

Reseñas y comentarios bibliográficos

Duhau, Emilio y Ángela Giglia, *Metrópoli, espacio público y consumo*, México, Fondo de Cultura Económica, 2016

Claudia Zamorano Villarreal*

Mientras hacía la fila para comprar la entrada a la Feria Internacional del Libro del Palacio Minería en la Ciudad de México, escuché a una joven que preguntó con asombro: “¿Además tienen que pagar para ir a ver libros?”. Ciertamente, los visitantes de este tipo de ferias podemos parecer un poco extraños para algunos. Pero nadie va a negar que somos muchos. Esos muchos compartimos no sólo el gusto por los libros, sino también algunos rasgos socioeconómicos y culturales, algún vínculo con la academia o las artes, y algunas semejanzas profesionales. No me sorprendería encontrar a varios de ellos en la Cineteca, en el Museo del Chopo o en cualquier otro espacio cultural.

Unas de las preguntas principales de este libro son justamente éstas: ¿quién consume qué, cómo, dónde y por qué?, ¿cómo se relaciona esto con la producción de los espacios urbanos? Las respuestas que nos ofrecen Duhau y Giglia sientan las bases para construir una teoría del espacio metropolitano que revela dos ideas complejas: la primera nos habla de una dialéctica entre la sociedad y sus territorios que nos recuerda que los espacios por sí solos son incapaces de crear sociabilidades, pese al sueño de los arquitectos; la segunda idea muestra una serie de regularidades que se dan entre los diferentes tipos de espacios públicos, consumidores y prácticas de consumo en la metrópoli.

El libro es el resultado de al menos una década de diálogo entre los autores en torno a las metrópolis; diálogo que ha dado decenas de artículos individuales y en coautoría, y un libro que hoy es una auténtica referencia para los estudios urbanos mexicanos: *Las reglas del desorden* (2008). Este nuevo libro se puede entender como una continuidad del primero y, a la vez,

* CIESAS Ciudad de México. Correo electrónico: claudiaz@ciesas.edu.mx

como una innovación. La continuidad se revela al menos en dos ejes temáticos y ciertos principios epistemológicos.

El primero de estos ejes es el concepto de *orden metropolitano*, que lleva en sí una postura intelectual sólida, donde los autores renuncian a ver el aparente desorden de la Ciudad de México con los lentes de la sociología posmoderna que fragmenta tanto los espacios urbanos como los individuos y sus prácticas. Al contrario, los autores deciden enfrentar el desafío de observar la metrópoli en su conjunto. Con ello, revelan que en el aparente caos existe no un orden, sino diferentes órdenes sobrepuestos e interconectados que vienen a constituir un sistema complejo de leyes de facto, con las que los habitantes y transeúntes de la ciudad guían sus prácticas. El segundo eje de continuidad es el *espacio público*, que comprende también los espacios privados de uso público, y que constituyen en su conjunto elementos articuladores de esos órdenes, de las prácticas y las funciones urbanas.

Estas revelaciones serían imposibles sin las aptitudes metodológicas y reflexivas de ambos autores, mismas que constituyen el tercer punto común entre su primera y segunda obra. Los autores amalgaman la reflexión sociológica y antropológica, logrando un interjuego dinámico y flexible tanto con lo micro y lo macro, como con lo cuantitativo y lo cualitativo. Además, los autores incluyen una visión histórica profunda que ofrece a esos interjuegos un rigor argumentativo particular.

Empero, sobre el fondo de esas continuidades, *Metrópoli, espacio público y consumo* ofrece una nueva fórmula que no sólo se limita al estudio del orden metropolitano y el espacio público, sino que surca en las profundidades de estos conceptos a través del *consumo*, entendido como:

[una práctica] que no se reduce a comprar; también involucra el uso y el sentido del bien adquirido, sus relaciones con otros bienes y su inserción en distintos mundos sociales significativos, al interior de los cuales el bien se convierte no sólo en un indicador de estatus, de estilo de vida y de grupo de pertenencia o de referencia, sino que pretende decir algo de su comprador en cuanto individuo irrepetible y único [p. 16].

¿Cómo abordar esta compleja triada conceptual entre metrópoli, espacio público y consumo? Los autores tejen su propuesta en tres grandes partes. En la primera nos ofrecen un fresco de la metrópoli desde la modernidad (siglos XIX a XX) hasta principios del siglo XXI. Esto es el paso de la ciudad industrial, con un orden preciso en torno a la producción del sector secundario, a la ciudad de servicios o posfordista. Sobre este gran plano, enfatizan en la Ciudad de México de los últimos treinta años y en las

particularidades y matices de la ciudad latinoamericana, en relación a las europeas o norteamericanas. De ello se permiten discernir cuatro tipos ideales de ciudad¹ que servirán de guía para su estudio: *a) la ciudad del espacio disputado*, compuesta por colonias del urbanismo ibérico o colonial, modelos modernos y centros delegacionales; *b) la ciudad del espacio homogéneo*, formado por condominios y fraccionamientos de clase media; *c) la ciudad del espacio colectivizado*, establecido en conjuntos de interés social y similares; *d) la ciudad del espacio negociado*, producto de las colonias populares de autoconstrucción y autogestión.

En esta compleja urdimbre que compone la metrópoli, los autores se plantean dos preguntas centrales. La primera, que indaga sobre las articulaciones que tienen estos espacios entre sí, ofrece una oportunidad para relativizar las teorías de la fragmentación urbana y demostrar una importante interdependencia entre los componentes de la metrópoli, no sólo física y económica, sino también cultural y referencial. La segunda pregunta trata de saber qué clase de espacios públicos se necesitan y se producen en estas ciudades tipo. Las respuestas pasan por un abanico de posibilidades que van desde el espacio público desertificado hasta el sobreocupado.

Estas caracterizaciones del espacio público nos llevan al centro del debate de la segunda parte del libro, que aborda el conflicto y el orden urbano en el espacio público.

Un caso etnográfico dibuja la complejidad de estos órdenes urbanos: una mujer de clase media hace construir su casa en una colonia popular de autoconstrucción del sur la de ciudad. A un lado de su casa hay un taller mecánico especializado en microbuses, los cuales ocupan buena parte de las banquetas y calles vecinas. Por su emisión de gases contaminantes y ruido, este taller no cuenta con los requerimientos para estar en una zona habitacional; argumento que alienta a la mujer a entablar una guerra legal contra sus vecinos. Pese a las recomendaciones de la delegación a favor de la demandante, los demandados recurren a la violencia física contra la mujer, lo que le obliga a *ubicarse* en el terreno en el que está parada y retirar sus demandas.

Con este caso, los autores reflexionan sobre la perenne negociación y la precariedad del equilibrio para los usos del espacio público. Se preguntan ¿por qué la violencia no estalla más a menudo? La respuesta es: porque se reconocen un sinnúmero de acuerdos tácitos, cuya vigencia constituye un hecho social firme (p. 128). Sin duda, el *ubicarse* (ésta es palabra mía) per-

¹ En este libro se abordan sólo cuatro de los seis tipos de ciudad que se trabajan en el libro *Las reglas del desorden*.

mitió a la vecina en cuestión conocer y reconocer tales acuerdos, muy a pesar suyo.

Con ejemplos como éste, Duhau y Giglia profundizan en los conflictos por la ciudad central y las colonias populares, para pasar entonces al tercer hilo que compone la urdimbre: el *consumo*, tomado como un eje que les permite dar elementos para la construcción de una teoría socioespacial de las prácticas, la cual, recurriendo a la dialéctica, escudriña la relación compleja entre los espacios construidos y sus sociedades.

Incluyendo el consumo recreativo y el consumo cotidiano, por un lado, los autores realizan una descripción detallada y ágil de los diferentes puntos de oferta: desde las tienditas de la equina hasta los comercios vinculados a la economía global que, para sorpresa de algunos, no sólo comprenden los comercios establecidos en *malls* y supermercados, sino también el comercio ambulante y los tianguis que distribuyen mercancía generalmente asiática de baja calidad. Por otro lado, analizan los perfiles de los consumidores de los diferentes puntos de oferta, encontrando importantes regularidades y, al mismo tiempo, variaciones y excepciones que nos recuerdan que la metrópoli aún nos guarda muchas sorpresas.

De este modo, Ángela Giglia y Emilio Duhau tejen la metrópoli, el espacio público y el consumo en esa interesante amalgama interdisciplinaria que ellos lograron formar tras varios años de diálogo. En esta reseña no puedo dejar de lamentar el deceso de nuestro maestro y amigo Emilio Duhau, hace ya más de tres años y medio. Tampoco puedo omitir un reconocimiento para Ángela Giglia por llevar sola a buen puerto este proyecto común. Sé que significó un gran esfuerzo que sin duda será recompensado con este libro y sus lectores, que, apuesto, serán muchos.