexicano, etc). Los imaginarios y representaciones, las capas de significado acumulado durante generaciones, desaparecen poco a poco y generan malestar y sentido de extrañeza en los habitantes, quienes lo expresan como “pérdida de la esencia”, “desaparición del encanto” o “pérdida de las tradiciones” (Helena, Antonio y Olivia, Tepoztlán, 15 de diciembre de 2019).

En teoría, la solicitud de ingreso al PPM es una cuestión comunitaria. Según las Reglas de Operación, la participación social es clave en la aplicación y la obtención de los recursos. Sin embargo, los procesos no se llevan a cabo y los requisitos básicos son pasados por alto. Pesa más el plan turístico, el reglamento de la imagen urbana y el plan de reordenamiento del comercio semifijo y ambulante que la participación social. No sorprende entonces que las intervenciones deriven en espacios vacíos y extraños para sus habitantes, cuestión que nos lleva al siguiente punto.

3. La belleza es particular

Los intentos de imponer parámetros estéticos a situaciones diversas no crea belleza pues éstas intervenciones se basan en las cualidades formales y sensoriales y olvidan las vitales, siendo que éstas últimas tienen el mayor peso en el juicio estético. La belleza surge de una situación específica, de un momento y un espacio donde determinados elementos, físicos y psicológicos, se relacionan, están colocados en la cercanía y de alguna manera, de aquella interacción, surge la belleza, la cual no es estática, se transforma, significa y resignifica con los observadores y el paso del tiempo. Es por ello que las condiciones formales y sensoriales

pueden ser replicadas, pero el costo es el vaciado de significado. Es importante pensar en las particularidades del lugar y no construir espacios genéricos, que podrían hallarse casi en cualquier parte del mundo, y que, en consecuencia, son espacios vacíos y se encuentran dislocados, aislados.

En el caso concreto de los Pueblos Mágicos, las pretensiones de imponer un marco de ordenación creado con base en un imaginario de cómo debería ser lo indígena o los mexicano, resulta en espacios artificiales y ajenos a los habitantes. La autora María del Carmen Valverde dice:

[...] lo importante es ordenar (bajo los esquemas de planificación practicados por SECTUR tradicionalmente), sin percatarse que lo que se pretende “ordenar” ya está ordenado pero bajo otras representaciones, producto de los propios habitantes del poblado; pero que difícil es aceptar que existan otras formas de disponer u ordenar, sobre todo cuando uno se aferra a lo producido en marcos avalados por una o varias disciplinas oficialmente reconocidas. SECTUR parte del desconocimiento de la historia de los poblados, mientras tanto actúa en ellos a partir de esquemas de planificación que le son comunes“ (Valverde, 2013, p.8)

Y más adelante continúa:

[...] el poblado tendrá la obligación de darle a su localidad otra imagen, el encuadre mágico no es suficiente, ahora deberá adquirir una imagen urbana (indudablemente dentro de los cánones establecidos por el diseño físico), por tanto una imagen ajena a la realidad histórica y cultural de la localidad. Es probable, que en un futuro cercano, los pueblos inscritos en el programa, tengan mucho de parecido. (Valverde, 2013, p. 22)

Este cánones de “belleza” atenta contra el pueblo mismo, que gracias a un orden particular deviene en un espacio propio, un espacio habitable. La belleza surge de esa ordenación que relaciona de una forma especial el medio natural con el artificial para crear un ámbito, un paisaje que materializa la cosmovisión de sus habitantes. Esta percepción del cosmos reflejada en espacio construido, en conjunto con las tradiciones, es quizá el elemento que

causaba la sensación de “magia”, mismo que se diluye al imponer una imagen común a los “Pueblos Mágicos”.

4. La jerarquía de belleza se determinan espaciotemporalmente

Las respuestas a la pregunta que pide los conceptos relacionados con belleza son quizá el resultado lo más interesante del presente estudio. Mientras que existen grandes coincidencias entre las personas de una misma comunidad —que nos lleva a hablar de la idea kantiana sobre la subjetividad pero universalidad de la belleza y la propuesta de una comunidad estética— las discrepancias con las respuestas de los habitantes del otro pueblo son inmensas. Ello significa que existe una jerarquía en la lista de las ideas asociadas a belleza que comparten los miembros de una comunidad y, en adición, ésta se determina por el medio físico (artificial y natural) que habitan. “En una ciudad lo físico produce efectos en lo simbólico: sus escrituras y representaciones” (Silva, 2000) y así también, lo físico produce efectos en la concepción de la belleza.

Esta conclusión es en realidad una hipótesis que surge al obtener “naturaleza” como respuesta en casi todas las encuestas de Tepoztlán y en Cholula conceptos relacionados con el patrimonio arquitectónico. Ello podría considerarse el inicio de una investigación mucho más extensa y profunda para entender por un lado la relación de la belleza y el habitar, y por otro el movimiento de creado-creador que se genera en la relación con los espacios, es decir, nosotros determinamos los espacios, pero los espacios también nos determinan. Si como dicen Heidegger o Silva, los espacios de alguna manera crean también a sus habitantes y, como se afirma en el capítulo dos, la belleza es fundamental en una vida humana plena, pensar en el embellecimiento de los espacios no es una tarea menor, sino una forma de

construir espacios habitables y, en consecuencia, generar un cambio positivo en sus habitantes. El éxito de las intervenciones depende en parte de no pensar en una belleza simple que se agrega a la utilidad si el presupuesto lo permite, sino como un concepto complejo, constituido de una red de significados que involucra múltiples capas de sentido, personales y colectivas, siendo la belleza visible la última y más superficial de ellas.

Por ello, hay que pensar en la belleza y sus diferentes dimensiones, trabajar desde lo particular del lugar, con los habitantes, para hacer surgir las jerarquías en los conceptos y lograr verdaderos espacios bellos, no solamente estéticamente agradables, sino significativos. Al final, los lugares deben ser construidos por la comunidad, puesto que aquellos sitios marcarán pautas en el quehacer cotidiano y coadyuvarán a formar a las siguientes generaciones.

Bibliografía

ALMEIDA SANTOS, C. y BUZINDE, C. (2007). *Politics of Identity and Space: Representational Dynamics*. Journal of Travel Research, Vol. 45, pp. 322-332.

ARISTÓTELES (1977). *Política*. Editora Nacional: Madrid.

BENACH, N. (2009). El centro histórico bajo presión: flujos globales y derecho a la ciudad. In R. TELLO & H. QUIROZ (Eds.), *Ciudad y diferencia. Género, cotidianeidad y alternativas*. Barcelona: Edicions Bellaterra.

BORGES, J. L. (1980). *Prosa Completa*. Bruguera: Barcelona.

CABRERIZO, C., SEQUERA, J. Y BACHILLER, P. (2017). *Entre la purificación y los espacios de resistencia en el centro de Madrid: Algunas claves para (re)pensar la ciudad turística*. Ecología Política, Madrid, pp.78-82.

DELGADILLO, V. (2014). “Patrimonio urbano, turismo y gentrificación” en *Perspectiva del estudio de la gentrificación en México y América Latina*. Instituto de Geografía UNAM, Libros de Investigación, No. 15, pp. 113-132.

DELGADO, M. “Ciudades sin ciudad. La tematización cultural de los centros urbanos”, Academia.edu. [consulta:19/12/2019]. Recuperado de: https://www.academia.edu/36528645/Ciudades_sin_ciudad._La_tematizaci%C3%B3n_cultural_de_los_centros_urbanos

DE LA TORRE, M. I. (2018). *Gentrificación migratoria en San Miguel de Allende, Guanajuato*. Revista Electrónica CULCyT, Año 15, No 66, Septiembre-Diciembre, 2018. [consulta: 20/12/2019]. Recuperado de: <http://erevistas.uacj.mx/ojs/index.php/culcyt/article/view/2806/2565>

DOF (2017). *Reglas de Operación del Programa de Desarrollo Regional Turístico Sustentable y Pueblos Mágicos (PRODERMAGICO), para el ejercicio fiscal 2018*. Publicadas 27/12/2017. [consulta: 16/12/19]. Recuperado de: https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5509139&fecha=27/12/2017

DOF (2014). *Lineamientos generales para la incorporación y permanencia al Programa Pueblos Mágicos*. 26/09/2014. [consulta: 16/12/19]. Recuperado de: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5361690&fecha=26/09/2014

Enciclopedia de los municipios y delegaciones de México (s/a). *Tepoztlán*. Inafed.gob.[consulta: 16/12/2019]. Recuperado de: <http://www.inafed.gob.mx/work/enciclopedia/EMM17morelos/municipios/17020a.html>

- FERNÁNDEZ PONCELA, A. M. (2015) "Cholula, Puebla. Políticas públicas, magia y misterio" en *Pueblos mágicos Una visión interdisciplinaria*. UAM-UNAM: Ciudad de México. [Consulta: 11/12/2019]. Recuperado de: https://www.academia.edu/29368747/Pueblos_Magicos_una_visi%C3%B3n_interdisciplinaria_Volumen_1
- GALINDO GALINDO, M. P., CORRALIZA RODRÍGUEZ (2012). *Estética ambiental y bienestar psicológico: algunas relaciones existentes entre los juicios de preferencia por paisajes urbanos y otras respuestas afectivas relevantes*. *Apuntes de Psicología*, Vol. 30 (1-3), págs. 289-303. [Consulta: 11/12/2019]. Recuperado de: <http://www.apuntesdepsicologia.es/index.php/revista/article/view/412>
- GARCÍA, M., & CLAUSEN, H. (2012). Tepoztlán, una economía de la experiencia íntima. *Latin American Research Review*, 47(3), 134-154. Retrieved from www.jstor.org/stable/23322177
- GARCÍA HERRERA, L. M., SMITH, N. y MEJÍA VERA, M. A. (2007). *Gentrification, Displacement and Tourism in Santa Cruz De Tenerife*. *Urban Geography* 28, pp. 276-298.
- GARCÍA VILLARÁN, A. (2018). *Manifiesto Hamparte. Definición y ejemplos*. [consulta: 21/09/2019]. <https://antoniogarciavillaran.blogspot.com/2018/06/manifiesto-hamparte-definicion-y.html>
- GONZÁLEZ MORATIEL, S. (2018). *La belleza en la ciudad contemporánea: Un estudio empírico sobre la percepción de "lo bello" en el paisaje urbano europeo*. (Escuela Técnica Superior de Arquitectura). Recuperado de http://oa.upm.es/52374/1/SARA_GONZALEZ_MORATIEL_01.pdf
- GOTHAM, K. F. (2005). *Tourism Gentrification: The case of New Orleans' Vieux Carre (French Quarter)*. *Urban Studies*, Vol. 42, No. 7, pp. 1099-1121.
- HEIDEGGER, M. (1997). *Construir, habitar, pensar*. Alción Editora: Córdoba (Argentina).
- . *¿Qué es metafísica?* Traducido por Helena Cortés y Arturo Leyte. Madrid: Alianza Editorial, 2009.
- . *Aportes a la filosofía. Acerca del evento*. Traducido por Dina V. Picotti C. Buenos Aires: Editorial Biblos, 2011.
- . *Arte y poesía*. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2009.
- . "Carta sobre el humanismo" en *Hitos*, 259-297. Madrid: Alianza, 2007.

- . *Construir, habitar, pensar*. Edición bilingüe. Traducido por Ana Carlota Gebhardt. Córdoba (Argentina): Alción Editora, 1997.
- . "El origen de la obra de arte" en *Arte y poesía*. Ciudad de México: FCE, 2009.
- . *El ser y el tiempo*. Traducido por José Gaos. Ciudad de México: Fondo de Cultura Económica, 2010.
- . "La cosa" en *Conferencias y artículos*. Barcelona: Serbal, 1994.
- . "Lógica. Doctrina de Heráclito del Lógos" en *Heráclito*. Buenos Aires: ELHILODARIADNA/ Biblioteca Internacional Martin Heidegger, 2012.
- . *Ontología. Hermenéutica de la facticidad*. Traducido por Jaime Aspiunza. Madrid: Alianza Editorial, 2008.
- . *Sein und Zeit*. Alemania: Max Niemeyer Verlag Tübingen, 1967.
- . *Seminarios de Zollikon*. Morelia: Jitanjáfora Morelia Editorial, 2007.
- . *Tiempo y ser*. 1962.

HORNEFFER, R. (2013). *El problema del Ser: sus aporías en la obra de Eduardo Nicol*, Facultad de Filosofía y Letras, UNAM: México.

LÓPEZ QUINTÁS, A. (1977). *Estética de la creatividad*. Cátedra: Madrid.

MALPAS, Jeff. "Heidegger and the thinking of place: exploration in the topology of being." *academia.edu*. Pre-publication draft of 2012.

https://www.academia.edu/3982921/Heidegger_and_the_Thinking_of_Place

(último acceso: marzo, 2015).

—. "Heidegger's Topology: Being, Place and World." *Academia.edu*. Pre-publication draft of 2006. https://www.academia.edu/5936540/Heideggers_Topology (último acceso enero, 2015).

MANSUR GARDA, Juan Carlos. "Conferencia de Heidegger: Construir, habitar, pensar (Bauen, Wohnen, Denken)." *Philokalía*. n.d.
<https://jcmansur.wordpress.com/estetica-y-ciudad/conferencia-de-heidegger-construir-pensar-habitar-bauen-denken-wohnen/>.

—. 7mo. Seminario de Estética y Ciudad: el derecho a la belleza en las ciudades, DAAD/ITAM, agosto de 2017.

(2016). *De la casa de los niños a la morada del ser*. Herder: Ciudad de México.

HUME, D. (1739). *Tratado, Vol. II*.

KANT, I. (1961). *Crítica al juicio*. Buenos Aires: Losada

MCMAHON, J. A. (2007). Beauty. En B. G. & D. Lopes (Ed.), *The Routledge Companion to Aesthetics*. (pp. 307–319).

MONTANER, J. M. Y MUXÍ, Z. (2013). "El turismo y la tematización de las ciudades" en *Arquitectura y política*. GG: Barcelona.

MOOR, G. E. (1922). *Principia Ethica*. Cambridge University Press.

MUÑOZ, F. (2014). *URBANALIZACIÓN. paisajes comunes, lugares globales*. [consulta: 12/12/2019]. Recuperado de: https://bibliodarq.files.wordpress.com/2014/08/2_muc3b1oz-f-urbanalizacic3b3n-paisajes-comunes-lugares-globales.pdf

PALLASMAA, J. (2002) "La metáfora vivida" en *Habitar*. GG: Barcelona.

PALOU, S. (2006). "La ciudad fingida. Representaciones y memorias de la Barcelona turística", *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 4(1): 13-28.

PRATS, L. (2006): *La mercantilización del patrimonio: entre la economía turística y las representaciones identitarias*. PH. *Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico*, 58, 127-136.

ROJO QUINTERO, S. Y Llanes GUTIÉRREZ, R. A. (2009). *Patrimonio y turismo: el caso del Programa Pueblos Mágicos*. *Topofilia Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales* Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora Volumen I, Número 3, abril de 2009. [consulta: 11/11/19]. Recuperado de: <http://148.228.173.140/topofilia/assets/coloquio09rojo-llanes.pdf>

SALDAÑA FERNÁNDEZ, M.C., ALVARADO ROSAS, C. (2014). *Imaginarios de Tepoztlán*. *Inventio, la génesis de la cultura universitaria en Morelos*, N°. 20, pp. 11-18. [consulta: 16/12/19]. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4733812>

Secretaría de Turismo (2018). *Memoria documental Pueblos Mágicos*. [consulta: 16/12/19]. Recuperado de: <http://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2018/10/Memoria-Documental-Pueblos-M%E2%80%A0gicos-Incorporaci%C2%A2n-y-Permanencia.pdf>

Secretaría de Turismo (s/a) *Programa Pueblos Mágicos*. Gobierno de México. [consulta: 16/12/19]. Recuperado de: <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/programa-pueblos-magicos>

Secretaría de Turismo (2018). *Ficha técnica de evaluación incorporación al programa pueblos mágicos 2017*. [consulta: 16/12/19]. Recuperado de: https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/273029/Ficha_Te_nica_de_Evaluacio_n.pdf

SILVA, A. (2000). *Imaginarios urbanos*. Arango Editores: Bogotá.

TATARKIEWICZ, W. (2016). *Historia de seis ideas*. Tecnos: Madrid.

UNWIN, R. (1984). *La Práctica del urbanismo :una introducción al arte de proyectar ciudades y barrios*. GG: Barcelona.

VALVERDE VALVERDE, M. C. (2013). *La magia de los pueblos ¿atributo o designación?*. *Topofilia, Revista de Arquitectura, Urbanismo y Ciencias Sociales* Centro de Estudios de América del Norte, El Colegio de Sonora Vol. IV Número 1. [consulta: 09/01/20]. Recuperado de: <http://148.228.173.140/topofilia/assets/4vn1cv.pdf>

Anexos

Anexo I. Instrumento

Datos generales					
¿Cuánto tiempo ha vivido en el Pueblo?					
¿Por qué vive en el pueblo?					
Edad					
Sexo	F	M			
Nivel de estudios					
Nacionalidad					
¿Conoce el programa Pueblos Mágicos?	Sí	No			
Percepción de la calidad de vida					
Usted considera que el pueblo es...	Indiferente	Muy inseguro	Inseguro	Seguro	Muy seguro
	Indiferente	Muy intranquilo	Intranquilo	Tranquilo	Muy tranquilo
	Indiferente	Muy sucio	Sucio	Limpio	Muy limpio
	Indiferente	Muy ruidoso	Ruidoso	Silencioso	Muy silencio
¿Usted considera que el costo de vivir en el pueblo es...?	No sé	Muy elevado	Elevado	Accesible	Muy accesible
¿Cómo considera la calidad de vida del pueblo respecto a hace cinco años?	Igual	Mucho peor	Peor	Mejor	Mucho mejor
¿Qué conceptos relaciona con calidad de vida?					
Postura ante los cambios					
¿Considera que ha aumentado el turismo?	No sé	No	Poco	Algo	Mucho
En caso afirmativo ¿lo considera algo positivo?	No sé	No	Un poco	Sí	Muy positivo
Del 1 al 10, siendo 10 el máximo puntaje, desde una perspectiva general ¿qué calificación le otorgaría al pueblo hace cinco años?					
Del 1 al 10, siendo 10 el máximo puntaje, desde una perspectiva general ¿Qué calificación le otorga al pueblo actualmente?					
¿Se siente más orgulloso de vivir en el pueblo que hace cinco años?	No sé	No	Poco	Algo	Mucho
¿Le gustan los cambios que han ocurrido en el pueblo?	No considero que existan cambios	No	Poco	Algo	Mucho
¿Le gustan los cambios que implementó el programa "Pueblos mágicos"?	No sé	No	Poco	Algo	Mucho
¿Ha estado en otros "Pueblos Mágicos"?	No sé	Sí	No		
¿Qué opina de las letras que se colocan en los Pueblos Mágicos?					
Juicio de belleza					
Usted considera que el pueblo es...	Indiferente	Muy feo	Feo	Bello	Muy bello
	Indiferente	Muy repulsivo	Repulsivo	Agradable	Muy agradable
	Indiferente	Muy incómodo	Incómodo	Confortable	Muy confortable
	No sé	Inhóspito	Indiferente	Hospitalario	Muy hospitalario
¿Qué conceptos relaciona usted con la belleza?					
Belleza, identidad y significado					
¿El lugar le emociona?	No sé	Indiferente	No	Sí	Mucho
El lugar le transmite algo...	No sé	No	Un poco	Sí	Mucho
¿qué?					
Con respecto a otros lugares, ¿El pueblo le parece...	No sé	Muy común	Común	Diferente	Único

Tiene un vínculo emocional con el lugar	Indiferente	No	Algo	Sí	Por supuesto
¿Por qué?					
Función de los espacios públicos					
¿Qué tanto frecuenta los espacios públicos (plazas, kioscos, etc) por razones diferentes a trabajo?	Muy poco	Poco	A veces	Frecuentemente	
¿Por qué?					
¿Qué intervenciones realizaría para que el pueblo fuera más bello?					

Elaboración propia

Anexo II. Resultados Cholula

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Tiempo hab.	82	40	50	30	42	5	17	30	12	12	15
Razón	Pertenece ahí	Abuelos	Abuelos	Trabajo	Nació, se casó y se divorció	Le gusta	Trabajo	Tradición, pequeño y accesible	Pequeño, sigue siendo pueblo, todo cerca y calidad de vida.	Cultura, tradiciones, naturaleza	Tranquilidad y mejor forma de vida
Edad	82	40	50	46	42	46	41	66	62	68	56
sexo	M	F	F	M	F	F	M	F	F	F	F
Estudios	Sin estudios	Secundaria	Prepa	Primaria	Licenciatura	Licenciatura	Secundaria	Maestría	Maestría	Maestría	Posgrado
Nacionalidad	Mex	Mexicana	Mexicana	Mexicana	Mexicana	Mexicana	Mexicana	Mexicana	Mexicana	Mexicana	Mexicana
Conocimiento P. PM	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Percepción de la calidad de vida											
Seguridad	Inseguro	Seguro	Inseguro	Indiferente	Inseguro	Seguro	Inseguro	Seguro	Seguro	Seguro	Seguro
Tranquilidad	Intranquilo	Intranquilo	Intranquilo	Intranquilo	Muy tranquilo	Tranquilo	Tranquilo	Tranquilo	Tranquilo	Tranquilo	Tranquilo
Limpieza	Limpio	Limpio	Limpio	Limpio	Limpio	Sucio	Limpio	Limpio	Limpio	Limpio	Limpio
Silencio	Silencioso	Muy ruidoso	Ruidoso	Silencioso	Muy ruidoso	Muy ruidoso	Silencioso	Ruidoso	Ruidoso	Ruidoso	Ruidoso
Costo	Elevado	Elevado	Elevado	Elevado	Muy elevado	Accesible	Muy elevado	Accesible	Accesible	Accesible	Accesible
Camb. calid. Vida	Igual	Peor	Igual	Peor	Mejor	Mejor	Mucho mejor	Igual	Igual	Igual	Peor
Conceptos relacionados	Tranquilidad , seguridad	Seguridad	Servicios	Empleo	Infraestructura	Llegar a casa, comer (cercanía), vialidades (infraestructura) , no correr todo el tiempo (tranquilidad)	Trabajo, seguridad	--	Seguridad, tejido social, posibilidad de caminar y recreativas, movilidad.	Tranquilidad y seguridad	Tranquilidad y paz

Postura cambios												
Aumento. Turis.	Poco	Poco	No	Mucho	Algo	Mucho	Mucho	Algo	No sé	Algo	No sé	
Positivo?	No	Un poco	No sé	Sí	Sí	Sí	Muy positivo	No sé	No sé	Sí	No sé	
Calif. antes	9	10	10	8	5	6	7	8	8	9	9	
Calif. Actual	7	5	7	5	9	7	9	8	9	8	7	
Orgullo	No	No	No	Mucho	Mucho	Mucho	Mucho	Algo	Algo	Algo	No sé	
Aprecio Cambios	No	No	No	Algo	Mucho	Algo	Mucho	Algo	Algo	Algo	Mucho	
Apre. Cambios PM	No sé	No sé	No sé	Poco	Poco	Mucho	Mucho	Algo	Muy poco	Algo	Mucho	
Visita Otros PM	No	No	Sí	No	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	
Op. Letras		Infructuoso , no tiene chiste	Mal	--	Muy bien, llaman al turismo, a inversionistas.	Le gustan	Son bonitas	Decoran	Se ven bonitas	Me agradan	Para turistas y hacen publicidad	
Juicio de belleza												
Bello	Bello	Muy bello	Bello	Bello	Muy bello	Bello	Bello	Bello	Bello	Bello	Bello	
agradable	Agradable	Agradable	Agradable	Agradable	Muy agradable	Agradable	Agradable	Agradable	Agradable	Muy agradable	Muy agradable	
confortable	Incómodo	Confortable	Confortable	Confortable	Muy confortable	Incómodo	Confortable	Confortable	Confortable	Confortable	Confortable	
hospitalario	Hospitalario	Hospitalario	Muy hospitalario	Hospitalario	Hospitalario	Hospitalario	Muy hospitalario	Hospitalario	Hospitalario	Hospitalario	Inhóspito	
Conceptos relacionados	Tranquilidad	Iglesias, pirámide	Bonito	Arqueología , iglesias	Naturaleza, pirámide, tranquilidad, paz, armonía	Pirámide, arquitectura, el volcán	Carácter de la gente	Armonía, edificios, pirámide, iglesias, sembradíos	Edificios, iglesias.	Conventos antiguos, remodelaciones y naturaleza	Arquitectura	
Belleza, ident. Y signifi.												
Emociona	Mucho	Sí	Sí	Sí	Mucho	Mucho	Sí	No sé	Sí	Sí	Sí	
Transmite	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Mucho	Sí	Sí	Sí	Sí	Mucho	

qué	Recuerdos	Amor, hogar	Recuerdos	Forma de ser de la gente	Paz, seguridad, libertad	Cultura, intriga por pobladores prehispánicos	Emoción, alegría	Tradición, tranquilidad	Tradición	Tradición y tranquilidad	Contraste de tradición con modernidad, volcán y flores.
Unicidad	Diferente	Único	Diferente	Diferente	Único	Único	Único	Común	Común	Común	Común
Vínculo emocional	sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí	Sí	Sí	Sí
Por qué	Recuerdos	Ha vivido toda la vida y tiene amor por las tradiciones	Orgullo	Belleza	Aquí nació, tuvo hijos, se recibió, sus mayores logros han sido ahí.	Le gusta mucho	No tiene raíces	Gente, cultura	Sentido de pertenencia	Vivir en la villa es un regalo maravilloso	Cambio de la ciudad a lo tradicional.
Func. Esp. Público											
Frecuencia de uso	Muy poco	Muy poco	Poco	A veces	Frecuentemente	Frecuentemente	Frecuentemente	Frecuentemente	Frecuentemente	Frecuentemente	A veces
por qué	Ya lo conoce	Trabajo mucho	Ya conoce	Le gusta que haya gente.	Llevar a sus hijas a conocer para transmitir costumbres.	Le encanta	Es muy religioso y le gusta acudir a las iglesias y fiestas	Comprar, caminar, trámites.	Para caminar	Caminar	Ritmo de trabajo

Elaboración propia

Anexo III. Resultados Tepoztlán

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
Tiempo hab.	50	5	Toda la vida	10 años	25	Toda la vida	29	32	Toda la vida	10 años	18
Razón	Nació	Le Gusta	Nació	Papá es extranjero y vive ahí	Familia nativa	Nació	Nació	Familia se enfermó de asma en la CDMX	Nació	Quería salir de la ciudad	Nació
Edad	50	46	70	16	25	60	29	75	39	45	33
sexo	M	F	F	F	F	M	F	M	M	F	F
Estudios	Secundaria	Maestría	Sin estudios	Prepa	Licenciatura	Licenciatura	Licenciatura	Licenciatura	--	Preparatoria	Universidad
Nacionalidad	Mex	Mexicana	Mexicana	Mexicana	Mexicana	Mexicana	Mexicana	Mexicana	Mexicano	Mexicana	Mexicana
Conocimiento P. PM	Sí	Sí	Sí	No	sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Percepción de la calidad de vida											
Seguridad	Seguro	Seguro	Inseguro	Indiferente	Seguro	Seguro	Inseguro	Inseguro	Seguro	Seguro	Seguro
Tranquilidad	Tranquilo	Intranquilo	Muy intran.	Tranquilo	Tranquilo	Tranquilo	Tranquilo	Tranquilo	Tranquilo	Tranquilo	Tranquilo
Limpieza	Limpio	Limpio	Sucio	Limpio	Limpio	Sucio	Muy sucio	Limpio	Sucio	Sucio	Sucio
Silencio	Ruidoso	Ruidoso	Muy ruidoso	Silencioso	Ruidoso	Ruidoso	Indiferente	Ruidoso	Silencioso	Ruidoso	Indiferente
Costo	Elevado	Elevado	Muy elevado	Elevado	Accesible	Accesible	Muy elevado	Elevado	Muy elevado	Accesible	Muy elevado
Camb. calid. Vida	Mejor	Igual	Mucho peor	Peor	Mejor	Mejor	Mucho peor	Peor	Peor	Mejor	Igual
Conceptos relacionados	Tranquilo	Alimentación, seguridad, aire y clima	Convivir con familia y vecinos	Felicidad, paz, tranquilidad	Buen trabajo, estudios, alimentación	Vivir mejor	Trabajo estable, mejor salud	Aire limpio, servicios, buena comida, vistas hermosas, buenos	Todos los servicios	Todos los servicios	Trabajo

								productos para cocinar			
Postura cambios											
Aumento. Turis.	Mucho	No	Mucho	Mucho	Mucho	Algo	Mucho	Mucho	Mucho	Algo	Algo
Positivo?	Sí	—	Sí	Un poco	Un poco	Muy positivo	Un poco	No	Sí	Sí	No
Calif. antes	9	10	10	9	8	8	8	10	8	8	9
Calif. Actual	10	10	0	7	6	8	3	6	6	6	5
Orgullo	Mucho	Algo	No	Algo	No sé	Algo	No	No	No	No sé	No
Aprecio Cambios	Mucho	No	No	No	Algo	Algo	No	No	No existen	No	No
Apre. Cambios PM	Mucho	Algo	No	Algo	No	No sé	No sé	Algo	No	No sé	No sé
Visita Otros PM	No	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí
Op. Letras	Gustan	No le gustan, muy plástico, muy material	Representa n al pueblo, hay más turismo.	Está bien porque identifica al pueblo y se vuelve típico	Son Publicidad, no algo arraigado, sólo turistas	Está bien, identifican al pueblo, es moda. Un realce	No hay lugar para ellas aquí.	Forma de identificación pero no atrae a la gente en sí	Identificación del Pueblo	Me da igual	Están padres
Juicio de belleza											
Bello	Muy bello	Bello	Muy bello	Bello	Muy bello	Muy bello	Muy bello	Bello	Bello	Bello	Muy bello
agradable	Muy agr.	Agradable	Agradable	Muy agradable	Muy agradable	Agradable	Agradable	Agradable	Agradable	Agradable	Agradable
confortable	Muy conf.	Confortable	Incómodo	Muy confortable	Muy confortable	Confortable	Confortable	Incómodo	Confortable	Confortable	Confortable
hospitalario	Indiferente	Hospitalario	Muy hospitalario	Muy hospitalario	Hospitalario	Hospitalario	Indiferente	Hospitalario	Hospitalario	Hospitalario	Indiferente
Conceptos relacionados	Naturaleza	Naturaleza	Bello	Comodidad visual y mental	Tranquilidad que entra por los ojos	Hospitalidad, limpieza	No sé	Entorno Natural	Gente y entorno natural, no cadenas comerciales	Naturaleza	Naturaleza

Belleza, ident. Y signifi.											
Emociona	Sí	Mucho	Sí	Sí	Sí	Mucho	Mucho	No	Sí	Sí	Sí
Transmite	Sí	Mucho	Sí	Mucho	Mucho	Sí	Sí	No	Sí	Un poco	Sí
qué	Tepozteco le emociona	Energía	Tristeza pero le gusta el clima y el aire fresco	Tranquilidad espiritual	Paz tranquilidad hogar	Tranquilidad, amistad	Inseguridad	El entorno Natural transmite, el pueblo no	Tranquilidad	Paz	Tranquilidad
Unicidad	Diferente	Único	Diferente	Diferente	Único	Diferente	Común	Único	Único	Común	Único
Vínculo emocional	sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	Sí	No	Sí
Por qué	Cerros	Ovnis	Carnaval, antes era bonito. Recuerdos	Visita aquí desde pequeña y le trae recuerdos	Toda la vida ha estado ahí	Nació ahí	Raíces familiares	Familia vive ahí	Nació y familia	—	Creció ahí, cultura y tradiciones
Func. Esp. Publico											
Frecuencia de uso	Frecuentemente	Muy poco	Muy poco	Frecuentemente	Frecuentemente	Frecuentemente	Muy poco	Muy poco	Muy poco	A veces	Frecuentemente
por qué	Le gusta	Trabajo mucho	Demasiados turistas y gente	Recuerdos	Pasear	Río, campo deportivo, zócalo	Estudia en Cuernavaca	Camina por las montañas no por el pueblo	Se encuentran las cosas en todos lados, no hay falta ir al centro	Necesidades compras	Compras

Elaboración propia