

## UTOPIÁS Y DISTOPIÁS RESIDENCIALES EN MÉXICO

*UTOPIAS E DISTOPIAS RESIDENCIAIS NO MÉXICO*

*UTOPIAS AND DYSTOPIAS RESIDENTIAL IN MEXICO*

Liliana López Levi

Profesora Investigadora.

Departamento de Política y Cultura.

Universidad Autónoma Metropolitana. Xochimilco. México.

Calz. Del hueso 1100. Colonia Villa Quietud. 04960. México. D.F.

E-mails: levi\_lili@yahoo.com.mx; llopez@correo.xoc.uam.mx

### **Resumen**

El presente trabajo hace un análisis, desde la perspectiva cultural, de los fraccionamientos cerrados para la clase media en México, a partir de la teoría de los imaginarios. Dichas urbanizaciones se presentan como alternativas frente a un espacio urbano caótico y peligroso. Sin embargo, se trata de una simulación, que una vez vivida pierde parte de su encanto y hace que la utopía propuesta se convierta en un espacio ideal, inexistente en la realidad. Para abordar el fenómeno se estudian dos desarrollos inmobiliarios pertenecientes al mismo promotor, pero en dos ciudades de la República Mexicana, distantes una de la otra: Tijuana y Ciudad de México.

**Palabras clave:** utopías, distopías, imaginarios, urbanizaciones cerradas, México.

### **Resumo**

O presente trabalho faz uma análise, desde a perspectiva cultural, dos condomínios fechados para a classe média no México, a partir da teoria dos imaginários. Ditas urbanizações apresentam-se como alternativas em frente a um espaço urbano caótico e perigoso. No entanto, trata-se de uma simulação que, uma vez vivida perde parte de seu encanto e faz com que a utopia proposta se converta num espaço ideal, inexistente na realidade. Para abordar o fenômeno, estudam-se dois desenvolvimentos imobiliários pertencentes ao mesmo promotor, mas em duas cidades da República Mexicana, distantes uma da outra: Tijuana e Cidade de México.

**Palavras-Chave:** utopias, distopias, imaginários, condomínios fechados, México.

### **Abstract**

This article analyses, from a cultural point of view, gated communities for middle class in Mexico. The investors present these urban spaces as alternatives opposed to a chaotic and dangerous city, but it turns out to be a simulation, that once lived, loses its charm

and becomes an utopia, an ideal but inexistent place. As a case study I take two gated communities promoted by the same company, but in two separate Mexican cities, distant one from the other: Tijuana and Mexico City.

**Key words:** utopia, distopia, imaginaries, gated communities, Mexico.

## **Introducción**

A lo largo de la historia, el ser humano ha imaginado todo tipo de territorios, desde las tierras misteriosas, las islas desiertas, los bosques encantados y los países ideales. Se han concebido, planeado y fantaseado miles de posibilidades, mismas que también han sido vividas, padecidas y disfrutadas. En este sentido, tenemos las utopías que han pasado de la narrativa, como en el caso de Tomas Moro, hasta las propuestas posteriores donde, más allá de la literatura conllevan una planeación territorial. De esta forma podemos ir de las propuestas religiosas a las teorías políticas, de las experiencias históricas como los intentos jesuitas del XVII por construir una utopía en el Paraguay o en los planteamientos de los socialistas utópicos del XIX, que llegaron a fundar pequeñas cooperativas a los modelos actuales, donde los territorios imaginados y la posibilidad de las utopías han derivado, entre otras, en los actuales esquemas habitacionales caracterizados por el encierro y que desde finales del siglo XX proliferan por el mundo capitalista occidental.

Los espacios imaginados no siempre son positivos, las utopías conllevan una contraparte, las distopías, mundos apocalípticos que también se desarrollan en la mente humana y cuyas expresiones han quedado plasmadas tanto en el arte, como en el territorio. En la pintura, la literatura y el cine tenemos ejemplos como *1984* de Orwell, *Un mundo feliz* de Huxley, *Fahrenheit 451* de Bradbury y la película *Blade Runner* de Ridley Scout. En las ciudades contemporáneas podemos hablar de las imágenes urbanas del miedo que promueven las grandes cadenas televisivas y que le dan al espectador la imagen de una urbe terrible, peligrosa y caótica.

En las últimas décadas y en concordancia con la sociedad posmoderna, donde el miedo y el consumo son fuerzas dominantes, donde la hiperrealidad y la simulación subyacen al paisaje y el territorio, los conceptos de utopías y distopías son categorías que nos pueden auxiliar para elaborar un análisis crítico de los nuevos esquemas de urbanización, desde la óptica de los imaginarios urbanos.

Los diversos sujetos urbanos reflejan en su territorio lo deseado y lo indeseado, dejan huellas materiales de su sentir y su existir. Con base en ello, el presente trabajo se avocará al análisis de los fraccionamientos cerrados, a partir de la forma en que se construye el territorio a partir de los actores sociales que lo conciben, perciben y viven en él, en particular se toma a las inmobiliarias y a los habitantes. En particular se tomarán desarrollos de un mismo promotor inmobiliario, y se analizará la forma en que su propuesta toma forma en dos de las principales ciudades de México: Tijuana, en la frontera con Estados Unidos y la propia capital de la República, la Ciudad de México.

Desde el punto de vista metodológico, se parte de la idea que el espacio urbano es una creación cultural del ser humano y por ende, constituye una forma de expresión de la sociedad, susceptible a ser interpretada, a tener un sentido en función de quienes la habitan, la visitan, la viven, la incorporan entre sus intereses. El espacio social se encuentra inmerso en un proceso dinámico de creación y transformación, en donde se producen, se reproducen y se transforman las prácticas humanas. Por lo que el espacio viene a ser tanto el resultado de las relaciones geográficas como el medio para su expresión y dinámica.

La información de los casos analizados proviene de recorridos de campo, entrevistas y pláticas realizadas con los habitantes de los espacios cerrados y con los vendedores, de los informes de la inmobiliaria, de folletos y letreros publicitarios, de su página en internet y del archivo municipal.

### **Territorios imaginados**

La triada de imaginarios, territorio y simulación permite una aproximación al espacio urbano y a la forma como se materializan las utopías y distopías urbanas de principios del siglo XXI. Para ello hemos de partir del hecho que tanto el territorio como el paisaje urbano pueden entenderse como expresiones simbólicas donde quedan plasmados la forma en que los individuos viven, organizan, interpretan, entienden, decodifican y representan su mundo, es decir, los imaginarios urbanos que nos dan cuenta del sentido que las comunidades le dan a su espacio vital.

Para analizar los imaginarios urbanos parto, a su vez, de la triada lacaniana de de lo real, lo imaginario y lo simbólico. Las tres categorías se incorporaron al conocimiento psicoanalítico a partir de una conferencia que dictó Jacques Lacan en

1953, y que después fueron retomadas por el conocimiento sociológico, entre otros por autores como Gilbert Durand (1968), Jean Paul Sarte (1976), Cornelius Castoriadis (1983) y Armando Silva (1992).

Lo real tiene una existencia concreta y objetiva. Se refiere a un aspecto neutro de aquello que forma parte del mundo y que no depende de la percepción humana, sin embargo, entra en contacto con el individuo o sociedad para ser interpretado, percibido, entendido y concebido por medio de la mente y conformar los imaginarios. Es en ellos donde están las cargas que le dan sentido a las cosas, es a partir de los mismos que sistematizamos y explicamos lo que nos rodea. La información que entra a través de nuestros sentidos no tiene, en principio, ni coherencia ni orden ni estructura; son sólo imágenes, sonidos, olores, sabores y texturas que se organizan con base en un cuerpo de conocimientos y en un cúmulo de experiencias. La mente acomoda, clasifica, discrimina, jerarquiza y elimina conforme a ciertas ideas y valores para dar lugar a una imagen mental del mundo que tenemos enfrente. Los imaginarios son la realidad socialmente construida, las imágenes que nuestra mente puede recrear sobre los diversos aspectos de la vida social y el territorio que le da sustento.

Los imaginarios no se quedan al interior de cada individuo, somos seres sociales y establecemos nuestros vínculos a través de la comunicación, por lo que plasmamos y expresamos dichos imaginarios a través de lo simbólico, es decir, del lenguaje en sus diversas manifestaciones. Desde el psicoanálisis se habla de discursos orales, sin embargo, la categoría puede extenderse a la ciudad y al paisaje urbano (LOPEZ LEVI, 2005). De modo tal que los edificios, el tamaño de las calles y la cantidad de áreas verdes, por dar algunos ejemplos, dan cuenta de lo que tenemos en nuestra mente. Si observamos cada una de las expresiones materiales que hay en la ciudad, se pueden percibir los imaginarios sociales que subyacen al paisaje urbano y las interpretaciones que son el motor de la dinámica que se expresa en el territorio.

Los imaginarios sociales pasan del mundo de las ideas y se traducen en expresiones simbólicas que derivan en la construcción de un paisaje particular. De manera tal que ciertos elementos se convierten en la materialización del sentido de la realidad y podemos observarlos en sus edificios, en los complejos habitacionales, en las calles, en los letreros, en los anuncios, en la televisión, en el cine y las revistas.

Por todos lados vemos rastros de un universo, donde realidad, representación y fantasía dejan de ser opuestos para fusionarse en una misma cotidianidad, donde un mundo alternativo se transporta para poblar nuestras zonas urbanas. Elementos tales como bardas perimetrales, las casetas, las plumas, las rejas, los muros, los letreros que anuncian que ahí hay alarmas, las mallas, las cercas, los alambres de púas, las alambradas llamadas de ala de ángel, las cámaras y los guardias, entre otros nos transmiten el miedo de sus habitantes por el resto de la ciudad, de su concepción del espacio público como territorio del caos.

Al materializarse, los espacios residenciales retoman el miedo y el imaginario de la criminalidad para generar un modelo de cómo habría de ser la realidad, una utopía que se opone a la distopía que poco a poco se apropia del resto de la ciudad. Sin embargo, al concretarse, el pretendido lugar ideal entra en una dinámica de contradicciones y es permeado por las otras realidades del momento. Como consecuencia se genera un discurso, una simulación de un espacio armónico que se convierte en la referencia de una nueva realidad.

Lo anterior se da en el marco de un mundo posmoderno, caracterizado por una compleja dinámica social, en la cual se dificulta cada vez más, la posibilidad de trazar fronteras entre la realidad y las ficciones. La tecnología, la sociedad de consumo y el aprecio por el realismo ha llevado a una gran producción de simulaciones, donde se retoma un modelo y se le copia, en versión mejorada, para dar lugar a la hiperrealidad. La simulación, como ha sido conceptualizada por Baudrillard (1983) rompe con la dicotomía entre lo real y lo ficticio.

En el ámbito urbano, se crea un mundo donde originales y reproducciones tienen el mismo nivel de existencia, en forma que no sólo es real lo que podría reproducirse, sino la reproducción misma. De manera tal, que en el ámbito que nos ocupa, las utopías que representan modelos como el de la ciudad jardín de Howard se materializan en fraccionamientos cerrados para las clases medias mexicanas y apoyadas en la publicidad construyen mundos donde el cielo es más azul y el césped más verde, donde la posibilidad de tener una casa propia deja de lado los problemas que poco a poco se van presentando.

### **Urbanizaciones cerradas**

En el ámbito de la vivienda, el modelo más exitoso de crecimiento urbano, tanto para la expansión de las periferias, como de la parte más densa de la ciudad, son las estructuras habitacionales herméticas. Los barrios y fraccionamientos cerrados se producen y reproducen por todo el mundo capitalista occidental, en respuesta de fuerzas tales como el miedo y el *marketing*. La promoción y consumo del aislamiento se basa en la búsqueda de un estatus, calidad de vida y seguridad.

Se trata de espacios que se ofrecen como cualquier producto inmerso en la sociedad de consumo, y que por tanto siguen su lógica. En este sentido, establecen nichos de mercado, se apoyan en la publicidad y buscan incrementar las ganancias del inversionista. Específicamente, se trata de la venta de casas o departamentos en un contexto hermético, que promete confort, exclusividad, estatus y seguridad.

De acuerdo con Cabrales (2003:58), los primeros antecedentes de los fraccionamientos cerrados o *gated communities* se dieron a finales del siglo XIX en Estados Unidos. Sin embargo, el fenómeno creció de manera exponencial a partir de los años setenta y se ha extendido a lo largo y ancho del planeta. En los años noventa, la tendencia se incrementó y se ha consolidado de manera tal que se afianza con el nuevo milenio. Los ejemplos, hoy en día, van desde medio oriente hasta América Latina y muestran que las urbanizaciones cerradas son parte de una cultura global (JANOCHKA, 2005: 18).

El encierro habitacional se establece como una economía de club, donde un grupo social comparte “de manera colectiva pero exclusiva el consumo de ciertos bienes con base en un contrato de pertenencia o propiedad” (RODRÍGUEZ, 2005: 81-109). El modelo inició por establecerse, en la mayoría de los casos, como zonas habitacionales para las élites, y poco a poco ha ido permeando la estructura de las viviendas de las clases medias. De manera tal que los espacios resultantes abarcan un amplio rango que va desde las urbanizaciones de super lujo, con espacios amplios, zonas deportivas, máxima seguridad y elementos de la naturaleza tales como bosques y lagos; hasta las copias modestas, con miles de casas clonadas, espacios pequeños y jardinerías en lugar de áreas verdes.

Los fraccionamientos cerrados han sido analizados con base en diversos casos empíricos, con el fin de dar cuenta de una forma urbana que no corresponde a una evolución de la ciudad para todos, sino a una lógica capitalista comandada por el

mercado inmobiliario; una configuración de la vivienda que desarticula y segrega la ciudad.

El encerramiento urbano es producto de una inversión, que ha dado grandes ganancias. Isabel Rodríguez (2005: 81-109) caracteriza al fenómeno también como una manera de reconquistar el espacio urbano por parte del mercado inmobiliario, en oposición a los asentamientos irregulares. Sin embargo, la explicación sobre la segregación y el encierro no se encuentra sólo en lógica del capital, sino que tiene una dimensión subjetiva arraigada en la población. Si bien la gente tiene menos poder que los promotores y planificadores del espacio urbano, a través de sus imaginarios acepta una dinámica que favorece la intolerancia, la exclusión y la segregación, en favor de un territorio que más que convertirse en un sustrato de identidad y un espacio para la vida comunitaria, se vuelve un negocio para gobernantes, empresarios e inversionistas.

Los muros que marcan el encierro no se presentan exclusivamente en forma física. Si bien en ocasiones se expresan como alambradas, rejas, bardas o estructuras de concreto y ladrillo, se expresan en otras formas intangibles, muros que se manifiestan a través del lenguaje, las costumbres, el aspecto físico o la ropa. Estas barreras también pueden hacerse presente a través del lujo arquitectónico, el olor, la presencia de policías, cámaras u otros elementos de seguridad.

Todas estas divisiones, que en el contexto urbano expresan protección y confinamiento, surgieron para las élites, para resguardar y perpetrar el poder, para esconder su vulnerabilidad, para aislar a los que pertenecen al mundo del control y la toma de decisiones, los que forman parte de las redes financieras y de la alta tecnología, los que tienen casas en ubicaciones prestigiosas, trabajos poderosos y viajan en autos blindados, que pertenecen a comunidades selectas y no se reúnen con cualquiera. Sin embargo, el modelo se ha extendido al resto de la sociedad. Clases altas y medias reproducen el estilo de vida del encierro; no sólo le dan cabida dentro de su cotidianidad, sino que le otorgan un lugar central, el que han destinado a la familia y a la privacidad.

En su forma, estructura y contenido, las fortificaciones habitacionales reflejan los imaginarios sociales que han contribuido al éxito de este modelo. En este sentido, considero que pueden identificarse el miedo o la sensación de inseguridad y los sentimientos, deseos y aspiraciones creados por una sociedad de consumo. El primero asociado a la criminalidad, creado por situaciones reales y potencializado por los

medios de comunicación masiva. El segundo, el consumo, se encuentra en el centro del funcionamiento de la economía capitalista.

De acuerdo con autores tales como Janochka (2005) y Glassner (1999), la percepción de inseguridad es un elemento que no necesariamente corresponde con la criminalidad real. Diversos estudios han demostrado que el miedo no necesariamente disminuye cuando hay menos delitos; la gente percibe en función de experiencias personales, por sucesos que le cuentan y por los mensajes masivos en los medios de comunicación, y no lo hace en función de las estadísticas oficiales sobre dicha problemática.

Ante el miedo que resulta de la inseguridad percibida, los ciudadanos reaccionan comprando casas aisladas o cerrando sus calles, con el objetivo de reducir su vulnerabilidad, de protegerse del otro; de aquel que, de acuerdo al imaginario colectivo, representa una fuerza destructora y amenazante, que actúa de manera imprevisible y, por tanto, se encuentra ajeno a la dinámica cotidiana de sus víctimas. Es decir, para los consumidores del encierro, la violencia está depositada afuera, no tiene que ver con la violencia intrafamiliar, ni con las transformaciones que sufre el individuo a causa del estrés, del tráfico y de los abusos constantes que puede padecer. Actúan como si la inseguridad y el crimen no fueran parte del mundo de aquellos que viven dentro de los barrios fortificados, sino de un universo paralelo que corresponde al lado caótico de la ciudad y del cual hay que protegerse a través de muros y barreras.

A partir de lo anterior, el miedo se convierte en una fuerza importante para justificar la segregación de espacios y de grupos sociales, para estimular el control, la privatización y el encierro de las actividades cotidianas, llevando la vida individual y colectiva hacia los interiores y promoviendo la visión de un espacio público como territorio del caos, donde la violencia, la distinción, los sueños y las angustias se entretrejen para que la aglomeración ciudadana encuentre sentido en los escenarios idílicos promovidos por los inversionistas y promotores inmobiliarios, en tanto la posibilidad de lograr un estilo y calidad de vida.

Aquí entra, entonces, la sociedad de consumo, a través de la cual los promotores inmobiliarios venden mucho más que casas y departamentos: generan identidades, sueños, aspiraciones, temores, formas de ser, de comportarse y de sentir; comercian con los estilos de vida, los valores y las identidades.

Los promotores inmobiliarios echan mano de la publicidad para lograr sus objetivos. A través de ésta se le informa al individuo la forma en que debe decodificar el espacio hermético para satisfacer las aspiraciones que se le han generado. Para ello, los anuncios idealizan los productos y los lugares que se venden como atributos de la mercancía. Por medio de imágenes y textos se manipulan los deseos, los temores y las aspiraciones de los consumidores, es decir se moldean los imaginarios sociales que terminan por construir un espacio social.

El deseo que se encuentra al centro da pie para explicar la necesidad de exclusividad, confort y status que promueve una lógica de consumo en la cual se encuentran inmersos, no sólo los ciudadanos de frontera, sino de todos los que habitan el mundo capitalista globalizado. Mediante la compra de mercancías y del consumo del espacio se busca satisfacer dicho deseo; se pretende hacer realidad los sueños.

La territorialización del consumo promete la utopía, mediante la construcción de espacios y paisajes, para conseguir las promesas de la publicidad. Los escenarios que hacen eco a los slogans simulan materializar la imagen personal y el prestigio que se puede adquirir al ser usuario de ciertos productos o espacios. Vivir en los barrios fortificados puede convertirse en el vehículo para intentar satisfacer el deseo que ha quedado enmarañado en nuestra vida, un deseo que puede ser tan simple como el tener una casa propia.

La manipulación de la percepción del individuo, del manejo de sus deseos y de la construcción de personalidades modelo desempeñan un papel fundamental en la conformación de estos espacios. Los estímulos que se utilizan para ello son resultado de un intenso análisis del comportamiento humano. Este tipo de investigaciones, así como los patrones de lugares y los prototipos de personas que se promueven como ideales, han sido importados de otras culturas y han adquirido sus matices locales.

Lamentablemente, una vez que el consumidor sucumbió a la tentación (consumada/consumida) viene la desilusión y/o la obsolescencia de la mercancía, cuando aparecen los defectos, cuando el objeto del deseo deja de surtir efecto o cuando pasa a ser basura. Los espacios se convierten en fragmentos de una utopía no materializada y que no logramos volver a encajar.

El nivel de bienestar y calidad de vida, el estatus y demás sueños que se pueden adquirir por el simple hecho de habitar estos espacios, aunque sea momentáneamente, se desmoronan cuando la gente, a pesar de habitar estos

fraccionamientos, sigue siendo la misma, cuando se agobian por la hipoteca, cuando los vecinos no son lo que les prometieron, cuando la constructora retira y pierden el paternalismo con el que se había manejado el desarrollo, cuando los residentes no se convierten en lo que imaginaron, cuando a las casas nuevas les salen defectos.

### **El caso URBI, Ciudad de México y Tijuana**

La promoción del encierro habitacional en México se da por varias vías; hace eco de los imaginarios globales de la criminalidad, la exclusividad y el confort, comunes a muchas ciudades del mundo; retomados por los medios de comunicación locales y los inversionistas en el mercado inmobiliario. Opone las distopías urbanas donde el caos, la criminalidad y la catástrofe ecológica son parte del imaginario urbano y en contraposición alude a un imaginario de comunidad, como si un grupo de consumidores del mismo objeto crearan mundos.

En México, lo anterior puede reflejarse en infinidad de desarrollos inmobiliarios que proliferan a lo largo y ancho del país. En este caso he elegido tomar el caso de una inmobiliaria en particular, URBI, una de las principales a nivel nacional y que tiene varios fraccionamientos, entre los que retomaré uno en la periferia sur de la ciudad de Tijuana y otro en la periferia norte de la Ciudad de México.

La Zona Metropolitana de Tijuana, Baja California, se encuentra en la frontera con Estados Unidos y, por ende, se ha visto imbuida en una dinámica con un crecimiento acelerado, muy significativo. En el año 2000 ocupaba el sexto lugar en la República Mexicana, en cuanto a su número de habitantes, y su tasa de crecimiento para el periodo 1990-2000 fue la segunda en el país.<sup>1</sup> La Ciudad de México, por su parte, es la capital del país. Tiene una tasa de crecimiento menor, pero que también se ha traducido en la expansión física de la ciudad, y concretamente en la creación de fraccionamientos, colonias y unidades habitacionales que van densificando las periferias. En este sentido, resalta el hecho de que en su mayoría, las nuevas urbanizaciones siguen un modelo del aislamiento y se conforman como fraccionamientos cerrados. Entre las principales empresas inmobiliarias que se orientan

---

<sup>1</sup> Lo anterior considerando como universo a las 55 zonas metropolitanas del país. SEDESOL/ CONAPO/ INEGI, *Delimitación de las Zonas Metropolitanas de México*. México, 2004. Pág. 31-32.

a las clases medias en la zona están FRISA, ARA, URBI o GEO, que se caracterizan por la seriación, por un paisaje clonado, por la repetición múltiple de un diseño.

En el caso de URBI se trata de una empresa que nació en la ciudad de Mexicali, Baja California, en 1981 y se ha convertido en uno de los desarrolladores de vivienda más grande en México. De acuerdo con su informe anual 2006 para entonces habían vendido más de 29 000 viviendas.

La empresa tiene desarrollos en varias ciudades de México: Tijuana, Hermosillo, Cd. Juárez, Ciudad Obregón, Chihuahua, Culiacán, Ensenada, Guadalajara, Hermosillo, Mexicali, Monterrey y la Zona Metropolitana de la Ciudad de México.

Se definen a sí mismos como una empresa especializada en vivienda, “líder en el norte del país, presente en las crecientes zonas metropolitanas de Ciudad de México, Guadalajara y Monterrey”, que a lo largo de 25 años de operaciones han promovido más de 200 mil viviendas.

Siempre llevando a cabo nuestros procesos de negocio con un desempeño financiero sobresaliente, ubicándonos como la empresa más saludable del sector.

Nuestros desarrollos de vivienda son concebidos como un plan maestro comunitario, donde la calidad, diseño y estética de cada elemento urbano y arquitectónico, se suman para brindar estatus y prestigio.

Además, fomentamos a la organización social para crear una nueva cultura comunitaria que impulse el desarrollo armónico de las familias, la mente y el corazón de nuestros jóvenes y niños<sup>2</sup>.

En su discurso enfatizan que la idea no es únicamente vender una casa, sino brindar “VidaResidencial” y con ello ofrecer “calidad, diseño y estética en cada elemento urbano, basado en un estilo único colonial californiano que caracteriza a Urbi y que brinda armonía, orden, tranquilidad, status y prestigio a los residentes” y los vendedores afirman no vender una casa, sino un concepto residencial. Dentro de lo ofrecido prometen la ausencia de graffities, basura y tienditas, un ambiente seguro para los hijos.

La promoción del encierro habitacional se da por varias vías; hace eco de los imaginarios globales de la criminalidad, la exclusividad y el confort, comunes a muchas ciudades del mundo; retomados por los medios de comunicación locales y los

---

<sup>2</sup> [En línea] <http://www.urbi.com.mx>

inversionistas en el mercado inmobiliario. Asimismo, alude a un imaginario de comunidad, como si un grupo de consumidores del mismo objeto crearan mundos. “En URBI no sólo colocamos ladrillos”, dice la inmobiliaria, “No nada más construimos casas. Ofrecemos a nuestros clientes la oportunidad de integrarse a una comunidad donde imperan valores como la armonía, la tranquilidad, el prestigio y la trascendencia que dignifican la vida de las presentes generaciones, pero sobre todo de las futuras, al crear un marco adecuado para el desarrollo personal y familiar” (URBI, 2005).

El imaginario residencial que vende urbi lo promueve a través de internet, de anuncios espectaculares, de volantes e incluso en anuncios móviles. Por la Ciudad de México circula un autobús urbano todo convertido en una imagen de cielo muy azul. “Así es el cielo cuando habitas en URBI” dicen las letras que acompañan la imagen. En Tijuana, los anuncios espectaculares plasman los ideales que presentan este gran inversionista inmobiliario. ““Soy tan bonita que vivo en URBIQUINTA Versailles. Solo para Gente Bien... ¿Y tú en dónde vives?””.

La idea no es únicamente vender una casa, sino centrar su producto en brindar “VidaResidencial” y con ello ofrecer “calidad, diseño y estética en cada elemento urbano, basado en un estilo único colonial californiano que caracteriza a Urbi y que brinda armonía, orden, tranquilidad, status y prestigio a los residentes”.

En términos físicamente concretos se trata de grandes desarrollos con miles de viviendas iguales o muy parecidas organizadas en pequeñas privadas. Cada calle tiene una reja al frente y funcionan bajo un régimen de condominio. Los accesos al desarrollo son monumentales, como señal de distinción y tienen un anuncio de que ahí vive “la gente URBI”. Después se interna uno por grandes avenidas, que muestran amplios espacios públicos en forma de parques. Los jardines y camellones parecen bien cuidados, hacen eco de su publicidad “Santa Fe. Un estilo de vida con calidad”; “En Villa del Real se vive y se respira un ambiente de tranquilidad y exclusividad, desde que cruzas su atractivo acceso hasta lo más íntimo de cada privada, donde tus hijos jugarán seguros y felices todo el tiempo.”

En el caso de la Ciudad de México, uno de los desarrollos de URBI es Villa del Real, en el municipio de Tecámac, en el Km.34.5 de la Carretera Federal México Pachuca, pero dentro de la misma zona conurbada de la capital metropolitana. Las seis fases que la componen el desarrollo tienen un total de 13 436 viviendas y una serie de servicios públicos entre los cuales hay numerosos jardines vecinales (alrededor de una

veintena), escuelas entre las que se proyectaron una guardería, preescolares (alrededor de 6), primarias (alrededor de 7), una secundaria y una preparatoria, asimismo cuenta con servicios de salud (4 unidades médicas) y áreas comerciales (con unos 23 locales) y zonas deportivas. Los tamaños de las casas varían de 76.9 m<sup>2</sup> a 170.47 m<sup>2</sup>. El lugar se promociona como un desarrollo residencial de 8 años de antigüedad con viviendas de tipo medio y de interés social

Por su parte, el fraccionamiento Santa Fe de Tijuana, también es uno de los varios que tiene la empresa en dicha ciudad. Está ubicado en la parte suroeste, sobre la carretera que va a Rosarito y a Ensenada. Se trata de un conjunto con más de 10 000 lotes. El lugar parece ser mayor de lo que aparenta que puede cargar la estructura vial que lo conecta. Está hecha para población de tipo profesionista, que gana más de 18 000 pesos mensuales. Está dividida en varias secciones. Actualmente se promueven viviendas en la III y V sección.

La primera sección tiene un acceso único. La segunda, tercera, cuarta y la quinta tienen dos accesos para todos. El encierro parece relativo, porque es tan grande el lugar que es difícil pensarse aislado cuando se comparte la colonia con otras diez mil familias. Los pocos accesos representan un foco rojo y un riesgo en caso de desastres, así como parecen previsibles fuertes problemas de tránsito.

### **Espacio soñado, espacio vivido**

La simulación que se da en torno a los aspectos relacionados con miedo y consumo se hacen patentes de diversas formas y producen la simulación de la seguridad, la simulación de la distinción, del privilegio y de los sueños ofrecidos en la promoción inmobiliaria, y la simulación misma del encierro.

El encierro puede cuestionarse como una simulación a partir de la posibilidad para tener acceso a estos lugares. La seguridad, por su parte, se ha convertido en negocio a partir de alarmas, blindajes, seguros, teléfonos celulares, bardas, alambradas, empresas de vigilancia, espacios herméticos o exclusivos y, por supuesto, fraccionamientos cerrados. La simulación de la seguridad se hace patente cuando a pesar de estar fortificados, los habitantes de los fraccionamientos no dejan de pertenecer a la ciudad y no dejan de vivir sus problemas. Los robos al interior de las cerradas reafirman lo que dicen autores tales como Blakely y Zinder (1999) con respecto a que, a pesar del discurso y de la noción de seguridad que se construye en las *gated*

*communities* norteamericanas, en ellas continúan manifestándose asesinatos, robos y vandalismo.

Lo que aparentemente es la satisfacción de una demanda real, se ha consolidado como un gran negocio. El discurso comunitario de URBI toma un giro cuando establece como primer punto de su filosofía o lo que para ellos es el “conjunto de principios y valores que guían nuestro comportamiento diario y la búsqueda de consistencia entre lo que decimos y lo que hacemos” que: “sin pollo no hay caldo de pollo. Sin ventas y cobranza no hay negocio” (URBI, 2005).

El consumo vuelve obsoletos sus productos con la desilusión que viene cuando los compradores se enfrentan a la mercancía, cuando los objetos se reducen a su condición material y dejan de lado los sueños que lo adornaban.

El equipamiento que formaba parte de la utopía, ahora se ve con otros ojos. Los espacios públicos se encuentran vacíos y los habitantes que en un principio quedaron deslumbrados ante parques y juegos infantiles, ahora pasan su tiempo libre en los centros comerciales vecinos. La planta tratadora de aguas que hay en la primera sección de Santa Fe, en Tijuana, ahora, de acuerdo con las entrevistas realizadas, no funciona, ya que los vecinos opinan que huele muy mal.

El descontento queda registrado en una carta de los vecinos de Santa Fe<sup>3</sup>, desarrollo inmobiliario de URBI, en la que manifiestan la necesidad de privatizar su principal arteria vial; la construcción de áreas verdes, canchas, centros recreativos y comunitarios; la ampliación de vialidades alternas; separar las entradas de residentes y visitas “con la finalidad de tener mayor control vehicular en el acceso principal y evitar con ello una serie de robos a casa habitación, robos de vehículos y pandillerismo que se han suscitado en nuestro fraccionamiento a escasos diez meses de que se hizo entrega de nuestras viviendas”.

Es difícil establecer los límites que hay entre la realidad y la ficción. Los espacios residenciales conformados a partir de los imaginarios de la distinción y del nivel de vida tienen una existencia concreta. Pero, por un lado, sus habitantes reconocen muchos problemas y, por otro, ven al encierro como algo positivo en sus vidas. Cuando se manifiesta desilusión, ésta se refiere a las casas, a los sueños no alcanzados, pero

---

<sup>3</sup> Carta de los vecinos de Santa Fe, segunda y tercera sección, dirigida al subdirector de control urbano de Tijuana, Ing. Bernabé Esquer Peraza, el 6 de octubre de 2004. Archivo del municipio de Tijuana.

paradójicamente no se refiere al encierro. A pesar de que la fortificación no resuelve sus problemas, los residentes siguen encontrándole sentido, de manera tal que esta tendencia sigue en boga, captando a más y más consumidores. En la misma carta mencionada, se solicita la “construcción de bardas perimetrales en nuestra sección segunda y tercera, lo anterior para que en lo sucesivo se evite el acceso por las periferias de nuestro fraccionamiento de personas ajenas al mismo, lo que disminuiría los robos a casa habitación que se encuentran a la orden del día”.

A los residentes URBI les ofreció “una villa residencial que mantendría casetas de vigilancia las 24 horas, áreas verdes, canchas deportivas y específicamente una zona exclusivamente privada. Lo cual realizó únicamente mientras la empresa terminaba de vender todas las viviendas de la segunda y la tercera sección.” La carta continúa de este modo:

En tal virtud la empresa mencionada con antelación ha incumplido con todos los ofrecimientos que nos hizo al momento de adquirir nuestras viviendas, produciendo como consecuencia nuestra vendedora, múltiples problemas a todos los residentes al permitir actualmente la entrada a toda persona ajena a nuestro fraccionamiento lo que ha producido un desorden en nuestra principal arteria vial denominada Calle Santa Fe, al ingresar más de cinco mil vehículos de otros cinco fraccionamientos que colindan por el sector y quienes utilizan como atajo nuestra calle principal Santa Fe para culminar con el entroncamiento a la carretera Tijuana Rosarito, en horas de entrada al trabajo, así como de escuelas. Actualmente nuestra empresa de quien adquirimos las viviendas ‘URBI’ nos ha manifestado en reiteradas juntas de vecinos que ellos literalmente ya no tienen nada que ver con la introducción de vehículos por nuestra entrada principal Calle Santa Fe.<sup>4</sup>

Experiencias similares se reportaron en la primera sección de Santa Fe, donde los vecinos afirman que han tenido muchos problemas con la constructora, porque los promotores tienen todo muy bien mientras aún están vendiendo, pero una vez que terminan lo dejan todo a la deriva.

En México, las promesas rotas se manifiestan con algunos graffities en las bardas, con afirmaciones de algunos vecinos de que en las escuelas que se encuentran al interior del desarrollo se vende droga. También afirman que la imagen contrastante con las colonias que las rodean también tiene sus desventajas. Ahora los ven como los ricos

---

<sup>4</sup> *Idem.*

de la zona y como blancos para los robos a vivienda, aunque una vecina consideró que los robos se daban por parte de los mismos vecinos. Asimismo se hacen patentes los problemas con el crédito.

### **Conclusiones**

El trabajo presentado muestra la disparidad entre las utopías que presentan los grandes inversionistas y la vida cotidiana a la que se enfrentan los grupos urbanos, en este caso, residentes de fraccionamientos cerrados para clases medias en las ciudades de México y Tijuana.

En su equivalente residencial, las utopías y distopías se han imaginado como territorios armónicos que buscan alejarse del caos urbano y de los problemas actuales de las grandes metrópolis. Sin embargo, si retomamos el significado de utopía se trata de un ideal, un lugar que no existe, un espacio que una vez materializado pierde su encanto.

En términos urbanos, el espacio resultante mucho se aleja de una propuesta de ciudad. Son urbanizaciones donde el espacio público y el privado pertenecen a dos mundos excluyentes; donde hay un adentro y afuera de los espacios residenciales, y donde se recupera la lógica de la antigua ciudad amurallada. La barda perimetral queda, entonces, como el intento de retener la utopía anunciada por la publicidad.

### **Bibliografía:**

BAUDRILLARD, Jean. 1983. *Simulations*. Semiotext[e]. EUA

CABRALES Luis Felipe (coord), 2002. *Latinoamérica: países abiertos, ciudades cerradas*. Universidad de Guadalajara/UNESCO. México. 621p.

CABRALES, Luis Felipe. (Coord), 2003. “Ciudades cerradas, libros abiertos”, en Revista *Ciudades*. Nº 59. Privatización de la Ciudad. Red Nacional de Investigación Urbana. México. 2003, Pág. 58.

BLAKELY E.J. & ZINDER M.G. *Fortress America. Gated Communities in the United States*. Brookings Institution Press, Washington D.C./ Lincoln Institute of Land Policy, Cambridge, Massachussets. EUA. 1999, 209 pp

CASTORIADIS Cornelius. 1983. *La institución imaginada de la sociedad*. Tusquets Editores. Barcelona. España;

DURAND Gilbert, 1968. *La imaginación simbólica*. Amorroutu. Argentina;

ENRÍQUEZ, Jesús A., 2005, “Islas de seguridad y distinción dentro del caos. Los fraccionamientos cerrados de Tijuana y Nogales” en: *Imaginales*, 2. Hermosillo, Universidad de Sonora.

GLASSNER Barry, 1999, *The culture of fear*, New York, Basic Books.

JANOCHKA, M. “Discursos de inseguridad y la ciudad cerrada: mitos, realidades, barreras y fronteras de un producto inmobiliario ‘perfecto’”, en: *Imaginales*, 2. Hermosillo, Universidad de Sonora, 2005, pág. 18.

LÓPEZ LILIANA e Isabel Rodríguez, 2004. “Miedo y consumo: el encerramiento habitacional en México y Madrid”. En: *Perspectivas Urbanas* No. 5., Universitat Politècnica de Catalunya. España, págs. 21-32, [versión en línea] <http://www-etsav.upc.es/urbspersp/num05/>, España.

LÓPEZ LEVI Liliana. 2005. “Nogales, ciudad y frontera: El sentido del encierro” En: *Revista Imaginales*. Revista de Investigación Social. Número 2. Julio-diciembre 2005. Universidad de Sonora. México.

MENDEZ Eloy, 2002, “Urbanismo y arquitectura del miedo. Reflexiones sobre los fraccionamientos residenciales cerrados en México”, en: *Ciudad y Territorio-Estudios Territoriales*, vol. XXXIV, num. 133-134, otoño-invierno.

RODRÍGUEZ CHUMILLAS Isabel, “La reconquista de la ciudad inmanejable” en: *Imaginales*, 2. Hermosillo, Universidad de Sonora, 2005, págs. 81-109.

SARTRE Jean Paul, 1976. *Lo imaginario*. Editorial Losada. Argentina;

SILVA Armando, 1992. *Imaginarios Urbanos. Bogota y Sao Paolo: cultura y comunicación urbana en América Latina*. Tercer Mundo Editores. Colombia.

SEDESOL/ CONAPO/ INEGI, 2004. *Delimitación de las Zonas Metropolitanas de México*. México.

URBI, 2005. *Informe Anual de URBI*. México.

URBI, 2006. *Informe Anual de URBI*. México.