

Lo bonito, limpio y seguro: usos del espacio de la Ciudad de México por una fracción de clase media *

RICARDO LÓPEZ SANTILLÁN**

Abstract

PRETTY, CLEAN AND SAFE STUFF. USE AND APPROPRIATION OF URBAN SPACE OF A MEXICO CITY'S MIDDLE-CLASS SEGMENT. *As of the link between the change of the economic model and the transformation of urban space in Mexico City, this work approaches some socio-cultural changes among middle-class professionals at a level of practices, particularly those referred to the forms of use and the appropriation of this urban space concerning housing and places related to consumption, leisure and recreation.*

Key words: middle class, Mexico City, professionals, urban space, housing, leisure, consumption

Resumen

En este trabajo se abordan algunas transformaciones socioculturales de una fracción de profesionistas de clase media referentes a sus prácticas de uso y apropiación de los espacios en los que transcurre su cotidianidad, en concreto aquellos ligados a su vivienda y a su consumo, ocio y recreo; todo esto entendido a partir de la premisa de que dichas modificaciones se dan en el marco de la interrelación entre el cambio del modelo económico y la reconfiguración del espacio urbano de la Ciudad de México.

Palabras clave: clase media, Distrito Federal, profesionistas, espacio urbano, vivienda, ocio, consumo

Introducción

Varios autores han vinculado la reestructuración económica con la reconfiguración del espacio urbano. Harvey (1985), por ejemplo, sugiere que el gran capital privado se mueve de un circuito a otro en función de los ciclos económicos, lo que provoca cambios en la fisonomía de las ciudades, de tal suerte que, cuando lo inmobiliario deja de dar rendimientos atractivos a los inversionistas, sucede la degradación, el deterioro o el abandono de ciertos espacios. Desde luego, también acontece al contrario: cuando en lo inmobiliario hay valor agregado para las inversiones se realizan grandes construcciones orientadas al embellecimiento, arreglo, revitalización y rescate de algunas zonas.

Por su parte, Lefebvre (2000 [1974]) hace un análisis teórico más complejo al considerar no sólo variables económicas, sino su interrelación con lo político y lo social. Para él, la producción del espacio es un proceso histórico que supone a la vez un sistema de producción económica y un marco de reproducción social. Esto implica que los grandes cambios en la fisonomía de una ciudad son el resultado de decisiones políticas ligadas al modelo de acumulación en turno, lo cual tiene clara incidencia en las prácticas sociales, entre las que también están lo que él denomina prácticas espaciales. Éstas normalmente se relacionan con la propiedad o el uso de ciertos lugares,

* Artículo recibido el 04/05/07 y aceptado el 05/10/07.

** Investigador del Centro Peninsular en Humanidades y Ciencias Sociales de la UNAM en Mérida. Calle 43 s/n, por 44 y 46 (ex Sanatorio Rendón Peniche), colonia Industrial, 97150, Mérida, Yucatán. lopez@humanidades.unam.mx

pero conllevan asimismo las representaciones que los individuos se hacen del espacio en el que transcurre su existencia.

Estudiosos como Urry han explicado la interdependencia entre espacio físico y espacio social. Influido por los trabajos de Sennet, quien apunta que los nuevos espacios significantes en las ciudades son aquellos enlazados con el turismo y el consumo, Urry (1995: 21) señala como una de sus tesis principales que los espacios urbanos son *consumidos* desde el plano de lo visual, pasando por el uso y la propiedad, lo que repercute en la reconfiguración del espacio y de la cultura urbana.

La reconfiguración a la que aquí se hace referencia tiene que ver con importantes cambios en la infraestructura y arquitectura que transforman la imagen de las ciudades modernas a partir de la década de los ochenta, cuando sobrevienen las contundentes mutaciones políticas, económicas y socioculturales del periodo neoliberal. En esta lógica, existe una suerte de correlato espacial del neoliberalismo con una concepción del espacio urbano que le es propia; de hecho, la arquitectura de una ciudad moderna representa la consolidación de las aspiraciones de los gobernantes, diseñadores, constructores, propietarios y habitantes (Olsen cit. en Savage y Warde, 1993: 126). En este sentido, Harvey opina que los nuevos espacios urbanos tales como los hipermercados y centros comerciales (aunque también incluye a las vías rápidas), por su arquitectura y disposición, la cual es muy similar en todo el mundo, se encuentran disociados de cualquier contexto social particular, formando así parte de la imagen urbana típica de la globalización. Incluso, estos “nuevos espacios urbanos han sido vistos como lo característico [de las ciudades] no sólo en lo que respecta a su arquitectura, sino en cuanto a los valores culturales que encarnan” (Savage y Warde, 1993: 141).

De lo anterior se derivan las tres premisas que fundamentan el presente artículo: 1) que existe un correlato espacial del neoliberalismo, esto es, que los cambios económicos de gran escala efectivamente han reconfigurado la fisonomía de la ciudad en cuanto a equipamiento, funcionalidad y estética, 2) que esto ha incidido en la manera en que los individuos viven la ciudad, y que, por lo tanto, 3) si se quiere caracterizar con precisión a una clase social, ésta no puede ser disociada de sus prácticas de uso y apropiación del espacio urbano. Aquí se entiende uso y apropiación del espacio considerando dos planos articulados relativos a que los espa-

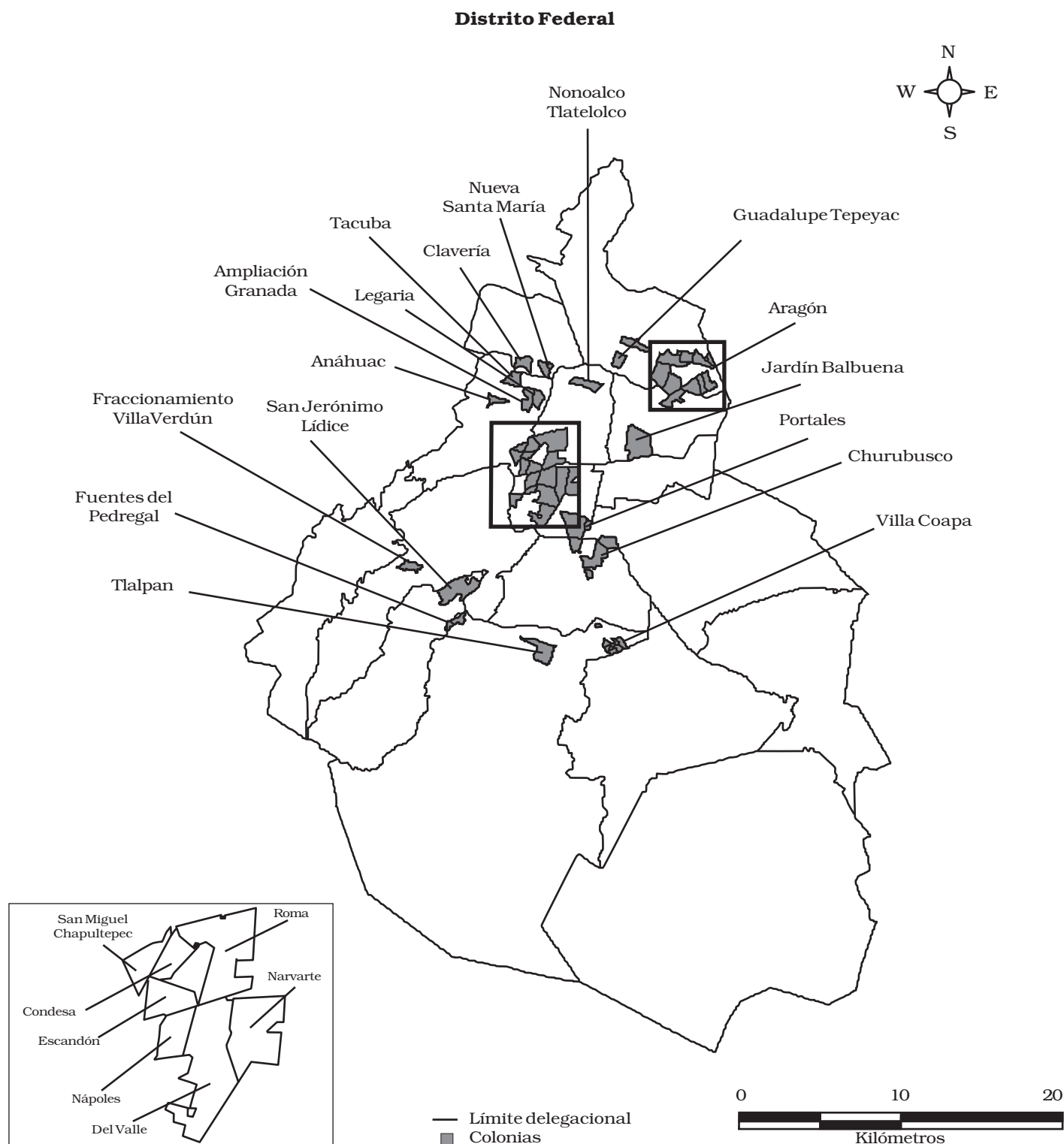
cios son *consumidos* en el sentido de prácticas espaciales que pasan por la propiedad (física), pero también por la apropiación simbólica de los lugares.

Así pues, en este trabajo nos proponemos analizar algunas prácticas de uso y apropiación del espacio urbano del Distrito Federal de una fracción de la clase media, específicamente la de los profesionistas, abordando los lugares en los que ésta vive, se divierte, consume y pasa su tiempo de ocio y recreo, los cuales responden a su mundo de representaciones simbólicas en las que privan criterios de higiene, seguridad y estética.

Vale decir que, por la extensión que permite un artículo, no podremos tratar con detalle los criterios utilizados para definir a la clase media capitalina, y, en este caso, a la fracción de los profesionistas. Basta señalar que nos basamos en la escolaridad, la ocupación, el ingreso doméstico y, desde luego, en ciertas prácticas culturales derivadas de la adscripción a un universo simbólico que, si bien no es absolutamente homogéneo, es común para los miembros de esta fracción de clase. En síntesis, todos nuestros entrevistados cuentan con estudios técnicos o de licenciatura. En relación con los varones, todos tienen estudios universitarios, mientras que algunas entrevistadas tienen estudios técnicos. Al respecto, debe considerarse la profesionalización de las mujeres en sentido diacrónico, pues hace algunas décadas las mujeres que estudiaban para obtener una profesión lo hacían sobre todo en carreras técnicas (secretariado, auxiliar contable, trabajo social, estudios de normal), y su ingreso a la universidad era más bien la excepción. Ahora las mujeres tienen cada vez mayor presencia en las instituciones de educación superior, haciendo paulatinamente más débil la asimetría de género en función del nivel de estudios. Por otro lado, todos nuestros entrevistados, tanto hombres como mujeres, están económicamente activos y viven en hogares en los cuales se perciben ingresos de al menos cuatro salarios mínimos per cápita.¹ Cada uno de estos parámetros ha sido desarrollado in extenso en otro lugar (López Santillán, en prensa), por lo cual vale reiterar que en este trabajo nos abocaremos a las representaciones simbólicas de esta fracción de la clase media en cuanto al uso y apropiación del espacio urbano.

Como ya fue señalado, este texto se refiere a una fracción de la clase media: los profesionistas. Aquí utilizamos la categoría *fracciones de clase* tal como la desarrolla Bourdieu (1979) para el análisis de las diferencias intraclase. Él apunta que ninguna clase social

¹ Cuando se realizó el trabajo de campo, a finales de 2002, el monto de ingresos mensuales de cuatro salarios mínimos equivalía a 5 058 pesos.



es homogénea en cuanto a las prácticas, estilos de vida, perfiles organizativos, nivel de ingresos, formación escolar, etcétera, de sus miembros; de ahí la conveniencia de comprender a la clase social en sí, pero sin olvidar que está compuesta de diversas fracciones, las cuales

tienen mayor coherencia interna. En consecuencia, al ser una noción más desarrollada teóricamente, no sólo por Bourdieu, sino por una importante corriente de la sociología francesa, la preferimos frente a otras de uso más común, como *sectores de clase* y *estratos*, entre

otras. También conviene señalar que todos los informantes han ejercido su profesión, aunque al momento de hacer la entrevista dos habían iniciado recientemente un negocio propio: una como dueña de un restaurante gourmet en la colonia Roma y otro como propietario de una distribuidora de artículos de papelería al mayoreo en el centro de la ciudad.

La investigación se basa en 25 historias de vida de individuos que cumplían con los criterios de escolaridad, actividad profesional e ingreso antes mencionados.² Las historias de vida arrojan datos cualitativos que, por el tropismo propio de este método, permiten hacer generalizaciones a partir del supuesto de que la historia de varios individuos con un determinado perfil, en este caso socioprofesional, puede representar la historia del colectivo al que pertenecen (Bourdieu, 1993). Este método también tiene otros supuestos de partida, a saber: que las sociedades modernas atraviesan por una paradoja que implica al mismo tiempo cierta homogenización, pero también diferenciación, en el plano de las prácticas culturales; y que la dinámica interna de un grupo en particular siempre será influida por las tendencias macro. Así pues, el método en cuestión sirve para crear modelos explicativos a partir de las *recurrencias* en los relatos de los informantes; por eso no puede establecerse a priori un número de casos o individuos para ser entrevistados, sino que esto se define cuando el modelo *se satura* por las recurrencias de las distintas historias de vida (Bertraux, 2005).

Con estos fundamentos, se aplicó una entrevista sobre trayectorias escolares y profesionales en la cual había un rubro particular que cuestionaba sobre prácticas de vivienda, ocio, abasto y consumo, así como sobre la utilización y frecuentación de ciertos espacios por parte de los informantes. La investigación fue complementada con la visita a los lugares que éstos señalaron. Las entrevistas fueron aplicadas en la vivienda o lugar de trabajo de los participantes, los cuales son hombres y mujeres que residen y trabajan en el área metropolitana de la Ciudad de México y están en un rango de edad de entre 30 y 55 años. Insistimos en el hecho de que, al hacer uso de una técnica de obtención de datos que se funda en una metodología de índole cualitativa, como es el caso de las historias de vida, no se pretende lograr suficiencia estadística. Sin embargo, para completar el análisis, se hace indispensable contextualizar a nuestro grupo en un marco de referencia más amplio, por eso también recurrimos a los datos de las publicaciones del Instituto Nacional

de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), principalmente al elaborar la cartografía de las colonias en las que viven los entrevistados, que, si bien no son todas las colonias de clase media del Distrito Federal, por lo menos son representativas.

El presente artículo está estructurado de la siguiente manera: a esta introducción le sigue un apartado que relaciona a la capital del país con una lógica espacial que, aunque con especificidades, no le es propia, sino que forma parte de una tendencia común a varias metrópolis. En los apartados subsecuentes se abordan los diferentes lugares propios de la clase media como son aquellos destinados a la vivienda, la alimentación, el abasto y otros para su consumo, ocio y recreo, los cuales responden a criterios asociados a su particular idea de la calidad de vida, sentido del confort, funcionalidad, higiene, seguridad y estética.

La Ciudad de México: tendencias locales inscritas en la lógica global

La industrialización y la urbanización de la capital fueron resultado del crecimiento económico experimentado durante las cuatro décadas en las que prevaleció el modelo de desarrollo basado en la sustitución de importaciones –de los años cuarenta a los ochenta del siglo xx–, periodo en el cual el Distrito Federal, más que ninguna otra ciudad del país, se vio beneficiado por ventajas fiscales y un mayor gasto público en equipamiento urbano. Hubo una considerable ampliación de la red de transporte público, vías de comunicación, agua potable y alcantarillado; así como un incremento del número de escuelas, hospitales, zonas habitacionales, mercados municipales y espacios recreativos, entre otros.

Con el cambio de modelo económico, la capital del país no escapa a las transformaciones específicas de una ciudad que transita hacia una racionalidad en la que cada vez es más importante la economía de servicios. Por un lado, el abandono del modelo de desarrollo basado en la sustitución de importaciones vino aparejado de la apertura económica, lo que al mismo tiempo trajo consigo una mayor oferta de bienes y servicios hasta entonces desconocidos en el país. Por el otro, aumentaron visiblemente los espacios destinados a esos propósitos. Así pues, en la Ciudad de México es clara la adopción de los patrones de urbanización propios del correlato espacial de esta fase del capitalismo neoliberal y que tienden a asemejarse cada vez

² El perfil escolar, socioprofesional y familiar de cada informante se detalla en el cuadro 1.

Cuadro 1
Matriz de datos de los entrevistados

Informante / edad	Origen del entrevistado	Tipo de escuelas que frecuentó	Grado máximo de estudios	Ocupación / puesto	Composición de la familia (miembros/tipo)	Colonia de residencia	Ingresos (3)
Carmen / 48	D.F.	Públicas > diploma técnico en una escuela privada	Diploma técnico	Secretaria de la dirección de la empresa	5; nuclear	Echegaray	10K (60 K)
Armando / 35	D.F.	Públicas	Licenciatura sin título	Periodista	4; nuclear	Fuentes del Pedregal	34K (60 K)
Ana / 46	D.F.	Privadas católicas > universidad pública	Maestría	Por cuenta propia en estudios de mercado	2; nuclear; madre jefe de familia	Condesa	17K
Elba / 30	D.F.	Públicas	Maestra normalista	Maestra de escuela primaria	4; familia ampliada	Tlalpan	10K (*)
Angela / 37	D.F.	Públicas	Licenciatura sin título	Psicóloga social en el sector público y psicoanalista por cuenta propia	1; un solo individuo	Tasqueña	18K
Esperanza / 36	D.F.	Públicas > diploma técnico en una escuela privada de comercio	Diploma técnico	Secretaria de la dirección	9; familia ampliada	Aragón	10K (*)
Roberto / 36	D.F.	Públicas > bachillerato y universidad en escuelas privadas	Licenciatura + diplomados	Software consulting	2; nuclear	San Jerónimo	28K (60 K)
Miriam / 42	Morelia, Michoacán	Privadas hasta el abandono del padre > públicas	Licenciatura incompleta	Propietaria de un restaurant "gourmet" en la Colonia Roma	4; nuclear	Xochimilco	10K (76 K)
Marcela / 50	Parras, Coahuila	Públicas > diploma técnico en una institución privada católica	Diploma técnico	Trabajadora social	4; nuclear	Villa Verdún	15k (45 K)
Germán / 32	D.F.	Públicas	Licenciatura sin título	Distribuidor al mayoreo de artículos de papelería y dueño de una papelería	2; nuclear monoparental; con jefe varón	Anáhuac	20K
Socorro / 41	Cd. Juárez, Chihuahua	Públicas > diploma en una universidad privada católica	Diploma técnico	Maestra de escuela, maternal	2; nuclear	Clavería	4.2K (11 K)
Rosario / 40	D.F.	Públicas	Licenciatura	Médico generalista	3; nuclear; madre jefe de familia	San Miguel Chapultepec	18 K
Blanca / 49	D.F.	Públicas	2 maestrías	Médico y psicoanalista	3; extensa; madre jefe de familia	Centinela Coyoacán	15K (31 K)
Francisco / 53	D.F.	Primaria y secundaria en escuelas privadas católicas > bachillerato y universidad en escuelas públicas	Altos estudios en Música	Músico y director administrativo de una orquesta sinfónica	5; reconstituido	Miguel Hidalgo Ajusco	35K (45 K)
Fernando / 38	D.F.	Privadas > universidad pública	Doctorado	Estudiante de doctorado y asistente personal del director de su facultad	2; nuclear	Del Valle	20K (30 K)
Ma. Eugenia / 50	Sn. Marcos, Guatemala	Escuelas públicas para adultos	Diploma técnico	Secretaria en una ONG	2; colocatarios	Portales	10 K
Carmen / 34	D.F.	Públicas > universidad privada	Licenciatura	Abogado	5, nuclear	Tlatelolco	15 K (*)
Héctor / 35	Toluca, Estado de México	Públicas	Licenciatura + diplomados	Ingeniero en sistemas	3; colocatarios	Lomas de la Herradura	29 K (*)
Guadalupe / 44	D.F.	Públicas	Diploma técnico	Enfermera	4; nuclear	Los girasoles, Villa Coapa	8-12K(30K)
Juan / 34	D.F.	Privadas	Maestría	Software consulting	5; nuclear	Del Valle	35 K
Jorge Luis / 35	D.F.	Primaria en escuela privada católica > públicas	Licenciatura	Estudios de opinión	2; nuclear	Del Valle	18 K (53 K)
Tanja / 33	Nüremberg, Alemania	Públicas en Alemania > privadas en Ecuador y México	Licenciatura	Creación y producción de emisiones culturales infantiles	3; nuclear	Escandón	14.5 K (*)
Sofía / 37	Oaxaca, Oax.	Públicas	Maestría inconclusa	Ingeniero en sistemas	5; extensa	Sta. Mónica	19 K (40 K)
Sonia / 30	D.F.	Primaria en escuelas privadas > públicas	Licenciatura	Atención al cliente en una sucursal bancaria	2; nuclear	Tlalpan	10.5K(20K)
Miguel / 31	D.F.	Públicas	Licenciatura	Diseñador en postproducción en la TV cultural	4; nuclear	Legaria	10.5 (*)

1) Ciudad o localidad no especificados.

2) El "Lehrer" en Alemania puede considerarse equivalente a un diploma técnico en México.

3) La "K" significa miles de pesos. Los datos que aquí se muestran corresponden a lo que los informantes declararon en la entrevista.

El ingreso a la izquierda corresponde al ingreso del entrevistado, El ingreso entre paréntesis corresponde al ingreso total del hogar.

Si hay asterisco dentro del paréntesis significa que los ingresos del hogar no fueron declarados.

más en prácticamente todas las grandes urbes del mundo. En estos procesos se identifica la construcción de nuevos centros de negocios, con sus edificios de acero y cristal, en lo que antes habían sido espacios degradados o desocupados; los centros comerciales y avenidas principales que integran lugares de consumo de toda índole (boutiques de lujo o de franquicias internacionales, restaurantes, hoteles, bares, cinemas de salas múltiples, tiendas especializadas) quedan conectados a su vez con espacios similares en los antiguos centros históricos ya restaurados y reembellecidos; en fin, la segregación socioespacial que viene acompañada del embellecimiento e implantación de nuevos inmuebles para uso y consumo de ciertas clases sociales con ventajas económicas, como es el caso de la clase media.³

En el Distrito Federal hay varias zonas que son claro ejemplo de estas tendencias; sin embargo, hemos decidido tratar sólo tres casos paradigmáticos de sitios que se convierten (o vuelven a ser) polo de atracción de la clase media en general, y, en particular, de la clase media de profesionistas: el Centro Histórico, Santa Fe y el corredor Roma-Condesa. Hay que insistir en que no son los únicos, desde luego, pero sirven para detallar cambios de diversa escala determinados por la lógica espacial del actual modelo económico. En los tres casos, aun cuando todos son espacios referenciales de las prácticas de la clase media, existen diferencias en cuanto a su dimensión y a los montos de inversión involucrados en su construcción, rescate o revitalización.

Como sucede en prácticamente todas las ciudades del país, el Centro Histórico, pese a que durante décadas sufrió las inclemencias del tiempo, sigue siendo la principal sede de actividades políticas y culturales, pues nunca dejó de ser un referente importante para la población en general ni para la clase media en particular (Melé, 2003). Por su parte, el centro de la capital, debido a sus dimensiones geográficas y a la talla de sus inmuebles, no puede caracterizarse por un proceso único; por lo tanto, aquí nos permitimos resaltar sólo dos tendencias generales. Por un lado, al este del Zócalo, no obstante ciertas modificaciones en el uso de los edificios, éstos han seguido deteriorándose. Ahí,

algunas antiguas vecindades y talleres industriales han dejado de serlo para volverse bodegas de mercancías (en ocasiones de contrabando). A su vez, el Eje Central –que se ha convertido en un gran mercado a cielo abierto– junto con otras calles, también al este, continúan siendo nodos del abasto popular. En contraste, al oeste del Zócalo, con mayor incidencia en las avenidas principales, se hacen evidentes los resultados de los procesos de rescate y restauración de los edificios que son patrimonio arquitectónico. Estos inmuebles ya remozados se han convertido en sede de fundaciones, galerías, museos privados, boutiques, bares de moda u oficinas (sobre todo de bancos), además de las instituciones oficiales ubicadas ahí desde tiempo atrás. Cabe destacar que el patrimonio arquitectónico se ha restaurado y reembellecido por grandes inversiones mixtas con un importante respaldo de Carlos Slim, el empresario más acaudalado de México y, según parece, del mundo. Este proceso, a la vez, atrae a otros inversionistas que establecen ahí negocios destinados casi en su mayoría a la venta de bienes y servicios para una clientela primordialmente de clase media, la cual además tiene un consumo variado y sofisticado.

Otro ejemplo paradigmático es la rehabilitación de la zona de Santa Fe, antiguo depósito de basura al poniente de la ciudad, para convertirse en lo que los promotores con intereses en la zona llaman “el México del siglo xxi”. A raíz de la apertura económica promovida por el presidente Carlos Salinas de Gortari (1988-1994), esta zona comenzó a albergar oficinas de empresas transnacionales líderes en su ramo (automóviles, *software*, electrónica, diseño, medios de comunicación, etcétera). Al paso de los años, este lugar ha ido creciendo como la principal sede corporativa del país, tornándose un polo de empleo para personal con ciertas credenciales, y, en consecuencia, también se vuelve un espacio de ocio y consumo para los empleados de estas categorías socioprofesionales, gracias a que en la zona se han implantado un centro comercial, hipermercados y restaurantes (algunos en verdad de lujo, es decir, auténtica alta cocina),⁴ además de existir escuelas, universidades y edificios de departamentos, aunque estos últimos no corresponden propiamente a la vivienda de clase media (si acaso sólo de las fracciones

³ Para el caso de Nueva York, Tokio y Londres, cf. Saskia Sassen (1991); para Beirut, El Cairo y Estambul, Öncü y Weyland (1997); para Helsinki, Sulkunen (1992); para São Paulo, Preteceille y de Queiroz Ribeiro (1999); para Buenos Aires, Svampa (2000). En Bidou-Zachariasen (2003) se presentan los casos de Nueva York, Bruselas, Lyon, Barcelona, Nápoles, algunas ciudades mexicanas –incluida la capital– y la ciudad brasileña de São Paulo.

⁴ Si nos remitimos a los precios, las guías especializadas en el consumo, por ejemplo aquellas para turistas como *Fodor's* y *Lonley Planet*, entre otras, tienen diferenciado el mercado de la *restauración* en tres segmentos principales. Los más económicos se catalogan en el rango *Budget*, seguidos por los de gama media (*Mid-Range*), y al final aquellos situados en la categoría más alta de precios (*Top End*), a los cuales hacemos referencia como de verdadero lujo o de auténtica alta cocina. En este segmento más caro del mercado, los precios son entre el doble y el triple de los de gama media. Según las guías

más encumbradas de esta clase social, pues son áreas de alto valor agregado y con precios muy elevados debido a la especulación inmobiliaria). De hecho, la recuperación de esta vasta zona y su radical transformación tienen la misma lógica de espacios similares en varias ciudades del mundo. Como en otros casos, por tratarse de terrenos habitados sobre todo por gente en condiciones de pobreza, podían recuperarse sin mayor complicación, ya que se consideró poco probable que los residentes se articularan en algún movimiento o grupo que generara resistencia. Por otro lado, estos terrenos, en principio degradados, podían alcanzar enorme valor debido a que están ubicados al oeste de la ciudad, cerca de las principales vialidades; y por lo privilegiado de sus recursos naturales en cuanto al viento, la vegetación, la visibilidad y la gran rigidez de su subsuelo, esta última de capital importancia en una ciudad susceptible de ser golpeada por fuertes sismos.

En cuanto a las antiguas colonias de estilo afrancesado, como la Condesa y la Roma, sin haber pasado por transformaciones tan espectaculares como Santa Fe o el Centro Histórico (en función del monto de las inversiones, la dimensión de los inmuebles y el impacto visual en el espacio urbano), han tenido una notable trascendencia en las prácticas de vivienda, consumo y recreo de la clase media capitalina. Gracias a inversionistas privados con montos medios,⁵ en estas colonias se recuperan casas en las avenidas principales y son acondicionadas como restaurantes, bares o boutiques.

En los tres casos señalados, los cambios espaciales se derivan de las necesidades de oferta, venta y distribución de productos y servicios del capitalismo global. Estos sitios son la antítesis de las zonas industriales, pues lo que ahí acontece nada tiene que ver con el

mundo fabril. Aunque es cierto que en estos espacios también hay empleados de ingresos modestos, como los de limpieza, los repartidores y otros, el resto puede ser considerado dentro de la fracción de profesionistas de clase media.

La principal apuesta espacial de la clase media: la vivienda

El espacio residencial para la clase media no tiene nada de anodino; por el contrario, la vivienda es una de sus preocupaciones fundamentales. El inmueble en sí y la colonia en donde está ubicado son reflejo del estilo de vida, el poder de compra y las aspiraciones de quienes ahí habitan. De hecho, para nuestros entrevistados, sin importar el monto de sus ingresos, su ideología o su estilo de vida, la propiedad de un espacio para vivir en una colonia ad hoc es, de manera unánime, un objetivo per se.⁶ Poseer un lugar en dónde vivir garantiza cierto sentimiento de seguridad, incluso en aquellos casos en los cuales los montos que se tienen que desembolsar para la renta, el mantenimiento, la adquisición o el pago del crédito hipotecario son en sí mismos una fuente de angustia.⁷

Así pues, la casa es uno de los principales objetivos de clase, y, aun cuando se trata de una inversión eminentemente financiera, también tiene fuertes implicaciones afectivas, pues, además de ser visto como un patrimonio que se puede heredar, se tiene presente que es una compra que, casi por regla, se hace una sola vez y dura para toda la vida. De hecho, entre nuestros entrevistados no se registró la práctica de hacer *carrera inmobiliaria*, es decir, comprar y vender constantemente

mencionadas, en estos últimos una comida cuesta más de 60 dólares por persona, sin incluir bebidas, aunque hay platillos, como la langosta, que por sí solos pueden sobrepasar los 100 dólares.

⁵ Entre nuestros entrevistados, Miriam (empresaria, 42 años), luego de separarse del servicio público, decidió abrir un restaurante gourmet en una avenida principal de la colonia Roma. Según sus propios cálculos, la inversión fue de aproximadamente un millón de pesos para acondicionar el lugar, contratar personal y dotarse de insumos (el local es rentado).

⁶ Nuestros entrevistados señalaron como sus metas básicas la posesión de una casa propia, la educación de los hijos en escuelas privadas y el éxito financiero y profesional. La jerarquización varía en cada hogar en función del ciclo doméstico, ya que una familia sin hijos prioriza la posesión de una casa propia, mientras que un hogar con hijos en edad escolar privilegia el pago de sus colegiaturas; sin embargo, podemos apuntar que se trata de *objetivos de clase*, dado que estos propósitos son comunes a todos.

⁷ En el caso del hogar de Sofía (ingeniero en sistemas, 37 años), el pago de las mensualidades de su crédito hipotecario cercena 48.35% de su ingreso doméstico, el cual asciende a 41 362 pesos mensuales. Esta cuestión merece un profundo análisis, pero ahondar sobre ella en este texto nos desviaría del propósito central. Una investigación de esa índole exigiría una metodología bastante sofisticada, incluso de análisis microeconómico, para conocer las finanzas domésticas de los hogares y saber el monto destinado a la vivienda, más aún si se quisiera analizar en sentido diacrónico para saber, por ejemplo, cómo ha cambiado esto a lo largo de los años en función de las sucesivas crisis de la economía nacional, en la medida en que la vivienda se encarece por la falta de espacios o atendiendo a que la banca comercial otorga créditos hipotecarios muy fácilmente pese a los riesgos inminentes de sobreendeudamiento y de cartera vencida, considerando que las tasas de interés en México son mucho más elevadas que en otros países y la capacidad de pago es menor. O bien, incluso en cuanto a las representaciones mentales para explicar la paradoja de que los créditos hipotecarios de la banca comercial, no obstante los riesgos que representan, sean la opción elegida por esta clase social frente a los créditos otorgados por fondos públicos como el Infonavit y el Fovissste.

para cambiar de casa dentro de la misma ciudad, ya sea para mejorar las condiciones de hábitat o evitar los embates especulativos que abaratan los predios y el valor de los inmuebles, como sucede en otras grandes ciudades del mundo.

En lo que respecta a las colonias donde por lo general habita la clase media, éstas cuentan con todos los servicios y, a diferencia del hábitat pobre o popular, no se recurre a la autoconstrucción, la ocupación de terrenos baldíos ni al asentamiento en zonas irregulares. Nuestros entrevistados habitan en barrios consolidados que se benefician de todos los servicios públicos con contrato:⁸ agua potable, drenaje, energía eléctrica, recolección de desechos, calles asfaltadas, alumbrado público y terrenos regulares con títulos de propiedad, aunque la mayor parte de estas zonas no corresponden a aquellas de alto valor agregado o donde se registre una importante especulación inmobiliaria. Valdría señalar que quizá las únicas excepciones sean ciertas áreas del eje centro-poniente de la ciudad, más precisamente algunas calles principales del corredor Roma-Condesa o de la colonia Del Valle. Esta dinámica tiene que ver con la capacidad de pago (o de endeudamiento) de la clase media, la cual difícilmente le permite hacer frente a embates especulativos y menos aún residir en las zonas donde esto acontece.

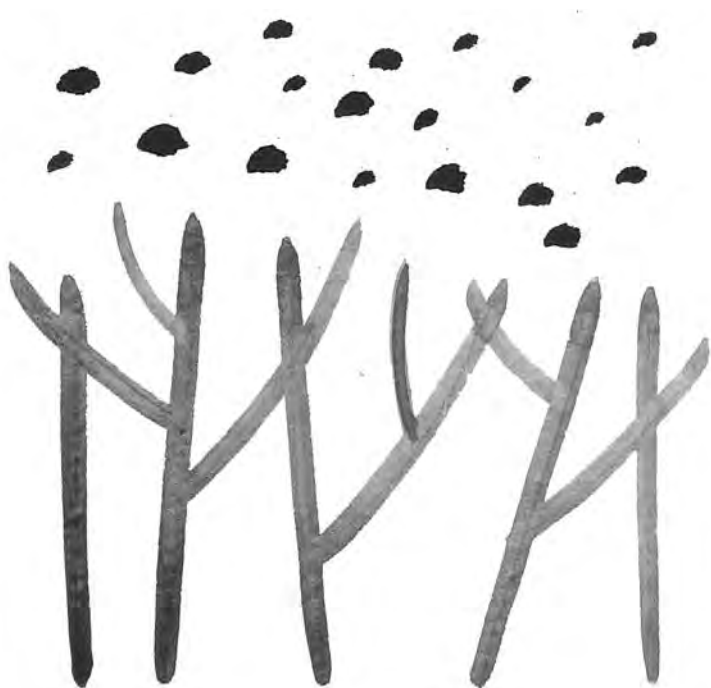
Entre nuestros entrevistados, la mayoría son propietarios (o están en vías de serlo mediante hipoteca). La opción privilegiada de todos es la casa propia, más que el apartamento; sin embargo, por los precios y el momento del ciclo doméstico en el que algunos se encuentran, no todos pueden vivir en una casa. Por otro lado, sólo aquellos que se encuentran en el decil X de ingresos según la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH) (INEGI, 2001b) y que ganan más de 30 veces el salario mínimo tienen la capacidad de pago para elegir la colonia y la casa en las que quieren habitar. El resto tiene que contentarse con la vivienda y la colonia que se adapten a sus posibilidades (y no a sus deseos).⁹

A partir de lo observado en nuestra investigación y contrastándolo con otros estudios sobre la clase media¹⁰ vemos coincidencias en varios parámetros, a saber: las construcciones no fueron hechas, ampliadas o remodeladas por sus dueños, sino por empleados de la construcción; además, utilizan materiales sólidos,

tienen acabados y los espacios están concebidos en función de una lógica de convivencia y de uso relativamente rígidos, cada uno con mobiliario ad hoc. Por norma, hay al menos un espacio para la higiene personal (con inodoro y ducha con agua caliente), otro para la preparación de alimentos (equipado con utensilios y electrodomésticos), otro para comer y otro para la socialización. Salvo excepciones, existe un lugar para guardar el o los vehículos, y, desde luego, se cuenta con espacios para el reposo nocturno, siendo habitual que hombres y mujeres no compartan la misma recámara (excepto que sean muy pequeños) ni la misma cama (a menos de que estén establecidos en pareja).

La situación socioeconómica de las colonias de residencia

Los miembros de la clase media han construido una representación espacial con criterios de clase en lo que respecta a la colonia donde se reside. Incluso, es muy frecuente que la pregunta *¿por dónde vives?* no tenga nada de ingenua y más bien se oriente a identificar la realidad socioeconómica del interlocutor. Sin



⁸ Aludimos a los contratos de los servicios públicos porque, en los barrios pobres, es común que la gente se *cuelgue* del cableado público para tener luz sin pagar por ella, situación impensable para la clase media, o, al menos, para nuestros informantes.

⁹ En nuestro panel de entrevistados, sólo aquellos (siete casos) que están en este nivel de ingreso manifiestan vivir en la colonia y en la casa que quieren.

¹⁰ Para la Ciudad de México, véanse de Barbieri (1984), Esteinou (1996) y Zamorano (2003); para la ciudad de Querétaro, véase Icazuriaga (1994).

embargo, un riguroso análisis de campo revela que en los espacios donde habita la clase media (al menos la fracción de profesionistas), exceptuando los condominios cerrados, son menos homogéneos de lo que suponen las representaciones de los individuos. De hecho, en la mayoría de las colonias en las que viven nuestros entrevistados existe cierta mezcla social. Esto no es nuevo: ya en los años setenta se tenía registrado que algunas colonias de clase media acomodada, sobre todo aquellas en el interior de los otrora pueblos de las afueras de la ciudad (Coyoacán, San Ángel, San Jerónimo, Tlalpan, etcétera), tenían espacios intersticiales con zonas de hábitat pobre. Tal situación era muy parecida en muchas otras colonias de la ciudad como Anzures, Juárez, Condesa, Hipódromo, Narvarte, Del Valle, Nápoles y Escandón (Bataillon y Rivière d'Arc, 1979).

Hoy en día, la heterogeneidad social de las colonias de clase media continúa y se confirma contrastando el análisis cartográfico a partir de estadísticas socioeconómicas con visitas in situ. Aun cuando haya mayor homogeneidad en el nivel de Área Geoestadística Básica (AGEB) que en el de colonia, cuando se pisa el terreno se evidencia que la homogeneidad de ambas unidades de análisis es relativa, pues las diferencias intracase pueden notarse al comparar las dimensiones y el estado general de cada vivienda. Esto sucede porque la cartografía no se basa en casos individuales sino en promedios estadísticos.

Elaboramos un mapeo¹¹ para visualizar la situación socioeconómica de las colonias donde residen nuestros participantes. También se cartografiaron las AGEB porque era importante ver las eventuales diferencias entre éstas y las colonias a fin de confirmar la heterogeneidad social de los espacios de vivienda de la clase media capitalina. Se cartografiaron cuatro variables: viviendas con ingresos de más de cinco salarios mínimos, viviendas con posesión de “todos los bienes” (esto es, una lista de artículos con los que cuentan los hogares), viviendas con línea telefónica y viviendas con computadora. Por razones de espacio, en este artículo sólo se presentan los mapas que remiten a los ingresos por ser los más ilustrativos; de cualquier manera, vale

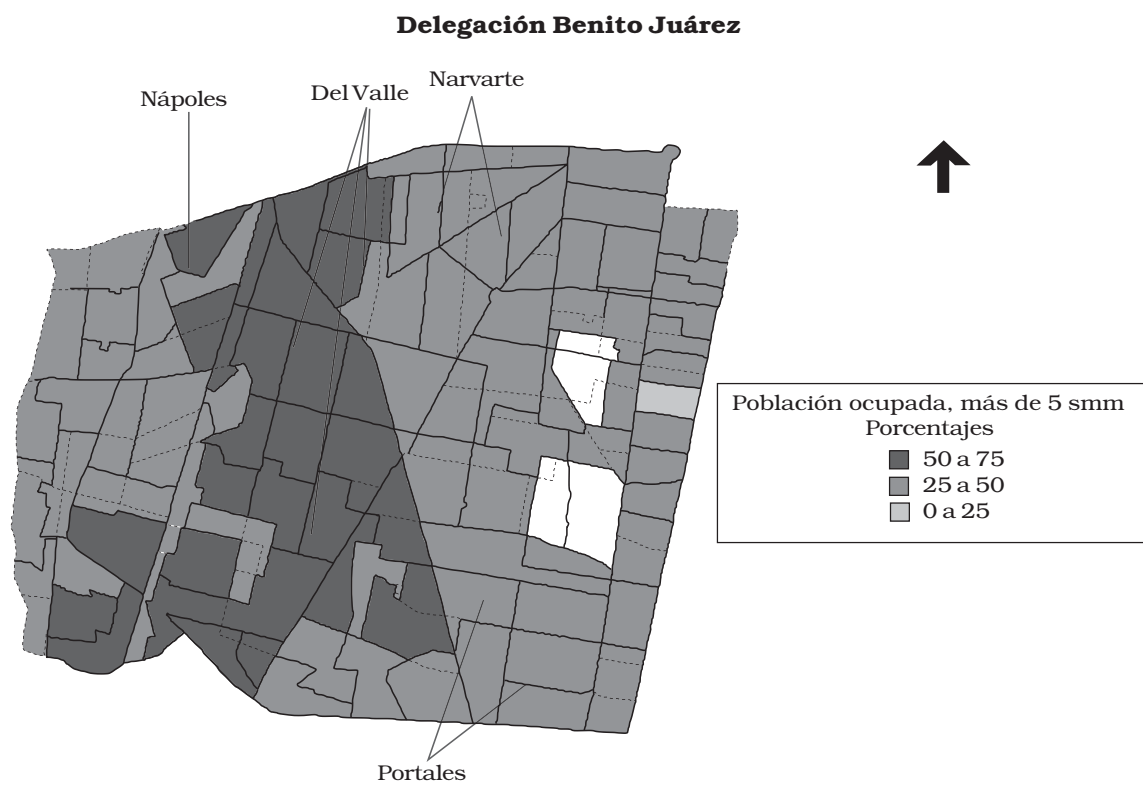
aclarar que los demás mapas prácticamente repiten el patrón de los mapas del ingreso, pues, aunque parezca de Perogrullo, en los niveles de colonia y de AGEB donde hay mayor porcentaje de hogares con buenos ingresos es donde existen mejores condiciones materiales en cuanto a equipamiento doméstico. En este sentido destaca que al mapear la posesión de teléfono y computadora se nota la diferencia entre las colonias y las AGEB donde hay mayor precariedad, pues es menor el porcentaje de hogares con estos bienes.

Para el manejo de datos, el INEGI pone como parámetro los ingresos por hogar de cinco salarios mínimos, y, si bien estos datos no concuerdan con el monto mínimo que nosotros consideramos para una familia de clase media, es el único cartografiable. Una lectura simplificada de los mapas arroja que las colonias y las AGEB más oscuras son aquellas donde se ubican las viviendas de mejores ingresos y, por extensión, las que cuentan con más equipo doméstico.¹²

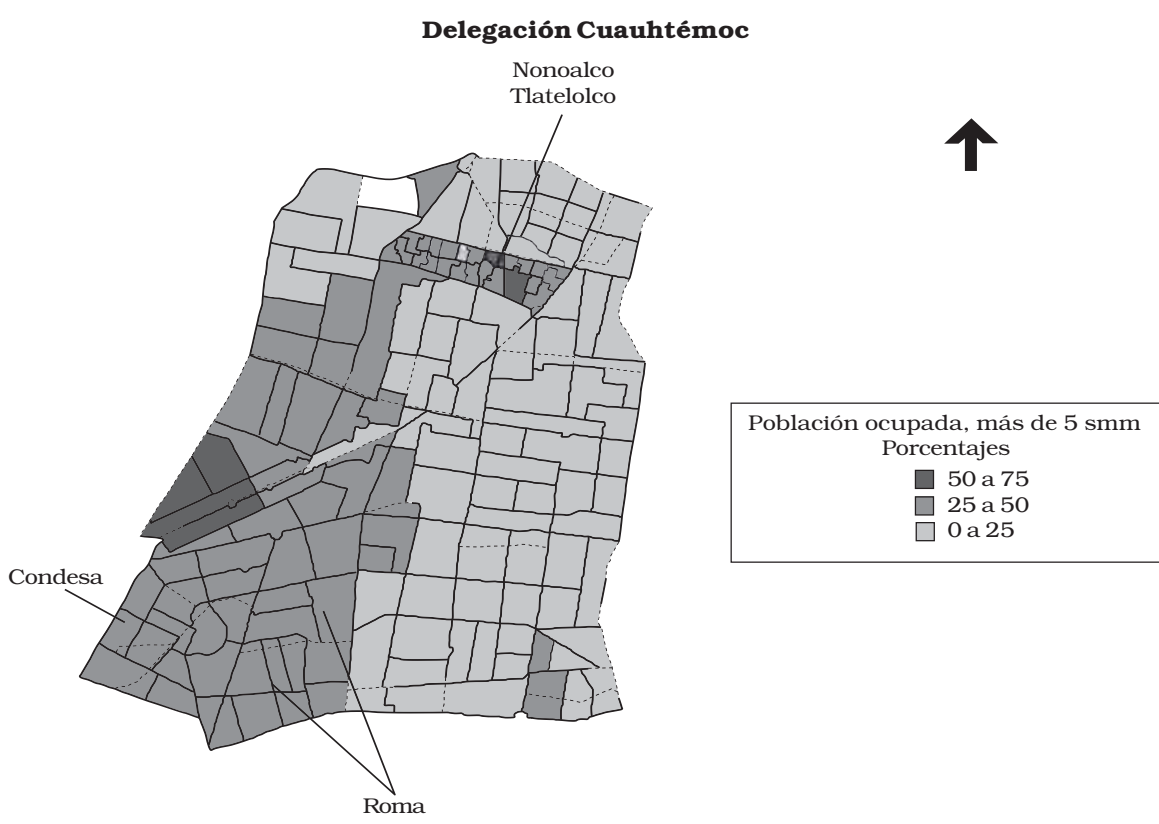
Entre las colonias de residencia de los entrevistados, las tres más precarias son Legaria, Aragón y Anáhuac, siendo la primera la menos favorecida y la última la que está poblada por hogares ligeramente mejor equipados. En el siguiente estrato socioespacial tenemos la mayor parte de las colonias clasemedieras y, en consecuencia, es en éstas donde se ubica la mayoría de los hogares de nuestros participantes. En ellas, entre 25 y 50% de las viviendas tienen ingresos de más de cinco salarios mínimos, poseen los bienes de base, incluida una computadora, y entre 75 y 90% de las viviendas de estas colonias poseen línea telefónica. En esta categoría están la Jardín Balbuena, Clavería, Nueva Santa María, Nápoles, Narvarte, Churubusco, El Centinela (Coyoacán), Condesa, Guadalupe Tepeyac, Ampliación Granada, San Miguel Chapultepec y Escandón. En la misma categoría pero un poco menos equipadas en cuanto a la posesión de bienes durables están Nonoalco-Tlatelolco y Roma (aquí los porcentajes de “viviendas con todos los bienes” son de cero a 25%). En esta categoría, la colonia más privilegiada es San Jerónimo Lídice, pues presenta el porcentaje más alto de hogares que tienen todos los bienes durables y computadora (entre 50 y 75%).

¹¹ Agradezco enormemente a Enrique Pérez Campuzano su valiosa ayuda en la elaboración de los mapas que se presentan en este trabajo. La serie completa consta de 31 mapas, sin embargo, por razones de edición, se muestran sólo cuatro, que corresponden a uno general, que incluye a todas las colonias cartografiadas, y a tres de las delegaciones más céntricas de la capital del país con importante presencia de hogares de clase media (Cuauhtémoc, Miguel Hidalgo y Benito Juárez).

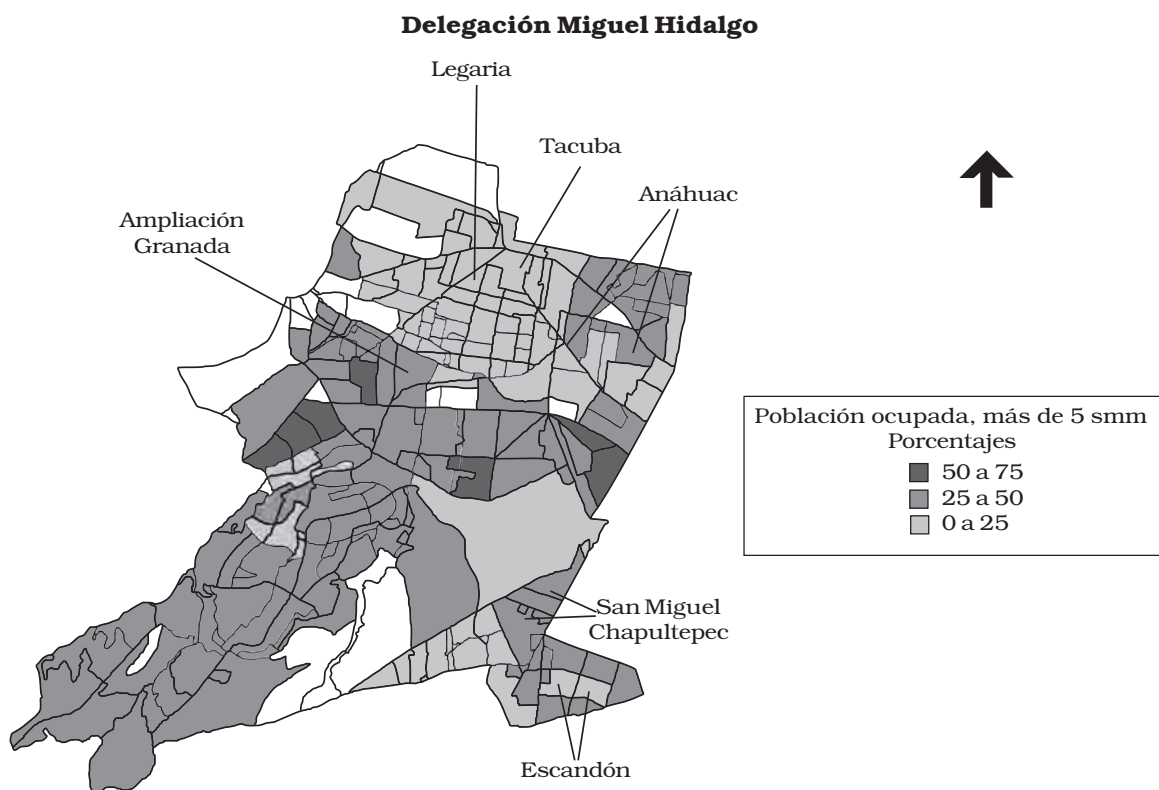
¹² En el cuadro 1 se puede ver en qué colonia vive cada entrevistado, así como su nivel de ingresos personal y doméstico. Es interesante notar que, aunque existe un patrón más o menos definido en cuanto a que aquellos con mejores ingresos viven en las colonias con mayores estándares de existencia material, éste no concuerda con la totalidad de los casos por la referida heterogeneidad social que caracteriza a las colonias de la Ciudad de México y porque en la elección de vivienda, además de los criterios que aquí tratamos, que tienen que ver con la estética, la funcionalidad y la seguridad, influyen un buen número de factores como la cercanía al trabajo, a los familiares y otros tantos.



Fuente: Elaboración propia con datos y cartografía de INEGI.



Fuente: Elaboración propia con datos y cartografía de INEGI.



Fuente: Elaboración propia con datos y cartografía de INEGI.

En la siguiente categoría socioespacial y con un mayor porcentaje de viviendas equipadas con bienes durables y computadora están las colonias Fuentes del Pedregal, Villa Coapa, Campestre Churubusco y Del Valle, en las cuales entre 50 y 75% de las viviendas cuenta con un ingreso mayor a cinco salarios mínimos y con todo el equipo doméstico. Con mejores estándares de existencia material se encuentra el fraccionamiento Villa Verdún.

Espacios de consumo y recreo

Para efectos de este trabajo se decidió abordar los espacios de consumo y recreo en un mismo apartado luego de constatar que, para la clase media de la generación actual, es muy difícil disociar el ocio y el recreo del consumo. Al respecto, se puede identificar un claro cambio sociocultural en el tipo de prácticas. En las entrevistas, nuestros informantes relatan momentos de su niñez, en la cual se privilegiaban los paseos en plazas y jardines o las visitas domiciliarias entre amigos y familiares. En contraste, ya de adultos, los entrevistados participan más de “salir a divertirse” o “salir a pasear”. Estas salidas no implican necesariamente

ir de compras, empero, casi por norma, tienen como destino un espacio de consumo en el que se paga por un bien o un servicio.

Si se hace un registro espacial de dónde transcurre el consumo, el ocio y hasta el trabajo de la clase media, se demuestra que la ciudad es policéntrica, pero los nodos que la componen están ligados unos con otros en un *continuum* bastante coherente conectado por avenidas principales. Por otro lado, aun cuando nuestros entrevistados dan prioridad a las visitas a este tipo de lugares próximos a su domicilio, eso no significa que no hayan visitado en más de una ocasión otros más lejanos. Así pues, en nuestra división de los espacios de consumo y recreo de la clase media proponemos una división de ocho nodos que van de lo más céntrico a lo más periférico: el primero corresponde a los espacios restaurados y reembellecidos del Centro Histórico (al poniente del Zócalo); el segundo es el centro ampliado, lo que integra la Zona Rosa, así como las colonias Cuauhtémoc, Roma y Condesa; el tercero incluye Polanco y Las Lomas (eventualmente se puede considerar su extensión hasta La Herradura y Tecamachalco); el cuarto está conformado por Insurgentes Sur y su área de influencia: Guadalupe Inn, Mixcoac, Nápoles y Del Valle; el quinto es Coyoacán y sus alrededores; el sexto

está por Periférico Sur y engloba a San Ángel, San Jerónimo y El Pedregal; más al sur está el séptimo: Tlalpan y Villa Coapa; y, en el extremo opuesto, al norte de la ciudad y fuera de sus límites administrativos, se encuentra el octavo: Satélite y su área de influencia. No se pretende afirmar que fuera de estos nodos no existan espacios de ocio, consumo y recreo de la clase media, pero éstos parecen los principales, ya que son los más densamente ocupados para estos propósitos, y los que visitan e identifican nuestros entrevistados.

Para continuar el análisis de los espacios donde transcurre el ocio y el consumo de la clase media capitalina hemos decidido clasificarlos en tres categorías: los destinados al consumo de alimentos y bebidas preparadas, aquellos para el abasto de bienes básicos y los centros comerciales.¹³

Los espacios destinados a la restauración¹⁴

Varios cambios socioculturales han estado marcados por la incorporación de las mujeres al mercado de trabajo, y uno de ellos se relaciona con la preparación de alimentos en casa. No queremos decir que las mujeres ya no cocinen; sin embargo, a partir de lo registrado en nuestras entrevistas, en los hogares de las mujeres que trabajan son cada día más habituales las salidas a comer a diversos establecimientos tanto entre semana como sábado y domingo.¹⁵ De lunes a viernes, “la dificultad de volver a casa” a la hora de la comida por los largos desplazamientos y los embotellamientos hace que con mayor frecuencia las personas coman cerca de su trabajo o de las escuelas de los hijos. Entre semana, quienes trabajan están prácticamente obligados a comer fuera de casa, pero los días de descanso esta actividad forma parte del ocio, ya que evita preparar la comida y el ulterior aseo de los utensilios. En todo caso, no extraña que el aumento del número de hogares en los que ambos cónyuges trabajan haya provocado el incremento y la diversificación de la oferta de sitios donde se venden alimentos preparados. En este

sentido, es el mundo laboral y no la implantación de la oferta lo que redefine las prácticas de la clase media.

En los hogares de nuestros informantes sucede muy a menudo que las comidas entre semana se hagan primordialmente en las tradicionales fondas de comida corrida o de comida casera, sobre todo por el costo de los alimentos y la familiaridad con los platillos. Con menor frecuencia se come en las cadenas de restaurantes o franquicias de comida rápida. Más valorados pero menos visitados entre semana, por los precios más elevados, son los restaurantes que ofrecen especialidades de algún país y, desde luego, los conocidos como restaurantes gourmet.¹⁶

Estos últimos han alcanzado considerable éxito en la capital del país y son parte de las novedades en las prácticas de consumo de clase media de profesionistas. Ninguno de los entrevistados dejó de mencionarlos. Se trata de sitios que, además de la oferta de comida, desarrollan todo un *concepto*: su estilo es informal, su mobiliario tiende a lo *design*, los platillos y bebidas que ahí se ofrecen se pretenden cosmopolitas al combinar en sus menús especialidades de origen diverso o de tendencias culinarias de *fusión*, además de que los precios no son tan altos como en un auténtico restaurante de alta cocina. Estos sitios ocasionalmente tienen cava y venta de *delicatessen* (mostazas, vinagres, mermeladas, salchichonería, pastas, aceites y otros artículos de calidad superior).

Entre los lugares apreciados también están los restaurantes de nueva cocina mexicana, en los que se actualizan platillos típicos presentados de manera muy atractiva y sofisticada o, bien, se crean platillos con nuevos sabores y combinaciones alejándose de la cocina muy picante y grasosa característica de la cocina popular.¹⁷ Los restaurantes gourmet, los de especialidades nacionales, los de nueva cocina mexicana, así como otros más caros y sofisticados, son lugares que la clase media no visita con frecuencia, pues los reserva para las ocasiones especiales o los fines de semana.

Otro espacio privilegiado para el ocio y el consumo de la clase media son los cafés. No obstante para la

¹³ Desde luego que en esta clasificación también deben considerarse los espacios de consumo cultural como parte de los sitios donde transcurre el ocio y el recreo de la clase media, pero no serán abordados en este trabajo.

¹⁴ Aquí nos referimos al significado de la palabra en su quinta acepción según el diccionario de la Real Academia Española: “Actividad de quien tiene o explota un restaurante”.

¹⁵ De todos nuestros entrevistados, sólo en dos hogares las mujeres siguen cocinando de tiempo completo. Se trata de la madre de Juan (34 años, *software consulting*) y la de Miguel (31 años, diseñador y posproductor de programas culturales). Vale destacar que, en ambos casos, se trata de hijos mayores de treinta años, solteros, que aún viven en la casa paterna. Si bien en el resto de los hogares de los participantes siguen siendo las mujeres las que en ocasiones cocinan, hay algunas entre ellas que prefieren no hacerlo.

¹⁶ Éstos corresponden casi por regla a los de “gama media” de las guías especializadas.

¹⁷ En los relatos de nuestros entrevistados son muy comunes las alusiones a evitar la comida grasosa y picante, no por el sabor, sino por razones de salud y de estética. Ambos factores son de gran importancia en el mundo de las representaciones mentales de la clase media actual, preocupada por verse y sentirse bien.

generación precedente ningún barrio de clase media o zona de oficinas carecía de un buen café cercano, éste era más bien para el público masculino, sin mayor oferta que un café de calidad y con mobiliario rústico. La nueva propuesta, dominada en buena medida por franquicias estadounidenses e italianas (aunque hay algunas mexicanas, como la que vende café orgánico de Chiapas), ofrece, además de un café de calidad, una carta con variados *snacks*, té de sabores hasta hace poco desconocidos en el país y un mobiliario más cuidado para una clientela diversificada que incluye estudiantes y mujeres solas, algo impensable para la generación anterior.

En la geografía del consumo y el recreo clasemedios también se cuentan los bares, los centros de entretenimiento nocturno y los *lounges*,¹⁸ los cuales tienen una vida más efímera que los restaurantes y los cafés, porque son más susceptibles al imperativo de la clase media de buscar la novedad, por ello están condenados a cambiar frecuentemente de concepto so pena de desaparecer. Estos lugares, cuyo decorado oscila entre el *design* y el *kitsch*,¹⁹ deliberado, son de acceso restringido; es decir, el ingreso está controlado por uno o varios empleados que impiden la entrada a quienes no cumplen con los arbitrarios parámetros de la apariencia de la *gente bien*. En una clara manifestación de *apartheid* sociocultural, no se permite el acceso a aquellos que no cuentan con el atuendo, la actitud y hasta el tono de piel requeridos. Estas prácticas de convivencia por afinidad social llevan implícito el racismo y el clasismo propio de algunas fracciones de la clase media, y en algunos lugares han llegado al punto de sólo contratar personal (*meseros*, *barmen*, etcétera) que cubra ciertos estándares de aspecto.²⁰

En términos generales, todos los lugares que hemos abordado están destinados a determinado público, el cual se caracteriza por ser relativamente joven (en el rango de edad de nuestros entrevistados), escolarizado y con cierto nivel de compra. Como sucede con el común de estos espacios de ocio, consumo y recreo,

deben responder a las exigencias de seguridad, confort, higiene y estética propios de la clase media. No es casualidad que se localicen en zonas con un extraordinario patrimonio arquitectónico, bien comunicadas en cuanto a vialidades y, como ya se señaló, formando un *continuum* bastante coherente en el trazo de la ciudad.

La walmartización de la geografía del abasto

Para la fracción de la clase media a la que nos abocamos, quedaron atrás los mercados municipales contruidos en la época de Uruchurtu, que pretendieron ubicar en su interior a los vendedores callejeros al mismo tiempo que descentralizaban las opciones de abasto a las diferentes colonias de la ciudad. A pregunta expresa, nuestros entrevistados, independientemente de su origen social, hacen referencia a los lugares en los cuales sus familias por lo general realizaban las compras.²¹ Entre los relatos destaca que, cuando nuestros entrevistados eran niños, en sus hogares se hacían las compras “del diario” en las tiendas de abarrotes, recauderías, tortillerías y panaderías cercanas, o bien en el mercado, si había uno próximo; cuando no era así, la visita al mercado o al tianguis se hacía una vez por semana para las compras mayores. En caso de ser necesaria la compra de un artículo poco común, era de rigor desplazarse al Centro Histórico.

Con la paulatina aparición de las tiendas de autoservicio o los minisuper de franquicia, el abasto de la fracción de la clase media en la que nos enfocamos ha ido dándole la espalda de manera progresiva al comercio de pequeña escala, ya fuera el mercado municipal, el tianguis, o las recauderías y tiendas de abarrotes cercanas. Por otro lado, las visitas al centro se volvieron cada vez más esporádicas, en la medida en que los supermercados ofrecían casi cualquier producto.

Sin embargo, para la clase media, al menos para quienes corresponden al perfil de nuestros entrevistados, siguen existiendo algunos mercados municipales

¹⁸ Estos sitios se caracterizan por ser bares que en lugar de las convencionales sillas y mesas tienen sillones, los cuales brindan al cuerpo una postura bastante cómoda y crean un ambiente muy relajado.

¹⁹ Ambos términos son convencionales en la arquitectura y en el diseño de interiores. El primero se refiere a la creación de un ambiente basado en un concepto, siempre orientados a conformar un espacio que combine estética y funcionalidad. El segundo implica una estética basada en lo burdo, lo cursi, lo excesivo o de mal gusto, y normalmente integra elementos descontextualizados de la cultura popular o tratados con suma ironía.

²⁰ En los diarios como *El Universal* y *Excelsior* abundan los ejemplos de bares y *antros* que solicitan empleados con buena apariencia o excelente presentación. Estos mensajes han aligerado el tono abiertamente segregacionista en función de criterios estéticos que en algún momento llegó a ser la norma en estos anuncios clasificados. Como muestra, cf. “El Aviso de Ocasión” del *Excelsior* a principios de este nuevo siglo. Por ejemplo, el día 3 de diciembre de 2001 se lee en un anuncio de esta sección que un restaurant-bar de Las Lomas solicita *bartender* con buena apariencia: “indispensable ser altos, delgados y de *tez blanca*” (las cursivas son mías).

²¹ Hay que apuntar que, de los 24 informantes, ocho no nacieron en el Distrito Federal, pero seis de ellos llegaron muy niños o en su adolescencia. Los dos restantes son extranjeros y arribaron a la capital del país ya en edad adulta.

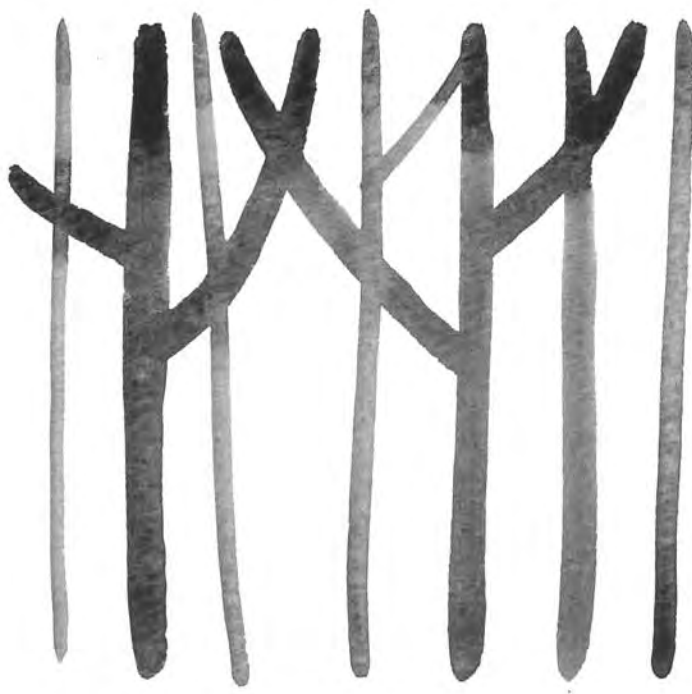
que se frecuentan de buena gana, como los de Tlalpan, San Ángel, Coyoacán y Medellín, y también algunos tianguis, como el de la Cibeles (en la Roma) o los de Emilio Castelar y Jaime Balmes (en Polanco). Pese a que todavía se concurre a estos espacios, lo cierto es que se hace poco, ya que las compras se realizan preferentemente en las tiendas de autoservicio.

Entre las tiendas de autoservicio que frecuenta la clase media conviene distinguir los supermercados de los hipermercados pues, aunque ambos son operados por las grandes empresas de distribución, hay diferencias entre ellos. Por un lado, los supermercados (como Bodega Aurrerá, Walmart Supercenter, Comercial Mexicana, Gigante, entre otros) son las tiendas de autoservicio en las que se pueden comprar alimentos, pero también utensilios de cocina, herramientas, muebles y aparatos electrodomésticos, de telecomunicaciones e informática destinados al gran público (por no ser las versiones más caras ni sofisticadas). Por su parte, los hipermercados son espacios más grandes, y en ellos prevalece la venta por volumen tanto a empresas como a particulares. Su ingreso está reservado sólo a los poseedores de una membresía (es el caso por ejemplo de Sam's Club y Costco). Lo común es que la venta de productos se realice por semimayoreo, y, cuando se hace al menudeo, se trata de mercancía más sofisticada y, en consecuencia, más cara que la que se ofrece en los supermercados. De hecho, en este último caso,

es de la misma gama de la vendida en las tiendas departamentales y en las boutiques especializadas. También son diferentes en cuanto a la lógica de implantación geográfica: los supermercados son primordialmente sitios de abasto de productos básicos, se sitúan en colonias de toda índole, aun en las populares; no así los hipermercados, que, por regla, se ubican en colonias con alto poder de compra o próximos a ellas.

Aunque es hiperbólico hablar de la *walmartización* del abasto, dado que las tiendas de autoservicio del consorcio Cifra-Walmart no son las únicas que tienen significativa presencia en la capital del país, lo cierto es que éstas han reconfigurado la geografía del consumo. Existen varias razones que van desde la propia presencia de las tiendas, hasta el cambio en los hábitos de consumo de la población. En todo caso, dicho consorcio representa la cadena más importante en México y es una de las más notables del mundo respecto a la distribución y comercio al menudeo, lo que le permite tener capacidad para desarrollar una penetrante estrategia de implantación por zonas, en función del poder de compra de los residentes de las cercanías. Con el fin de establecer sus distintos tipos de supermercados e hipermercados, esta cadena ha dividido al mercado en tres segmentos según el nivel de ingreso de los compradores. En el caso de los hipermercados (los Sam's Club), hay siete en la capital y, como ya se dijo, están en sitios donde los ingresos son suficientemente altos para un consumo en volumen de semimayoreo de los productos tan diversificados que ahí se ofrecen. En cuanto a los supermercados, la Bodega Aurrerá tiene presencia en las zonas de ingresos modestos (hay 69 en la capital), Walmart-Supercenter está destinada para el gran público y, por norma, se acompaña de un restaurante Vip's, un restaurante Portón y una tienda de ropa Suburbia (hay 22 en el D.F.). Las tiendas Superama son consideradas por el propio consorcio como sus pequeños "supermercados ubicados en zonas residenciales", ya que se localizan en los lugares de mayor poder adquisitivo (hay 32 en el Distrito Federal, pero sólo se encuentran en nueve delegaciones).²²

Estamos convencidos de que la presencia de estos establecimientos y los de las empresas concurrentes —que ofrecen los mismos servicios o venden prácticamente los mismos productos— han cambiado las modalidades de abasto de la clase media capitalina, al menos esto se verifica en nuestro panel de entrevistados, quienes fueron protagonistas de esta importante y paulatina transformación que también incluye la



²² La información fue extraída de www.walmartmexico.com.mx

reconfiguración del espacio urbano. Como si se tratara de un largo y progresivo condicionamiento, hoy en día la clase media de profesionistas en edad laboral prefiere hacer sus compras en las tiendas de autoservicio y cada vez menos en los tianguis o en los mercados. Casi invariablemente, las razones que esgrimen son las mismas que para cualquier otro tipo de espacios: la seguridad, la higiene, el orden y, aunque no siempre se manifieste de manera abierta, la afinidad social entre los visitantes y el trato amable pero impersonal de los empleados, entre otras.

Las “catedrales del consumo”²³

Las primeras tiendas departamentales de la capital se instalaron en el Centro Histórico desde mediados del siglo XIX; no obstante, fue hasta la década de 1950 que se abrieron otras sedes en las nuevas colonias en las que se habían establecido los hogares con cierto poder de compra, como en la calle de Durango en la colonia Roma, o en la avenida de los Insurgentes en la Nápoles (INEGI, 2000). Con el paso de los años, las tiendas departamentales, junto con las boutiques especializadas, se unirían a la lógica de implantación de los centros comerciales. En la década de los sesenta existían sólo dos en el área metropolitana: Plaza Satélite y Plaza Universidad (INEGI, 2000). Hoy en día se cuenta con más de una veintena de centros comerciales, y siempre que se construye uno se hace cerca de aquellas colonias con un buen número de visitantes potenciales (Guerrien, 2000). Es innegable que estos lugares, después de sólo unas décadas, se convirtieron en el punto nodal del consumo y del ocio de la clase media capitalina.

En términos generales, estos espacios, por su concepción, así como por los bienes y servicios que ofrecen, son muy similares a los que existen en cualquier ciudad del mundo, pues constituyen, junto con las zonas de negocios, el paradigma espacial de las ciudades neoliberales, cada día más orientadas a la economía terciaria. En ellos, el dogma del libre mercado no se pone en cuestión, ya que todas las tiendas son concurrentes entre sí.

En cuanto a su composición interna, los centros comerciales cuentan con tiendas departamentales y con establecimientos especializados en electrónica, informática, telecomunicaciones, electrodomésticos, ropa, calzado, accesorios, muebles, cristalería, café, té y ta-

baco, así como con bancos, restaurantes, bares, tiendas de deportes, joyerías, librerías y cines. En algunos también se encuentran estéticas, tiendas de mascotas, agencias de viajes y hasta gimnasios. Respecto a equipamiento, estos sitios tienen un gran estacionamiento pues están diseñados para personas que viajan sobre todo en auto particular. Además, son lugares aislados del exterior, y los visitantes no están expuestos al ruido, a la contaminación ambiental, al contacto pluriclasista ni a las inclemencias del tiempo. No obstante estos sitios no se reservan explícitamente el derecho de admisión, la entrada está controlada. La vigilancia es discreta, pero efectiva, puesto que impide el ingreso de cierto tipo de personas, como población indígena, mendigos, vendedores ambulantes, y otras presencias que puedan incomodar a los visitantes.

Otra clave del éxito de estos lugares, como lo ha notado López Levi (1997), es que, aun cuando hay una concepción y una composición que los asemeja a todos, la oferta de bienes y servicios no está absolutamente estandarizada, ya que cada centro comercial se adecua al tipo de zona residencial y de habitantes de los alrededores: los que están al este de la ciudad (donde hay mayor presencia de clases populares o de clase media de origen popular) tienen en su interior más taquerías y restaurantes de cocina mexicana; en los que se ubican al sur hay una mayor oferta cultural, como cines de repertorio y galerías; y aquellos situados en zonas como Las Lomas o Polanco tienen galerías de arte, tiendas de antigüedades, joyerías de lujo y hasta una oferta especializada en productos kosher.

Si bien es cierto que estos sitios están orientados a las compras, también son espacios de recreo, en buena medida porque las compras no son sólo un asunto de abasto orientado a la reproducción doméstica, sino que son cada vez más una actividad ligada al ocio. En palabras de los entrevistados, con excepción de uno que se declara abiertamente en contra de estos lugares y evita al máximo acudir a ellos, el resto los frecuenta porque son sitios a los que se puede ir a “pasear” o a “dar la vuelta”, independientemente de comprar o no, lo cual resulta poco probable en estos recintos en donde los estímulos visuales, auditivos y olfativos están concebidos para inducir el consumo.²⁴

En relación con el cambio cualitativo en los hábitos tanto de consumo como de recreo de la clase media, vale la pena destacar que la generación actual es más hedonista y orientada al consumo que la precedente,

²³ El apelativo fue tomado de Rivière d'Arc (2003) que hace referencia a los *shopping centers* de la ciudad de São Paulo.

²⁴ Entre nuestros informantes, sólo Francisco (52 años, músico y director administrativo de una orquesta) evita en la medida de lo posible los centros comerciales, aunque su esposa y sus dos hijos los visiten con relativa frecuencia.

quizás incluso podría decirse que han hecho de las compras una actividad lúdica. Los relatos de nuestros entrevistados señalan que en sus hogares de origen, cuando se iba a hacer compras, había un objetivo preciso, caso contrario de la tendencia actual en la que los individuos que asisten a estos espacios no tienen necesariamente la intención de comprar, aunque en ocasiones lo hagan.

Así pues, excepto un caso, nuestros entrevistados se acercan a los centros comerciales con mucha frecuencia, algunos incluso más de una vez por semana, y ahí hacen la mayor parte de sus compras de ropa y calzado. Para adquirir este tipo de artículos se dice preferir estos sitios a los tianguis, supermercados y *outlets*, pues suponen que ahí los productos son de mejor calidad.

Consideraciones finales

En este trabajo se abordó la interrelación que existe entre el cambio del modelo económico, la reconfiguración del espacio urbano y algunas transformaciones socioculturales de la clase media que se expresan en el tipo de prácticas que ella lleva a cabo. Nos abocamos a las formas de uso y apropiación del espacio urbano por parte de una fracción de los profesionistas capitalinos en lo que respecta a sus espacios de vivienda, consumo, ocio y recreo. Por razones de extensión, en el texto no se trataron ni sus espacios laborales ni aquellos destinados al consumo cultural, los cuales también merecen ser ampliamente explorados y explicados. De cualquier modo, se pone de manifiesto que los espacios de los que aquí se dio cuenta son al mismo tiempo físicos y sociales.

Se trató la reconfiguración de la imagen urbana como el correlato espacial del neoliberalismo y la manera en que esto se interrelaciona con las prácticas espaciales de la clase media, las cuales se sustentan, a su vez, en un mundo de representaciones simbólicas donde privan determinados parámetros de estética, comodidad, higiene, homogeneidad social y seguridad. No es casualidad que el centro comercial haya devenido uno de los espacios paradigmáticos de las prácticas de esta clase social, pues se trata de un lugar en donde los visitantes, mientras consumen y se recrean, están protegidos de cualquier molestia sonora, olfativa, auditiva y ambiental, derivada del contacto pluriclasista, incluso en lo relativo a la integridad física.

En definitiva, la inseguridad que se vive en la ciudad, amplificadas insidiosamente por los medios de comunicación impresos y electrónicos, así como los cambios en la percepción que tiene la clase media de este

fenómeno, han transformado las maneras de vivir y consumir el espacio urbano. En este trabajo se ha indicado que los informantes prefieren frecuentar sitios higienizados y con seguridad, y, por extensión, se comprende que rechazan lo sórdido, lo decadente, lo que puede parecer pobre o vulgar o que los hace sentirse amenazados. En cuanto a las prácticas, es importante ahondar en la forma en que la percepción de la ciudad como un espacio inseguro ha transformado la movilidad geográfica de la población, al grado de evitar ciertas zonas en determinados horarios o de forma definitiva. Sin duda, en esta percepción del espacio con seguridad está el origen de la fuerte tendencia a la autosegregación en espacios en donde sólo conviven semejantes con afinidad social. Estos lugares están delimitados casi por regla por controles de toda índole, sean empleados de seguridad, muros, cercas (a veces electrificadas) e incluso sistemas de circuito cerrado.

Sin embargo, debe tenerse en cuenta que estas tendencias, y en especial estas representaciones, no necesariamente son fijas, sino que están en constante mutación. De nuestro texto se infiere que muchas de las prácticas ligadas al consumo, al ocio y al recreo de los informantes no son iguales a las de sus padres, pero ¿qué hay de los criterios de uso y apropiación del espacio urbano?

Vigarello (1991) podría darnos algunas pistas, puesto que él se centra en las prácticas de higiene personal y en cómo éstas se han transformado en función del cambio en los parámetros sociales de lo que es limpio o de lo que es sucio, entonces algo parecido podría indagarse respecto a las prácticas de uso y apropiación del espacio urbano. Por ejemplo, si consideramos otro periodo marcado por el liberalismo económico y por políticas públicas de higienización y embellecimiento de la ciudad, como lo fue el Porfiriato, ¿qué sucede con las prácticas de ocio que correspondían a determinadas clases sociales? Si en aquella época “ir a una sala de cine o asistir a un *match* de beisbol mostraba una disposición particular hacia lo moderno y urbano” (Pérez Montfort, 2003: 57), ¿también estos criterios de lo moderno y lo urbano respondían a la necesidad de distanciarse y diferenciarse de otras categorías sociales? ¿Es por eso que, tanto ayer como hoy, las clases acomodadas tienden cada vez más a los espacios embellecidos, higienizados y controlados por fuertes medidas de seguridad? Y, en el pasado reciente, digamos durante la consolidación del Estado posrevolucionario, ¿acaso predominarían otros criterios que, en lugar de enfocarse en el poder de compra de los individuos y en sus parámetros de convivencia afinitaria, se preocuparían más por la construcción de un espacio urbano de carácter público y pluriclasista?

Bibliografía

- BARBIERI, TERESITA DE
1984 *Mujeres y vida cotidiana*, Secretaría de Educación Pública/Fondo de Cultura Económica, México.
- BATAILLON, CLAUDE Y HÉLÈNE RIVIÈRE D'ARC
1979 *La ciudad de México*, Sepsetentas-Diana, México.
- BERTRAUX, DANIEL
2005 *Le récit de vie*, Armand Colin, París, 2ª ed.
- BIDOU-ZACHARIASEN, CATHERINE (COORD.)
2003 *Retours en Ville*, Descartes & Cie, París.
- BOURDIEU, PIERRE
1979 *La Distinction. Critique sociale du jugement*, Les Éditions de Minuit, París.
- BOURDIEU, PIERRE (COORD.)
1993 *La misère du monde*, Editions du Seuil, París.
- ESTEINOU, MARÍA DEL ROSARIO
1996 *Familias de sectores medios: perfiles organizativos y socioculturales*, Centro de Investigaciones y Estudios Superiores en Antropología Social, México.
- FEATHERSTONE, MIKE
1991 *Consumer culture and Postmodernism*, Sage, Londres.
- GUERRIEN, MARC
2000 *La privatisation des espaces publics et la fragmentation des territoires urbains. Le cas de Mexico. Mémoire du DEA "Histoire et Civilisations"*, École des Hautes Études en Sciences Sociales, París.
- HARVEY, DAVID
1985 *The Urbanization of Capital*, Blackwell, Oxford.
- HIERNAUX, DANIEL Y ALICIA LINDÓN
2002 "Modos de vida y utopías urbanas", en *Ciudades*, núm. 53, enero-marzo, pp. 26-32 [Red Nacional de Investigación Urbana, Puebla].
- ICAZURIAGA MONTES, CARMEN
1994 "Desarrollo urbano y forma de vida de la clase media en la ciudad de Querétaro", en *Estudios Demográficos y Urbanos*, vol. 9, núm. 2, mayo-agosto, pp. 439-456 [El Colegio de México, México].
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA, GEOGRAFÍA E INFORMÁTICA (INEGI)
1993 *Anuario estadístico del D.F.*, INEGI, Aguascalientes.
2000 *Ciudades capitales. Una visión histórica urbana*, INEGI, Aguascalientes [disco compacto].
2001a *Distrito Federal. Perfil sociodemográfico. Censo de Población y Vivienda 2000*, INEGI, Aguascalientes.
2001b *Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares 2000. Tabulados y Base de Datos*, INEGI, Aguascalientes [disco compacto].
- LEFEBVRE, HENRI
2000 *La production de l'espace*, Anthropos, París, 4ª ed. [1974].
- LÓPEZ LEVI, LILIANA
1997 "Los centros comerciales como espacios multifuncionales", en *Argumentos. Estudios Críticos de la Sociedad*, núm. 27, agosto, pp. 81-96 [Universidad Autónoma Metropolitana (UAM)-Xochimilco, México].
- LÓPEZ SANTILLÁN, RICARDO
En prensa *Clase media capitalina: recomposición de su espacio social y urbano (1970-2000)*, Centro Peninsular en Humanidades y Ciencias Sociales-Universidad Nacional Autónoma de México.
- MELÉ, PATRICE
2003 "(Ré)investir les espaces centraux des villes mexicaines", en Catherine Bidou-Zachariassen (coord.), *Retours en Ville*, Descartes & Cie, París, pp. 175-204.
- ÖNCÜ, AYSE Y PETRA WEYLAND (EDS.)
1997 *Space, Culture and Power. New identities in globalizing cities*, Zed Books, Londres y Nueva Jersey.
- PÉREZ MONTFORT, RICARDO
2003 "Circo, teatro y variedades. Diversiones en la Ciudad de México a fines del Porfiriato", en *Alteridades*, año 13, núm. 26, julio-diciembre, pp. 57-66 [UAM-Iztapalapa, México].
- PRETECEILLE, EDMOND
Y LUIZ CESAR DE QUEIROZ RIBEIRO
1999 "Tendências da segregação social em metrópoles globais e desiguais: Paris e Rio de Janeiro nos anos 80", en *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 14, núm. 40, junio, pp. 143-162.
- RIVIÈRE D'ARC, HÉLÈNE
2003 "Requalifier le XXe siècle: projet pour le centre-ville de São Paulo", en Catherine Bidou-Zachariassen (coord.), *Retours en Ville*, Descartes & Cie, París, pp. 241-264.
- SASSEN, SASKIA
1991 *The global city: New York, London, Tokio*, Princeton University Press, Nueva Jersey.
- SAVAGE, MIKE Y ALAN WARDE
1993 *Urban Sociology, Capitalism and Modernity*, Continuum, Nueva York.
- SULKUNEN, PEKKA
1992 *The European New Middle Class. Individuality and tribalism in mass society*, Averury, Gran Bretaña.
- SVAMPA, MARISTELLA
2000 "Clases medias, cuestión social y nuevos marcos de sociabilidad", en *Trabajo, integración social y sociabilidad: los dilemas de la Argentina de hoy*, Instituto de Ciencias, Universidad Nacional de General Sarmiento, mimeo.
- URRY, JOHN
1995 *Consuming Places*, Routledge, Londres y Nueva York.
- VIGARELLO, GEORGES
1991 *Lo limpio y lo sucio. La higiene del cuerpo desde la Edad Media*, Alianza Editorial, Madrid.
- ZAMORANO VILLARREAL, CLAUDIA
2003 "Ruptures et continuités résidentielles au fil des générations chez les classes moyennes de Mexico", en *Autrepart*, núm. 25, pp. 107-121 [Institut de Recherche pour le Développement, París].