



Revista Bitācora Urbano Territorial

ISSN: 0124-7913

bitacora_farbog@unal.edu.co

Universidad Nacional de Colombia

Colombia

Hurtado-Cano, Daniel; Aguirre-Aguilar, Genaro

La colonia La Condesa en Ciudad de México: Conceptos y productores de lugar

Revista Bitācora Urbano Territorial, vol. 27, núm. 3, septiembre-diciembre, 2017, pp. 111-

118

Universidad Nacional de Colombia

Bogotá, Colombia

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74853485012>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

La colonia La Condesa en Ciudad de México:

CONCEPTOS Y PRODUCTORES DE LUGAR¹

LA CONDESA IN MEXICO CITY:
concepts and place producers

A CONDESSA NA CIDADE DO MÉXICO:
Conceitos e Produtores de Lugar

Daniel Hurtado-Cano

Maestro en Ciencias Sociales
Universidad Autónoma de Manizales
dhurtado@autonoma.edu.co;
daniel.hurtadocano@gmail.com

Genaro Aguirre-Aguilar

Doctor en Sociedades Multiculturales
y Estudios Interculturales
Universidad Veracruzana
geaguirre@uv.mx

Recibido: 18 de julio 2017

Aprobado: 25 de agosto 2017

<https://doi.org/10.15446/bitacora.v27n3.66443>

Resumen

Este artículo analiza la manera como los productores de lugar de la zona de La Condesa en Ciudad de México la construyen y la posicionan en el imaginario de sus habitantes, expresando este acto de significación a partir de múltiples conceptos y tensiones que constituyen los elementos más relevantes de su identidad. A partir de una investigación cualitativa de corte etnográfico se concluye que La Condesa se organiza y se califica como experiencia de consumo, cultura y entretenimiento a partir de cinco imágenes: la zona de caos, la zona turística y la de moda, la zona de experimentación social, la zona T, y la zona mexicana y la señorial.

Palabras clave: etnografía, sociología cultural, zona urbana, Ciudad de México.

Abstract

This paper discusses how the producers of place in La Condesa area of Mexico City build and position it in the imagination of its inhabitants, expressing this act of signification from multiple concepts and tensions that constitute the most relevant elements of their identity. From a qualitative research with an ethnographic approach, it concludes that La Condesa is organized and qualified as an experience of consumption, culture and entertainment from five images: the chaos area, the touristic and fashion area, the social experimentation area, the T zone, and the Mexican and the manorial area.

Key words: ethnography, cultural sociology, urban areas, Mexico City.

Resumo

Este artigo discute como os produtores de lugar na área de La Condesa da Cidade do México constroem e posicionam na imaginação de seus habitantes, expressando esse ato de significação de múltiplos conceitos e tensões que constituem os elementos mais relevantes de sua identidade. De uma pesquisa qualitativa com uma abordagem etnográfica, conclui que La Condesa é organizada e qualificada como experiência de consumo, cultura e entretenimento a partir de cinco imagens: a área do caos, a área turística e de moda, a área de experimentação social, a zona T, e a área mexicana e senhorial.

Palavras-chave: etnografia, sociologia cultural, áreas urbanas, Cidade do México.

¹ El artículo se escribió con base en la tesis *Conceptos y productores de lugar: un acercamiento etnográfico a la zona de La Condesa en la Ciudad de México* escrita para optar al título de maestría en Ciencias Sociales en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO, sede México).

Un punto de partida

La investigación aborda los conceptos a los cuales les están apostando los productores de lugar en La Condesa, una colonia² enclavada en una de las zonas más importantes de Ciudad de México (México), la cual se ha ido redefiniendo en los últimos años a partir de procesos densos de uso y apropiación de los espacios urbanos. Un producto de lugar es aquel “actor que construye espacios de tal forma que, a partir de las características y del uso que le impuesta, configura una posibilidad que deviene lugar a través de la apropiación y resignificación que tienen de ellos los demás actores sociales” (Hurtado Cano, 2010: 145).

Dicho de otro modo, el presente artículo trata sobre las características y usos que les dan a los espacios quienes crean negocios en La Condesa a partir del tipo de apropiaciones y resignificaciones que hacen los usuarios, los actores sociales que habitan allí o que la transitan, configurando posibilidades, estilos o concepciones que devienen lugares, es decir, espacios resignificados por los procesos de consumo tanto por aquellos que ofertan como por los que consumen lo que allí se produce. Tales conceptos permiten identificar la forma como se nombra, se categoriza, se visibiliza y se delimita un escenario local frente al resto de la metrópoli que le cobija.

Imagen 1. Nombres característicos de las calles en Ciudad de México



Fuente: Hurtado Cano, 2010: 22.

Daniel Hurtado-Cano

Maestro en Ciencias Sociales de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO, sede México). Investigador Junior de Colciencias (IJ) adscrito al grupo de investigación Ética y Política y al departamento Territorio y Paz de la Universidad Autónoma de Manizales (UAM).

Genaro Aguirre-Aguilar

Maestro en Comunicación de la Universidad Veracruzana y Doctor en Sociedades Multiculturales y Estudios Interculturales de la Universidad de Granada. Docente e investigador de la Universidad Veracruzana. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores, nivel I. Docente con perfil deseable PRODEP. Responsable del Cuerpo Académico Entornos Innovadores de Aprendizaje.

El enfoque teórico inicial que fundamentó esta investigación fue la sociología cultural (Alexander, 2000). El punto de partida es la acción social, entendida desde la postura weberiana, en donde se reconoce a una “acción social como la forma elemental de sociabilidad que permite a un individuo relacionarse y ser relacionado con los demás”, por lo que es un elemento básico en la constitución del sujeto en sociedad. “El ser-en-sociedad y el ser aceptado por la sociedad tienen como punto de referencia constantemente renovado y verificado, la adecuación del actuar individual con las prescripciones invisibles pero reales del grupo” (Lutz, 2010: 206), por lo que un sujeto en contextos

² En el contexto colombiano, la colonia equivale al barrio.

sociales determinados deviene actor adscrito a ciertos grupos de referencia. Con base en lo anterior, en esta investigación ha sido de interés esencial conocer y explicar los significados que, a partir de su experiencia de consumo, expresan los actores sociales con sus acciones, narrativas y códigos, por lo tanto, el acto social en este artículo es ese sujeto con consciencia de su propia identidad, ese que tiene como referencia un marco axiológico y posee ciertas condiciones que le permiten actuar y relacionarse en determinados contextos, tal sería el caso de La Condesa.

En el marco de este ejercicio conceptual también es oportuno reflexionar sobre el papel que tiene en la experiencia urbana la oferta y el consumo. Para el primero caso se hace referencia a un producto, un bien o un servicio que se propone para su adquisición, disposición o uso como los lugares de entretenimiento, ocio o diversión que existen en la colonia La Condesa. Para el segundo caso se hace referencia a un fenómeno que inicia, siguiendo a Douglas e Isherwood (1990), cuando los bienes o productos pasan a manos de un consumidor que, para el objeto del presente estudio, sería en el contexto del tiempo libre de los públicos o practicantes de lugar.

La naturaleza de un concepto como el consumo obliga a repensar los componentes económicos, políticos y simbólicos desde los cuales se puede comprender, pero sobre todo, explicar desde su dimensión teórica. De allí que para este trabajo se asuma la propuesta que hace Néstor García Canclini, quien sostiene que:

el consumo es el conjunto de procesos socioculturales en que se realizan la apropiación y los usos de los productos. Esta caracterización ayuda a ver los actos a través de los cuales consumimos como algo más que ejercicios de gustos, antojos y compras irreflexivas, según suponen los juicios moralistas, o actitudes individuales, tal como suelen explorarse en encuestas de mercado (García Canclini, 1995: 42-43).

Así, a partir del consumo se puede pensar, explicar o comprender la complejidad de un fenómeno que tiene los signos propios de la sociedad contemporánea, pero sobre todo, de los estilos de vida que caracterizan a La Condesa, estilos que privilegian el realce de lo extranjero, de lo moderno, de lo cosmopolita, en el entendido de que sus lugares para el consumo favorecen cierto tipo de prác-

ticas socioculturales, contribuyendo con ello a la vida cotidiana en Ciudad de México, especialmente en una colonia que permite la articulación de ciertos mecanismos para la distinción social. Alain Touraine afirma que el consumo

es la expresión del nivel social, pues cada uno de nosotros cree que es su gusto (sic) está determinado por el lugar que ocupa en la sociedad y por su tendencia a leevase o descender, de suerte que el consumo se muestra estrechamente determinado por la condición social (Touraine, 1999: 143).

Por lo anterior, es pertinente la propuesta de Pierre Bourdieu (1988) sobre la distinción, dado que el tipo de oferta y consumo observado en la colonia La Condesa permite reconocer la rentabilización de los capitales que caracterizan el perfil de quienes se asumen como comensales, públicos o practicantes de lugar. De lo económico a lo cultural, se está ante una clase que se sitúa en el mapa social de los privilegiados, de aquellos que hacen del ocio, el entretenimiento o la diversión una experiencia cultural con una inversión importante de capital social y económico.

A partir de lo anterior, el enfoque de esta investigación se deslinda, a su vez, de la tradición investigativa que encuentra su criterio de validez en la posibilidad y necesidad de ser generalizable. Busca, por el contrario, comprender e interpretar la experiencia particular de los actores sociales dando cuenta de la cultura en la que se encuentran. En otras palabras, para entender empírica o teóricamente el objeto de estudio que aquí se aborda se decidió por un abordaje hermenéutico desde la tradición fenomenológica y, en particular, de la investigación cualitativa.

El lugar de la investigación

La Condesa está constituida por la colonia Hipódromo Condesa, ubicada entre las calles Benjamín Franklin, José Vasconcelos, Michoacán y Tamaulipas. La colonia Condesa, situada entre las avenidas de Veracruz, circuito interior José Vasconcelos, Michoacán y Tamaulipas, y la colonia Hipódromo, situada entre Avenidas Insurgentes, Yucatán, Oaxaca, Tamaulipas y Baja California.

Figura 1. Ubicación de la colonia La Condesa en Ciudad de México



Fuente: Google maps.

Este espacio fue seleccionado para la realización del estudio debido a sus características urbanas y a su modernización: el despliegue comercial continuo y masivo, la presencia de bares y restaurantes, la realización de eventos culturales frecuentes, la invitación constante a hacer uso del espacio público y la experimentación de nuevas alternativas de transporte. En La Condesa se expresan tensiones que le convertían en un excelente campo de experimentación social propicio para analizar las formas, los procesos y los recursos de los que se valen los diversos públicos para la construcción de un espacio urbano. Además, en los últimos años ha sido objeto de una transformación profunda por la gama de ofertas para el consumo cultural, el entretenimiento y el ocio que se revelan como una opción distinta frente a lo que esta gran urbe ofrece a sus habitantes.

Metodología desarrollada

La metodología se estructuró a partir del acercamiento etnográfico, la observación como estrategia de indagación, y la entrevista como herramienta central en un diálogo íntimo y formal (Flick, 2007). El problema de investigación, revelado en tanto fenómeno que favoreció la construcción de un objeto de estudio, está relacionado con el modo en que se producen lugares a partir de espacios definidos por el actuar consciente de sus productores y de la forma de apropiación que tienen de ellos sus usuarios. Al respecto, no se debe olvidar que hay distintos tipos de ciudades, desde aquellas que se planean, pasando por las que se administran, hasta esas otras que se viven o narran en el fraguar mismo de quienes la diseñaron para hacerlas habitables, y los que administran sus recursos frente a los millones que la habitan y disfrutan. He aquí, en el último de los casos, que se encuentran precisamente los sujetos sociales con los que se tuvo un acercamiento para decodificar parte de los signos que definen la gramática de los usos del espacio urbano en La Condesa.

Por la naturaleza del fenómeno de interés, se emplearon una diversidad de estrategias y técnicas para el abordaje empírico: se realizaron entrevistas a productores, gerentes o encargados de establecimientos comerciales y culturales en la colonia, indagando particularmente sobre la zona, los lugares que le constituyen, la historia que le condiciona, los nombres que le acompañan, los negocios que le adornan, los conceptos que le construyen y la estética que le imponen, elementos que le significan al objeto de estudio y desde los cuáles es posible acercarse a su dimensión fenomenológica. Se elaboraron mapas de zonificación que permitieron ubicar en un plano los lugares que le constituían, se recolectó información sobre asuntos prácticos y, a partir de un análisis detallado de la guía *dF de culto: 1000 formas de disfrutar la Ciudad de México* (Travesías, 2007), se dio cuenta de la forma como se venden o promocionan estos lugares.

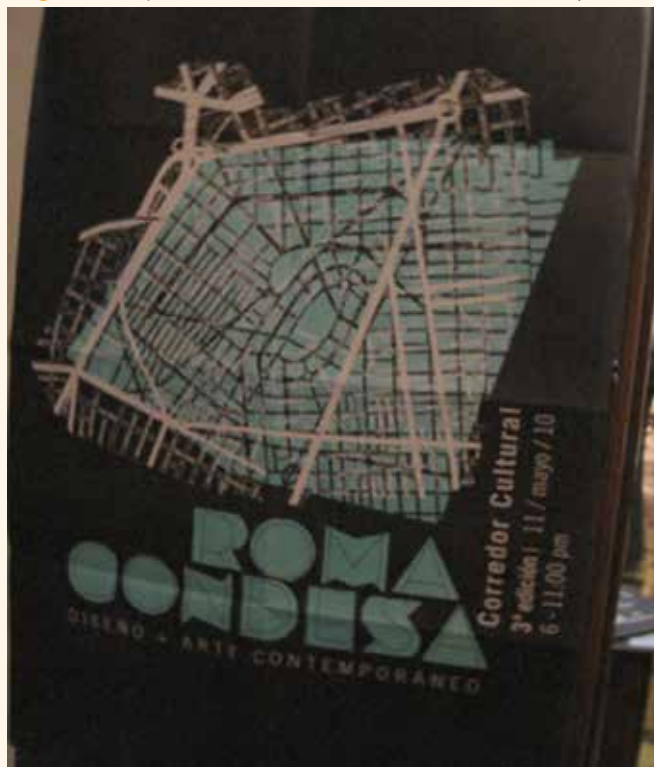
La tesis que se sostiene en la investigación está articulada en torno a tres relaciones de interpretación a través de las cuales se leen los conceptos producidos en La Condesa, que son:

- Lo moderno y lo tradicional. Se toma como punto de referencia la tensión entre el presente y aquellos rasgos propios del pasado nacional que se observan en la manera de nombrar los

lugares en esta zona: ni Pancho Villa, ni el presidente Álvaro Obregón, ni la presencia divina de la Virgen de Guadalupe, ni las insignias de las batallas ganadas en confrontación hacen presencia en este lugar. Es decir, los símbolos propios de la identidad nacional están ausentes (véase Imagen 1).

- Lo excluido y lo exclusivo. Se toma como punto de inflexión la tensión entre el estar y no estar, entre ser parte o no. Es posible asegurar que, si bien se está en un espacio público, de libre acceso y tránsito, estar o pertenecer a la zona estudiada es posible siempre y cuando se compartan los códigos que ella expresa.
- Lo nacional y lo cosmopolita. Se toman como punto de referencia los signos del México de siempre, aquel México que resalta la presencia de la Revolución Mexicana y el pasado indígena Azteca, frente a un presente altamente urbano, caracterizado por la presencia extranjera, aun cuando es posible reconocer connacionales de los sectores sociales mejor posicionados de la ciudad o “el rumbo”, como se le conoce a quienes viven más o menos cerca de la zona de La Condesa.

Imagen 2. Afiche promocional del corredor cultural de las colonias Roma y Condesa



Fuente: Hurtado Cano, 2010: 24.

El producto de lugar en La Condesa casi siempre privilegia lo moderno sobre lo tradicional, lo cosmopolita sobre lo nacional y lo exclusivo sobre lo excluido. Es necesario dejar en claro que la primacía de una categoría sobre la otra no excluye a la menos visible, sólo es un comportamiento observado a partir de lo que prevalece en la zona como parte de los recursos o dispositivos desde los cuáles se nombra o se practican los lugares. La conjunción de todo esto contribuye a mostrar la forma en que es vivida, representada y narrada La Condesa en esos procesos de consumo y de prácticas socioculturales de los productores de lugar.

Resultados: conceptos e imágenes traducidos en textos

La Condesa es un territorio donde se privilegia la imagen del mundo entero, donde es posible encontrar, a muy pocos pasos de camino, la más variada selección de cartas y sabores entre sus diferentes restaurantes. Como en todas las ciudades cosmopolitas, los signos de la modernidad y la hiperrealidad fluyen, y se manifiestan en muchas de sus formas: en tiendas departamentales, en boutiques, en tiendas de discos, en restaurantes de comida internacional, en salas de arte, en cafés gourmet, entre otras opciones de consumo urbano. Los usos del espacio y la manera en que los lugares o sitios se apropian también muestran procesos de territorialización que contribuyen a destacar un restaurante, un antro o un café por encima de otro. A que una tienda sea una suerte de bien para una clase social que encuentra allí formas de construir una identidad compartida por quienes pueden pagar los precios de tiendas exclusivas, “de marca” se dijera en los usos del lenguaje común, en la doxa cultural que habita en el imaginario de los aceptados o en las representaciones de los excluidos.

No por menos, cuando esa zona es interpretada con relación a los espacios que constituyen la zona T³ de Ciudad de México (si bien, también limitada en su caracterización, pero que ha hecho manejable un concepto en algunos círculos de referencia), La Condesa se postula como un elemento más en la ecuación de producción de lugar que le apuesta a un concepto de diálogo directo con lo internacional a partir del ejercicio cotidiano de recodificación de la tradición y de la inventiva de la ciudad desde su noción de ennoblecimiento. La Condesa es, junto con las zonas de La Roma, Polanco, el centro histórico, Coyoacán, San Ángel, Xochimilco y Santa Fe, parte del entramado que constituye la identidad ennoblecida de la ciudad. Con esta expresión lo que se pretende decir es que, desde una tradición que se respira en sus jardines y en sus andadores, y se siente tanto en su arquitectura como en ciertas prácticas de sus habitantes (por ejemplo, ser vigilantes de la limpieza de los espacios y frente de las casas), hay una vuelta al pasado en constante diálogo con un presente que recupera ciertos elementos de la tradición sin dejar de apostar por lo cosmopolita y moderno, para fijar el fundamento de su legitimidad.

A continuación, se presentan las cinco imágenes que se expresan de manera simultánea en La Condesa: la zona de caos, la zona turística y la de moda, la zona de experimentación social, la zona T, y la zona mexicana y la señorial.

La zona de caos: estar adentro y afuera de la metrópoli

La Condesa es, como otros lugares de la ciudad, una zona de caos, consecuencia del choque que se da entre diversas tendencias que ponen en tensión la dinámica con ella misma y con otras zonas de la ciudad. Tensión bienvenida y deseable por sus visitantes, pero rechazada y olvidada por sus habitantes, sus usuarios, sus

trabajadores y sus transeúntes, tensión leída en términos de lucha por un lugar:

¿A dónde vas? Voy a La Condesa, me voy a tomar un café a La Condesa. Es el lugar de moda. Sí, y, eso hace del lugar de moda, está aquí. Entonces, eso es lo más importante por lo menos ahorita (Manuel, trabajador en Alto Tango, una heladería argentina).

Encuentras desde el bar tranquilo para irte a tomar una cerveza, platicar o lugar para, un poquito más de, este, de reventón, encuentras el café, encuentras muchas cosas con las que te puedes sentir a gusto y la gente te acepta bien (Miguel, trabajador de Vespa boutique).

Quienes residen en La Condesa y quienes le recorren manifiestan una sensación de desconexión al entrar, vivir y ser parte de una zona que, en buena parte de su configuración, es contrastante con el ritmo abrupto y brutal que conlleva la metrópoli. Se puede ser un viandante apresurado en los recorridos por Ciudad de México, pero la zona de La Condesa es un microuniverso que se transforma y cobra aires de un entorno urbano tranquilo para el viajero visitante con un menú de posibilidades para recrearse o entretenerse gracias a la oferta cultural urbana que se observa ahí.

La zona turística y la de moda: entre lo exclusivo y lo desprevénido

La Condesa toma distancia de otras zonas, si bien todas dentro del circuito turístico de Ciudad de México,⁴ lo cual hace que sus diferencias sean de contenido, más no de la política de lugares que les constituyen, les determinan o caracterizan por sus diferentes aspectos. Es común observar una gran diversidad entre los actores sociales que conforman el público habitual de La Condesa.

Es posible afirmar que a La Condesa, al hacer parte de la política gubernamental de lugares de ennoblecimiento, le están intentando por todos los medios dar ese toque de “vengan aquí, es un lugar seguro, es un lugar amistoso, es un lugar que te va a recibir bien, en donde puedes encontrar prácticamente de todo” (Casa Merlín).

La seguridad se ha incrementado, el pie de fuerza es mayor, los vecinos buscan en todo momento que la calle se encuentre limpia, que las banquetas⁵ estén en buenas condiciones y bien cuidadas. Es necesario mantener el escenario en perfecto estado para atraer nuevos participantes de su oferta de consumo, por ello, es un escenario en permanente construcción, donde cada uno de los actores conoce el rol que cumple y de su importancia para que la vida cotidiana sea mejor para sus habitantes, pero, sobre todo, para quienes la visitan. Se impone a través de sus calles un estilo relajado, casual que, sin perder de vista su gusto por lo exclusivo, ostentar una mayor libertad en su movimiento y en su presentación.

3 La zona T de Ciudad de México está constituida por Polanco, La Condesa, La Roma, San Ángel, Coyoacán y el centro histórico. Es allí donde se ubica la mayor oferta de consumo, cultura y entretenimiento de la ciudad (Travesías, 2007).

4 El circuito turístico es una ruta de autobuses acondicionados que promueve la Secretaría de Turismo de Ciudad de México para que el viajero conozca ciertos lugares de la ciudad. El turista puede descender en las paradas preestablecidas, camina por los alrededores, admirar la arquitectura, adquirir algún *souvenir*, disfrutar un platillo y, más tarde, subirse a otro autobús de la línea.

5 En el contexto colombiano, la banqueta equivale al andén.

[La Condesa] está llena de gente rara... La Condesa está rarísima... Veo pasar tanta gente tan diferente, como la modelo, como la más fachosa, como la guapa fachosa, como la fea glamurosa, como la, que les encanta los animales, aquí la Condesa está infestada de, hablando de los que habitan la Condesa, de gente que tiene perros (Raúl, El ocho: café recreativo).

La zona de experimentación social: tierra de nómadas y de sedentarismo

Es una zona percibida como un espacio preferido de experimentación social, un lugar donde gran parte de las políticas gubernamentales de innovación en la ciudad se tornan realidad. Se experimenta en la comida, se legitima un estilo internacional con un toque mexicano,⁶ se crean nuevas formas de apropiación de los parques públicos. Sus camellones grandes,⁷ sus banquetas amplias, sus zonas verdes y parques públicos han sido condiciones claves para la aplicación de proyectos tan diversos como la EcoBici.⁸

Imagen 3. EcoBici



Fuente: Hurtado Cano, 2010: 81.

El tipo de experimentación social que se da en la colonia no solo hace referencia a La Condesa como zona:

Mejor cierren la calle y todos caminemos. Eso está muy bueno, ese concepto está muy padre. Por ejemplo, yo lo he visto en la calle de Madero, en el centro [histórico] y está delicioso, poder ir caminando, viendo los edificios, o sea, vas con mucha tranquilidad por la calle (Miguel, trabajador de Vespa boutique).

4.4. Sus alrededores: la zona T de Ciudad de México (el sello internacional)

Aunque La Condesa hace parte del circuito turístico de Ciudad de México junto con Polanco, Coyoacán, La Roma y San Ángel, se diferencian en el contenido de su apuesta de consumo, en

tretenimiento y cultura. La comparación inmediata que surge es comúnmente con el centro de Coyoacán. Se asume que las personas que frecuentan esa colonia "no salen de un mismo tema de conversación", un tema que se nutre de discusiones académicas, políticas e históricas del México viejo. Por el contrario, en La Condesa se privilegia la conversación sobre lo nacional y lo extranjero, siempre de cara a lo cosmopolita.

En Coyoacán está más la onda como hippie, más este, más, yo soy arte, yo soy, así, y aquí, si bien se presentan esos temas, de la gente es diferente. O sea, lo notas como en, por ejemplo, [...], no sé, el aire que respiras es distinto (Miguel, trabajador de Vespa boutique).

Imagen 4. Coyotes en el centro de Coyoacán



Fuente: Hurtado Cano, 2010: 73.

Estas afirmaciones deben tomarse con beneficio de inventario porque es una exageración que pretende posicionar a La Condesa como un espacio de encuentro cosmopolita. Al igual que en Coyoacán, la presencia de extranjeros también es altísima, sin embargo, lo es más en calidad de turistas que de residentes. Esto sólo quiere decir que, en comparación con Coyoacán, La Condesa es territorio extranjero sobre todo porque allí tienen su residencia permanente gran cantidad de foráneos, mientras que buena parte de los extranjeros que se encuentran en Coyoacán están de visita.

La zona mexicana y la señorial: entre el frenesí y la levedad

La presencia del art Decó y art Nouveau en La Condesa es innegable, sin embargo, este estilo arquitectónico tuvo un modo particular de realizarse en la zona: las plazas grandes, los puntos de encuentro recurrentes y la presencia constante de enormes jacarandas son características que le dan ese toque mexicano a una construcción inspirada en estilos europeos.

A mi México, arquitectónicamente me parece Chilpancingo esquina avenida México, plaza Popocatepetl. Son sitios muy mexicanos, en ningún otro sitio del mundo vas a ver eso, esa arquitectura de la plaza Popocatepetl, con casa azul, con la fuente en medio, eso es muy, no es tan latinoamericano, pero

6 Cuando se habla de toque mexicano se apela a la representación de costumbres y tradiciones que apelan a la identidad de lo provinciano asociado a lo étnico y a lo revolucionario.

7 En el contexto colombiano, el camellón equivale al separador de la vía.

8 Esta es una nueva modalidad de transporte en Ciudad de México: bicicletas disponibles para recorrer distancias cortas por las colonias más importantes de la ciudad.

tampoco es tan europeo, no es gringo, es una cosa muy mexicana, todos los árboles, y el tipo de árboles (Jorge, trabajador de dF de Culto).

En La Condesa ha empezado a respirarse un estilo retro entre sus consumidores, esa fusión entre lo señorial y lo mexicano. Muchos de los productores de lugar asocian esta sensación de respiro, más que con un regreso a épocas pasadas en Ciudad de México, a la disminución en la rigidez y nerviosismo que experimenta gran parte de los sujetos urbanos en las metrópolis: es tiempo de volverse más “suelto”, “aliviado” (incluso con ciertos rasgos *hipster*). Esto se asocia con la experiencia del juego, de la fiesta y del paseo. “Qué te sea leve” es una frase que resume gran parte de la apuesta, más que del consumo y la cultura, del entretenimiento en La Condesa.

“La Condesa es la zona donde la gente que tiene mucho quiere venir a aparentar ser más relajada y quienes no tienen tanto dinero para simular que sí lo tienen” (Dulce, SOHO). Sin embargo, esta invitación a la levedad, a “tomársela suave” contrasta con el ritmo frenético que detona el actuar de los productores de lugar: La Condesa, con su oferta de consumo, nunca duerme o, al menos, siempre se desvela y no descansa realmente. Ambos ritmos contrastan y se complementan. A algunos sujetos urbanos les gustaría que la noche fuera más larga en la zona, sobre todo, por la circunstancia de encapsulamiento que tiene. Otros, por el contrario, quisieran que la zona se acostara más temprano, que regresara a la época donde solía ser un vecindario completamente residencial. Algunos querían vivir a gusto, tranquilos entre jacarandas y camellones grandes y, terminaron haciéndolo en una de las zonas de mayor concentración del consumo, entretenimiento y cultura en la ciudad.

Consideraciones finales: la expresión de lo moderno, lo exclusivo y lo cosmopolita en La Condesa

La Condesa pretende ser creada como una zona dispuesta para el consumo nacional de cara a lo internacional, con un carta y selección de bebidas que incluye lo mexicano, pero, sobre todo, enfatizan en lo extranjero como patrón esencial de consumo. Es una zona que está abierta y en funcionamiento la mayor parte del día a lo largo de la semana, por lo que la apropiación que han hecho los practicantes de lugar es exclusiva, más no excluyente, ya que todos quienes quieran pueden participar en ella, sin embargo, necesitan tener las condiciones socioeconómicas que le auguren una prolongada estadía en la zona. La Condesa moderna, la de restaurantes y bares, la que toma su arquitectura Decó y le saca provecho a través de los negocios que le instala es el elemento restante que completa la ecuación de La Condesa como lugar moderno, cosmopolita y exclusivo.

Sobre sale el tipo de imagen urbana que se ha resguardado, que prevalece y le da un toque de distinción a la zona, una unidad vi-

sual que no riñe con la modernidad de los restaurantes de comida internacional, los cafés hecho para conocedores, la vinoteca para un paladar que, poco a poco, ha ido aprendiendo a degustar la vida. Pasado y presente, lo propio y lo extranjero para el buen provecho de quienes pueden invertir en su experiencia de consumo culinario.

En esta perspectiva se sitúa lo moderno, lo exclusivo y lo cosmopolita en La Condesa después de haber escudriñado en la diversidad de narrativas y códigos que se expresan, se relacionan, se superponen, se niegan, se contradicen y se complementan en la puesta en escena de una oferta para el consumo, el entretenimiento y la cultura que se encuentran en sus calles, sus espacios, sus historias y sus lugares. Esta investigación profundizó en la apuesta que realizan los productores de lugar para construir un sentido particular de lugar que los acerca más a estas características que a sus respectivos complementos, es decir, a lo tradicional, a lo excluido y a lo nacional.

La identidad de La Condesa se construye a partir de sí misma, de su relación con las colonias vecinas y distantes, sobre todo, con aquella que conforman una zona que gracias a su distribución en el espacio geográfico de la Ciudad de México asemeja una letra T, zona cuyo nombre es propuesto en *Df de culto: 1000 formas de disfrutar la Ciudad de México* (Travesías, 2007). Por tal razón, La Condesa se posiciona como una de las colonias que hacen parte de la escena de consumo, cultura y entretenimiento de la ciudad, en la cual, si bien se pone en conversación con el mundo entero, no podría encontrar su identidad particular si no fuera diferenciándose y distanciándose de zonas tan culturales y adheridas al pasado como son Coyoacán y el centro histórico. No obstante, también fue puesto de manifiesto que esta diferenciación es, además de necesaria, fundante para construir una identidad de la zona y de la ciudad.

Imagen 5. Ángel de la Independencia en el Paseo de la Reforma: símbolo de la identidad de Ciudad de México y límite norte de la zona T



Fuente: Hurtado Cano, 2010: 96.

¿Qué sería de La Condesa si no existiera un Coyoacán del cual diferenciarse o de un Polanco al cual asemejarse? La Condesa construye su lugar a partir de la diferenciación y semejanza con las demás colonias que hacen parte de la zona T (Santa Fe, La Roma, centro histórico, San Ángel, centro de Tlalpan).

El enfoque fenomenológico permitió analizar y comprender los procesos socioculturales densos a partir de los cuáles la ciudad se habita, se narra, se determina. Sin duda, esta investigación no se agota en lo que hasta aquí se ha indagado o dicho, pues la ciudad se construye a diario. Sus fraccionamientos, sus barrios, sus colonias son lugares efervescentes que se reinventan a sí mismos continuamente en una relación constante con sus usuarios, quienes los dotan de un valor simbólico.

Bibliografía

- ALEXANDER, J. (2000). *Sociología cultural*. México: FLACSO, Anthropos.
- BOURDIEU, P. (1988). *La distinción. Criterios y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- DOUGLAS, M. e ISHERWOOD, B. (1990). *El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo*. México: Grijalbo.
- TRAVESÍAS. (2007). *Df de culto: 1000 formas de disfrutar la Ciudad de México*. México: Mapas.
- FLICK, U. (2007). *Introducción a la investigación cualitativa*. Madrid: Educación Crítica, Fundación Paideia.
- GARCÍA CANCLINI, N. (1995). *Consumidores y ciudadanos. Conflictos multiculturales de la globalización*. México: Grijalbo.
- HURTADO CANO, D. (2010). *Conceptos y productos de lugar: un acercamiento etnográfico a La Condesa en la Ciudad de México*. Ciudad de México, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede México, tesis para optar al título de Magíster en Ciencias Sociales.
- LUTZ, B. (2010). "La acción social en la teoría sociológica. Una aproximación". *Argumentos*, 23 (64): 201-2018. Consultado en: <http://www.scielo.org.mx/pdf/argu/v23n64/v23n64a9.pdf>
- TOURAINÉ, A. (1999). *Crítica de la modernidad*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.