

## El imaginario de la casa en los discursos de promoción inmobiliaria en México

The house imaginary in the discourse of Mexico's real estate advertising

Fabricio Espinosa Ortiz

CONACYT - Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, México  
fabespi@gmail.com

---

**Resumen.** El objetivo de este trabajo es descifrar el imaginario de la casa e indagar cómo es articulado en los discursos de promoción inmobiliaria, en el contexto de la expansión de las periferias metropolitanas en México. Para ello, en una primera parte se analiza la articulación entre los conceptos del habitar y el residir, centrándose en el análisis de la casa. En la segunda parte, se aborda la difusión del imaginario de la casa en diferentes discursos de promoción inmobiliaria en México. Finalmente, se concluye que la casa queda al centro del discurso como un objeto de consumo necesario e indispensable para alcanzar la calidad de vida; y en este proceso de búsqueda, con las acciones y prácticas para alcanzarla, se conforma el imaginario de la calidad de vida, un imaginario vigente y que toma fuerza en el actual contexto de expansión de las periferias metropolitanas.

**Abstract.** The purpose of this study is to unravel the house imaginary and to investigate how it is articulated in the discourse of real estate's advertising in the context of Mexico's metropolitan periphery expansion and development. First, this study analyses two concepts, inhabiting and residing, focusing in the analysis of the home. Secondly, the house imaginary is evaluated in the different advertising campaigns used in real state promotional discourses for housing developments in Mexico's peripheries. In the last part, it concludes that the house is placed in the center of the discourse that portrays the house as a necessary good; and it builds a new imaginary, the quality of life, a concept that is currently relevant in the context of different cities' expansion.

**Palabras clave.** Imaginario de la casa; promoción inmobiliaria; calidad de vida; periferia metropolitana.

**Keywords.** House imaginary; real state advertising; quality of life; metropolitan periphery.

**Formato de citación.** Espinosa Ortiz, Fabricio (2019). El imaginario de la casa en los discursos de promoción inmobiliaria en México. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 9(2), 39-50. [http://www2.ual.es/urbs/index.php/urbs/article/view/espinoso\\_ortiz](http://www2.ual.es/urbs/index.php/urbs/article/view/espinoso_ortiz)

**Recibido:** 23/04/2019; **aceptado:** 15/10/2019; **publicado:** 25/11/2019  
**Edición:** Almería, 2019, Universidad de Almería

---

### Introducción

Durante la segunda década del siglo veinte, tras el impacto de la Primera Guerra Mundial, en Europa principalmente, se dieron cambios profundos en los modos de producir, concebir, significar, y habitar las viviendas. En la búsqueda por resolver el grave problema de alojamiento causado por la gran destrucción, los gobiernos de los países que fueron afectados tomaron parte central en la formulación de las políticas sociales, y en ese contexto se buscaron propuestas y soluciones alternativas para producir vivienda económica y de calidad. Dependiendo del grado de destrucción de cada ciudad, así como de los recursos económicos disponibles y del compromiso de cada gobierno nacional, la tendencia general de las acciones de reconstrucción y reorganización de las ciudades fue solucionar el problema emergente con la producción masiva de vivienda (David Harvey, 2008). En este contexto, sería la disciplina arquitectónica la que se encargaría de enfrentar los problemas sociales por medio de la producción de vivienda social económica; acción pública que a su vez ha sido históricamente una poderosa herramienta de valorización inmobiliaria (Alicia Novick, 2017).

Desde entonces, a la vivienda se le considera como una solución de fondo a los problemas sociales y de desarrollo urbano. Esto se hace evidente en la Nueva Agenda Urbana (NAU), guía elaborada por la ONU Hábitat, en la cual se ha propuesto situar la vivienda al centro de las discusiones de la agenda por ser incentivo del desarrollo socioeconómico, de la generación de empleo, y por ser un componente de primer orden en la consolidación de comunidades<sup>1</sup>. La NAU plantea que el obtener una vivienda adecuada, a su vez propicia que el habitante ejerza su derecho a tener a un nivel de vida adecuado, es decir, al cumplirse estos derechos se genera un sentimiento de pertenencia y propiedad entre sus habitantes, que a su vez promueve la generación de un contexto de seguridad, participación e igualdad en el acceso a los bienes

---

<sup>1</sup> Topelson, Sara (2017, 7 de noviembre). *La vivienda al centro de la nueva agenda urbana*. <https://centrourbano.com/2017/11/07/la-vivienda-al-centro-la-nueva-agenda-urbana/>

públicos y servicios y, por consiguiente, un mejoramiento en la calidad de vida. Plantea también la NAU la necesidad de promover políticas habitacionales que incorporen un proceso incluyente de adjudicación de viviendas accesibles económicamente, seguras, resilientes, bien conectadas y bien localizadas, en entornos inclusivos, accesibles y de calidad, para así fortalecer las relaciones espaciales de las distintas zonas de la ciudad y generar áreas multifuncionales con usos del suelo diversos que promuevan la convivencia, la conectividad y la inclusión social (ONU-HABITAT, 2016).

De reconocer la gran importancia que la vivienda tiene para la sociedad, se han valido las grandes empresas inmobiliarias para armar un poderoso aparato de promoción inmobiliaria y justificar la producción masiva de vivienda. La cual, en México, se ha impulsado a dimensiones extremas, debido al uso de sistemas de producción de tipo industrial adoptados por las empresas inmobiliarias, y al gran negocio que representa la vivienda, por ser una necesidad básica del ser humano. Las inmobiliarias, con sus potentes discursos de promoción, divulgaron y fortalecieron un imaginario de la casa basado en la necesidad básica de alojamiento de las personas, la creación de un sentido de pertenencia y la posibilidad de mejorar su calidad de vida.

Así, el imaginario de la casa se encuentra entretejido con el imaginario suburbano (Alicia Lindón y Daniel Hiernaux, 2012; Lindón 2006a, 2007), el cual surge en el siglo diecinueve de la búsqueda de remediar una vida urbana sin condiciones higiénicas adecuadas, en entornos carentes de servicios básicos y áreas verdes y, por ende, susceptibles a brotes epidémicos como el cólera y la peste. Las elites del momento, asociadas con los funcionarios de gobierno, buscaron remediar esta situación mediante propuestas de nuevos modelos urbanos denominados colonias (Fabricio Espinosa, 2014a), que justificaron su existencia, precisamente, en discursos que promovían a la casa propia, la buena localización, así como la salubridad y la higiene (Espinosa, 2018).

El imaginario de la casa alude también al discurso que promueve la búsqueda de la casa propia (Romina Álvarez Bové, 2015; Lindón, 2005, 2006b, 2008), pero no se limita únicamente al ser propietario. La casa imaginada –esa que la publicidad inmobiliaria promete en su discurso– cuenta con otras características. Está bien localizada, lo que facilita el desplazamiento de sus habitantes para satisfacer sus necesidades de ocio, trabajo, educación, abasto, etc. Además, cuenta con un buen diseño arquitectónico, buenas distribuciones, orientaciones y espacios confortables. Cuenta con un lindo jardín y con todos los espacios necesarios para que cada uno de los miembros de la familia la habiten en las condiciones más óptimas, dentro de un fraccionamiento con áreas verdes y demás zonas de esparcimiento, en un entorno saludable, seguro, y que cuenta con todos los equipamientos para satisfacer las necesidades y deseos de quienes lo habitan (Luis Campos y Romina Álvarez, 2015; Espinosa, 2015; Lindón, 2012). Sin embargo, las inmobiliarias no logran cumplir los objetivos de ofrecer vivienda digna (Marco Antonio Merchand, 2017; Carolina Pedrotti, 2016; Fabricio Espinosa, Antonio Vieyra y Claudio Garibay, 2015). Éstas han creado megaproyectos buscando reducir costos de producción para incrementar sus ganancias, participando activamente en la expansión de las ciudades. Las inmobiliarias en México construyen viviendas de pequeñas dimensiones, con materiales de baja calidad, localizadas en predios, generalmente distantes de las zonas de empleo, abasto, educación, ocio, etc., y con ello han propiciado nuevos problemas sociales, incluso empeorando otros ya existentes.

Es necesario aclarar que a lo largo de este texto diferenciamos los conceptos de vivienda y casa. Hablamos de vivienda cuando hacemos referencia a la estructura física material de la construcción, y de casa cuando se incluye en el análisis al sujeto que la habita con sus imaginarios y prácticas del habitar. Con este encuadre, planteamos que, para analizar la realidad urbana de las ciudades de manera integral, es necesario integrar en el análisis lo imaginario, para así evidenciar cómo influye en las formas de producción y apropiación del espacio, así como en las políticas urbanas (Lindón y Hiernaux, 2012). En este sentido, en este trabajo se descifra el imaginario de la casa, con la finalidad de indagar cómo se encuentra articulado en los discursos de promoción inmobiliaria, en el contexto de la expansión de las periferias metropolitanas en México. Para ello, en una primera parte se analizan los conceptos del habitar y el residir en sus vínculos y articulaciones, centrando el análisis en la casa. En la segunda parte, se aborda la difusión del imaginario de la casa en los discursos de promoción de las grandes empresas inmobiliarias Casas Geo, Urbi, Homex y Hogares Herso. Finalmente, se concluye que, en la promoción inmobiliaria, la casa queda al centro del discurso como un objeto de consumo que los habitantes requieren tener para alcanzar la calidad de vida

que buscan; y que, cuando esta búsqueda se ve frustrada y la vivienda y la vida no resultan ser lo que se esperaba, se conforma el imaginario de la calidad de vida, un imaginario que hoy toma mucha fuerza en el contexto de expansión exacerbada de las periferias metropolitanas en México.

### **La vivienda en que residio y/o la casa que habito**

La vivienda es el objeto arquitectónico que mejor permite dilucidar las diferencias conceptuales existentes entre el residir y el habitar un espacio. La vivienda en su conceptualización arrastra una fuerte influencia reduccionista y positivista, que sigue vigente hoy en día, pues se ha fortalecido en los sistemas escolarizados de formación de arquitectos, urbanistas, geógrafos, entre otros profesionales que participan en la formulación de normativas, planes y estrategias para la producción de los espacios que conforman las ciudades y metrópolis. Estos profesionales tienen una fuerte incidencia en la toma de decisiones y en los procesos de construcción del espacio. Sin embargo, estos ven al hombre como un dato, como un individuo inmutable, cuyas acciones y comportamientos son predecibles (Iñaki Ábalos, 2005), y, como consecuencia, persisten políticas públicas, estudios e intervenciones en la ciudad sustentados en visiones del espacio racional cartesiano, privilegiando el análisis de los grandes territorios sobre el de los pequeños territorios, que además han dejado de lado el punto de vista del sujeto que habita el espacio (Lindón y Hiernaux, 2010; Barney Warf y Santa Arias, 2008; Maria Dolors Garcia Ramon, 1999; Chris Philo, 1999).

Para llenar este vacío, los estudios en las ciencias sociales han sido partícipes de giros disciplinarios hacia la subjetividad que han propiciado que se valore paulatinamente la dimensión sensible del mundo y se generen intensos debates entre el humanismo en contraposición del racionalismo, y la razón pura versus la razón sensible (Daniel Hiernaux, 2008). La casa no es ajena a este debate, y para comprenderla de manera integral es necesario considerarla en su relación con los sujetos y su subjetividad, ya que ésta es materialidad física pero también construcción simbólica (Collignon, 2010; Lindón, 2005, 2006b; Mallet, 2004), y la manera en que es vivida y sentida está marcada por la imaginación de quienes la habitan (Paul Claval, 2012). Las imágenes que se generan en torno a la casa están impregnadas de emociones, de manera que esta no es solo una estructura física material conformada por cuatro paredes y un techo que nos protege de la intemperie, es el lugar donde habitamos, en donde estaremos tristes o seremos felices, en soledad o en compañía de nuestra familia. La casa, en su materialidad y objetos que la constituyen, modela a quien la habita a la vez que quien la habita la modela, y en este proceso mediado por imaginarios, casa y sujeto habitante se co-construyen (Vincent Berdoulay, 2012).

En este contexto, la casa no es satisfactor solamente de la necesidad de protección de la intemperie que su materialidad le confiere, sino que constituye un satisfactor de múltiples necesidades y deseos, que, en la medida que el usuario logra satisfacer, la apropia, la significa, y se referencia a sí mismo en ella. Por ello, cuando confluyen en la casa todas estas condiciones, se hace posible también la apropiación espacial a otras escalas, como la de la colonia o barrio, lo que posibilitará la identidad y pertenencia a una comunidad, en la interacción entre el individuo, la familia y la sociedad, y en este momento podremos decir que una vivienda se asimila como una casa, aunque este proceso depende en gran medida del entorno en el que las personas desarrollan su vida cotidianamente (Espinosa, 2015).

Desafortunadamente, la consumación de este proceso es cuestionable cuando las viviendas no satisfacen las expectativas de las personas, ya sea porque son muy pequeñas, de mala calidad material, estructural y de diseño de espacios, o porque no cuentan con los espacios públicos adecuados para el esparcimiento, o se localizan a grandes distancias de los servicios y equipamientos que brinda la ciudad. Todo esto, más allá de no contribuir en la satisfacción de necesidades, ha logrado potenciar otros problemas sociales como la segregación socioespacial, la inseguridad, la violencia, entre otros derivados que están muy lejos de propiciar una mejoría en la calidad de vida (Espinosa, Vieyra y Garibay, 2015).

Casi todos ocupamos una vivienda, pero pocos ocupamos una casa en donde nos sentimos protegidos, seguros, realizados, en donde nos sustraemos hacia nosotros mismos, nos arraigamos y planeamos nuestra vida familiar. La casa fija a las personas convierte al nómada en sedentario, le permite descansar y hacer pausas para contemplar la vida (Gaston Bachelard, 2000). La casa es el centro de la vida cotidiana y el punto de anclaje a un sitio, en ella se enmarcan las realidades espaciales del complejo entramado de contactos y flujos. Así que el imaginario de la casa tiene un anclaje evidentemente espacial, y está

relacionado a su vez con otros espacios en diferentes escalas y conexiones (Alison Blunt y Robyn Dowling, 2006).

La casa es el lugar donde es posible satisfacer nuestras necesidades y deseos, si es que realmente es una casa en la que se habita, y no una vivienda en la que se reside. Habitar una casa va más allá de residir en una vivienda. Si bien residir involucra los vínculos con las actividades cotidianas, no necesariamente se establece un nexo con cierto grupo social, como los vecinos o incluso los demás residentes de la vivienda. En este sentido, se puede estar presente y usar el espacio; pero es posible que no exista apropiación de este, ni arraigo, que se resida sin habitar (Emilio Duhau y Ángela Giglia, 2008).

Así, el residir y el habitar difieren. Por ejemplo, la casa real, la que tenemos, y aunque no sea nuestra, la que usamos en el día a día, no necesariamente es la casa imaginaria que deseamos tener y en la que nos imaginamos felices. La casa imaginaria promete calidad de vida por la unión familiar y la formación de un hogar, en ella podemos vivir en tranquilidad, formar parte de una comunidad y movilizarnos cuando se desee hacia los equipamientos comerciales, educativos, de ocio, etc. (Víctor Manuel Ortiz, 1984). En este sentido, la casa imaginada se habita, porque va acompañada de la capacidad de satisfacer las necesidades y los deseos de tener, de hacer y ser (Erik Allardt y Hannu Uusitalo, 1972).

### **Promoción inmobiliaria y expansión de la periferia metropolitana**

Históricamente, el Estado mexicano, a través de su política habitacional, ha tenido una fuerte influencia en la producción y conformación del imaginario de la casa. Cabe recordar que en los años setenta del siglo pasado se estableció en México un sistema institucional de vivienda basado en un modelo de intervención de un Estado regulador y rector de la acción habitacional; sin embargo, el mencionado sistema se transformó durante el sexenio presidencial de Salinas de Gortari (1988-1994). Dos elementos deben ser considerados como el origen del enfoque actual de política habitacional en México: por una parte, 1992 fue un año crucial con la creación del Programa para el Fomento y Desregulación de la Vivienda (Martha Schteingart y Luis Patiño, 2006), y por otra parte, en ese mismo año se hicieron modificaciones al artículo 27 de la Constitución Mexicana que facultaron la privatización de la propiedad social de la tierra (Clara Eugenia Salazar, 2012), permitiendo la apertura de terrenos ejidales al mercado, los cuales conformarían el territorio de los nuevos desarrollos de vivienda. Uno de los efectos más relevantes de esta nueva orientación política fue que los llamados desarrolladores inmobiliarios privados se convirtieron en los actores principales de la producción masiva de vivienda social en México. Desde entonces, el Estado mexicano dejó de mantener la rectoría en la política habitacional y adquirió gradualmente el papel de facilitador de un mercado inmobiliario que, desafortunadamente, no ha resuelto la problemática en torno a la vivienda, pero que, sin embargo, se ha desarrollado en un entorno de libre acción, liberación financiera y apertura comercial (Claudia Puebla, 2002, 2010).

Los antiguos organismos estatales de vivienda, como por ejemplo el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (INFONAVIT) y el Fondo de la Vivienda del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales de los Trabajadores al servicio del Estado (FOVISSSTE), se transformaron paulatinamente en financiadores de créditos hipotecarios, mientras que la promoción quedó directamente en manos de las inmobiliarias del sector privado. Estas inmobiliarias ejecutan grandes proyectos habitacionales, participando desde la adquisición del predio, el proceso de urbanización, la construcción de las viviendas, su promoción, e incluso intervienen en el financiamiento para la adquisición de la vivienda por medio de los créditos puente (Norma Mellado, 2015). Así, la actual política habitacional en México posee una estrategia de subsidio cuyo eje estructurador es el crédito hipotecario, y el producto final de los organismos de vivienda es el crédito, no la vivienda. A esta política se ha integrado una potente promoción inmobiliaria que consiste en ofrecer a los clientes potenciales la posibilidad de mejorar su calidad de vida al adquirir una vivienda.

En 2001 se agravó el problema de la vivienda en México, cuando el presidente Vicente Fox propició la creación de una sociedad entre el gobierno y la iniciativa privada. Entre 2001 y 2008, en las administraciones de los expresidentes Vicente Fox y Felipe Calderón, los préstamos del INFONAVIT aumentaron de 205 000 a 494 073, y se contó con una inversión de 2800 millones de dólares por parte del Banco Mundial y el Banco Interamericano de Desarrollo. Los inversionistas extranjeros buscaron

capitalizar esta situación comprando acciones en las inmobiliarias mexicanas que construyeron gran parte de los hogares del país: Casas Geo, Urbi y Homex<sup>2</sup>.

Para Mónica Mejía (2009), el discurso de promoción utilizado por estas empresas inmobiliarias se vale de una retórica publicitaria que usa la identidad de los potenciales clientes, es decir, los motivos y valores que estos identifican como suficientes para creer que es necesario comprar la vivienda que les ofrece la inmobiliaria. Con base en dimensiones espacio-temporales significativas, ordenamos los discursos de promoción inmobiliaria de Casas Geo, Urbi, Homex y Hogares Herso, en los siguientes campos semánticos:

1) *Experiencia*. En este campo se consideran los procesos simbólicos, históricos y afectivos de la experiencia espacial individual y colectiva de los futuros posibles habitantes de los desarrollos habitacionales de las mencionadas empresas que están presentes en la promoción inmobiliaria.

2) *Ser y tener*. Aquí se muestran los aspectos relativos al tener para lograr ser, y ser a partir del tener, que se encuentran presentes en el discurso de promoción inmobiliaria, es decir que, si se quiere personificar una forma de ser, es necesario tener una vivienda ubicada en un desarrollo habitacional de las mencionadas empresas.

3) *Expectativas*. Aquí se exponen todas las ventajas y oportunidades que ofrece el proyecto arquitectónico de la vivienda y el plan maestro del desarrollo habitacional, junto con la descripción de las ventajas del entorno urbano en cuanto a su localización con relación a equipamientos, infraestructura y servicios (Ver Tablas 1a y b<sup>3</sup>).

	EXPERIENCIA	SER Y TENER	EXPECTATIVAS
Casas GEO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "El mejor lugar para vivir"</li> <li>• "Vivir bien es posible"</li> <li>• Ofrecen la posibilidad de vivir rodeado de naturaleza, con tranquilidad y en paz</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Casas GEO. Te cambia la vida"</li> <li>• "hogares integrales que mejoran la calidad de vida de la sociedad de una manera sustentable"</li> <li>• "Vivir teniéndolo todo"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Disfrutar de aire puro y armonía con la naturaleza"</li> <li>• "casas y departamentos con un estilo moderno"</li> <li>• "Estilo, diseño y todo lo que necesitas en un solo lugar"</li> <li>• "Más patrimonio por tu dinero"</li> </ul>
HOMEX	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Tu familia y tú merecen un espacio tranquilo, seguro y cómodo para vivir"</li> <li>• Desarrollan viviendas para que tú desarrolles en ellas las mejores experiencias</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "Cumple el sueño de tu vida y adquiere una vivienda, nosotros te decimos como. Conoce las diferentes maneras de comprar tu nueva casa"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• "La seguridad, estilo, bienestar y calidad de vida que buscas para tu familia"</li> <li>• "seguridad con un toque de exclusividad, confort y modernidad"</li> <li>• Brindan tecnología de vanguardia que garantiza el valor de la vivienda a futuro</li> </ul>

Tabla 1a.  
EXPERIENCIA - SER Y TENER - EXPECTATIVAS.  
Fuente: elaboración propia con base en Mejía (2009, p. 49)

<sup>2</sup> Marosi, Richard (Los Angeles Times, 2017, 26 de noviembre). A failed vision. <http://www.latimes.com/projects/la-me-mexico-housing/>

<sup>3</sup> Casas GEO, 2012, *Te cambia la vida. ¡Piensa en tu familia y estrena tu casa en el mejor lugar para vivir!* [Folleto], México, Corporación GEO, 2012. Casas GEO, 2017, *El mejor lugar para vivir*, <http://www.casasgeo.com/casas-geo.html>. Desarrolladora HOMEX, 2016, *Desarrollamos viviendas para que tú desarrolles en ellas las mejores experiencias*, <http://www.homex.com.mx/>

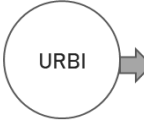
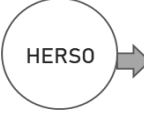
	EXPERIENCIA	SER Y TENER	EXPECTATIVAS
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Urbi. Más que una casa. Un lugar para convivir”</li> <li>• “El secreto de la Alegría es Convivir en Familia”</li> <li>• Sus desarrollos brindan la posibilidad de que pases ahí, en compañía de los tuyos, los mejores años de tu vida.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Alegría es tener casa propia”</li> <li>• “El principal compromiso de la empresa es ayudarte a tener Casa Propia”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecen en sus desarrollos un entorno limpio y ordenado para la sana convivencia.</li> <li>• Ofrecen en sus desarrollos un diseño urbano y arquitectónico pensado para crear una imagen agradable y armónica</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Vivir en un desarrollo residencial con vivienda económica”</li> <li>• “Sueña en grande. Vive en grande”</li> <li>• “Imagina vivir. Horizontes nuevos. Un nuevo inicio”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• “Un nuevo código de conducta, por el que los usuarios transitan a una nueva manera de ver y utilizar su ciudad”</li> <li>• “Una nueva cultura ciudadana en donde los actores principales son el peatón y el cuidado del medio ambiente”</li> <li>• “Lo que tu familia merece, M2 de felicidad”</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofrecen desarrollos “en donde trabajo, recreación, economía, medio ambiente y cultura urbana encuentran un equilibrio”</li> <li>• “El mejor precio por m2”</li> <li>• Ofrecen vivienda económica ubicada en un entorno urbano característico de una vivienda residencial, que incluye instalaciones recreativas, deportivas, educativas, religiosas y comerciales.</li> </ul>

Tabla 1b.  
EXPERIENCIA - SER Y TENER - EXPECTATIVAS.  
Fuente: elaboración propia con base en Mejía (2009, p. 49)<sup>4</sup>

A la luz de la tabla anterior, se plantea que la fuerza del imaginario de la casa radica en su capacidad para constituir un discurso de promoción inmobiliaria basado en elementos, materiales e inmateriales, naturales y sociales, como parte de los campos semánticos de la experiencia, el ser-tener y las expectativas. Primero, en el campo de la *experiencia*, es recurrente encontrar que desde el discurso de promoción inmobiliaria se brinda la posibilidad de vivir en un lugar tranquilo, cómodo y seguro, rodeado de naturaleza y acompañado de la familia. Esta experiencia brinda bienestar a quienes habitarán en la vivienda y les brinda la oportunidad de vivir en su vivienda y entorno habitacional los mejores años de su vida. Segundo, en el campo semántico *ser y tener*, se proyecta que, al adquirir una vivienda, el cliente obtendrá también la calidad de vida deseada. Este enfoque se concibe en la relación ser-tener, o sea, lograr ser con el poseer una vivienda, y ser alguien exitoso, ser un buen inversionista, y ser un buen jefe de familia que progresa y brinda la posibilidad de que su familia pueda tener un patrimonio.

Por último, en el campo semántico de las *expectativas*, el discurso se centra en presentar lo que los desarrollos habitacionales aportarían objetivamente a sus clientes si deciden comprar una casa. Esto relacionado con todas las ventajas que el proyecto brindaría en cuanto dotación de equipamientos,

<sup>4</sup> URBI, 2016, *Alegría es tener casa propia*, <http://www.urbi.com/>  
Grupo HERSO, 2019, *Hogares Herso. Vida en Armonía*, <http://www.hogaresherzo.com.mx/>  
VORTEXANIMATION, 2012, *Villas del Pedregal* [Video], <https://www.youtube.com/watch?v=Ekh48ykDT1Y>

infraestructura y servicios de vanguardia; un buen diseño urbano arquitectónico que brinda la posibilidad al cliente de hacer una buena inversión al vivir en un desarrollo habitacional moderno, con el mejor precio por metro cuadrado, que cuenta con estilo, funcionalidad y confort, además de la exclusividad que sustenta el vivir en un entorno bien equipado y que, por su buena ubicación, facilita al habitante la satisfacción de las necesidades y deseos de abasto, de ocio, de educación e incluso de empleo.

### El imaginario de la casa y la calidad de vida

Las experiencias de habitar en un entorno habitacional, ya sean positivas o negativas, forman parte del presente del habitante y se proyectan a futuro; es decir, se forjan las expectativas a futuro que todo habitante busca cumplir al habitar en un entorno habitacional, en relación con su vida, su familia, sus vecinos, sus amigos, su empleo y, por supuesto, con su vivienda. El individuo es producto de un proceso social en curso constante (George Herbert Mead, 1968), en el cual el “convertirse en” y “llegar a ser” se incorporan a sus experiencias, acciones y prácticas. Los imaginarios orientan a las personas en el hacer en el mundo, hacer el mundo y ser en el mundo (Lindón y Hiernaux, 2012).

Los discursos de promoción inmobiliaria difunden imágenes dotadas de significados por diversos medios como la radio, televisión, internet, redes sociales, folletos, blogs, etc. Es a partir de la difusión del discurso que se construyen imaginarios mediante texto o relatos breves, o a través de representaciones visuales como planos, ilustraciones, cortes, fachadas, mapas de ubicación, videos, fotografías de la vivienda y de los espacios que forman parte del conjunto habitacional; todos estos embellecidos con colores intensos que resaltan no solo en las construcciones, sino también en las áreas verdes, la vegetación, el azul del cielo y, en general, en el paisaje que conforma el conjunto habitacional.



Imágenes 1-4. Fuente: *Tu nuevo Hogar al mejor precio por m<sup>2</sup>*. 2: 18 min, [Vídeo]. <http://hogaresherso.com.mx/>

Esta trama de imágenes muestra además a familias conviviendo, padres e hijos abrazándose, sonriendo felices, niños jugando, jóvenes y adultos paseando, todos ellos disfrutando de los equipamientos y del espacio público, entre otras imágenes que fortalecen los discursos de los textos y relatos que, a la vez, son retroalimentados con las imágenes. Así, en la divulgación y apropiación de este intercambio y fortalecimiento mutuo de imágenes y textos se impulsa el imaginario de la casa como una herramienta

muy eficaz usada por los promotores inmobiliarios para convencer a sus clientes potenciales de comprar una vivienda y, con ello, tener la posibilidad de disfrutar un estilo de vida sustentable, un estatus social y una mejor calidad de vida, entre otras promesas (Espinosa, Vieyra y Garibay, 2015; Lindón, 2007, 2008, 2012). El incumplimiento de dichas promesas hace evidente la falta de coherencia entre los discursos de promoción y las prácticas de las inmobiliarias<sup>5</sup>. Por ejemplo, en el caso del discurso promocional de Hogares Herso, la empresa trata de difundir una inminente preocupación por el cuidado del medio ambiente y el bienestar de quienes serán sus clientes. Sin embargo, los hechos evidencian otro proceder, pues además de que el proyecto no facilitó concretar una nueva forma de habitar la ciudad, tampoco logra crear un nuevo código de conducta, ni una nueva cultura ciudadana, ni el entorno de seguridad que prometían para sus residentes (Ver Tablas 1a y b)<sup>6</sup>.

Por tanto, como resultado de la insatisfacción de las necesidades de los habitantes y el incumplimiento por parte de los promotores inmobiliarios de las promesas planteadas en el discurso, se ha instaurado un nuevo imaginario, el de la calidad de vida; manifiesto en la búsqueda de los habitantes que, cotidianamente, llevan a cabo estrategias, prácticas y acciones para satisfacer las necesidades de habitar en un entorno que no cuenta con los servicios y equipamientos que ellos consideran suficientes (Espinosa, 2018).

El imaginario de la calidad de vida se concibe así como un mecanismo de resistencia de los habitantes ante la pérdida de anclaje territorial a su entorno habitacional y la falta de apego a su vivienda, lo que atenta contra su calidad de vida. El imaginario de la calidad de vida está vigente, en constante reconstrucción, y forma parte del habitar cotidiano en las periferias metropolitanas. Es un imaginario que se constituye como un proyecto que se mantiene en la esperanza por tener una vida mejor –una búsqueda que nunca termina–, porque, aunque se logran salvar algunos de los obstáculos que implica vivir en un entorno que no resulto ser lo que se esperaba, surgen nuevos inconvenientes, al igual que nuevos objetivos y retos que se presentan con el tiempo (Espinosa, 2014b).



Imágenes 5-6. Izqda.: Geo te amarga la vida (<http://cronicadexalapa.com/profecosancionara-casasgeo-y-homex/>); dcha.: viviendas abandonadas y saqueadas (<https://www.eluniversal.com.mx/estados/homex-la-quebra-que-pego-miles-de-mexicanos>).

<sup>5</sup> El Big Data. (2018, 23 noviembre). *Las 7 bajezas que hizo Casas Geo en México antes de quebrar* -<https://elbigdata.mx/mexico/las-7-bajezas-que-hizo-casas-geo-en-mexico-antes-de-quebrar/>

<sup>6</sup> La voz de Michoacán (2018, 7 agosto). Villas del Pedregal, entre la anarquía y la inseguridad. <http://www.lavozdemichoacan.com.mx/morelia/villas-del-pedregal-entre-la-anarquia-y-la-inseguridad/>  
 MiMorelia.com (2018a, 24 enero). Gobierno municipal actuará jurídicamente contra Grupo Herso. <https://www.mimorelia.com/gobierno-municipal-actuara-juridicamente-grupo-herso/>  
 MiMorelia.com (2018b, 07 noviembre). Municipio revisará factibilidad de crecimiento y servicios en Villas del Pedregal. <https://www.mimorelia.com/municipio-revisara-factibilidad-de-crecimiento-y-servicios-en-villas-del-pedregal/>  
 MiMorelia.com (2018c, 28 diciembre). Villas del Pedregal podría independizarse de Morelia. <https://www.mimorelia.com/villas-del-pedregal-podria-independizarse-de-morelia/>  
 Monitor Expreso (2016, 25 febrero). Constructora deja sin agua a cientos de familias en Fraccionamiento Villas del Pedregal. <https://www.monitorexpresso.com/constructora-deja-sin-agua-a-cientos-de-familias-en-fraccionamiento-villas-del-pedregal/>  
 Quadratin. (2017, 30 marzo). Sin fecha, solución a desabasto de agua en Villas del Pedregal. <https://www.quadratin.com.mx/principal/sin-fecha-solucion-a-desabasto-agua-en-villas-del-pedregal/>  
 Cuarto Poder Michoacán. (2018, 19 enero). “Revientan” casa en Villas de Pedregal; decomisan media tonelada de marihuana. <https://cuartopodemichoacan.com/revientan-casa-en-villas-de-pedregal-decomisan-media-tonelada-de-marihuana/>



Así que, al hablar de imaginarios, no estamos hablando sólo de “las imágenes de lo real”, de “lo evidente”, sino también de “lo percibido”, de lo que “pudo ser” y de lo que “puede ser” (Castoriadis, 1993). Si en el discurso de promoción inmobiliaria lo que “puede ser” se difunde eficazmente, será un gran estímulo para que los futuros clientes crean en las promesas que ofrecen las inmobiliarias, y así, decidan comprar la vivienda. El discurso promocional usado por las inmobiliarias vende un proyecto de vida futuro, de llegar a ser alguien por medio de tener una vivienda. Por ello, aunque la vivienda no tenga las características que ellos se imaginaron, o el desarrollo habitacional este todavía en proceso de construcción, muchos de los compradores tendrán la esperanza de que sus expectativas podrán ser cumplidas en algún momento, lo que les permitiría progresar, capitalizarse, integrarse a la sociedad, forjar un patrimonio familiar y, con todo ello, tener la posibilidad de obtener la calidad de vida que buscan.

Ante esto, se enfatiza que los imaginarios forman parte importante de la vida social individual y colectiva, ya que son referencia de orientación para la acción de los sujetos y la sociedad; puesto que los imaginarios los conducen, orientan, y proyectan hacia el futuro desde la construcción social del lugar (Armando Silva, 2013). De manera que, abordar el estudio de los imaginarios de la casa y de la calidad de vida nos permite comprender cómo los habitantes valoran sus experiencias, su presente, cómo se preparan para el futuro, además ayudan a conocer sus expectativas de habitar en las periferias metropolitanas, y con ello dilucidar alternativas políticas más cercanas a la realidad social, que favorezcan el mejoramiento de la calidad de vida.

## Conclusiones

Al analizar los discursos de promoción inmobiliaria que se difunden por diferentes medios de comunicación, donde se exalta la importancia de tener una vivienda en un entorno seguro, dotado de los equipamientos y servicios necesarios para cumplir con las expectativas de vivir con comodidad, en armonía, paz y tranquilidad en compañía de la familia, se concluye que los discursos devienen en la construcción del imaginario de la casa. Este imaginario se constituye con lo que ha representado, representa y podría representar la casa en la vida de las personas. Así, el imaginario de la casa incluye toda experiencia negativa y positiva relacionada con la factibilidad, dificultad, e incluso imposibilidad, de realizar en las viviendas y entornos habitacionales donde se ha vivido a lo largo de su vida, ciertas prácticas y actividades, esto por estar condicionadas por la ubicación del entorno habitacional, el déficit de ciertos equipamientos y servicios, la inseguridad, entre otras condiciones relacionadas también con la vivienda, sus dimensiones, el hacinamiento, las posibilidades de ampliarla, remodelarla, etc.

Por su parte, el imaginario de la calidad de vida se constituye en la prolongación articulada del imaginario de la casa, cuando las condiciones de esta y el contexto habitacional donde se reside no logran cumplir con las expectativas del habitante (expectativas influenciadas por los discursos de promoción). Ante esto, el habitante se conflictúa en la relación ser-tener; es decir, entre quien el sujeto aspiraba a ser, y que al tener su vivienda no siente haber logrado. Asimismo, este imaginario se alimenta de las prácticas y estrategias de los habitantes para satisfacer sus necesidades y sortear los obstáculos e inconvenientes que se le presentan en el habitar cotidiano, los cuales influyen sus percepciones sobre su calidad de vida. En este contexto, damos cuenta de que el imaginario de la casa no termina en obtenerla, sino que forma parte de la experiencia de habitarla, y es ahí, en el habitar en la vivienda, donde los imaginarios de la casa y de la calidad de vida se integran, ambos están vigentes, y son parte de la vida de los habitantes de gran parte de las periferias metropolitanas en México.

Finalmente, queda por subrayar que la incorporación de los imaginarios a los estudios metropolitanos es un gran acierto, ya que su análisis posibilita la comprensión, por un lado, del sentido que toma en la vida de los habitantes el desear una casa, sus estrategias para obtenerla, así como el aprender a habitarla (Yi-Fu

Tuan, 2007); y por otro, de los fundamentos y lógicas que guían a las empresas inmobiliarias en sus prácticas e intervenciones de producción de vivienda y de expansión territorial. El conocer cómo se construyen simultánea y recíprocamente los imaginarios de la casa y de la calidad de vida, desde los actores con sus diferentes roles y visiones, es clave para la implementación de políticas urbanas inclusivas y consustanciales al mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes.

## Bibliografía

- Ábalos, Iñaki (2005). *La buena vida: Visitas guiadas a las casas de la modernidad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Allardt, Erik, y Uusitalo, Hannu (1972). Dimensions of welfare in a comparative study of the Scandinavian societies. *Scandinavian Political Studies*, 7(A7), 9 – 27
- Álvarez Bové, Romina (2015). *Construcción de imaginarios urbanos del habitar. Caso de la revista Vivienda y Decoración, Santiago de Chile*. Tesis para optar al grado de Magíster en Hábitat Residencial. Universidad de Chile. <http://repositorio.uchile.cl/handle/2250/130342>
- Bachelard, Gaston (2000). *La poética del espacio*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Berdoulay, Vincent (2012). El sujeto, el lugar y la mediación del imaginario. En Alicia Lindón y Daniel Hiernaux (dirs.), *Geografías de lo imaginario* (pp. 49-65). Barcelona: Anthropos/México: UAM-Iztapalapa.
- Blunt, Alison, y Dowling, Robyn (2006). *Home (Key ideas in Geography)*. Londres: Routledge.
- Campos Medina, Luis y Álvarez Bové, Romina (2015). La mecánica de producción de los imaginarios urbanos: dos ejemplos de investigación para el caso de Santiago de Chile. *Revista de Urbanismo*, 33, 87-103.
- Castoriadis, Cornelius (1993). *La institución imaginaria de la sociedad*. Barcelona: Tusquets.
- Claval, Paul (2012). Mitos e Imaginarios en Geografía. En Alicia Lindón y Daniel Hiernaux (dirs.), *Geografías de lo imaginario* (pp. 29-48). Barcelona: Anthropos/México: UAM-Iztapalapa.
- Collignon, Béatrice. (2010). De las virtudes de los espacios domésticos para la geografía humana. En Alicia Lindón y Daniel Hiernaux (dirs.), *Los giros de la Geografía Humana. Desafíos y horizontes* (pp. 201-215). Barcelona: Anthropos/ México: UAM-Iztapalapa
- Duhau, Emilio, y Giglia, Ángela (2008). *Las reglas del desorden: habitar la metrópoli*. México: Siglo XXI, UAM-Azcapotzalco.
- Espinosa Ortiz, Fabricio (2014a). Hacia la ciudad moderna: la primera colonia de la ciudad de Morelia. En Roberto Goycoolea (ed.), *Modernidades ignoradas. Indagaciones sobre arquitectos y obras (casi) desconocidas de la arquitectura moderna* (pp. 123-136). Alcalá de Henares, Madrid: Universidad de Alcalá/Puebla de Zaragoza: Red Nacional de Investigación Urbana.
- Espinosa Ortiz, Fabricio (2014b). Aproximación teórica al concepto de calidad de vida. Entre las condiciones objetivas externas y la evaluación subjetiva de los individuos. *Revista de Antropología Experimental*, 14(23), 331-347.
- Espinosa Ortiz, Fabricio (2015). *Vivienda de interés social y calidad de vida en la periferia de la ciudad de Morelia, Michoacán*. México: PUEC, UNAM, Infonavit.
- Espinosa Ortiz, Fabricio; Vieyra, Antonio, y Garibay, Claudio (2015). Narrativas sobre el lugar. Habitar una vivienda de interés social en la periferia urbana. *Revista INVI*, 84(30), 59-83
- Espinosa Ortiz, Fabricio (2018). El Imaginario suburbano como el ideal de vida y la ciudad de las promesas incumplidas. *Imagonautas. Revista Interdisciplinaria sobre Imaginarios sociales*, 11, 178 -196
- García Ramon, Maria Dolors (1999). Canvi o continuïtat en la geografia cultural? Notes a l'entorn de Cultural Turns/Geographical Turns. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 34, 135-140.
- Harvey, David (2008). *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Hiernaux, Daniel (2008). Geografía objetiva versus geografía sensible: trayectorias divergentes de la geografía humana en el siglo XX. *Revista da ANPEGE*, 4, 29-45.

- Lindón, Alicia (2005). El mito de la casa propia y las formas de habitar. *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 194(20). <http://www.ub.edu/geocrit/sn/sn-194-20.htm>
- Lindón, Alicia (2006a). Del suburbio como paraíso a la espacialidad periférica del miedo. En Alicia Lindón, Miguel Ángel Aguilar y Daniel Hiernaux (coords.), *Lugares e imaginarios en las metrópolis* (pp. 85-106). Barcelona: Anthropos/México: UAM-Iztapalapa.
- Lindón, Alicia (2006b). La casa bunker y la deconstrucción de la ciudad. *Liminar: Estudios Sociales y Humanísticos*, 4(2), 18-35.
- Lindón, Alicia (2007). El imaginario suburbano americano y la colonización de la subjetividad espacial en las periferias pauperizadas de la ciudad de México. *L'Ordinaire Latinoamericain*, 207, 117-138
- Lindón, Alicia (2008). El imaginario suburbano: los sueños diurnos y la reproducción socioespacial de la ciudad. *Iztapalapa. Revista de Ciencias Sociales y Humanidades*, 64-65(29), 39-62.
- Lindón, Alicia (2012). ¿Geografías de lo imaginario o la dimensión imaginaria de las geografías del Lebenswelt? En Alicia Lindón y Daniel Hiernaux (dirs.), *Geografías de lo imaginario* (pp. 66-85). Barcelona: Anthropos/México: UAM-Iztapalapa.
- Lindón, Alicia, y Hiernaux, Daniel (2012). Renovadas intersecciones: la espacialidad y los imaginarios. En Alicia Lindón y Daniel Hiernaux (dirs.), *Geografías de lo imaginario* (pp. 9-28). Barcelona: Anthropos/México: UAM-Iztapalapa.
- Lindón, Alicia, y Hiernaux, Daniel (2010). Una geografía dando giros... A manera de introducción. En Alicia Lindón y Daniel Hiernaux (dirs.), *Los giros de la Geografía Humana. Desafíos y horizontes* (pp. 7-20). Barcelona: Anthropos/México: UAM-Iztapalapa.
- Mallett, Shelley (2004). Understanding home: a critical review of the literature. *The Sociological Review*, 52(1), 62-89.
- Mead, George Herbert (1968). *Espíritu, persona y sociedad. Desde el punto de vista del conductismo social*. Barcelona: Paidós.
- Mejía Escalante, Mónica Elizabeth (2009). Del discurso inmobiliario a la habitabilidad del espacio residencial. *Bitácora Urbano Territorial*, 1(14), 45-58.
- Mellado Hernández, Norma (2015). La política de vivienda en las administraciones del Partido Acción Nacional: 2000-2012. En Alicia Ziccardi y Arsenio González (coords.), *Habitabilidad y política de vivienda* (pp. 59-68). México: PUEC-UNAM.
- Merchand Rojas, Marco Antonio (2017). Estado, vivienda de interés social e inmobiliarias en México. *Cuadernos de Vivienda y Urbanismo*, 10(19), 6-21.
- Novick, Alicia (2017). Configuraciones metropolitanas: problemas e instrumentos. En Carlos Fidel y Gustavo Romero. *Producción de vivienda y desarrollo urbano sustentable* (pp. 180-182) México: PUEC -UNAM. Buenos Aires: UNQ, UNGS.
- ONU-HABITAT (2016). *Habitat III. New Urban Agenda*. Nairobi: ONU.
- Ortiz, Víctor Manuel (1984). *La casa, una aproximación*. México: UAM-Xochimilco.
- Pedrotti Carolina (2016). *Calidad residencial y condiciones de producción de la vivienda social promovida por el sector privado. Zona Metropolitana de Toluca, 2001-2011*. México: UNAM-PUEC, INFONAVIT.
- Philo, Chris (1999). Más palabras, más mundos: Reflexiones en torno al 'giro cultural' y a la geografía social. *Documents d'Anàlisi Geogràfica*, 34, 81-99.
- Puebla, Claudia (2002). *Del intervencionismo estatal a las estrategias facilitadoras. Cambios en la política de vivienda en México*. México: El Colegio de México.
- Puebla, Claudia (2010). *El Estado y la promoción inmobiliaria de vivienda en México*. Tesis de Doctorado en Ciencias Sociales. México: UAM-Xochimilco.
- Salazar, Clara Eugenia (2012). Los ejidatarios en el control de la regularización. En Clara Eugenia Salazar (coord.), *Irregular: suelo y mercado en América Latina*. (pp. 265-303). México: El Colegio de México.
- Schteingart, Martha, y Patiño, Luis (2006). El marco legislativo, programático e institucional de los programas habitacionales. En René Coulomb y Martha Schteingart (coords.), *Entre el Estado y el mercado: la vivienda en el México de hoy* (pp. 153-188). México: Miguel Ángel Porrúa, UAM-Azcapotzalco, Cámara de Diputados - LIX Legislatura.

Silva, Armando (2013). *Imaginario, el asombro social*. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

Tuan, Yi-Fu (2007) *Topofilia. Un estudio de las percepciones, actitudes y valores sobre el entorno*. Santa Cruz de Tenerife: Melusina.

Warf, Barney, y Arias, Santa (2008). *The spatial turn: interdisciplinary perspectives*. New York



Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de [Atribución CC 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/). Usted debe reconocer el crédito de la obra de manera adecuada, proporcionar un enlace a la licencia, e indicar si se han realizado cambios. Puede compartir y adaptar la obra para cualquier propósito, incluso comercialmente. Puede hacerlo en cualquier forma razonable, pero no de forma tal que sugiera que tiene el apoyo del licenciante o lo recibe por el uso que hace. No hay restricciones adicionales. Usted no puede aplicar términos legales ni medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier uso permitido por la licencia.