IMAGINARIOS HABITACIONALES DE LA VIVIENDA DE LUJO FRENTE A LA GLOBALIZACIÓN. EL CASO DE LA CIUDAD DE GUADALAJARA

VERÓNICA LIVIER DÍAZ NÚÑEZ

CÉSAR ABRAHAM HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ

ACE: Architecture, City and Environment = Arquitectura, Ciudad y
Entorno [en línea]. 2010, Año 5, núm. 14 Junio. P. 33-44

ISSN: [1886-4805](https://doi.org/10.18866/1886-4805)

Website access: http://www-cpsv.upc.es/ace/Articles_n14/articles_pdf/ACE_14_SA_12.pdf

UPCommons Access: <http://hdl.handle.net/2099/9343>

ACE

Architecture, City, and Environment
Arquitectura, Ciudad y Entorno

C

LUXURY HOUSING'S IMAGINARIES IN THE GLOBALIZATION CONTEXT: THE CASE OF GUADALAJARA

Key words: global city, scenic architecture, social exclusion.

Abstract

The homogenization has been one impact derived from globalization, in this respect, the economic, social and cultural policies for the production of the housing, express a code that seems to be effective to offer residential developments apparently suitable to the current demand of consumption. Using phenomenology this work analyzes the architectures of "appearance" which intention is to convince and to seduce; affecting in the conformation of the architectural - social imaginary. Our final analysis reflects that in many occasions the characteristics advertised don't correspond to the finished product.

IMAGINARIOS HABITACIONALES DE LA VIVIENDA DE LUJO FRENTE A LA GLOBALIZACIÓN. EL CASO DE LA CIUDAD DE GUADALAJARA

DÍAZ NÚÑEZ, Verónica Livier
HERNÁNDEZ RODRÍGUEZ, César Abraham ¹

Remisión artículo: 03-5-09

Remisión definitiva: 22-7-10

Palabras clave: Ciudad global, imaginario, arquitectura escenográfica, y exclusión.

Resumen

Algunos efectos de la globalización han sido los de homogenizar, en este sentido las políticas económicas, sociales y culturales, para la producción de la vivienda, manifiestan un código que parece ser eficaz al ofrecer desarrollos habitacionales aparentemente adecuados a la demanda actual de consumo. A través de la fenomenología este trabajo analiza las arquitecturas de “apariencia” cuyo propósito es convencer y seducir; incidiendo en la conformación del imaginario arquitectónico-social. Nuestras lecturas finales reflejan que en muchas ocasiones no corresponde lo ofertado por la publicidad con el producto terminado.

1. Introducción

La postmodernidad abanderada por el avance tecnológico ha desarticulado modelos culturales acostumbrados; sistemas institucionales que mantenían estructuras definidas, dejando al descubierto sociedades de distintas geografías con la intención de uniformizarse. Las causas del cambio tienen su epicentro en la globalización: fenómeno que nos abarca a todos y practicado principalmente por los que Bauman (1999) llama globales, refiriéndose a todos aquellos que se mueven, atraviesan distancias “reales y virtuales” para cerrarse del exterior, excluyéndose de los “localmente fijos”.

Podemos entender la globalización como algo que nos sucede a todos, no necesariamente porque sea algo que queremos o deseamos. La mayoría, de alguna forma, hemos adoptado que el destino ineludible del mundo es la globalización, un proceso irreversible que no afecta de la misma manera y en idéntica medida a la totalidad de las personas.

Este paradigma ha transformado a la sociedad envuelta en la modernidad, cuya característica principal es la movilidad, traspasando la frontera del tiempo. Las distancias no parecen tener importancia y como consecuencia se originan nuevas áreas urbanas al instante; surgidas de la nada, paraísos terrenales del ilusorio, despreocupados del entorno. Especies de archipiélagos

¹ César Abraham Hernández Rodríguez: Email de contacto: cahr23@hotmail.com

como islas situadas a lo largo de ejes de conectividad vial. De este modo aparecen también las áreas residenciales, algunas de forma aislada y defensiva, bajo el discurso de una supuesta seguridad. Convirtiéndose la arquitectura en un producto más de consumo, que atrae el interés de un determinado comprador, que cuenta con los recursos económicos para acceder a ella.

Siendo un hecho, que el cambio tecnológico contribuye en buena medida al cambio en las relaciones de producción, distribución y consumo de diversos productos, así como en la manera de entender los mensajes y particularmente la vivienda, en la actualidad se venden servicios y productos sugestivamente a una sociedad ávida de consumo exacerbado, que define perfectamente el ambiente globalizado: suntuario y superfluo. Es importante mencionar la opinión de García Canclini (1999:11), al respecto comenta:

“...dado que la globalización se presenta como un objeto evasivo e inmanejable, quienes la gestionan la cuentan, también, con narraciones y metáforas. En consecuencia, desde una perspectiva socio antropológica de la cultura es preciso analizar tanto las estadísticas y los textos conceptuales como los relatos e imágenes que intentan nombrar sus designios...”

Esta nueva “política del consumo” está abarcando casi todos los ámbitos y es utilizada como parte de la mercadotecnia, a un producto que se vende bien y que termina siendo dueño de un mercado lleno de incertidumbre, creándose escenarios idóneos con ideas paradisíacas frente a una estructura social a merced de la publicidad, que graba su discurso por medio de la *imagen* y campañas perfectas, cuyo argumento expresa la forma ideal de vivir en un paraíso, resulta ser excelente propuesta de venta para el convencimiento social.

Como ejemplo, encontramos el siguiente espectacular ubicado sobre la avenida Acueducto, casi esquina con el Anillo Periférico en la ciudad de Guadalajara, promoviendo el fraccionamiento habitacional cerrado “Puerta de Hierro” (ver figura 1), dónde se nos muestra la imagen y el discurso; dónde queda claro que el adquirir una residencia en este “coto” se podrá obtener también un estilo de vida ideal y de “alto status”; dónde sólo los privilegiados pueden ingresar a este exclusivo “club”.

Figura 1. **Espectacular del Fraccionamiento Puerta de Hierro**

Fuente: Levantamiento fotográfico realizado por César Abraham Hernández Rodríguez

En este sentido, los grupos constructores y firmas de prestigio se especializan en la venta de viviendas con lo que denominamos “códigos formales de moda”. Al respecto, el imaginario de la nueva era del consumo cuyo espectro incorpora los bienes inmobiliarios se puede apreciar en la campaña de marketing hacia lugares “exclusivos”, que se explota en la promoción y venta de la vivienda.

La publicidad influye en la toma de decisiones del consumidor que busca comprar o construir una vivienda. Ofreciendo un producto deseable, que genera consumo incesante y que lo convierte en cierta forma en un objeto para “usar y tirar”, ya que las características espaciales ofertadas van cambiando respondiendo a los “estilos de moda”. Su característica es tratar de vender un sueño, más que una vivienda. Tal vez, el común denominador en la producción habitacional actual se basa en el impacto que genera fundamentalmente la novedad. En este sentido Muxi (2004:83) menciona que:

“...toda publicidad: inventa mundos inexistentes, felicidades de cuentos de hadas en reductos, desosiego y “familia”. La ciudad desaparece de los planos. Las autopistas se hacen omnipresentes y se borra sistemáticamente cualquier referencia real con el lugar. Si los bosques de las publicidades son inventados, no lo son menos los entornos urbanos que enseñan...”

2. Eclosión de desarrollos habitacionales en Guadalajara

A continuación se expondrá de manera general el surgimiento de los fraccionamientos habitacionales cerrados, como una nueva modalidad de vivienda en la ciudad de Guadalajara, como resultado de esta influencia globalizadora, que en particular se oferta a los grupos de altos ingresos económicos.

En este contexto, se considera que algunos de los principales cambios tipológicos que experimenta la vivienda de cara a la ciudad global se deben a que recién entrados los años setenta la población aumentó considerablemente, debido a la inmigración de personas provenientes principalmente de Norteamérica, que decidieron invertir en territorio nacional y naturalmente exigieron un tipo de vivienda que originalmente no se tenía en Guadalajara.

“...Guadalajara es un ejemplo de ello, la existencia de emprendimientos habitacionales enrejados de lujo tiene su origen en proyectos generados en los años 60’s y ellos están vinculados a la llegada de profesionales estadounidenses y europeos, contratados por compañías transnacionales que se ubicaban en el cordón industrial de esa ciudad.” (Dattwyle et al., 2000:9).

Otro factor que incidió en gran medida en el desarrollo de ésta nueva tipología habitacional fue la construcción de casas para estancias de fin de semana, las cuales por sus características particulares de contacto con la naturaleza, se ubicaban en las afueras del perímetro urbano y se circulaban con bardas perimetrales que impedían el acceso a todo individuo que no comparte una residencia en ese lugar. Este el caso del fraccionamiento “Rancho Contento” que se ubicó sobre la carretera a Nogales, en el municipio de Zapopan, Jalisco, que es de los que integran la Zona Conurbada de Guadalajara, el de mayor desarrollo urbano, con alta presencia

de fraccionamientos habitacionales cerrados y dónde se concentran los grandes emprendimientos de lujo de este tipo.

En relación a este fenómeno tenemos que:

“Desde finales del decenio de 1960 comienzan a aparecer como fórmula novedosa los llamados fraccionamientos o condominios cerrados, perímetrados por altos muros, con accesos vigilados y servicios de calidad. Así como sistemas de autogobierno al margen de la municipalidad”. (Cabrales et al., 2000:96-97).

El desarrollo urbano y residencial del estado de Jalisco ha sido escenario principal y caldo de cultivo para nuevos esquemas, hecho que no es fortuito pues se trata de la segunda área urbana del país: la Zona Conurbada de Guadalajara (en adelante, ZCG), con una población cercana a los 3.900.000 habitantes para el año 2002, de los cuales casi la tercera parte o 1.100.000 habitantes se localizan en el municipio de Zapopan, con una extensión de 89.315 hectáreas, de las cuales sólo el 19% ó 16.767 hectáreas son actualmente área urbana. A diferencia del resto de la Zona Metropolitana de Guadalajara, cuya tasa de crecimiento poblacional ha venido disminuyendo en los últimos años, Zapopan todavía crece a un ritmo impresionante del 3,5% anual. Esto ocasiona una demanda de tierra cercana a las 1.000 hectáreas por año. Por estos números se calcula que este municipio continúe creciendo hasta cerca de 1.500.000 habitantes en los próximos diez años.²

Aunado a esto, en Zapopan se reconocen los valores más altos de suelo, situación que se ha vertido en innumerables proyectos residenciales “de lujo”, dentro de las zonas más exclusivas de la ciudad, dirigidas a la clase media y alta, las cuales promueven un determinado estatus socioeconómico y un reconocimiento o prestigio al adquirir una de estas viviendas, tal es el caso de los fraccionamientos Puerta de Hierro, Jardín Real, Valle Real, a los cuales se suman algunos de menos superficie, los cuales se ubican preferentemente en los alrededores de la intersección de Anillo Periférico y Av. Acueducto. Así pues funcionan como derrotero a seguir por grupos menos desfavorecidos que intentan afanosamente emularlos en todos los sentidos. Este tipo de arquitectura está configurando un “imaginario” sobre la manera preferencial de vivir. Sin embargo, las clases sociales bajas, al tratar de seguir este prototipo residencial, no obtienen los mismos resultados, debido a la falta de recursos, conformándose con una vivienda precaria, muchas veces carente de equipamientos y servicios mínimos.

De esta manera, en los últimos cuarenta años del siglo XX, en la ciudad de Guadalajara se produjo un cambio conceptual importante en la vivienda de lujo, implementada inicialmente por las clases sociales favorecidas económicamente y repitiéndose como paradigma global en todos los niveles económicos.

Una de las características más destacables de la vivienda en los inicios del siglo XXI, es sin duda la contribución que ha tenido el éxito tecnológico y los actuales sistemas de comunicación, ya que estos avances han influido trascendentalmente a los espacios de residencia; los cuales han evolucionado al grado de comportarse como pequeñas micro estructuras, aisladas y defensivas. Es decir, células habitacionales que dejan de lado

² INEGI, Censo General de Población y Vivienda (2002).

actividades de interacción social y convivencia para convertir espacios residenciales en paraísos. Lugares despreocupados del entorno, los cuales crean microclimas integrales y exclusivos, cuya funcionalidad queda rezagada por cuestiones puramente formales.

3. Hablar de la vivienda de lujo en GDL

La ciudad de Guadalajara experimenta actualmente una producción de arquitectura residencial esnobista y se expone como un producto más de vanguardia, que se refleja en las viviendas principalmente de lujo. Éstos ejemplos se presumen ajenos al desastre citadino del exterior y como salvación al naufragio del caos urbano. Actualmente, la mayoría de los promotores inmobiliarios han popularizado el aparentemente “moderno” esquema arquitectónico y se han encargado de venderlo como el prototipo residencial idóneo.

El concepto y tradición de hacer vivienda principalmente de lujo, en la modalidad de fraccionamientos cerrados o con acceso controlado en Guadalajara, ha cambiado en las últimas décadas, debido a que los espacios residenciales tradicionales se han convertido en especies de fuertes, privatizados, protegidos y que por ende resultan excluyentes. Que impiden las relaciones entre diversos grupos sociales, polarizando social y espacialmente a la ciudad de Guadalajara.

La vivienda en Guadalajara ha evolucionado en su creación y, consecuentemente, se ha especializado para un sector económico privilegiado. Los conjuntos de vivienda como los conocíamos anteriormente se han transformado, dejando de lado la existencia de espacios públicos, andadores y lugares para socializar. A cambio se han propuesto esquemas cerrados, restrictivos y altamente segregadores, los cuales promueven soluciones específicas para la ciudad contemporánea, extraterritorial, globalizada e informatizada. La vivienda de lujo se erige en la ciudad de Guadalajara, no sólo imaginada sino añorada y representada por sectores sociales, ataviados por el concepto del “buen vivir”.

El crecimiento urbano ha promovido enormes diferencias y contrastes en la ciudad, agudizada por las discordancias económicas reflejadas a través de una segregación física, geográfica y social. La expansión de la ciudad hace difícil el consenso y la identificación global, por lo tanto el desarrollo urbano se ha particularizado, individualizado y privatizado de acuerdo con el sector al que se dirige, trazando límites muy precisos en cada sociedad.

Se considera que el proceso de globalización o “mundialización” de estructuras incide también en la vivienda residencial y, en el caso de la ciudad de Guadalajara, se presentan diversos ejemplos como la construcción de lujosas torres de apartamentos, que únicamente comparten como punto de referencia frente a sus vecinos el nivel económico. Sin embargo, valdría la pena preguntar si estas propuestas responden más a las estrategias financieras internacionales ajenas al lugar o serán resultado de la voluntad, deseos y aspiraciones de quienes las eligen. Cuestionamientos de los cuales se desprende la pregunta original que motiva el presente artículo: ¿cuál es la percepción entorno a la vivienda de lujo en Guadalajara? Y corroborar si las propuestas actuales son efectivamente resultado del conocimiento profundo de las necesidades del futuro morador de este tipo de vivienda o simple panacea habitacional de la era global.

La construcción de vivienda imprime físicamente un diálogo, que puede leerse históricamente desde los primeros refugios, ha permitido entender las aspiraciones y necesidades generales de las personas que vivieron en ellas. Tenemos así ejemplos de la vivienda producida en distintos momentos históricos, pero ¿cuál es la arquitectura que se está produciendo como respuesta al neoliberalismo y la globalización? ¿Ésta responde a los nuevos discursos o simplemente obedece a un esquema ya implementado y repetido en el siglo XXI?

Estos esquemas son resultado de una política neoliberal que intenta ser el esquema propio de la actual era, que pasa por alto las normas y reglamentos urbanos vigentes, erigiéndose sin ningún miramiento ni consideración a la ciudad. Impactando por sus características espaciales y densidades, la trama vial que de por sí resulta insuficiente y conflictiva, cerrando el acceso a sus calles interiores y excluyendo de “sus” espacios públicos. No consideramos que sea una verdadera propuesta integradora del ambiente contemporáneo de la ciudad actual, sino una propuesta individualista por parte del sector inmobiliario que busca afanosamente el provecho en las ventas sin importarle las consecuencias que puedan tener estos desarrollos habitacionales.

La hipótesis de este artículo gira en torno a que estos modelos arquitectónicos se expresan y promueven como nuevos objetos de consumo, dirigidos primordialmente a los privilegiados sectores económicos que pueden adquirirlos, en los cuales se persigue la distinción y no se cuestiona la calidad ni la congruencia o utilidad de los materiales, mucho menos la existencia y relación entre los espacios públicos y privados.

4. Sus características ofertadas

Las formas espaciales actuales de hábitat suntuoso son proyectos aislados e individuales, los cuales no se articulan en la ciudad y sólo se accede a ellos a través de la red vial existente, dejando de lado el espacio público que al ser de acceso controlado deja de ser el espacio integrador por excelencia.

La mayoría de las compañías inmobiliarias y de bienes raíces utilizan las viviendas como un producto de mercadotecnia al promover lugares seguros, exclusivos en los cuales se promueve un estilo de vida de alto nivel (Valenzuela, 2002), desde luego se atiende más a cuestiones puramente formales, dejando de lado las concernientes a la función, carácter y coherencia arquitectónica.

Se trata de la construcción de un simulacro, es decir, vivir una escenografía, como lo menciona Muxí (2004:50) “...la mejor propuesta es la fabricación de una ciudad simulada, controlada, compuesta por iguales, puesto que la aparición del otro se convierte en un peligro.”. Algunos de estos desarrollos con el objetivo de vender utilizan materiales y formas que conceptualmente responden a tipologías ajenas al momento histórico actual, menos aun al género habitacional. Viviendas con reminiscencias anecdóticas y de carácter paradisíaco, constituyéndose en un intento por recuperar situaciones del pasado.

De acuerdo con la hipótesis del trabajo realizado y expuesto brevemente en este artículo, en la actualidad se han desarrollado varios ejemplos sobre este tipo de arquitecturas residenciales y éstas se han tomado como referentes para promoverse ante la sociedad. Basados en una política redentora sobre la forma ideal de morar, utilizan la imagen publicitaria con el argumento de que poseer determinado tipo de vivienda es sinónimo del éxito y del supuesto “buen vivir”.

Las causas del cambio tienen su epicentro en la globalización y reflejan su transformación en la desintegración de la *trama social* y el *espacio público*, modificando por un lado el aspecto sociocultural y por otro lado el concepto del espacio propio para el encuentro. Estos cambios en las dinámicas sociales y urbanas de la ciudad, han modificado la forma en que los escenarios arquitectónicos son percibidos por los habitantes. Con el objetivo de imponer un paradigma de comodidad, seguridad, lujo y distinción, se vende arquitectura residencial a través de imágenes que llevan implícitos mensajes seductores, creadores de nuevos conceptos y valores distintos a los tradicionales, pero que son “resultado” de la era global.

5. El deseo del consumidor por tener este tipo de vivienda

Estos mensajes impresos en los denominados espectaculares se ven reforzados por el uso de los medios masivos de comunicación, que se han convertido en confeccionadores de la cultura contemporánea, son estos los instrumentos por dónde viajan los signos, convertidos en imágenes, audio o vídeo. En consecuencia, podemos argumentar que la cultura está convirtiéndose en un proceso de mediatización que viene a ser en gran medida un reflejo del esquema económico cultural de la sociedad globalizada actual.

En el caso de la vivienda de lujo, se instala una nueva manera de ver el espacio habitable como expresión cultural, que empieza a configurar una visión desde la perspectiva del imaginario social, que toma de pretexto el “estilo de vida” que un colectivo tiene o pretende tener para homogenizar la propuesta residencial del siglo XXI.

Las percepciones, representaciones e imágenes que la gente se hace entorno a la vivienda de lujo en Guadalajara pudieran tener un significado, ya que todos los habitantes de un espacio residencial con estas características manifiestan una imagen particular acerca de ella. Esta imagen es construida a partir del uso y la apropiación que el individuo realiza de los bienes, servicios y actividades que le ofrece el entorno donde se desenvuelven y son generadores del imaginario habitacional colectivo.

Este tipo de lenguajes y símbolos son captados por un sector de la sociedad que apuesta todo, incluso su confianza en campañas de mercadotecnia y no en el verdadero análisis de las mejores opciones espaciales, ya que los grupos inmobiliarios venden y generan sus productos apoyados más por *argumentos publicitarios* y menos por *argumentos arquitectónicos*. Es decir, se especializan más en la forma que en la función, dónde lo importante es vender en base a una buena campaña de marketing que a la calidad de su producto.

6. La Incongruencia espacial entre lo que se promueve y el producto final

La propuesta residencial en los albores del siglo XXI, comparte una política de homogenización espacial, que bien tiene cabida en cualquier geografía. Esta infiltración del mismo esquema, con espacios clonados que se reflejan en materiales y sistemas constructivos, carentes de identidad para quienes los adoptan como propios, se exponen como propuesta “original y novedosa” pero que dista mucho de tener carácter e identidad. Sin embargo, contribuye al deterioro de las formas y costumbres tradicionales de la sociedad, debilitando sus relaciones sociales y fortaleciendo los contrastes y divisiones, marcadas físicamente.

A continuación, se expondrán algunos aspectos que nos sirven de ejemplo para comparar de manera específica las características más importantes sobre la vivienda imaginada vendida en nuestros días. Asimismo, el siguiente cuadro (ver tabla 1) nos permite tener una perspectiva real que nos indica de manera general los errores en los cuales incurre la producción habitacional actual.

Tabla 1. Algunos aspectos de la vivienda imaginaria en ciudad de Guadalajara

Características	Vivienda Imaginada	Vivienda Adecuada
Reglamentos y Normatividad	Internos e independientes	Leyes y Reglamentos Mpales.
Entorno Físico y Edificado	Tecnológico, autónomo y privado	Adecuado al medio físico natural a través del diseño y los materiales utilizados.
Sistema Constructivo y Materiales	Sistemas y materiales ajenos al sitio	Sistemas que adopten materiales y mano de obra del local.
Diseño arquitectónico	Basado en un prototipo arquitectónico	Basado en las necesidades específicas del residente e incorporando elementos de sustentabilidad.
Diseño Urbano	Privado, exclusivo y desarticulado	Vinculado con la ciudad con miras a incorporar un diseño sustentable.
Estilo arquitectónico	Estilo de moda imperante: Minimalismo	El que represente la identidad, la cultura del lugar y responda a las necesidades del habitante de la vivienda

Fuente: Elaboración propia, realizada por César Abraham Hernández Rodríguez

Estos aspectos nos invitan a reflexionar sobre el quehacer arquitectónico, principalmente en la creación de vivienda e iniciar el diálogo que permita explicar los cambios experimentados en los inicios del siglo XXI, dónde la globalización acompañada por el hambre de consumo diario,

prioriza el esnobismo, conlleva a la sociedad contemporánea a despreciar los códigos y convenciones establecidas en el mundo del arte y la arquitectura y que predomine el impulso por tener siempre el mejor producto, el mejor servicio, el auto recién traído y la vivienda de vanguardia, con lo cual los espacios arquitectónicos se convierten también en un objeto de consumo, sin importar que en ocasiones se reproduzcan la misma propuesta en serie mutilando el proceso creativo y de regeneración de sociedades particulares.

Existe una lógica impuesta dentro de los esquemas propuestos para la venta de un producto o un objeto arquitectónico: una vivienda con posibilidades privilegiadas dentro de un contexto igualmente privilegiado.

La creación de un discurso que aproveche la imagen para representar cierta realidad que es nombrada virtual, pues en la hipótesis se sostiene que no son sino modelos ajenos al *modus vivendi*, pero con estrategias de mercado que arrancan los suspiros de quienes poseen los medios suficientes para obtenerlos y las ilusiones de quienes sólo pueden contemplar el sueño de vivir estos escenarios.

Frente al ambiente de inseguridad que experimentan las ciudades de nuestros días, se instalan paraísos del ilusorio, que sin existir son avalados por discursos expuestos en espectaculares y video recorridos que ejemplifican la forma ideal del mundo globalizado.

7. Reflexiones finales

Si bien es cierto que todo país debe dar paso a reformas internas, ser flexible y abrirse a los tratados de libre comercio para crear un ambiente idóneo y propicio en el crecimiento del mismo, también es cierto que empatar con las políticas mundiales no significa cambiar las propias, ya que al adoptar esquemas montados en escenarios falsos y distribuidos en serie, hostigando al espectador a través de sistemas mediáticos, capitalizará únicamente arquitectura para una sociedad inmersa en la globalización, sin referentes, la cual no pertenece a ningún sitio y, a su vez, se encuentra en todas partes. Se discurre en las diferencias de este disímil progreso, de un "utópico encanto" y de una "identidad perdida".

La exposición de criminalidad e inseguridad a la cual se está expuesto día a día en las calles pone a la defensiva a los habitantes de la ciudad, como una respuesta natural al embate que se vive. Es verdad que existe un panorama de terror en la circulación y los flujos del exterior, también es cierto que estos no se van a erradicar con el ostracismo de nuestros espacios públicos. En contraposición se cree que se agudizarán y se polarizarán como la única alternativa obligada, trayendo como consecuencia una segregación y la privatización de espacios públicos, ya que no se puede actuar libremente, entonces se procede a violar los derechos de otros a favor del derecho propio.

La modernidad que acompaña el pensamiento neoliberal tiene como objetivo principal privatizar la esfera pública y eliminar la utopía social. La búsqueda de seguridad es requisito indispensable y ésta sólo se logra con la privatización del espacio público. Asimismo, se crean

espacios residenciales dedicados al disfrute y consumo exclusivamente, sin interacción social, dónde no se establecen relaciones personales ni se exponen ideas.

8. Conclusiones

Las ciudades de nuestros días son polarizadas y ejercitadas en el consumo. Sociedades víctimas del modelo neoliberal, impuesto a lo desechable. Gracias a estos parámetros de vida, se está creando un modo diferente de vender espacios residenciales como marcas exclusivas. Ahora no sólo se expone el satisfactor que es la vivienda como el objeto que resuelve la necesidad, sino que se venden modelos cual zapatos, uno para cada situación, dónde se pueden observar viviendas para cada tipo de familia: matrimonios jóvenes, solteros, con determinada cantidad de hijos y con servicios específicos al tipo de vida del usuario.

Las nuevas políticas de consumo generan nuevos perfiles. Se piensa que la vivienda para un individuo es de suma importancia, no sólo por tratar de resguardarse, como protección, seguridad o incluso sólo como patrimonio, sino que la residencia trasciende a otros aspectos personales, que implican la esencia de su propietario, dónde se pueden observar sus predilecciones y dónde se manifiestan sus aspiraciones. Como la manera en que se justifica la posición económica, comparada incluso con la idea que subyace en la ciudad de Guadalajara sobre el estatus que puede proporcionar un vehículo y el tipo de persona que lo conduce, es tipificado de cierta forma dentro del sistema social.

La adquisición de una vivienda no sólo proporciona los satisfactores necesarios para vivir, sino que reviste de cierto prestigio y revalora a los habitantes de dicho recinto. Poniéndolos como dignos ciudadanos de la época contemporánea: la del hombre moderno. Esta arquitectura viene a ser resultado de la utopía generada por el imaginario social, que cree pertenecer a las estructuras del esquema moderno, de consumo y diversión, producto de las políticas de publicidad.

Bibliografía

- AUGÉ, M. *Los no lugares. Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona (España), Gedisa. 128 páginas, 1993.
- BAUDRILLARD, J. *Cultura y Simulacro*. 6ª. Edición. Barcelona (España), Cairós. 99 páginas, 2001.
- BAUDRILLARD, J. *El Sistema de los Objetos*. México, Siglo XXI Ediciones. 225 páginas, 2004.
- BACZKO, W. *Los imaginarios sociales Memorias y esperanzas colectivas*. Buenos Aires, Nueva Visión. 200 páginas, 1991.

BAIGORRI, A. *Del Urbanismo Multidisciplinario a la Urbanística Transdisciplinaria*. En: Ciudad y Territorio / Estudios Territoriales, (104): 315-328, 1995.

BAUMAN, Z. *Modernidad Líquida*. Buenos Aires, Argentina. Fondo de Cultura Económica. 227 páginas, 2003.

BAUMAN, Z. *La Globalización. Consecuencias Humanas*. México, Fondo de Cultura Económica. 171 páginas, 1999.

BAUMAN, Z. *Vida de Consumo*. México, Fondo de Cultura Económica. 203 páginas, 2007.

CABRALES, L. F. y CANOSA, E. *Segregación Residencial Y Heterogeneidad Urbana: Los Fraccionamientos Cerrados en Guadalajara*: Ponencia presentada en el Segundo Encuentro Internacional Humboldt. Mar del Plata, Argentina. Octubre de 2006.

CASTORIADIS, C. *La Institución Imaginaria de la Sociedad*, Buenos Aires, (Argentina). Tusquets. 408 páginas, 1993.

CASTORIADIS, C. *Una Sociedad a la deriva*. Madrid (España), Katz Editores. 347 páginas, 2006.

CIRLOT, J.E. *La Realidad del Símbolo, en: Historia del Mundo Insólito* 3 vols. Madrid (España), Marín. 1,028 páginas, 1973.

CHAVÉZ M. *Imaginario y ciudad: estigma, opacidad, transparencia, postales y placeres*. Revista Ciudades No.46, Puebla, México. Pp. 11-17 abril-junio 2000

DATTWYLE, R., BARROWS, A. y ÁLVAREZ, L. *Los condominios y urbanizaciones cerradas como nuevo modelo de construcción del espacio residencial en Santiago de Chile*. (en línea) p. 9. Disponible en: <[http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-146\(123\).htm](http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-146(123).htm)>.

ESCOBAR, J.C. *Lo Imaginario entre las ciencias sociales y la Historia*. Medellín (Colombia), Universidad EAFIT. 121 páginas, 2000.

GARCÍA, C. N. *La Globalización Imaginada*. México, D.F. Editorial Paidós. 238 páginas, 1999.

GEERTZ, C. *La interpretación de las culturas*. Buenos Aires, (Argentina). Gedisa, 297 páginas, 1990.

GIRARD, R. *Los orígenes de la cultura*. Madrid (España), Trotta. 216 páginas, 2006.

JUNG, C. *El Hombre y sus símbolos*. Barcelona (España), Aguilar. 143 páginas, 1995.

KERÉNYI, K. et al., *Arquetipos y símbolos colectivos*. Barcelona (España), Anthropos. 431 páginas, 1994

LEON, J. L. *Mitoanálisis de la Publicidad*. Barcelona (España), Ariel. 181 páginas, 2001.

MÉNDEZ, E. *Arquitecturas de la Globalización*. México, Mora-Cantua Editores S.A. de C.V., 327 páginas, 2007.

MONTANER, J. M. *La Modernidad Superada (Arquitectura, Arte y Pensamiento del Siglo XX)*. 3ª Edición. Barcelona (España), Gustavo Gili, 236 páginas, 1997.

MONTANER, J. M. *Las Formas del Siglo XX*. Barcelona (España), Gustavo Gili, 263 páginas, 2002.

MONTANER, J. M. *Crítica y Arquitectura*. 3ª Edición. Barcelona (España), Gustavo Gili. 105 páginas, 1999.

MUXI, Z. *La arquitectura de la ciudad Global*. Barcelona (España), Gustavo Gili, 148 páginas, 2004.

TYLOR, E. B. *La Ciencia de la Cultura*, en J. S. Kahn. (1975). *El Concepto de Cultura: Textos Fundamentales*. Barcelona: Anagrama, págs. 29-46 1871.

VALENZUELA, A. (2002) *Las nuevas centralidades, fragmentación, espacio público y ciudadanía*. (en línea). Disponible en: <<http://www.unes.org/most#barrios>>.