



ALMANDO

JAIME  
NÚÑEZ

jaime\_np@yahoo.com  
@janupi

## El escenario que mueve a miles de personas

El 15 de septiembre, en la explanada del Zócalo capitalino, Intocable cerró la noche del Grito ante una multitud que, según los primeros reportes, colmó la plaza sin incidentes.

El concierto se suma a una lista de presentaciones que ya forman parte de la historia de nuestro país: **Shakira** reunió este año a 400 mil personas entre la plaza y el Centro Histórico, un récord para el recinto; *Los Fabulosos Cadillacs* superaron las 300 mil en 2023; Grupo Firme convocó a 280 mil en 2022; y **Paul McCartney** tocó ahí gratis durante casi tres horas en 2012.

Con 47 mil metros cuadrados y capacidad para más de 300 mil asistentes, el Zócalo es, por dimensión, uno de los escenarios más grandes de América Latina. Un recinto, una plaza, un escenario, totalmente gratuito. La producción, logística y seguridad corren por cuenta del Gobierno de la Ciudad de México, a través de la Secretaría de Cultura y su Dirección de Grandes Festivales.

Ese modelo, sin boleterías, sin renta para eventos privados, convierte a la plaza en la pieza central de un fenómeno que las cifras de la industria empiezan a documentar con claridad: el entretenimiento en vivo ya es, en la CDMX, un motor económico medible.

Según un análisis, la derrama de la industria del entretenimiento en vivo en la capital asciende a 68 mil 990 millones de pesos, de los cuales 41 mil millones corresponden a

conciertos y festivales de música en vivo. La actividad sostiene 70 mil 470 empleos entre directos, indirectos e inducidos.

El fenómeno no se limita a la capital del país. México se ubica como el tercer mercado más grande del mundo para el entretenimiento en vivo, sólo detrás de EU y Reino Unido, por delante de Francia, Alemania y Japón.

Para un recinto que no vende una sola entrada, el Zócalo funciona como el mejor argumento de que el acceso gratuito y el impacto económico no son fuerzas opuestas: cientos de miles de personas que no pagan boleto sí gastan en transporte, alimentos, hospedaje y comercio alrededor del evento, activando exactamente la misma cadena de valor que un concierto de paga.

La democratización del entretenimiento se ha convertido en una apuesta relevante de la política cultural de la Ciudad de México.

En este modelo, el Zócalo ocupa un lugar singular al transformar el espacio público en un gran escenario gratuito, capaz de convocar audiencias masivas alrededor de propuestas y géneros muy distintos. Su programación ha incluido desde figuras del pop y el rock internacional hasta música regional mexicana, propuestas latinas y artistas nacionales.

Este modelo amplía el ecosistema del entretenimiento, permite que experiencias de escala mundial lleguen y conviertan a la cultura y la música en experiencias colectivas de la ciudad. ■

