

1

Urbanizaciones cerradas en Mar del Plata: una aproximación desde la Geografía cultural a la construcción social del territorio

Mario Alejandro Maya¹ y María Amalia Lorda²

Universidad Nacional de Mar del Plata/ CONICET

Universidad Nacional del Sur

@ [mayamarioalejandro@gmail.com] | [amalia.lorda@gmail.com]

RECIBIDO: 28-03-2019

ACEPTADO: 19-08-2019

Cita sugerida: Maya, M. A. y Lorda, M. A. (2019) Urbanizaciones cerradas en Mar del Plata: Una aproximación desde la Geografía cultural a la construcción social del territorio. Revista *Huellas*, Volumen 23, N° 2, Instituto de Geografía, EdUNLPam: Santa Rosa. Recuperado a partir de: <http://ce-rac.unlpam.edu.ar/index.php/huellas>

DOI: <http://dx.doi.org/10.19137/huellas-2019-2310>

Resumen

A partir de los preceptos del enfoque cultural en geografía, se aborda el crecimiento de emprendimientos urbanísticos cerrados en la ciudad de Mar del Plata. Un fenómeno donde los desarrolladores urbanos ofrecen todo tipo de comodidades. La infraestructura de la que disponen estos emprendimientos, la morfología que presentan y las representaciones sociales que generan ha provocado una transformación categórica en el territorio local. Este cambio, se vincula a los procesos de fragmentación socioterritorial que se desarrollan en las grandes áreas metropolitanas de la región y el país. La metodología aplicada es el estudio de caso en las nuevas urba-

- 1 Profesor por la Universidad Nacional de Mar del Plata. Becario del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET). Miembro del “Grupo de Estudios sobre Ordenación Territorial”, radicado en el Centro de Investigaciones Geográficas y Socio-Ambientales, de la Facultad de Humanidades de la UNMDP. Doctorando en Geografía por la Universidad Nacional del Sur.
- 2 Profesora Titular responsable de las cátedras Seminario Gestión de Recursos y Medio Ambiente, y Didáctica y Práctica de la Geografía. Directora de la Maestría PLIDER (Procesos Locales de Innovación y Desarrollo Rural), Sede Bahía Blanca. Investigadora en la Red Internacional AgriteRRis (Francia - Argentina - Francia). Formación Post Doctoral en Sociabilidades Rurales a través del montaje de films de investigación, Laboratorio Dynamiques Rurales, ENSAT, ENFA (Ecole National de Formation Agronomique), Francia.

nizaciones cerradas en la ciudad de Mar del Plata. Para los fines de este trabajo se han empleado métodos de recopilación bibliográfica, estudios estadísticos, encuestas semiestructuradas, entrevistas a actores sociales claves y relevamiento de campo. El presente artículo intenta contribuir al estudio de la dimensión espacial de las prácticas de resignificación y puesta en valor de los lugares. En este caso, la vinculación existente entre las estrategias comerciales y las pautas publicitarias, que emplean los medios de comunicación, para la construcción y el crecimiento de urbanizaciones cerradas en la ciudad de Mar del Plata.

Palabras clave: urbanizaciones cerradas; lugar; paisaje; medios de comunicación; Geografía Cultural.

Gated communities in Mar del Plata: An approach from cultural geography to the social construction of the territory

Abstract

The growth of enclosed urban developments in the city of Mar del Plata is addressed on the basis of the precepts of a cultural approach in Geography. This constitutes a phenomenon where urban developers offer all kinds of amenities. The infrastructure available to these enterprises, the morphology they present and the social representations they generate has led to a categorical transformation in the local territory. This change is linked to the processes of socio-territorial fragmentation that take place in the large metropolitan areas of the region and the country. The methodology applied is the case study of the new enclosed urbanizations in the city of Mar del Plata. For the purposes of this work, methods of bibliographic compilation, statistical studies, semi-structured surveys, interviews with key social actors and field research have been used. This article tries to contribute to the study of the spatial dimension of resignification practices and the importance of places. In this case, the link between commercial strategies and advertising guidelines, which are used by the media, for the construction and growth of enclosed urbanizations in the city of Mar del Plata.

Keywords: gated community; place; landscape; media; Cultural Geography.

Urbanizações fechadas em Mar del Plata: uma aproximação desde a geografia cultural à construção social do território

Resumo

A partir da doutrina do enfoque cultural em geografia, aborda-se o crescimento de empreendimentos urbanísticos fechados na cidade de Mar del Plata. Um fenômeno onde os evolucionistas urbanos oferecem todo tipo de comodidade. A infraestrutura da que dispõem estes empreendimentos, a morfologia que apresentam e as representações sociais que geram tem provocado uma transformação categórica no território local. Esta mudança, vincula-se aos processos de fragmentação sócio territorial que se desenvolvem nas grandes áreas metropolitanas da região e o país. A metodologia aplicada é o estudo de caso nas novas urbanizações fechadas na cidade de Mar del Plata. Para os fins deste trabalho tem se utilizados

métodos de recopilación e relevamento de campo. O presente artigo tenta contribuir ao estudo da dimensão espacial das práticas de resignificação e valorização dos lugares. Neste caso, o vínculo existente entre as estratégias comerciais e as pautas publicitárias que utilizam os meios de comunicação, para a construção e o crescimento de urbanizações fechadas na cidade de Mar del Plata.

Palavras-chave: Urbanizações fechadas; Lugar; Paisagem; Meios de comunicação; Geografia Cultural.

Introducción

Desde principios de 2000, se vienen gestando en zonas periféricas de la ciudad de Mar del Plata (Provincia de Buenos Aires) procesos de transformación urbana vinculados al surgimiento de conjuntos residenciales con seguridad, también conocidos como urbanizaciones cerradas. Estas mutaciones reflejaron la formación de un nuevo tipo societal y de un modelo territorial basado en la autoexclusión y la segregación socioespacial. Las clases altas y media-altas de la sociedad presentan demandas habitacionales particulares para mejorar su calidad de vida. Abandonan la ciudad, caracterizada por una creciente degradación del espacio urbano, donde la saturación de la infraestructura por las redes de transporte y la creciente inseguridad son una amenaza para el normal desarrollo de sus actividades. Las innovaciones en tecnologías de información y comunicación “permitieron la expansión de nuevas periferias urbanas, ya no constituidas únicamente por la población más desfavorecida por el modelo socioeconómico imperante, sino por los beneficiarios del mismo” (Hernández, 2009, p. 1). Las urbanizaciones cerradas se han incrementado en el paisaje urbano de ciudades en todo el mundo, principalmente durante las dos últimas décadas. Se caracterizan por contar con límites físicos, dispositivos de seguridad y una creciente privatización del espacio público y de la organización social dentro de las mismas.

Estas urbanizaciones periféricas son producidas por agentes del sector privado, “dentro de este grupo es necesario destacar principalmente el papel de los desarrolladores urbanos o inmobiliarios, quienes guían el crecimiento urbano en función de la búsqueda de ganancias económicas, para lo que necesitan del apoyo político del Estado y, en algunos casos, también de las organizaciones de la sociedad civil” (Roitman, 2008, p. 3).

Estos agentes invierten en tierras periurbanas “baldías” y las comercializa, previo acondicionamiento de la infraestructura urbana y de las características ambientales. Este hecho marca, como Zulaica (2012, p. 175) sostiene, “...una transformación considerable respecto del proceso de urbanización anterior desarrollado en esa zona, caracterizada por la presencia de numerosos espacios vacantes”. A medida que crecen las nuevas ofertas urbanas se amplían los asentamientos de emergencia en las periferias de las grandes y medianas ciudades, de manera que en algunos casos la “pobreza urbana” no está distante de la “abundancia urbana”. Esto nos lleva a pensar la ciudad como una manifestación de distintos contextos territoriales y temporales donde surgen diferentes representaciones sociales. Así, destacan “procesos contradictorios-dialécticos en espacios contiguos: bienestar-malestar, satisfacción-necesidad, calidad ambiental-degradación ambiental, privado-público” (Hernández, 2009, p. 1).

El presente trabajo se divide en tres partes. En primer lugar, está dedicado a desarrollar en forma breve los aportes del enfoque cultural en Geografía. En tal sentido, Fernández define el abordaje cultural en la disciplina como “una manera de estudiar el espacio y no una rama de las ciencias geográficas”. Así, “mediante la geografía cultural no sólo se estudian los aspectos culturales del espacio sino también el espacio visto a través de los cristales de las diferentes culturas” (Fernández, 2006, p. 230). Por lo tanto, esta sección analiza los aportes teóricos dados en torno a las conceptualizaciones de lugar y paisaje para observar el impacto que, en los individuos, genera el incremento de las urbanizaciones cerradas en la ciudad de Mar del Plata. La segunda parte del texto, propone el análisis de las formas urbanas privadas surgidas desde principios del siglo XXI en la ciudad de Mar del Plata (Buenos Aires), y las demandas urbanas de las clases sociales medias-alta y altas. Para ello, se parte de la definición de urbanizaciones cerradas y sus distintas tipologías. De este modo, se procede a la descripción de los emprendimientos privados, sus características particulares y su ubicación geográfica en la ciudad de Mar del Plata. La tercera parte consiste en un estudio de caso en el que se analiza las urbanizaciones privadas recientes de la ciudad. Así, se pretende establecer la relación existente entre la construcción social del territorio y el rol de los distintos medios de comunicación al momento de construir nuevas visiones y ofrecer bienes habitacionales con gran nivel de singularidad. Por lo tanto, se coloca especial énfasis en la indagación de las estrategias comerciales de los diferentes medios de comunicación que, con fines propagandísticos, estimulan los intereses de los individuos en busca de satisfacer sus demandas y orientar su conducta al consumo

de este tipo de urbanizaciones. El trabajo destaca la importancia de los aspectos materiales e inmateriales en las estrategias publicitarias que utilizan los desarrolladores privados para la promoción comercial de las urbanizaciones cerradas en Mar del Plata. En efecto, se considera la intervención de los diferentes medios masivos de comunicación (páginas Web, redes sociales, fuentes impresas, entre otras) en la construcción social del territorio.

El objetivo es analizar la contribución de los medios de comunicación en la construcción de estos lugares y en la generación de un tipo de identidad territorial. Así, el trabajo pretende evaluar la vinculación existente entre la “autoguetización” de las clases privilegiadas, sus representaciones sociales y la valorización del paisaje con la expansión de un modelo de desarrollo urbano, que se caracteriza por ser fragmentado, privado y empresarial. Por lo tanto, la investigación pretende considerar las demandas residenciales de las clases altas y media-altas, las formas de consumo y producción en los espacios urbanos privados y su manifestación en el territorio. Se indaga sobre la relación y los vínculos que existen entre las urbanizaciones cerradas y las representaciones sociales que se promueven a partir de las estrategias comerciales que utilizan los empresarios urbanos para la construcción social de estos lugares riqueza.

Desde este encuadre se parte de la siguiente hipótesis: las urbanizaciones privadas, en espacios complementarios de la ciudad, responden a una oferta impulsada por desarrolladores urbanos extraterritoriales y a una demanda-necesidad de las clases sociales con mayor patrimonio económico de reproducir sus formas de sociabilidad y apropiación del territorio que realizan en sus espacios cotidianos. En la interacción entre factores exógenos y endógenos, los medios de comunicación son los encargados de proponer un tipo de construcción social del territorio. El mismo, parte de la identificación de significados y valores, y cuya mayor representación material y simbólica son los emprendimientos urbanos cerrados.

La metodología utilizada en el presente trabajo se basó en la compilación y análisis bibliográfico de los estudios realizados en nuestro país sobre urbanizaciones privadas, permanentes y temporarias. A su vez, para el estudio de caso se realizaron entrevistas a informantes claves semiestructuradas, análisis estadísticos, relevamientos de campo y un seguimiento de los proyectos urbanísticos en marcha y de los planificados en este sector complementario de la ciudad. Asimismo, también se trabajó con la normativa vigente sobre el ordenamiento territorial y regulación de este tipo de emprendimientos (códigos de ordenamiento territorial, de edificación, leyes, ordenanzas, etc.).

Enfoque cultural en Geografía: acerca de los conceptos de lugar y paisaje

A principios de la década del ochenta se propuso un viraje en la disciplina geográfica. Más tarde, se denominó a este período como el giro de la geografía, asociada a la valorización del enfoque cultural.

Según Fernández (2006, pp. 230-235), “la Nueva Geografía Cultural significó un replanteamiento que tomó en cuenta no sólo las expresiones materiales de la cultura sobre un área dada sino también el simbolismo que para los habitantes tenían algunos rasgos del paisaje”. Además, los investigadores “se dedicaron a comprender el significado y los elementos antrópicos del paisaje, de lo representado por los individuos y el modo en el que percibían y comprendían su ambiente”.

Al respecto, Paul Claval (2002, p. 22) destaca que en las concepciones naturalista y funcionalista de mediados de los setenta, el investigador no cuestionaba los datos que obtenía de la naturaleza y la sociedad. El enfoque cultural vino a proponer una visión diferente de lo real: rechazaba la idea de que la naturaleza, la sociedad, la cultura o el espacio son identidades globales y homogéneas. De forma que tal observación nos “hace descubrir el sentido que le dan los seres humanos a los decorados que los rodean y que, en gran medida, han construido”. Dicha perspectiva implica que “el investigador vaya al meollo de lo real, que se interrogue acerca de lo que sucede en el plano local y tenga en cuenta el destino de cada ser y la experiencia de cada individuo”. Por ende, este Giro Cultural ha definido como uno de sus principales ejes la incorporación de lo no material en el estudio del espacio y la espacialidad (Lindón, 2013, p. 8).

El enfoque es denominado cultural porque está compuesto por elementos percibidos por individuos, sus valores, sus prácticas y representaciones. En esta línea de trabajo, las conceptualizaciones de lugar y paisaje adquirieron nuevas dimensiones empíricas. Pues, son estos conceptos –junto al de poder– la base conceptual sobre la que se fundamenta el desarrollo del enfoque.

El espacio de los geógrafos ya no es una extensión natural o un soporte de la vida social. Es un dato sensible donde se reúnen zonas repletas de objetos y seres, y áreas que parecen vacías. Se compone de lugares y territorios a los que los hombres otorgan su afectividad. El espacio está compuesto por lugares y territorios con sentimientos: el lamento, la nostalgia y el horror, a veces, disputan con la alegría de vivir, la felicidad y la armonía. El espacio no es una extensión neutra, sino una escena donde los actores se dejan ver; está (Claval, 2002, p. 34). De esta manera, se produce una

transformación conceptual de relevancia para la disciplina. De este modo, Claval (2002, p. 37) define al lugar como el escenario donde:

los intercambios entre los individuos les permiten tomar conciencia de lo que comparten con sus socios y de aquello en lo que se diferencian. Así es como se forjan los sentimientos de identidad que cimientan los grupos, suelen crear fuertes conciencias de pertenencia y motivan una gran cantidad de comportamientos individuales y colectivos. La sociedad está formada por grupos estructurados debido a la visión que tienen las personas de sí mismas y de los demás. De este modo, los lugares están indisolublemente ligados a los sentimientos de identidad, puesto que algunos sirven como puntos de reunión para los que se sienten próximos. Conservan, su paisaje, signos que han aprendido a valorar. Los lugares de identidad, cuando son adyacentes, forman conjuntos coalescentes y constituyen territorios. Así, la escena estudiada por los geógrafos está enriquecida por sentimientos.

Por otra parte, Lindón (2007, p. 6) sostiene que “los lugares no sólo son una localización particular, también tienen identidad, o bien, tienen rasgos peculiares a través de los cuales son identificados, se les atribuyen valores y son objeto de construcción simbólica”. El concepto de lugar hace referencia a espacios delimitados, con límites precisos, que para los sujetos representan certezas y seguridades otorgadas por lo conocido (Tuan, 1977). A pesar de que el lugar alude a un espacio con límites, dichos límites se extienden hasta donde lo hace el contenido simbólico de los elementos objetivados en él y que pueden ampliarse a través de redes y relaciones de sentido.

El enfoque cultural en geografía estudia frecuentemente el espacio mediante la definición de unidades llamadas paisaje. Fernández (2006, p. 34) define paisaje como “una representación de un espacio preciso, o bien como tal espacio preciso analizado por un observador”.

Para concluir esta parte introductoria, se realizará un acercamiento teórico a otro concepto estructural de este trabajo: la noción de *paisaje*. Nogué especifica que “el paisaje es un complejo cuya organización y dinámica se fundamenta en interrelaciones de carácter social y cultural, sobre una base natural, material”. Sostiene que las concepciones de naturaleza y de paisaje no son sinónimo como se tiende a creer. Por lo tanto, establece una diferenciación; “la naturaleza existe *per se*, mientras que el paisaje no existe más que en relación al ser humano, en la medida en que éste lo percibe y se apropia de él” (Nogué, 2010a, pp. 123-125).

El crecimiento urbanístico desorganizado, espacialmente incoherente, desordenado y desligado de los asentamientos urbanos tradicionales ha destruido la lógica territorial de distintas ciudades del país. Este proceso ha

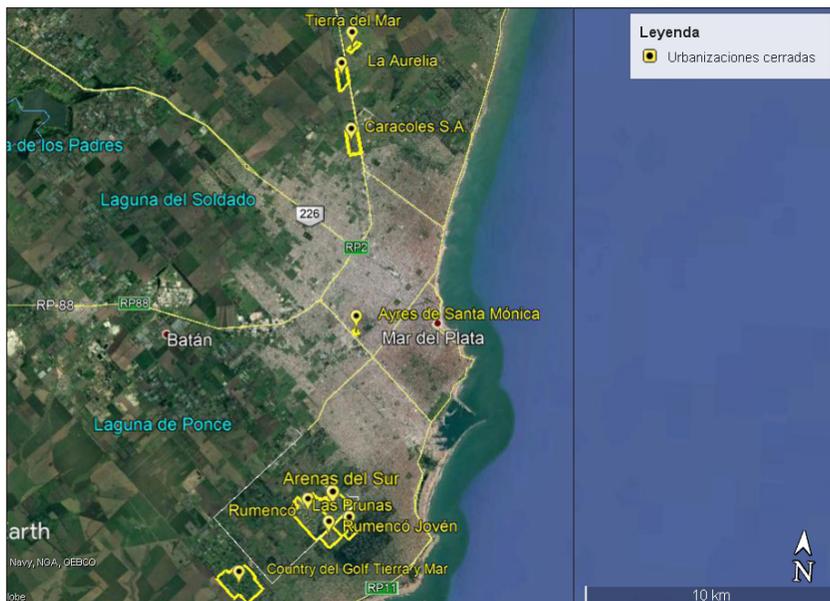
permitido el crecimiento de la demanda de las clases sociales privilegiadas cuyas exigencias de elementos urbanos busca diferenciarse del resto de las clases sociales. Paralelamente, estas exigencias han generado el surgimiento de una gran variedad de emprendimientos urbanos. En este contexto, el sector privado ha tomado la iniciativa ofreciendo múltiples variedades de alojamiento. En este mercado inmobiliario, los medios de comunicación con sus pautas publicitarias construyen un lugar que representan los anhelos de parte de las clases sociales más altas. Estrategias como la utilización de símbolos, imágenes, nombres asociados a lo natural, contribuyen a la construcción de paisajes e identidades específicas. Por un lado, son aspectos de lo inmaterial que tiene una importancia primordial, sobre todo si tenemos en cuenta el enfoque en el que se posiciona el presente trabajo. Por otro lado, el aspecto material de estas urbanizaciones privadas que reflejada en “una estructura y morfología del paisaje caracterizada por una alta fragmentación. La zonación característica del paisaje tradicional se ha transformado radicalmente y ha derivado hacia una gran dispersión de usos y de cubiertas del suelo” (Nogué, 2010b, pp. 159-160).

Principales características de las urbanizaciones cerradas en Mar del Plata

Mar del Plata es la ciudad cabecera del Partido de General Pueyrredón, provincia de Buenos Aires. Es reconocida por las distintas actividades económicas que se desarrollan en su entorno, entre las cuales se distingue el turismo, la producción textil, la industria pesquera y su cordón frutihortícola. En el periodo comprendido entre 2004-2018, la ciudad es testigo de un incremento de las urbanizaciones cerradas. En la Figura N° 1 se especifica la localización de estos emprendimientos privados y su concentración en las áreas complementarias de Mar del Plata. Dichos conjuntos residenciales poseen varias características en común, a saber: a) Seguridad, vinculado, sobre todo, a su acceso limitado por barreras, el cerco perimetral, los dispositivos de seguridad y la vigilancia privada; b) Morfología de los emprendimientos, asociado a la extensión inusual de los lotes y originalidad del entramado de las calles, donde el plano en damero característico de la ciudad es reemplazado por un plano irregular; c) Naturaleza, el escape de la ciudad tiene por objetivo un reencuentro con el entorno natural, para ello inclusive se construyen lagos artificiales, reforestación de áreas, elevación de terrenos; d) Ocio, dado que cuenta con grandes espacios de recreación, canchas de fútbol y tenis, campos para prácticas de equitación. Su extensión en superficie es variada; existen urbanizaciones de 75 hectáreas y otras

que superan las 200 has. Su condición es híbrida; por un lado, cuentan con todos los servicios y equipamientos de la gran ciudad y por otro, se insertan dentro de ámbitos con características rurales.

Figura N° 1. Emprendimientos urbanos cerrados en la ciudad de Mar del Plata



FUENTE: Elaboración propia (octubre 2018).

Hay que destacar que la temática que se desarrolla en el presente trabajo no es nueva. Entonces, lo novedoso y lo significativo del enfoque cultural en la disciplina geográfica es indagar la construcción social del territorio a través de las estrategias publicitarias, los slogans, los nombres de los emprendimientos asociados a elementos naturales, la morfología de las calles que hacen. En fin, el crecimiento y desarrollo de estos emprendimientos privados, a priori, generan dos resultados paralelos: a) por un lado, construyen un paisaje, representan valores, generan sentimientos de apego, de satisfacción, de homogeneidad para quienes viven *dentro*. Estos espacios representan una identidad que en la ciudad tradicional no se puede construir y que, definitivamente genera una clara separación de la otredad; b) por otro lado, en parte de la sociedad que no tiene los recursos económicos necesarios para acceder a este tipo de emprendimientos, genera una representación social ambivalente dado que; una parte de la sociedad lo juzga positivo, se benefician de varias manera (creación de fuentes laborales,

ampliación de los servicios básicos, etc.) y, en otros, genera desprecio y rechazo por la abundancia material de la que disfrutaban.

Por lo anteriormente mencionado, cabe destacar que diversas investigaciones realizadas a nivel regional (Rojo Mendoza, 2015; De Mattos 2002, 2006; Jaramillo y Cuervo, 1993; entre otros) y a nivel nacional (Svampa, 2001; Roitman, 2003; Vidal-Koppmann, 2002, 2004; Janoschka, 2002, 2003; Malizia, 2009; entre otros), destacan que este tipo de organización del territorio refuerza un modelo de integración social específico, donde los distintos actores sociales se sienten representados por un modelo de sociedad centrado en la fragmentación socioespacial. Vidal Rojas (1997, p. 3) considera que la fragmentación socioterritorial “es un proceso territorial mayor que se construye a través de tres subprocesos: fragmentación social, fragmentación física y fragmentación simbólica y en cualquiera de los casos supone la independencia de las partes (fragmentos) en relación al todo (sistema urbano)”.

Entonces, el aumento de las urbanizaciones cerradas en la ciudad de Mar del Plata es un proceso que acompaña las lógicas que se están desarrollando en diversas áreas metropolitanas del país y la región. Sin embargo, a nivel local, el asentamiento de emprendimientos urbanos cerrados es un fenómeno relativamente reciente. La fundación del barrio cerrado “Rumencó” en 2005, inició el comienzo de una nueva etapa. En la ciudad existían antecedentes de urbanizaciones con cerramiento perimetral –por ejemplo, los emprendimientos Lomas del Golf (1965) y Complejo Habitacional SOIP (1974)– caracterizadas por el acceso indiferente y sin control estricto de personas y vehículos. Sin embargo, Mar del Plata no contaba con barrios cerrados en el sentido que lo expresa o define la Ley Provincial vigente³. Este modelo residencial permitió el desarrollo de cuatro tipologías de urbanizaciones privadas planteadas por Vidal Koppmann (2014, pp. 132-136) - Ver cuadro N°1:

- 1) Clubes de campo, viviendas de usos transitorios y equipamientos deportivos.
- 2) Barrios cerrados, son emplazamientos menores que los primeros, están dentro de la trama urbana, los loteos son menos extensos y de escaso equipamiento deportivo.
- 3) Clubes de chacras, las parcelas son mayores que los primeros e incorporan deportes tales como la equitación y el golf.
- 4) Urbanizaciones especiales: si bien son proyectos de gran tamaño, como el Nordelta en el Gran Buenos Aires, con todo tipo de servicios comercia-

3 El Decreto Ley 27/98 de la provincia de Buenos Aires, en su artículo 1, denomina barrio cerrado “a todo emprendimiento urbanístico destinado a uso residencial predominante con equipamiento comunitario cuyo perímetro podrá materializarse mediante cerramiento”.

les, culturales, deportivos y educativos, la idea de este tipo de emprendimientos es fundar urbanizaciones semi-privadas.

En nuestro caso particular, la ciudad de Mar del Plata, la tipología con mayor presencia son los barrios cerrados. Estas urbanizaciones cerradas se caracterizan por ser "...viviendas unifamiliares de perímetro exento. Poseen infraestructura de servicios y un mínimo equipamiento comunitario, con una extensión de 2 a 400 hectáreas y su localización en áreas urbanas o complementarias" (Vidal-Koppmann, 2014, pp. 134-135). No obstante, para los fines del presente trabajo resulta útil enmarcar y determinar todos los emprendimientos privados que hay en la ciudad con sus principales características.

Cuadro N° 1. Principales emprendimientos y proyectos urbanos privados en el Partido de General Pueyrredón

Localización		Denominación del proyecto urbano privado	Tipología (Koppmann)	Sup.	Tamaño de lote/Costo
Partido	Ciudad				
General Pueyrredón	Mar del Plata	Rumencó	Barrio cerrado	150 has	600/680 mts ² U\$s 60000/85000
	Mar del Plata	Arenas del Sur	Club de campo	70 has	600/800 mts ² U\$s 40000/60000
	Chapadmalal	Barrancas de San Benito- Marayuí	Club de campo	47 has	600 mts ² U\$s 40000/60000
	Mar del Plata	Las Prunas	Barrio cerrado	14 has	600/800 mts ² U\$s 40000/60000
	Mar del Plata	Fincas de Peralta Ramos	Eco Barrio cerrado	20 has	En desarrollo
	Mar del Plata	Country del golf Tierra y Mar	Barrio cerrado	15 has	800 mts ² U\$s 45000/60000
	Mar del Plata	Caracoles S. A.	Barrio cerrado	20 has	450 mts ² U\$s 35000
	Mar del Plata	Tierras del Mar	Barrio cerrado	18 has	600 mts ² U\$s 50000/60000
	Mar del Plata	La Aurelia	Club de campo	25 has	500 mts ² U\$s 45000
	Mar del Plata	Arenas Chico	Barrio cerrado	11 has	660 mts ² U\$s 25000
	Mar del Plata	Rumencó Joven	Barrio cerrado	50 has	En desarrollo
	Mar del Plata	Ayres de Santa Mónica	Barrio cerrado	5 has	500 mts ² U\$s 35000
	Batán	Colina Alegre	Barrio cerrado	23 has	600 mts ² U\$s 40000

FUENTE: Elaboración propia (2018), en base a la tipología de Vidal-Koppmann (2014).

Urbanizaciones cerradas en Mar del Plata: estrategias comerciales

En la actualidad, los emprendimientos privados se desarrollan a gran velocidad tanto a nivel global como nacional. Por lo tanto, no debe sorprender el rápido interés de los agentes privados en continuar con su expansión y, paralelamente, una clase social que busca diferenciarse y autosegregarse en un espacio que le brinda ciertas particularidades e innovaciones que la vida urbana cotidiana no les satisface. En nuestro caso de estudio, las urbanizaciones privadas son la materialización espacial y simbólica de un nuevo paisaje urbano que se construye en este siglo en la ciudad de Mar del Plata.

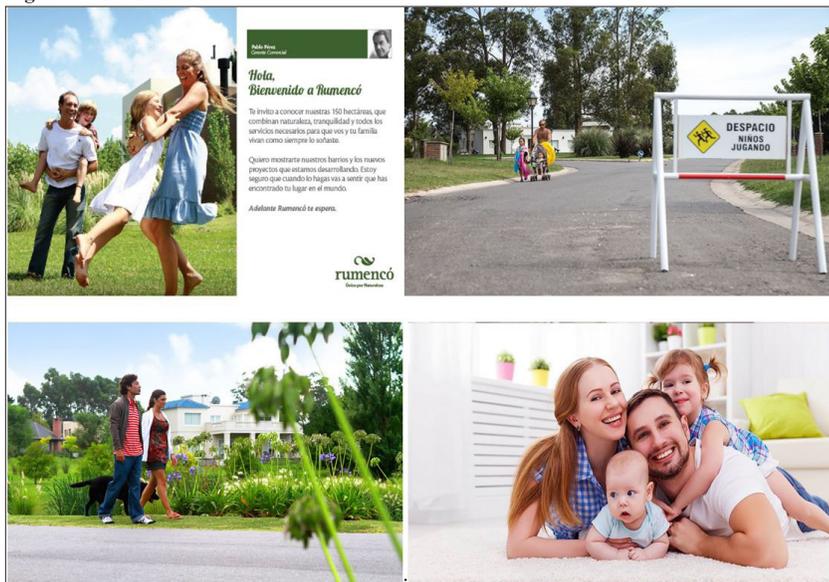
Relacionado a ello, Castoriadis (1989, p. 91) formuló el concepto de “imaginario social” para aludir a “la configuración de significaciones históricas que identifican a los sujetos de una comunidad y los distingue de otros”. En este sentido, el territorio es utilizado por los capitales privados para satisfacer las peticiones de las clases altas y medias-altas y, a su vez, obtener la mayor plusvalía posible por medio de la mercantilización de los espacios complementarios de la ciudad. De este modo, si relacionamos el concepto propuesto por Castoriadis con el aumento de los barrios privados en Mar del Plata, encontramos que “los imaginarios urbanos forman parte de los Imaginarios Sociales como referencia a las representaciones de un conjunto social que en una determinada situación histórica establecen creencias, identidades, aspiraciones, valores, que guían u orientan sus relaciones” (Medina, 2009, pp. 10-12).

Este cambio en el imaginario de la sociedad constituye una mezcla de valores reales, que se asocian con la vida en un entorno rural (medio ambiente más saludable, tranquilidad, seguridad, ambiente más sociable, solidario y próximo) y de percepciones de determinados sectores de población que tienen más que ver con visiones nostálgicas de “lo rural” que con la realidad. El cambio es tan notable que lo “rural”, asociado a vida saludable, a entorno natural, a calidad de vida, incluso ha llegado a convertirse en un poderoso instrumento publicitario (Romero González y Farinos Dasi, 2007, pp. 356-362). En relación con lo anterior, la publicidad es un factor preponderante y sugerente al momento de realizar la oferta a sus potenciales consumidores. Los publicistas buscan establecer significados para bienes y servicios particulares que pueden distar mucho de las realidades de sus productos. A través de una hábil combinación de imágenes y palabras, estos avisos tienden a enfatizar ciertos valores y emociones que ellos asocian a los productos: “Rumencó, Único por naturaleza”,⁴ “Las prunas barrio soñado”, “lo mejor de

4 Barrio Cerrado Rumencó (2019) Disponible en: <http://www.rumenco.com/>

mi sueño es que puedo vivirlo todos los días”⁵, “Tierras & Mar Country del Golf, El lugar soñado existe”⁶. Con esta estrategia comercial, buscan recrear un escenario del cotidiano, con percepciones y vivencias que representen el imaginario de las clases sociales privilegiadas (Figura N° 2).

Figura N° 2. Publicidades de barrios cerrados



Fuente: Barrio Cerrado Rumencó y Arenas del Sur (2019) Disponible en: https://eidico.com.ar/public/arenas_del_sur; <http://www.rumenco.com/>

Como sostienen Carballo y Batalla (2014, p. 7), la palabra y la imagen construyen realidades y, en este sentido, el marketing ha tenido un lugar central en la trama de esta expansión urbana. Por eso, tomando nuevamente el ejemplo de lo natural, la exaltación de la naturaleza es notoria en los detalles cromáticos que ofrecen las publicidades, revelando que el uso instrumental del color es un ingrediente privilegiado de las nuevas estéticas urbanas:

Las Prunas es la promesa de ver realizados tus sueños. Una casa propia, un hogar, la posibilidad de que tus chicos crezcan en un ambiente sano y puedan disfrutar del juego, los amigos y la actividad al aire libre. Tal vez, Las Prunas es ese lugar especial que estás buscando para formar tu familia; o la

5 Barrio Cerrado Las Prunas (2019) Disponible en: <http://www.lasprunas.com/>

6 Barrio Cerrado Tierra y Mar Country Golf Club (2019) Disponible en: <http://www.countrydelgolf.com/>

oportunidad que esperabas de poder tener una vida más tranquila, lejos del ruido de la ciudad y más cerca de la verde Naturaleza. El Bosque brinda el marco ideal. Una frondosa arboleda, senderos a recorrer, la belleza del prunus en flor; una energía especial que te atrapa, te invita a inspirar profundo y disfrutar de la sensación de estar donde querés estar. Hoy puede ser el día en que empieces a vivir tu sueños⁷.

En relación a las cuestiones materiales, la extensión superficial de los lotes y las calles laberínticas son innovaciones características de las urbanizaciones privadas. Estos emprendimientos urbanísticos llevan, generalmente, nombres que remiten a un rasgo ambiental del lugar: ya sea la arboleda, la presencia de ciertos animales, la práctica de algún deporte. Estas designaciones también prevalecen a la hora de denominar a las mismas urbanizaciones (“Rumencó”, “Arenas del Sur”, “Tierras & Mar”, “Las Prunas”).

Figura N° 3. Plano de los loteados en Rumencó y Arenas Chico



Fuente: Barrio Cerrado Rumencó y Arenas Chico (2019). Disponible en: <http://www.rumenco.com/los-barrios.html> <https://eidico.com.ar/public/files/5bacc9d4ca363.pdf>.

7 Barrio Cerrado Las Prunas (2018) Folleto publicitario, Mar del Plata.

En la Figura N° 3, podemos observar un ejemplo de las particularidades señaladas con anterioridad. Se puede apreciar los detalles del loteado de los terrenos en el barrio privado “Rumencó” a la derecha y “Arenas Chico” a la izquierda. Es evidente una ruptura de la trama urbana y un diseño que obedece a un orden que no es el tradicional plano damero de la ciudad. La normativa municipal establece que las calles deben ser continuación de las existentes, su nominación es potestad del Municipio, así como la numeración y todo lo referente las pautas de tránsito y circulación. Un emprendimiento cerrado puede implicar una modificación sustancial a la trama urbana, la orientación circulatoria, el tránsito y el ordenamiento territorial en general. El municipio es el responsable de la totalidad de las vías circulatorias y no debería permitir el diseño de vías internas en dominio privado, ajenas a su injerencia gubernativa. Sin embargo, el artículo 67 de la Ley-Decreto 8912/77 y el capítulo 10 del Código de Ordenamiento Territorial del Municipio de General Pueyrredon, define que las calles públicas, podrán convenirse con la respectiva Municipalidad, sobre todo, lo concerniente con el cerramiento total del área y la prestación de los servicios habitualmente de carácter comunal. Todo ello, bajo la responsabilidad de la institución peticionante.

Por eso, esta caracterización permite vincular una publicidad de los medios de comunicación orientada a captar las demandas de un determinado sector de la sociedad con necesidades específicas. En este caso, lo exclusivo se transforma en un ideal y en un símbolo distintivo. Genera la sensación de un espacio ideal, de un lugar que cubre las expectativas que el espacio urbano no satisface. Esto nos remite a las palabras de Nogué (2009), cuando sostiene que el paisaje es, en buena medida, una construcción social y cultural, siempre anclado –eso sí– en un substrato material, físico, natural. El paisaje es, a la vez, una realidad física y la representación que culturalmente nos hacemos de ella; la fisonomía externa y visible de una determinada porción de la superficie terrestre y la percepción individual y social que genera; un tangible geográfico y su interpretación intangible. Es, a la vez, el significante y el significado, el continente y el contenido, la realidad y la ficción.

En otro aspecto, que es determinante para la proliferación de urbanizaciones privadas y foco principal de la publicidad, es la cuestión de la seguridad. Por ejemplo, sostiene Lindón (2007b), “los imaginarios urbanos actuales de la inseguridad casi siempre se configuran a partir del miedo al otro, asumiendo que es el otro quien puede generar algún tipo de peligro, pone en riesgo la seguridad personal y de la familia”. Asimismo, los imaginarios de la seguridad se conforman a partir del sentido de la protección y la separación del otro, que en sí se vive como protección. Por ello, la construcción de un barrio

amurallado en el sentido actual de la expresión: estos imaginarios urbanos pueden impulsar la manufacturación de ese barrio con rasgos materiales particulares, que otros podrán cualificar como expresión de lugar exclusivo, lugar privilegiado, lugar de acceso restringido o directamente lugar impenetrable. Los imaginarios son redes o tramas de significados específicos, reconocidas socialmente, que le otorgan cualidades a la ciudad y sus lugares.

Como es esperable (Figura N°4), todos los emprendimientos relevados montan un sistema de seguridad y vigilancia que se reitera como un patrón propagandístico. El diseño publicitario destaca lo importante de esta reorganización del espacio urbano en tiempos donde el tema de la inseguridad en la Argentina se ha ido instalando como una de las problemáticas que requieren mayor atención.

Figura N° 4. Dispositivos de seguridad



FUENTE: Archivo personal (2017). Disponible en <http://www.lasprunas.com/>

Conclusión

La carga simbólica de los lugares geográficos se constituye históricamente y se instituye en ritos y ceremonias por las culturas; Claval (1999, pp. 118-119) ha propuesto la significación social dada a los lugares geográficos que son nombrados y afirma que una cultura está, en gran medida,

hecha de palabras que traducen lo real recortándolo, estructurándolo y organizándolo. Dichos signos tienen la facultad de nombrar lugares, personas y técnicas. De modo que el enfoque cultural permite describir, al tiempo que se analiza en términos comparativos y compartidos. Así, lo local y lo global interactúan y se funden en nuevos proyectos sociales donde la constitución de un lugar resulta el ámbito de identificación, identidad y pertenencia de interrelaciones entre los objetos y las sociedades en los procesos de comunicación. El territorio, la naturaleza, la cultura o la sociedad son tanto realidades sociales, como individuales. Están construidas a partir de representaciones adquiridas de otros, a través de procesos de comunicación (Claval 2002, p. 37). El mundo es un dato de la percepción; está estructurado por discursos. En el caso del presente trabajo, tales discursos son construidos tanto por los medios de comunicación que lo ofertan, como por los individuos que tienen diferentes percepciones de las urbanizaciones cerradas.

En este sentido, el trabajo puso de manifiesto cómo agentes privados en comunión con los medios de comunicación construyen “necesidades”. En este caso, determinados grupos sociales ven materializados en las pautas publicitarias –plano ideal– la interacción entre la expectativa y el descontento con los espacios urbanizados. Sucede que, como Nogué (2010, pp. 123-125) postula al hablar del paisaje, los espacios propuestos en los medios de comunicación –en nuestro caso, los emprendimientos cerrados– permiten resignificar territorios y adaptarlos a las demandas de determinados individuos. De manera que, las urbanizaciones cerradas, así como un paisaje, “encarnan la experiencia y las aspiraciones de la gente; lugares que se convierten en centros de significado, en símbolos que expresan pensamientos, ideas y emociones varias”.

En definitiva, los desarrolladores inmobiliarios junto a los medios de comunicación articulan prácticas, percepciones y estrategias comerciales vinculadas a la promoción de urbanizaciones cerradas con servicios demandados por las clases sociales más altas. De este modo, se resignifican los lugares en pos de una nueva diferenciación socioterritorial que le imprime al sitio una nueva carga simbólica, dada por la definición que los sujetos sociales han podido efectuar.

Referencias bibliográficas

- Carballo, C. y Batalla, M. (2014). "Las imágenes en el marketing de las urbanizaciones cerradas: paisajes de control y (des)control". *XIII Coloquio Internacional de Geocrítica*. Universitat de Barcelona. Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/coloquio2014/Cristina%20Carballo.pdf>.
- Castoriadis, C. (1989). *La institución imaginaria de la sociedad*. Buenos Aires: Ed. Tusquets.
- Claval, P. (2002). "El enfoque cultural y las concepciones geográficas del espacio", *Boletín de la A.G.E.*, 34, pp. 21-39.
- De Mattos, C. (2006). "Modernización capitalista y transformación metropolitana en América Latina: cinco tendencias constitutivas. A. I. Geraiges de Lemos, M. Arroyo, M. L. Silveira. *América Latina: cidade, campo e turismo*. CLACSO: San Pablo.
- Mattos, C. (2002). "Transformación de las ciudades latinoamericanas: ¿Impactos de la globalización?", *EURE*, 28/85, pp. 5-10. Disponible en: <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612002008500001>.
- Fabri, S. (2010). "Reflexionar sobre los lugares de memoria: Los emplazamientos de memoria como marcas territoriales". *Geograficando*, 6/6, pp. 101-118.
- Fernández Christlieb, F. (2006). "Geografía cultural". En D. Hiernaux y A. Lindón (Dir.). *Tratado de Geografía Humana*. Antrhopos: México D. F.
- Hernández, F. M. (2009). "Urbanizaciones privadas en América Latina, los 'guetos' del Siglo XXI. El caso del crecimiento de countries y barrios privados en la costa atlántica argentina". *XII Encuentro de Geógrafos de América Latina*. Montevideo. Disponible en línea: <http://egal2009.easyplanners.info/> Consultado el 27/03/2019.
- Janoschka, M. (2002). "El nuevo modelo de la ciudad latinoamericana: fragmentación y privatización", *EURE*, 28, pp. 11-20. Disponible en: http://www.scielo.cl/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0250-71612002008500002-&lng=es&nrm=iso
- Janoschka, M. (2006). "El modelo de ciudad latinoamericana. Privatización y fragmentación del espacio urbano en Buenos Aires: el caso Nordelta". En M. Welch, (ed.), *Buenos Aires a la deriva. Transformaciones urbanas recientes*. (pp. 96–131). Buenos Aires: Biblos.
- Lindón, A. (2007). "El constructivismo geográfico y las aproximaciones cualitativas", *Revista de geografía Norte Grande*, 37, pp. 5-21. <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-34022007000100001> Consultado el día 18/03/2019.
- Lindón, A. (2007). "Los imaginarios urbanos y el constructivismo geográfico: los hologramas espaciales", *EURE*, 33/99, pp. 31-46. Disponible en <https://dx.doi.org/10.4067/S0250-71612007000200004>
- Malizia, M. y Paolasso, P. (2007). "Countries y barrios privados en Yerba Buena, Gran San Miguel de Tucumán, Argentina: nuevas formas de expansión urbana", *Estudios Demográficos y Urbanos*, 24/3, pp. 583-614.
- Medina, D. (2009). *Mar del Plata, desarrollo urbano e imaginarios vinculados*. Mar del Plata: Gráfica Arnedinho.
- Nogué, J. (2009). *Entre paisajes*. Barcelona: Àmbit.
- Nogué, J. (2010a). "El retorno al paisaje", *Enrahonar*, 45, pp. 123-136. Disponible en: <https://core.ac.uk/download/pdf/153360769.pdf> Consultado el 27/03/2019
- Nogué, J. (2010b). "Sentido del lugar, paisaje y conflicto", *Geopolítica(s)*, 5/2, pp. 155-163. Disponible http://dx.doi.org/10.5209/rev_GEOP.2014.v5.n2.48842
- Roitman, S. (2003). "Barrios cerrados y segregación social urbana", *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, 7, 146 (118). Disponible en [http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-146\(118\).htm](http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-146(118).htm)
- Roitman, S. (2008). "Planificación urbana y actores sociales intervinientes: el desarrollo de urbanizaciones cerradas". *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*. Disponible en <http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-270/sn-270-54.htm>
- Rojo Mendoza, F. (2015). "Transformaciones urbanas vinculadas a barrios cerrados: evidencias para la discusión sobre fragmentación espacial en ciudades latinoamericanas", *Cuadernos de Geografía: Revista Colombiana de Geografía*, 24/1, pp. 121-133. Disponible: <https://doi.org/10.15446/redg.v24n1.47776>
- Romero González, A. y Farinos Dasi, J. (2004). *Geografía humana*. Madrid: Ariel.

- Svampa, M. (2001). *Los que ganaron. La vida en los countries y barrios privados*. Buenos Aires: Ed. Biblos.
- Tuan, Y. (1977). *Space and place: The perspective of experience*. London: Edward Arnold.
- Vidal Koppmann, S. (2001). “Segregación residencial y apropiación del espacio: la migración hacia las urbanizaciones cerradas del área metropolitana de Buenos Aires”, *Scripta Nova*, 94. Disponible en: <http://www.ub.edu/geocrit/sn-94-70.htm>
- Vidal-Koppmann S. (2002). “Nuevas fronteras intraurbanas: de los barrios cerrados a los pueblos privados”. En: L. Cabrales Barajas (Comp.), *Latinoamérica: países abiertos, ciudades cerradas*. (pp. 1-21). Guadalajara: Universidad de Guadalajara / UNESCO.
- Vidal-Koppmann, S. (2004). “Archipiélagos Urbanos en la Periferia de la Región Metropolitana de Buenos Aires”, *Boletín del Centro Humboldt*, 2004, 11, pp. 1-14.
- Vidal-Koppmann, S. (2014). *Countries y barrios cerrados. Mutaciones socio-territoriales de la región metropolitana de Buenos Aires*. Editorial Dunken: Buenos Aires.
- Vidal Rojas, R. (1997). “Metrópolis en recomposición: Elementos para una teoría de la fragmentación urbana”. *6º Encuentro de Geógrafos de América Latina*. Buenos Aires. Disponible en: <http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal6/Geografiasocioeconomica/Geografiaurbana/254.pdf>
- Zulaica, L.; Ferraro, R.; Vázquez, P. (2012). “Análisis integrado del periurbano de la ciudad de Mar del Plata a partir de la identificación y caracterización de unidades ambientales”. *IX Jornadas Nacionales de Geografía Física*. Bahía Blanca. Pp. 147 – 156. Disponible en línea: https://redargentinadegeografiasfisis.files.wordpress.com/2013/07/16-zulaica-ferraro-vazquez_anc3a1lisis-integrado-del-periurb.pdf

Páginas Web consultadas

- www.rumenco.com/
- www.lasprunas.com/
- www.countrydelgolf.com/
- www.buscobarrioprivado.com/
- <http://suarezyasociados.com.ar/portfolio/fincas-de-peralta-ramos/>