

Desensamblando a Times Square¹

Delimitaciones metodológicas y reducciones ontológicas al diseñar un objeto de estudio.



Julio 6 de 2020

SANTIAGO ORREGO
Universidad de Antioquia

Espacios de encuentro: Experimentación,
hallazgos y colisiones entre los Estudios
Urbanos y los Estudios de Ciencia,
Tecnología y Sociedad

<https://sorrego.net/espacios-de-encuentro/>

santiago@sorrego.net

Resumen

Este working paper presenta una deconstrucción ontológica de Times Square a través del seguimiento de varios de sus elementos semiótico-materiales. El objetivo de dicha deconstrucción es la experimentación epistemológica para delimitar y estudiar un espacio urbano, y sus diferentes relaciones, capas y composiciones, por medio de una serie de procesos múltiples de estabilización de las diferentes versiones de dicho lugar. Estas versiones se entenderán como formaciones temporales y espaciales, muchas veces efervescentes, que suceden simultáneamente involucrando toda clase de actores humanos y no humanos, materiales e inmateriales. El documento se compone de cuatro secciones. La primera actuará como una introducción al objeto de estudio explicando el porqué de la elección de este. La segunda y tercera sección deconstruyen parcialmente a Times Square por medio del seguimiento de varias de sus características. La sección final se conecta con la primera a través cuatro ideas equivocadas sobre Times Square que se convirtieron en un reto académico al momento de desarrollar esta investigación.

¿Por qué Times Square?

Quizá una de las preguntas que más suelen hacerme cuando hablo de mi investigación en, y sobre, Times Square es precisamente el porqué de mi decisión de trabajar allí. El Times Square de hoy en día, la versión más estable que tenemos de este lugar, da la impresión de ser un escenario donde no es posible encontrar algo que valga la pena para llevar a cabo una producción académica. Por un lado, dicha espacialidad parece ser un terreno infértil y totalmente dependiente de fuerzas externas. Por otro lado, Times Square luce como una locación ya agotada y totalmente definida y demarcada, bien sea utilizando el rótulo de gentrificación-disneyfication, o bajo el sello oficial de revitalización. El uso de cada uno de estos términos dependerá de quién sea el que cuente la historia

1. Este documento hace parte de una serie de productos académicos que pertenecen a la construcción teórica y metodológica de mi tesis doctoral *Mirrors and Labyrinths, learning from Times Square how to make an urban-STS ethnography* para obtener el título de *Doctor of Philosophy in TechnoScience Studies* de la Universidad Técnica de Múnich. La producción de esta investigación fue financiada por el Ministerio de Ciencia, Tecnología e Innovación de Colombia, MinCiencias, a través de la convocatoria 756 de 2016.

de dicho lugar. Sin embargo, en ambas versiones, Times Square es percibido como un objeto ya terminado y cajanegrizado (Latour, 1999) sin mucho que ofrecer.

Decidí desarrollar mi investigación doctoral en Times Square por varias razones. Primero, debido a un interés personal que tengo por la ciudad de Nueva York, un lugar que también exploré durante mis estudios de maestría en sociología. Segundo, y más importante aún, porque estudiar Times Square representaba un desafío derivado de cuatro ideas totalmente erradas sobre este lugar que recogí antes de comenzar mi trabajo allí: (I) Times Square es un lugar aséptico y artificial diseñado solo para turistas. (II) Times Square es el lugar resultante de algo más (III) donde no hay nada qué hacer y (IV) no hay nada que ver. Estas cuatro afirmaciones comenzaron a aparecer en diferentes escenarios —personales y académicos— cada vez que yo comentaba que Times Square sería el objeto de estudio de mi investigación.

Sin embargo, a medida que el tiempo pasaba y mi trabajo se iba transformando, intenté hacer del desafío que recién había asumido algo mucho más interesante. Así que añadí una nueva capa de complejidad. En vez de solo enfocarme en decir algo —mucho o poco— sobre un lugar cualquiera, un espacio que a primera vista pudiese parecer volátil, etéreo e insignificante, en términos de relevancia académica, decidí embarcarme en una exploración totalmente especulativa cuyo objetivo se centraba en responder: “qué puede uno aprender de un lugar como este, Times Square de hoy en día, con el fin de desarrollar una propuesta de producción etnográfica experimental que pudiese mezclar los Estudios Urbanos y STS.

Para efectos prácticos, cuando hablo de Times Square de hoy en día me estoy refiriendo al espacio resultante luego de la peatonalización de Broadway Avenue entre las calles W. 42nd y W. 47th de Manhattan. El proceso para reestructurar este lugar comenzó en febrero de 2009 como parte de un supuesto plan temporal que buscaba reducir la congestión vehicular, mejorar la calidad del aire, y disminuir los accidentes entre vehículos y peatones en esta área del centro de la ciudad. La idea inicial era peatonalizar Broadway, como una especie de experimento urbano, por el período de un año. Sin embargo, luego de algunos pactos y evaluaciones, la administración del alcalde Bloomberg decidió declarar esta medida permanente. Todo el proceso de transformación de Times Square terminó formalmente en abril de 2017.

Al comienzo, la intención de no dejar circular vehículos por este segmento de Broadway Avenue y de convertir Times Square en una plaza peatonal fue una decisión polémica. Esto se debió a que muchos de los dueños de los negocios locales y algunos medos de comunicación se opusieron temporalmente a transformar esta avenida en una vía peatonal. El primer grupo en contra de dicha

medida estaba preocupado por la afluencia de clientes a sus negocios. Mientras tanto, el segundo grupo se quejaba de que dicha decisión haría que Times Square, un lugar frenético y considerado como el centro del universo² se convirtiera en un estacionamiento suburbano lleno de traseros. Peatonalizar Times Square era una idea considerada extremadamente tonta.

Esta es pues la geografía, la ubicación arbitraria (Candea, 2009), que decidí convertir en mi objeto de estudio principal, no solo para escribir mi disertación doctoral, sino para desarrollar toda esta propuesta de investigación en etnografía urbana-STs. En otras palabras, podemos definir tal espacialidad como el conjunto de efervescencias y estabilizaciones que sucedieron entre 2009 y 2019, antes y durante el proceso de peatonalización de Times Square. Sin embargo, y durante toda esta serie de documentos, otros Times Square serán presentados, deconstruidos y estabilizados en forma de versiones. Estas versiones representan situaciones³ históricas en el sentido de que estas son, es decir, que existen, al igual que Times Square luego de su peatonalización, mucho más en términos de tiempo que de espacio.

No obstante, la intención de esta serie de documentos y, en términos generales, de esta propuesta de investigación, no es la de convertirse en un producto histórico ni de utilizar la Historia como su fuente primaria. Dicha aclaración es importante porque podría uno ser acusado de caer en dos malentendidos. El primero es el de incurrir en la perpetuación de una especie de determinismo histórico, e incluso social, especialmente relacionados con la transformación de espacios en las aglomeraciones urbanas contemporáneas. Es decir, lo que podríamos llamar desde un punto de vista “crítico” o “pesimista” como gentrificación, o desde una perspectiva oficial o “positivista” como renovación.

El segundo malentendido es que este tipo de escritura está relacionada, por lo menos, con prácticas e intenciones historiográficas. Esta interpretación podría fundamentarse, equivocadamente, en que mi intención no es la de darle prioridad suficiente a los elementos y situaciones que he recogido durante mi trabajo de campo. El campo será entendido aquí a través de su definición más general como el espacio físico donde el investigador suele ir a recolectar insumos para su trabajo. Por el contrario, lo que pretendo es construir un escenario simétrico en el que cualquier tipo de contenido externo es bienvenido y respetado en su posición o valor ontológico. Los diferentes materiales históricos sobre Times Square son también recogidos dentro de esa categoría de contenido externo ocupando, además, un espacio relevante y reiterativo a través de toda esta investigación.

2. Original: “Turning the Crossroads of the World from a vibrant, frenetic, center of the universe into a butt-littered suburban parking lot. [The pedestrianization of Times Square was considered] an idea ferociously dumb” (Peyser, 2009, mayo 27).

3. *Situations*, que es la traducción literal en inglés del término *situaciones*, será introducido no sólo como tal, sino además presentado en su forma singular, *situation*, como una suerte de acrónimo para *situated temporal association*, es decir, una situación temporal definida espacialmente.

Aunque se expondrán y agotarán muchos otros temas, reflexiones y ensayos, la discusión principal que nos guiará será “¿Qué puede aprender STS de Times Square para hacer etnografía urbana?” Este punto en particular será el que aglutinará y desplegará las demás preguntas y preocupaciones que serán presentadas a través de esta serie de publicaciones. Adicionalmente, el interrogante que se pretende resolver durante la discusión principal tiene la particularidad de ser lo suficientemente abierto como para permitir experimentar con diferentes estrategias metodológicas a la hora de capturar y representar una espacialidad limitada, pero, a su vez, lo suficientemente específico como para conducir todas esas construcciones metodológicas a través de una senda común.

Existe, adicionalmente, una doble condición relacionada con la elección de Times Square como el campo, como el elemento geográfico, de este trabajo de investigación. Por un lado, tenemos un espacio artificial claramente delimitado, una locación que resulta demasiado fácil de localizar, bien sea en un mapa o en un marco temporal. Pero, por otro lado, tenemos un lugar que está compuesto por muchos otros lugares y que estos lugares, a su vez, suceden de una manera simultánea y, muchas veces, incluso por fuera de la delimitación geográfica de Times Square. Dicho de otra manera, elegir a Times Square como mi campo de trabajo es construir una suerte de espacio etnográfico, delimitado y provisional, sobre una multiplicidad que está siempre en movimiento.

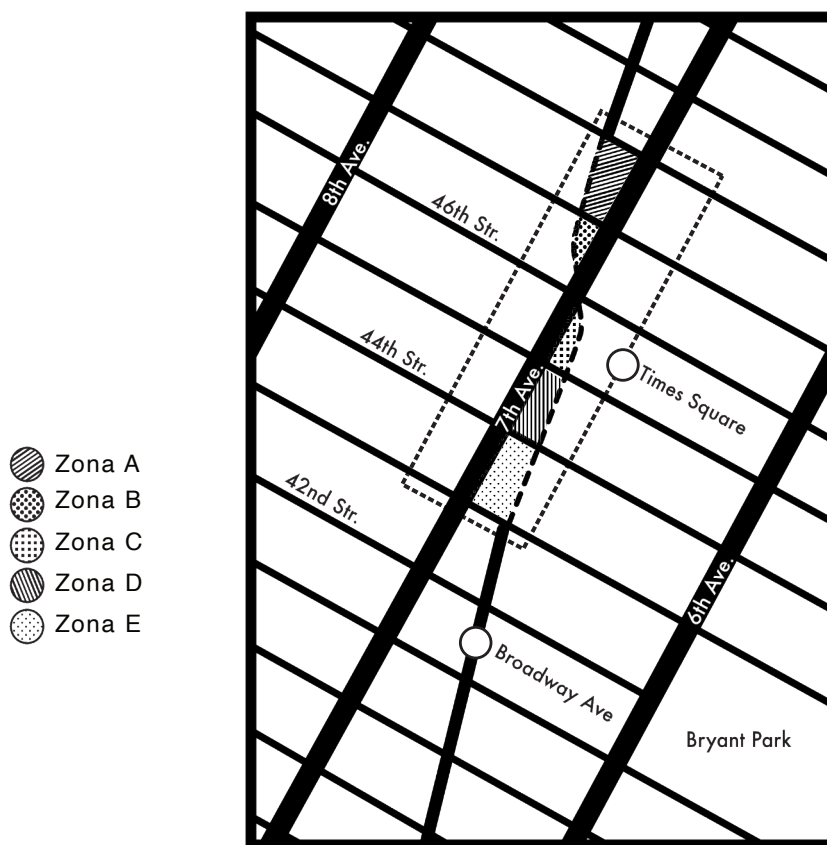


Figura 1. Mapa zonal de Times Square. La distribución por áreas fungió como herramienta para optimizar el trabajo de campo.

La doble condición y composición de Times Square proyecta y, además, reconoce la complejidad de lo particular, al situar y limitar nuestra capacidad de observación a través de la propuesta de que “solamente a través de una perspectiva parcial podemos asegurar una visión objetiva.” (Haraway, 1988, p. 583). Utilizar una perspectiva parcial sobre ubicaciones específicas posibilita la observación de espacios particulares y particulares por medio de sus componentes y de sus otras espacialidades, semióticamente conectadas, incluso aunque estas no se encuentren conectadas bien sea espacial o temporalmente.

Es decir que lo que aquí se propone es una etnografía multisituada sobre un espacio particular. Sin embargo, es importante aclarar que el término multisituado (multi-situated) no debe ser confundido con la propuesta de George Marcus (1995), traducida al español de manera homónima, pero con una ligera variación en su lengua original (multi-sited). El tipo de etnografía multisituada al que aquí se hace referencia es aquella llevada a cabo (y sobre) una geografía específica compuesta por otros espacios temporales, así como por todo tipo de situaciones, ideas, imaginarios, temporalidades y materialidades. No es necesario abandonar un territorio para situarse en diferentes geografías o, en otras palabras, en diferentes versiones de un mismo espacio.

Para finalizar esta sección, existen otras tres razones que complementan el porqué de mi decisión de trabajar sobre Times Square. Estas tres razones son en realidad tres particularidades que identifiqué durante mis primeras exploraciones allí. Las dos primeras particularidades son (I) su magnetismo y (II) su capacidad de hiperbolizar. Ambas características conforman quizá el ethos más famoso que tiene este lugar: su espectacularización. La última particularidad que detecté sobre Times Square es la falta de interés que tanto los Estudios Urbanos como STS han presentado sobre esta espacialidad. En los siguientes subtítulos expandiré cada una de estas particularidades y discutiré sobre Times Square y su proceso de espectacularizar.

Seducir y atrapar

Sin importar lo que uno pueda pensar sobre Times Square, resulta imposible negar que este lugar tiene un enorme poder para capturar todo tipo de elementos: cuerpos, miradas, capital, emociones, opiniones. El atractivo de Times Square puede encontrarse en diferentes escenarios: En sus pantallas y luces; en su historia; en sus múltiples reproducciones en la cultura popular; en su ubicación; en las actividades que allí se desarrollan; en sus tradiciones, sus tensiones y sus contradicciones; y en sus múltiples y variopintas personajes. Los miles de turistas que a diario visitan este lugar, la publicidad que es allí desplegada 24-7, así como su ecosistema vibrante, en cualquier época del año, son pruebas de ello.

Times Square luego de su peatonalización se convirtió en un lugar donde casi nunca pasa nada, pero, al mismo tiempo, donde siempre algo está sucediendo. Una primera mirada sobre Times Square —el mismo tipo de mirada que ha sido proyectado y repetido incansablemente en diferentes medios— es que Times Square es una trampa diseñada para capturar turistas. La popularización de la categoría de trampa para turistas ha sido más que suficiente para construir todo un set de imaginarios, mayoritariamente negativos, basados únicamente en una sola de las muchas características, facetas y versiones que tiene este lugar.

Una de las preguntas principales que tenía al comenzar con este trabajo estaba relacionada con la capacidad de Times Square para atraer y capturar casi cualquier cosa. ¿Qué es eso que hace a Times Square tan popular? ¿Es acaso la popularidad de Times Square simplemente el resultado de una suma de elementos —como si realmente estuviésemos haciendo una operación matemática— tipo pantallas+fama+historia+imaginarios? ¿Es la popularidad de Times Square el resultado de un encuentro sensorial entre sus visitantes y sus modos y capacidades (affordances)? ¿Es su popularidad algo real o estamos aquí hablando de algo que no existe? Es decir, ¿es su popularidad solo un mito? ¿Cuál es la fórmula que Times Square utiliza para reunir y mantener esa supuesta gran cantidad de cuerpos y materiales semióticos orbitando a su alrededor?

Sin embargo, con todo esto, no pretendo negar que Times Square puede fluctuar y comportarse como una trampa para turistas, pero, definitivamente, este es un lugar que va mucho más allá de tal definición. No obstante, incluso si aceptamos que Times Square es una trampa para turistas, existen muchas variables que discutir y explorar al respecto sobre tal condición: Su estructura, lógicas internas, sus componentes... Lo importante aquí es que adjetivar y etiquetar un espacio determinado no debería ser el producto final de nuestro trabajo como académicos, sino, por el contrario, el punto de partida de un proyecto más serio, esquemático y detallado de exploración etnográfica de lo urbano.

Con el fin de responder esas preguntas y, simultáneamente, de buscar ese encanto, ese espíritu magnético que caracteriza a dicho lugar, he tomado prestadas dos ideas propuestas por Frank Cochoy (2011), seducción y curiosidad, para intentar relacionar la atractividad de Times Square, así como su poder para atraer elementos, con una especie de juego de rol basado en la persuasión y en el deseo. Seducción es una actividad colectiva y multimedia donde la curiosidad se convierte en la puerta de entrada a lo desconocido. Es como un juego de espejos, una especie de ensamblaje alrededor de la idea de capturar y dejarse captar. Curiosidad, de acuerdo con Cochoy, “es el antídoto del habitus, es la fuerza que nos impulsa a romper con lo que somos” (p. 158).

Etiquetar a Times Square como una trampa para turistas es una actividad similar a lo que Latour (1999, p. 304) llama cajanegrizar. Esto es, “la manera en como el trabajo técnico y científico se ha

hecho invisible por cuenta de su propio mérito.” En este caso, por cajanegrizar nos referimos al éxito que ha tenido una versión particular de un elemento para posicionarse hegemónicamente sobre las otras versiones de la misma entidad. Por ejemplo, y mirando desde afuera, resulta demasiado fácil concebir a Times Square solamente como un lugar creado para quitarle el dinero a los turistas. Sin embargo, y una vez se comienza a explorar dicha espacialidad —inclusive tal exploración no tiene que ser presencial— resulta imposible no ver otro tipo de aspectos, situaciones y características que retan, de alguna manera, la versión dominante de este lugar.

A pesar de que Cochoy (2016[2011]) no ofrece una definición clara de qué entiende por seducción, a través de su trabajo se pueden encontrar pequeñas referencias a lo que él intenta construir con esta idea. Seducción puede entenderse como una forma (fatal) de capturar [a otros] (ibid., p. 46); como una fuerza (p. 90); y como una “metonimia de deseos” (p. 120). Pettinger (2017) describe a la falta de información sobre qué se entiende por seducción en la obra de Cochoy como algo particularmente enredado y confuso (p. 321). Sin embargo, este autor interpreta tal idea como una especie de erotismo implícito (ibid.).



Figura 2. Banca de concreto localizada en la zona E de Times Square.

Luego de pasar varios meses en Times Square, visitando este lugar diariamente y pasando allí entre seis y ocho horas por jornada, pude observar como su atraktividad es una característica fluctuante e intermitente. Sin embargo, mientras el significado y utilidad de Times Square solía cambiar dependiendo de la situación y de quién estuviese usando tal lugar, su materialidad —en términos generales— se mantenía estable. Tomemos, por ejemplo, tres elementos diferentes de Times Square, una banca, una pantalla y un grupo de turistas, con el fin de explorar, brevemente, sus habilidades para seducir y atrapar y comprobar cómo dependiendo del tipo de relaciones en que estos están participando, sus *ethos* y significados suelen transformarse.

Con todo esto también es importante aclarar que, aunque seducir, atraer, o capturar puedan ser percibidos como actividades unidireccionales donde un elemento estructura una serie de estrategias para atrapar a otros, aquellos que son atrapados también despliegan ciertas particularidades que los convierte en elementos atractivos e interesantes para ser capturados. La seducción es pues un juego a dos bandas. Una particularidad de cómo funciona el proceso de seducción en Times Square, es que allí se presenta un tipo de vinculación, mayoritariamente basada en emociones, donde elementos no-humanos se aprovechan de los sentimientos, emociones y deseos de las personas, mayoritariamente turistas, con el fin de que estos reaccionen y se comporten de una manera en particular. Seducir y atraer —tal como podemos verlo en el texto que se entrelaza con este— resultan ser movimientos semiótico-materiales que producen espacios específicos de deseo.

Hay una banca de concreto muy particular en la zona E de Times Square (ver figura 2) que continuamente atrae a toda clase de peatones debido a su forma y ubicación. La forma de esta banca, que casi siempre actúa como banca, es perfecta para agrupar una cantidad considerable de personas. Su estructura invita a tomar una pausa y descansar allí. Como era de esperarse, la gente suele usar la banca regularmente para sentarse y conversar, para comer, para descansar, y también como punto de encuentro. Además, el lugar donde la banca está ubicada ofrece una vista general de todo Times Square. Más que todo por esta última condición, la banca es continuamente visitada por turistas que la usan como escalera, y como escenario, para tomar fotos del paisaje y de ellos mismos también, con Times Square al fondo. Sobre todo, cuando es tarde en las noches, y los turistas ya se han ido, la estructura plana y alargada de la banca seduce a personas sin hogar que convierten a este elemento en una especie de cama comunal.

La intención de separar (I) atraktividad y (II) poder de atraer, es la resaltar dos situaciones distintas. La primera está relacionada con una condición, con un grupo de características que tiene Times Square y que hacen que este lugar sea atractivo. La segunda es sobre una capacidad de actuar, de producir algo. Respectivamente estamos hablando entonces de (I) una serie de signos o adjetivos y de (II) una acción, en palabras de MacCanell (1976, p. 109), una acción enmarcada dentro de un proceso semiótico, “una relación entre un lugar turístico [a sight] un referente o señal [a marker] y un turista [a tourist]. La atraktividad de Times Square es una condición pasiva, un set de peculiaridades que hacen que otros elementos orbiten a su alrededor. Mientras tanto, su poder de atracción es una situación activa que le permite atrapar y contener todo eso que gira en torno a él.

Las pantallas de Times Square son, definitivamente, dispositivos que saben como seducir diferentes tipos de elementos sin hacer muchísimo esfuerzo. Estas solamente necesitan conectarse y proyectar publicidad. Quizá la única condición, o característica, que estos dispositivos requieren es que, para desplegar todo su potencial seductor, ellos necesitan estar juntos. Para las pantallas de Times Square, a pesar de existe una gran competencia entre aparatos, el éxito se les es garantizado solamente debido a su coexistencia comunal. La gran densidad coreográfica de luces emitiendo publicidad atrae diariamente a miles de turistas que usan las pantallas —ahora convertidas en elementos paisajísticos— como elementos decorativos para sus fotos y videos. El alto volumen de interacción de estos dispositivos, mayoritariamente con turistas, pero también con otros elementos como conductores de todo tipo de vehículos que pasan por sus lados, y con el material audiovisual que proyectan, así como la posición geográfica en la que las pantallas se encuentran, atraen continuamente negocios y compañías de todo tipo que, generalmente, se dejan seducir por (I) las estadísticas de conteo de visitantes que Times Square presenta periódicamente y, también, por (II) la promesa de posicionamiento y promoción de sus productos y servicios en uno de los destinos turísticos más populares en todo el mundo.

Entonces, básicamente podemos concluir que Times Square tiene la posibilidad y capacidad de atraer todo tipo de elementos materiales e inmateriales en una especie de cortejo múltiple e infinito basado en prometer cosas, diferente tipo de cosas a través de diferentes promesas. Alexa Färber (2020, pp. 53-54) identifica dos tipos de promesas que un espacio urbano puede hacer. “En el sentido más básico, podemos entender la promesa como una práctica —el prometer hacer algo— relacionando así a quién promete y a eso que promete. [...] la performatividad de la promesa, como una suerte de acto ilocutorio, [...] no debería entenderse principalmente en términos de que esta debería cumplir lo que propone, sino como una especie de vínculo social. El segundo tipo se enmarca en una cualidad conceptual que concibe a la promesa como aquello que designa, que materializa, a un objeto de deseo específico.”

Sin lugar a duda, los turistas son el combustible que hace que Times Square funcione. Las pantallas necesitan turistas, las tiendas necesitan turistas, los artistas callejeros, los hoteles, los teatros, los restaurantes y Times Square Alliance⁹. necesitan turistas también. Los turistas no son solo visitantes, ellos son también objetos de deseo para trabajadores formales e informales, así como para grupos religiosos que ven a Times Square como el mejor lugar para conseguir adeptos. Los turistas también son números, ellos son estadísticas que atraen capitales e inversión. Los turistas significan ventas, significan trabajos. En términos generales, atraer turistas es un complejo y multimodal ejercicio semiótico llevado a cabo por Times Square mismo, así como por cada uno de sus componentes.

A veces estos componentes suelen trabajar juntos: Los turistas llegan atraídos como polillas por las luces que emanan de las pantallas. Una vez allí, las plazas peatonales, los artistas callejeros, y el ambiente iluminado y festivo, mantienen a los turistas entretenidos, y por largos períodos de tiempo, en Times Square. Luego, es el turno de los puestos de comida y de las tiendas y sus descuentos, sus

promociones, y sus marcas... Seducir en Times Square es un trabajo de equipo. Aunque, por supuesto, seducir turistas también implica competir: Los artistas callejeros frecuentemente compiten entre ellos, los espectáculos de Broadway constantemente acusan a estos artistas informales de ahuyentar turistas y piden al gobierno de la ciudad no permitir ningún tipo de espectáculo callejero allí. Las tiendas cada cierto tiempo anuncian nuevos descuentos, renovando su mercancía y bajando los precios de la ya existente. También están los volantes, los anuncios luminosos, las campañas de publicidad, las estrategias de marketing...

El juego de seducir y persuadir incluso comienza mucho antes de que aquellos que resultan ser los objetivos de tal movimiento hagan presencia física en Times Square. Incluso, de vez en cuando, no es ni siquiera necesario estar allí para ser atrapado y seducido por este lugar. Algunas veces una promesa es más que suficiente. Una promesa de ser visto, de pasarla bien, de encontrar allí un imaginario particular, de construir cierto tipo de conexiones. El erotismo que emerge de Times Square, esa fuerza magnética y descentralizada, es una hipérbole de cuerpo, sensaciones y trayectorias. Una hipérbole basada en una promesa de cantidad, de establecer todo tipo de relaciones a gran escala con todo tipo de elementos (ojos, luces, diversión, dinero, gente, atención...).

Seducir es, también, un movimiento multinivel de improvisación y de repetición. Implícitamente, hemos podido observar aquí como aquellos elementos atraídos por Times Square también constantemente están seduciendo a otros con la intención de retenerlos temporalmente y de obtener algo de ellos. Estos nuevos seductores —que ya fueron seducidos por Times Square, usan todo tipo de técnicas persuasivas basadas en un tipo de erotismo material reflejado en sus posibilidades (affordances) y en sus expresiones semióticas. Las técnicas persuasivas usadas por los seductores son también muy variadas: una luz, un movimiento, un cuerpo desnudo, un disfraz, un paisaje urbano atiborrado de cosas, un tiquete barato para asistir a una obra de teatro, un baile, una promoción.

No hay una técnica de seducción que funcione para todo tipo de elementos. Esa es la razón por la cual el seductor, como un Kraken extendiendo sus tentáculos, despliega sus múltiples herramientas y estrategias con el fin de capturar la mayor cantidad posible de elementos. Quien seduce, también suele sacar provecho de los elementos físicos y semióticos que suele encontrar en Times Square para hacer de su labor una práctica más compleja y acertada. El acto de seducir en espacios urbanos es a menudo puede entenderse como una actividad lúdica donde tres jugadores, por lo menos, se encuentran allí implicados. Este es pues un movimiento multi-sensorial donde el seductor se alía con el espacio mismo para capturar así a aquellos elementos que, llevados por una curiosidad latente, están dispuestos a modificar sus trayectorias —o *habitus*— con la intención de seguir un signo, una promesa, o un particular objeto de deseo.

Como una especie de conclusión a esta primera parte, el magnetismo/erotismo de Times Square resulta ser una característica interesante que explorar como especie de hilo conductor de una suerte de comportamientos, prácticas y estrategias comunales desarrolladas para capturar y retener toda clase de elementos materiales y semióticos. Tal magnetismo es, además, reproducido por muchos de

esos elementos involucrados con, y dentro de, Times Square y que, además, participan en diferentes formaciones de grupos. La acción colectiva de estos grupos y elementos produce un escenario de cortejo permanente a través del uso constante de los modos y posibilidades de Times Square, como si estos fuesen herramientas, para alcanzar sus objetivos particulares resultantes basados en capturar, temporalmente retener y, además utilizar, a otro tipo de individuos.

Espectáculo y repetición

Hay un Starbucks sobre la parte peatonalizada de Broadway Avenue, entre las calles W. 43th y W. 44th, que se mantiene abierto las 24 horas del día, todos los días de la semana. A pesar de que este lugar no es muy amplio, y que tampoco ofrece nada distinto a lo que las otras sucursales de esta cadena ofrecen, es constantemente visitado —y sobresaturado— por cientos, quizá miles, de turistas. El letrero que anuncia en su portada el nombre de este establecimiento está compuesto por bombillas circulares que siempre están alumbrando. Igualmente, la entrada a este establecimiento cuenta con un techo luminoso que recuerda a esas famosas fachadas recargadas de elementos y luces muy propias de los viejos teatros y cinemas de la zona.

Un poco más hacia el norte, sobre la misma calle, hay un McDonald's. Este establecimiento también se encuentra decorado con pantallas y marquesinas de luces brillantes. Esta vez, no solamente recreando su logo y marca, sino decorando toda la entrada del restaurante, como si en vez de uno entrar a comprar hamburguesas, papas y gaseosas estuviese entrando a disfrutar de un espectáculo de variedades. La cantidad de gente constantemente entrando y saliendo de allí es algo que no puede dejarse de resaltar. Durante la mayor parte del día, este lugar se encuentra lleno de turistas. En la noche, los locales son mayoría.

La entrada principal de Times Square Subway Station, es una estructura de doble altura localizada en la esquina de la 7th Avenue y la calle 42nd, en la planta baja de Times Square Tower. Times Square Tower es un edificio de 49 pisos que alberga más que todo bufetes de abogados y firmas de inversión. Como en todas las edificaciones a la redonda, unas cuantas pantallas digitales de gran formato cuelgan de la fachada y laterales de este edificio. La entrada de Times Square Subway Station está adornada rimbombantemente con luces que parpadean y se mueven todo el tiempo. Todo esto convierte a esta estación de tren en la más extravagante de todo el sistema de transporte de la ciudad.

Existen otras dos entradas laterales a esta estación, localizadas una en frente de la otra, ambas sobre la calle 42nd. La primera de estas se encuentra al lado del teatro New Amsterdam, la segunda al lado del teatro New Victory. Ambas entradas también resaltan y, al mismo tiempo, se acoplan al ambiente brillante, pintoresco y fastuoso de la zona. La razón es que desde afuera parecen más las entradas a un espacio de entretenimiento que a la plataforma de una línea de tren subterráneo. Incluso la

estación de policía de Times Square, ubicada en la esquina sur de la calle W. 43rd sobre la 7th Avenue, funciona, además, como una atracción turística. Varias veces al día algunos oficiales de policía acostumbran a salir de allí solo para ser vistos y para que los turistas puedan tomarse fotos con ellos.

Times Square es, sin lugar a duda, el único lugar en todo Nueva York donde puede uno encontrar una estación del metro subterráneo tan colorida e iluminada, así como una comisaría que parece más una cafetería de los años sesenta. No hay otro lugar en la ciudad en que los policías salen a la calle a posar como parte del escenario configurado como paisaje para las postales de los turistas que allí van. ¿Por qué suceden estas cosas allí? Una primera aproximación a dicha pregunta es que da la impresión de que Times Square tiene cierta tendencia —de nuevo—, una especie de *habitus* podría uno decir en un lenguaje sociológico más tradicional, para hiperbolizar los elementos que se encuentran al interior de sus dominios. Esta exageración está ligada a dos de las características más fuertemente proyectadas por este lugar: Espectacularizar y repetir.

En condiciones normales, uno puede encontrar turistas visitando Times Square todos los días del año. A pesar de que los cuerpos particulares que componen el conjunto llamado “turistas” me mantienen en continuo movimiento, y a pesar de que ese flujo amorfo de visitantes varía constantemente, la regla general de Times Square es que los turistas son un elemento recurrente y regular allí. Y aunque el turismo a gran escala en Times Square no es una novedad, la peatonalización de Broadway Avenue generó, de acuerdo con la información oficial de Times Square Alliance (TSA), un incremento sustancial en el número de visitantes, así como en generar una mejor percepción —local y globalmente— de toda la zona y de sus dinámicas.

Sin embargo, el contenido proporcionado por TSA¹¹ y que soporta dichas afirmaciones es un poco confuso. Esto es, más que todo, debido a que no existe una manera unificada para recolectar y procesar la información que respaldan las aseveraciones de esta entidad. Los conteos de peatones que se desarrollan tanto en invierno como en verano, y que hacen parte de la investigación de mercado (Market research and data) que periódicamente TSA actualiza en su sitio web, muestran que no existe una diferencia sustancial en el número de visitantes antes y después de la peatonalización de este lugar. Por el contrario, uno puede ver que lo que generó dicho incremento en el número de visitantes fue la adición de nuevos puntos de conteo.

Un año antes de que en Broadway comenzaran los trabajos de peatonalización, el conteo de verano —llevado a cabo el 13 de agosto de 2008— arrojaba que por lo menos 1.225.208 peatones habían visitado Times Square. El inconveniente de tal medición es que en este informe no había claridad sobre el tiempo (días, horas, o semanas) que tomó desarrollar este ejercicio de medición y tampoco sobre en qué momento del día tal conteo fue llevado a cabo. Dicho inconveniente también puede evidenciarse en los demás ejercicios presentados por TSA. Lo que sí sabemos sobre este documento es que el conteo de peatones fue realizado teniendo en cuenta 24 escenarios dentro de Times Square. El conteo de verano del siguiente año informó que 1.175.884 peatones visitaron Times Square. Las

mediciones, que fueron tomadas en los mismos 24 lugares, presentaron un decrecimiento de cuatro puntos porcentuales en comparación con el año anterior.

El conteo de verano de 2010, publicado el once de agosto del mismo año, presentaba que 1.280.380 visitantes, cuatro puntos porcentuales y medio más que en 2008, visitaron Times Square. Esta vez un nuevo escenario de conteo fue añadido. Por otro lado, el ejercicio realizado en el período de invierno presentaba unos resultados aún más dramáticos que el anterior. Sin embargo, una vez estos se estudian, se puede evidenciar que tal disparidad obedece —como ya fue sugerido antes— a la manera en que el conteo de peatones fue realizado. Por ejemplo, el 23 de diciembre 2008, 494.669 peatones fueron reportados por medio del análisis de seis lugares alrededor de Times Square. Un año después se informó que la cifra era de 595.278 personas, un 19.7% más. En 2010, durante el conteo realizado el 22 de diciembre, la cifra de peatones en Times Square fue de 809.177. Dicho número representaba una gran diferencia respecto a los años anteriores, 36.6 puntos porcentuales frente a 2009 y 63.5 puntos más en cuanto a 2008.

El truco detrás de este incremento de peatones fue la adición de nuevos puntos de conteo. En ambos informes presentados durante 2008, seis fueron los lugares destinados para desarrollar este ejercicio. Un año después se añadieron tres lugares más. Para los conteos de verano y de invierno en 2010 ya existían doce puntos de conteo. Adicionalmente, estos informes presentados por Times Square Alliance no ofrecían ningún tipo de información adicional en cuanto a la metodología y los criterios de conteo que permitieran entender cómo dicho ejercicio se desarrolló y cómo se evitaba, o por lo menos se contenía, el incluir repetidamente un mismo peatón que cruza diferentes puntos de muestreo.

No obstante, y teniendo en cuenta todas estas situaciones presentadas con los resultados de los conteos de peatones y con el empleo de las herramientas para el desarrollo de estos, lo que es cierto aquí es que Times Square resulta ser una especie de imán brillante y luminoso para turistas y otros tipos de peatones. Sin embargo, dependiendo del momento del día y de la estación del año, el número y la intensidad de esa presencia suele variar. Da la impresión de que las diferentes prácticas de turismo en Times Square han sido estructuradas a través de patrones comportamentales no estructurados, tanto por parte de los turistas mismos, como por aquellos elementos que con estos se relacionan.

Existe una similitud en como los turistas, sin importar su procedencia, se comportan en Times Square. Esta afirmación, sin embargo, no está soportada por nada más que por mis observaciones resultantes de un ejercicio estructurado de especulación durante todo mi trabajo de campo. En términos generales, no identifiqué ninguna particularidad importante en el comportamiento de los turistas que uno pudiese relacionar bien sea con una nacionalidad o cultura específica. De acuerdo con Elliot (2015, p. 1), “el comportamiento de los turistas —en general, no solo en Times Square— es afectado por dos dimensiones: una ambiental [y general,] comocida como también como factores de atracción, y una referente a las características propias del turista, [totalmente personal] llamada

a su vez como factores de empuje. El ambiente lo abarca todo, desde estímulos de mercadeo hasta macro factores económicos, políticos, tecnológicos y culturales. Las características del turista incluyen factores sociodemográficos y psico-gráficos, actitudes, percepciones, estilo de vida, conocimiento y motivaciones.”

Teniendo en cuenta que la dimensión ambiental es similar para todos los presentes en un lugar determinado, “los factores de atracción son desplegados por este lugar como una suerte de estímulos externos destinados a atraer turistas” (ibid.). Entonces, el único lugar donde uno podría encontrar una posible diferencia en el comportamiento de los turistas es en la dimensión de los factores de empuje y en cómo estos se ven alterados por los estímulos externos. Por tal razón decidí enfocarme en estas características por medio de la observación de interacciones —siguiendo los métodos de análisis propuestos por Goffman (1973)— entre los turistas y el espacio, así como entre turistas y otros elementos especialmente artistas callejeros y con otros turistas también. Este tipo de interaccionismo simbólico en el turismo ha sido un campo y recurso ya ensayado, por ejemplo, en el ya clásico libro de Dean MacCanell (1976) sobre turismo y ocio y por Criag Colton (1987) y su trabajo sobre interaccionismo simbólico en el campo de la recreación, el ocio y el turismo.

Durante mis intervenciones en el campo —la mayoría de estas no participantes— entre muchas otras cosas le dediqué suficiente tiempo y atención a observar el comportamiento de los turistas en Times Square. Pude ver allí una especie de rutinización en la manera en cómo estos individuos se relacionaban y comportaban con y dentro de esta locación. También fue posible evidenciar una especie de ethos turístico continuamente repetido e interiorizado por aquellos elementos organizados dentro de esta categoría. Adicionalmente pude observar cómo, basados también en interpretar aquella serie de patrones comportamentales, otro tipo de elementos presentes en Times Square establecían relaciones con los turistas con el fin de conseguir un mejor engagement, de atraerlos de una forma más precisa y puntual.

Sin embargo, los resultados empíricos conseguidos durante esta investigación no son más que un conjunto de observaciones y abstracciones temporales y localizadas en un escenario geográfico particular. Dicho de otra manera, estos resultados no tienen validez alguna más allá de los límites de este trabajo. Como consecuencia de tal cosa, no es posible extrapolar la idea de un ethos turístico general en lugares públicos o, siquiera, lanzar generalizaciones sobre el comportamiento de los turistas en Times Square. La repetición de patrones comportamentales y otro tipo de situaciones relacionadas con la manera de ser de los turistas en Times Square está enmarcada dentro de una dimensión ambiental específica: la versión regular de Times Square luego de su peatonalización. Dicha versión es aquella que sucede allí sin la intervención de alguna fuerza externa como, por ejemplo, una amenaza de bomba, una pandemia global o la tradicional celebración de año nuevo.

Teniendo claro todo esto, Ahora voy a presentar una corta y posible exploración de los tipos de prácticas, lógicas y comportamientos en relación de los turistas, observadas en Times Square durante mi trabajo de campo. Los turistas continuamente llegan a los espacios públicos de Times Square para ver el entorno, pero, sobre todo, para tomar fotografías de ellos mismos, selfis. Cada

día, la misma rutina toma lugar. Cada día del año hay miles de turistas moviéndose por todos lados mientras un ejército de trabajadores de limpieza —que generalmente son ignorados por los demás elementos— mantiene toda la zona en óptimas condiciones para recibir a los turistas y, a su vez, para permitir que otro ejército, esta vez visible, de trabajadores informales capture la atención y el dinero de esos miles de visitantes que llegan a Times Square.

Esa multitud de elementos y situaciones es observada desde el aire por un complejo y extenso sistema de cámaras de vigilancia. Las cámaras se encuentran siempre encendidas y mirando a todos lados. Ellas están contando, vigilando, grabando, controlando, e individualizando todo lo que allí se mueve con el fin de capturar información que sirva para alimentar las bases de datos de sistemas externos de mercadeo, seguridad y análisis estadístico. Mientras tanto, cientos de megavatios están siendo usados para mantener encendidas y funcionando los millones de luces LED que se encuentran alumbrando en las pantallas y anuncios de Times Square, elementos y dispositivos que funcionan como trampas sensoriales.

También, sobre el pavimento, hay un hombre parado de cabezas mientras trata de resolver un cubo Rubik. Más adelante un grupo de mujeres semidesnudas ofrecen a los turistas sus cuerpos pintados con los colores de la bandera estadounidense para que estos se tomen fotos con ellos. También hay bailarines de hip-hop y acróbatas. De vez en cuando grupos de Hare Krishna salen a desfilas, cantando y tocando percusiones, acordeones y guitarras por todo Times Square. Hay propuestas de matrimonio y sesiones fotográficas de parejas prontas a casarse. Hay gente posando en todos lados, gente tomándose fotos espontáneas y planificadas. Hay gente y más gente; gente improvisando y gente llevando a cabo todo tipo de actividades. Por ejemplo:

- Un hombre practica artes marciales en medio de Times Square blandiendo una espada.
- Una mujer desnuda camina desprevenidamente cantando fuertemente una canción que parece estar escuchando a través de unos audífonos enormes a pesar de que estos parecen no estar conectados a nada.
- Una mujer pasa más de media hora fotografiando a su bebida de Starbucks.
- Una pareja baila salsa mientras alguien más sostiene un teléfono donde se reproduce una canción.
- Dos niñas de no más de seis años practican movimientos de ballet mientras sus padres están ocupados tomando fotos de las pantallas.
- un hombre en patineta es perseguido por dos guardias de seguridad.
- Un grupo de personas asiáticas cantan canciones religiosas en diferentes idiomas.

Desde mi punto de vista, el de un etnógrafo haciendo trabajo de campo en Times Square, estos eventos esporádicos constituían un escenario espectacular de ebulliciones. Sin embargo, tal

variedad y espontaneidad se pronto se convertiría en un estridente pero aun así repetitivo mosaico de situaciones cuya espectacularidad solo sería cuestión de cada vez más cortos periodos de tiempo. Visitar diariamente Times Square y, además, estar expuesto a su hiperbolizada realidad de espectáculos y luces finalmente destruyó su espíritu magnético, así como su capacidad para sorprender.

Ese tipo de repetición perpetua de formaciones de grupo haciendo el mismo tipo de cosas todos los días—incluso a pesar del continuo movimiento de los elementos al interior de tales formaciones—y reproduciendo una especie de estabilidad estructural en Times Square, fue adoptado en esta investigación como una suerte de recurso estilístico múltiple con la intención de emular y describir tal situación y, así mismo, cómo esta le daba forma a mi objeto de estudio. La multiplicidad de este recurso estilístico no es más que una serie de dispositivos retóricos: metáforas, analepsis y anáforas, resultantes de la exploración multimodal de un espacio determinado, así como del trabajo posterior de traducción de dicho objeto de estudio y de tal exploración multimodal a otro tipo de productos y materiales.

Esa es la razón por la cual al leer esta serie de documentos se puede generar la sensación de que hay temas, escenarios y discusiones que son constantemente repetidas, aunque quizá presentadas de manera distinta, utilizando otro punto de vista. No obstante, me interesa resaltar tal particularidad y proponer además tal reiteración como consecuencia lógica del seguimiento y posterior estabilización, en forma de documento escrito, de una serie de asociaciones complejas y temporales compuestas por elementos heterogéneos que existen, es decir, que ontológicamente suceden de una manera múltiple en una misma ubicación geográfica.

La increíble falta de interés en este lugar versión

Los trabajos académicos sobre Times Square parecen desaparecer finalizando la década de los noventa. Y no es que nadie haya escrito sobre Times Square nunca más, el tema es que casi todos los trabajos producidos después de esta fecha se centran bien sea en los noventa o incluso en décadas anteriores. Los años noventa, la década del alcalde Rudi Giuliani —quién estuvo al frente de la ciudad entre 1994 y 2001— es la versión de Times Square que hasta el momento llama más la atención tanto en círculos académicos como fuera de estos. La razón de tal interés es que fue durante este período que Times Square fue limpiado y revitalizado.

Lo que resulta más interesante sobre este nuevo Times Square es la controversia alrededor del proceso de limpiar-revitalizar/gentrificar este lugar. Durante dicho período de tiempo, el gobierno local transformó por completo a Times Square, y a la zona alrededor de esta plaza, que pasó de ser un lugar vibrante repleto de sexo, drogas, hoteles en no muy buenas condiciones, teatros porno, sex shops, y varios niveles de criminalidad, a convertirse en un lugar seguro, limpio, repleto

de grandes almacenes y una muy variada oferta comercial, un lugar diseñado para atraer el turismo familiar, a inversores privados y a marcas multinacionales.

Mientras tanto, el rediseño de Times Square llevado a cabo durante la administración del alcalde Michael Bloomberg (2002-2013) y finalizado en la alcaldía de Bill de Blasio (2009-2017) es, aparentemente, menos interesante o provocativo. El nuevo, nuevo Times Square daba la impresión de solamente ser la continuación del plan de Giuliani para mantener la zona limpia. Mi teoría sobre por qué esta versión de Times Square es percibida de tal manera y es, por tal razón, marginalizada e ignorada como un objeto de estudio válido, se basa en la identificación de cuatro ideas equivocadas que sobre este lugar se han reproducido no solamente al interior de aquellos campos de estudio que llevan la partícula “urbano” en sus nombres, sino más allá de cualquier barrera disciplinar y académica.

Durante muchas conversaciones antes de comenzar mis estudios doctorales, y durante ellos, he discutido de forma extensa mi decisión del por qué elegir a Times Square como el locus y el focus de mi investigación. Básicamente, decidí hacer una investigación sobre Times Square debido a (i) un interés personal que tengo sobre Nueva York. Esta ciudad, fue, además, el escenario sobre realicé mi tesis de maestría. También, (ii) trabajar en Times Square representaba un reto académico derivado de esas cuatro ideas erradas que sobre dicho lugar se tienen. Estas son:

No hay nada que ver

Paradójicamente Times Square ha sido concebido como una suma etérea de flujos. Las cosas que allí acontecen no son posibles de traducir y estructurar como objetos de estudio válidos. Todo allí parece demasiado líquido, inestable y difícil de atrapar. “[Times Square] solo es un montón de gente caminando entre tiendas y viendo pantallas” (Conversación informal con un colega en un café de Nueva York, julio 23, 2019). Las asociaciones temporales, las formaciones de grupo, así como las interacciones sociales que allí suceden son tan etéreas que Times Square es considerado muchas veces como una especie de no-lugar. [Times Square] no es bien sea como Bryant Park o como Union Square donde uno puede ver grupos realmente interactuando allí. En esos lugares ocurren situaciones sociales, de clase, de género... Times Square es solamente una trampa para turistas. Es simplemente un montón de turistas reunidos caminando juntos en medio de un montón de publicidad. Eso es todo.” (Ibid.).

Es cuestión de otra cosa

Times Square es percibido como el simple resultado de otros dominios. “No es determinismo, pero Times Square parece como la espacialización de un tipo de movimiento capitalista que han

convertido un área de Nueva York en el parque temático de propaganda y mercadeo más grande que existe.” (Comentario en un workshop. Múnich, octubre 12 de 2017). En otras palabras, para llevar a cabo una investigación sobre Times Square uno simplemente necesita seguir uno de los dominios más relevantes de las ciencias sociales como, por ejemplo, el dominio político o el económico, y desde allí explicar qué es lo que sucede allí. Al final, y con un alto riesgo de generalizar, un espacio urbano —no importa dónde esté localizado— es simplemente el escenario donde algo más sucede o el producto de una fuerza externa. Las especificidades de tal lugar, al final, son reducidas a simple contexto para adornar y darle un carácter único al proceso de escritura.

Es solo un lugar turístico artificial

En relación con la segunda idea errónea, esta tercera tesis propone que Times Square es un escenario artificial que ya no pertenece a la ciudad de Nueva York. “Yo he estado en Nueva York varias veces y puedo asegurar que este lugar parece no estar relacionado en nada con las dinámicas de la ciudad. Sin embargo, sin duda Times Square es el patio de juegos y la vitrina de corporaciones multinacionales.” (Conversación informal con un colega durante un seminario en Múnich, junio 20, 2017). Quizá esta sea uno de los prejuicios más populares y extendidos sobre Times Square. Da la sensación de que la limpieza de este lugar durante la década de los noventa hizo que la zona perdiera su caótico encanto, así como su espíritu salvaje, dos características que creaban un vínculo entre Times Square y el resto de la ciudad. Dicha situación convirtió a todo el territorio en un escenario aséptico y artificial para turistas sin nada que pueda ser realmente explorado. Todo lo que allí sucede no es real, es simplemente una representación.

No hay nada que hacer

Hemos visto este lugar tantas veces, de diferentes maneras y en diferentes formatos, que da la sensación de que todo lo que se tenía que decir de Times Square está ya dicho. El punto de inflexión fue la peatonalización de Broadway que recorre toda el área. “¿Qué más se puede decir de Times Square? Tristemente vivimos ahora en una mala época para hablar [académicamente] de Times Square. Ya no estamos en los ochenta cuando ese lugar tenía realmente algo que decir. Tampoco estamos en los noventa cuando la zona estaba en proceso de ser renovada. Ahora nada está pasando allá. Por supuesto que hay algunos accidentes y otros problemas menores, pero nada de lo que uno pueda formalmente construir un trabajo de investigación.” (Discusión sobre mi propuesta doctoral. Medellín, noviembre 8, 2015).

En vez de simplemente ignorar o deslegitimar estos puntos de vista, lo utilicé como mi punto de partida para construir una estrategia epistemológica y especulativa que me permitiera aproximarme a los espacios públicos desde sus propias características, imaginarios, posibilidades y

materialidades. De esta manera, decidí enfocarme en lo que es usualmente dejado de lado, ignorado, considerado irrelevante o convertido en paisaje. Así que comencé a coleccionar elementos, a describirlos y presentarlos a través de sus particularidades encontrando allí pequeñas, esporádicos y efervescentes aparatos sociotécnicos con los que finalmente compuse todo este trabajo de investigación.

Concebir un lugar particular como un actante implica considerar su independencia epistemológica y ontológica más allá de cualquier límite o barrera teórica incluso si tales limitaciones vienen desde STS o, de una manera más específica en relación con este trabajo, desde la Teoría del actor-red. Pero también, el entender un lugar particular como un actante significa extender y deconstruir dicho territorio, estirando y contrayendo sus formas y componentes hasta que no se pueda más. En el caso particular de esta investigación, y a pesar de que el actor principal que estoy siguiendo es Times Square después de su peatonalización, también fue necesario explorar y agotar otras versiones e intensidades de este elemento para sí poder alcanzar un mayor foco de análisis que me permitiera comprender de una manera más detallada este lugar.

Algunas veces la ruta que me llevó a seguir todas estas versiones comenzó con una historia que leí en algún lado, con una conversación apresurada en o sobre Times Square. Otras veces el camino comenzó con una evidencia empírica de algo, una experiencia personal, o un trabajo de observación. Otras veces la cosa empezó con la descomposición de un material específico. También hubo otros momentos, como aquellos que me empujaron a escribir todo este trabajo, que comenzaron solo con ese interés en particular por una ciudad, un vecindario, una calle, o por el simple hecho de querer desenmarañar un murmullo, una paradoja o, incluso, un prejuicio.

REFERENCIAS

- Candea, M. (2009). "Arbitrary locations: In Defence of the Bounded Field-site". In Falzon, M. (Ed.) *Multi-Sited Ethnography: Theory, Praxis and Locality in Contemporary Research*, 40-61. London: Routledge.
- Cochoy, F. (2016[2011]). *On Curiosity; The Art of Market Seduction*. London: Mattering Press.
- Colton, C. (1987). Leisure, Recreation, Tourism. A symbolic Interactionism View. *Annals of Tourism Research*, 14, 345-360.
- Elliot, S. (2015). Behavior, tourist. In Jafari, J., and Xiao, H. (Eds.) *Encyclopedia of Tourism*. Switzerland: Springer International Publishing. Retrieved from: https://link.springer.com/content/pdf/10.1007%2F978-3-319-01669-6_17-1.pdf.

- Färber, A. (2020). The city as a setting for collaboration? Tracking the multiple scales of urban promises. In Ege, M. and Moser, J. (Eds.). *Urban Ethics: Conflicts Over the Good and the Proper Life in Cities*, 47-62. London and New York: Routledge.
- Goffman, E. (1973). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Woodstock: Overlook Press.
- Haraway, D. (1988). Situated Knowledges. The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective. *Feminist Studies*, 14(3), 577-599.
- Maccannell, D. (1976). *The Tourist: A New Theory of the Leisure Class*. London: Macmillan.
- Marcus, G. (1995). Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multi-Sited Ethnography. *Annual Review of Anthropology*, 24: 95-117.
- Peyser, A. (2009, May 27). "Real NYers 'malled' by incredible dumb idea". *New York Post*. Retrieved from: <https://nypost.com/2009/05/27/real-nyers-malled-by-incredibly-dumb-idea/>.
- Pizam, A. and Sussmann, S. (1995). Does nationality affect tourist behavior?. *Annals of Tourism Research*, 22(4), 901-917.
- Pizam, A. and Reichel, A. (2008). The effect of nationality on Tourist Behavior. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing*, 4(1), 23-49.