

REPRESENTACIONES DE LAS TORRES DE DEPARTAMENTOS EN LA CULTURA INMOBILIARIA DE BUENOS AIRES DE LOS ÚLTIMOS VEINTE AÑOS, UN ENFOQUE DISCURSIVO

Sandra Inés Sánchez¹
I.S.U.-F.A.D.U.-U.B.A.
CONICET

Introducción

Según el diccionario, “representación” refiere a una “idea que concibe o forma el entendimiento”, aunque a partir de las teorizaciones de Chartier se ha convertido en controvertido objeto de debate según las disciplinas y marcos teóricos de abordaje. Si bien Chartier construyó una historia de las “representaciones colectivas” del mundo social haciendo eje en las diferentes formas a través de las cuales las comunidades, partiendo de sus diferencias sociales y culturales, percibían y comprendían su sociedad y su propia historia, ya desde Durkheim el concepto de “representación social” había surgido como una noción de representación colectiva que trataba el problema de la relación entre una supuesta realidad, su significación, y su imagen. Justamente en el campo filosófico, en donde este concepto ha sido más ampliamente debatido, las posiciones encontradas giraron en torno al cuestionamiento de una realidad ontológica y la intermediación del sujeto que construye el mundo como un mundo de significaciones (Baudrillard, Bourdieu, Wittgenstein).

Las representaciones se configuran en discursos sociales que dan testimonio, unos, de un saber de conocimiento sobre el mundo: otros, de un saber de creencia abarcador de sistemas de valores que los individuos se proveen para juzgar esa realidad, y cumplen un papel identitario, es decir, constituyen la mediación social que permite a los miembros de un grupo edificarse una conciencia de sí y por lo tanto una identidad colectiva. Para Chartier: “no hay prácticas que no se articulen sobre las representaciones por las que los individuos construyen el sentido de su existencia, un sentido inscrito en las palabras, los gestos, los ritos” (Chartier, 1995: 14). Los procesos de identificación

¹ sandrainesanche@gmail.com

remiten a imaginarios colectivos; paraísos deseables de cada subcultura inserta en el universo de una cultura urbana.

Se analizarán las representaciones de las torres de departamentos de Buenos Aires de los últimos veinte años a partir del análisis de los discursos emergentes de los textos (escritos e iconográficos) difundidos en: páginas Web de las empresas inmobiliarias; suplementos de arquitectura de periódicos; avisos clasificados de compra, venta y alquiler; y revistas especializadas con la finalidad de describir sus significaciones y simbolizaciones en cada escenario histórico. Se tendrán en cuenta las representaciones y su relación con la construcción de realidades imaginarias sociales, sus significaciones y simbolizaciones, y la manipulación de imágenes asociadas. En este sentido, se focalizará en las tres funciones sociales de las "representaciones": como formas de organización de los esquemas de clasificación, de acciones y de juicios; como exhibiciones del ser social a través de los rituales, estilizaciones de vida y sus signos simbólicos; y como encarnación de identidades colectivas.

Las torres en el mercado inmobiliario

Desde hace una veintena de años, las torres de Buenos Aires comenzaron a impactar en el medio urbano, en el campo disciplinar, profesional y académico de la arquitectura y en la cultura urbana en general de manera sumamente significativa y fueron cobrando un alto nivel de visibilidad creciente hasta la actualidad. Inicialmente con carácter exclusivo, destinadas a los sectores y grupos sociales de más alto poder adquisitivo. Situadas en los barrios y lugares más valorizados de la ciudad, a partir del año 2002 las torres comenzaron a difundirse de manera extendida en zonas menos valorizadas hasta incorporarse masivamente en el mercado inmobiliario.

Es posible identificar tres momentos claves en la evolución de las torres en la ciudad de estos últimos veinte años. Hacia mediados de la década del ochenta surgieron como contrapunto de las urbanizaciones cerradas (*countries* y barrios privados) de la Región Metropolitana de Buenos Aires y estaban dirigidas al público de mayor poder adquisitivo. En un segundo momento que se extiende hasta la actualidad, se constituyeron como un modelo preferencial de espacio doméstico destacado por la sedimentación de sus características esenciales condensadas en los "*amenities*" (aquellos dispositivos destinados a pasar el tiempo de la manera más amena posible tales como piscina, parrilla, sauna,

solarium), y su difusión extendida hacia barrios menos valorizados (de los *amenities* y las torres). Actualmente se asiste a un agotamiento de la caracterización montada en los *amenities* y a la emergencia preponderante en los emprendimientos más jerarquizados de servicios personalizados relacionados con la recreación y el entretenimiento denominados "*soft amenities*".

I. Torres versus countries: la naturaleza en las ciudades

Un ejemplo del período inicial de las torres de la década del noventa lo constituye la producción del estudio Camps-Tiscornia que con sus torres "con varias tipologías" apuntaban a satisfacer a un usuario multitarget. La "preocupación primordial" del estudio consistía en "obtener departamentos que escaparan a la generalidad del mercado buscando sobre todo soluciones originales en la configuración de los ambientes, y... el concepto de planta flexible". De esta manera este "recurso de diseño" le daba al estudio "la posibilidad de generar en una misma superficie departamentos de distintas características" que respondieran a "diferentes necesidades funcionales". Según los autores "Al presentar las unidades una amplia posibilidad de armados" se creaba "un cambio sustancial en muchas de las relaciones que un emprendimiento de estas características genera". Para ellos resultaba esencial la "lectura unificada del conjunto" y la creación de una imagen "reconocible" en la ciudad que los destacara respecto del contexto. Los "Quartier Demaría", "Quartier de Oro", "Quartier Sinclair" y "Quartier Ocampo" constituyeron un ejemplo paradigmático de este momento inicial pues fueron concebidos como "productos" de una "serie" identificable en el espacio urbano por su proximidad, alturas y alarde tecnológico-constructivo, tal como se los retrataba en una axonometría en un artículo del suplemento de arquitectura de periódico y en donde a través de la forma de representación elegida, se disimulaban las diferencias que existían entre las torres con la finalidad de homologarlas (LN: 1999 a). Las torres por su altura, volumetrías exentas y por las singularidades a medida de la plantas comenzaban a constituirse como un signo de exclusividad en el espacio urbano.

Ya desde mediados de la década del ochenta, las griferías monocomando, pisos de porcelanato, como así también el uso de materiales nobles (mármoles, maderas, cristales) en el área del acceso constituían los dispositivos centrales de jerarquización de una oferta signada por un estándar de baja calidad en las terminaciones y en el diseño. Justamente en este período inicial, aquello que

distanciaba y caracterizaba al fenómeno torre respecto del fenómeno *country* era este despliegue de recursos y que se reflejaba también en la relación entre el terreno libre y la superficie ocupada; a contracorriente de los criterios de rentabilidad aplicados a los departamentos producto de la especulación inmobiliaria.

A partir del año 2000 las torres surgieron como propuestas novedosas de encuentros ficcionales con la "naturaleza". La naturaleza se constituyó en este momento, en un dispositivo proyectado en el "verde", el "sol", el "aire", y en todos los lugares en los que se encontraran espacios libres de construcciones.

En pleno barrio de Núñez, el Complejo Centennial Towers, con sus torres Cielo y Río estaban "entre el cielo y el verde", tenían "visuales al río", y estaban localizadas "... en el límite que, en dicho sector de la ciudad, la Avenida del Libertador establece entre lo construido y el bosque". En la publicación de esta obra, las fotografías de los recién iniciados trabajos de jardinería connotaban ruralidad (LN, 1999 b: 13). Otro caso se localizaba en "pleno centro" de Lomas de Zamora increíblemente "a cielo abierto y con espacios verdes" (LN, 2000: 10). En una obra del estudio Aisenon y Asociados, las "tres torres" estaban "rodeadas de verde" y las imágenes que se publicaban estaban centradas en la piscina para adultos, concebida como "zona de esparcimiento" por excelencia, si bien también se ofrecía "jardín con paseos" y "rotondas interiores" (LN, 2005: 3).

En este contexto, las torres significaban un "estilo de vida distendido y natural" (LN, 1999: 5) emparentado al de los *countries* y barrios privados, aunque con el acento puesto en cierta gestualidad dispendiosa, acorde con un imaginario urbano de total disponibilidad de recursos materiales y de servicios. Entre los detalles caracterizadores de la oferta, casi inmediatamente comenzó a destacarse la piscina, independientemente de la relación proporcional entre la superficie de dicha pileta y la cantidad de habitantes. La pileta comenzó a cobrar entonces un lugar preponderante en el universo simbólico de estos nuevos grupos sociales caracterizados a partir del espacio doméstico, y el modelo ideal consistía en un terreno amplio con piscina en planta baja. Las imágenes difundidas en los suplementos de arquitectura de periódicos las mostraban desde diferentes ángulos y se provocaba el forzamiento del contexto que las rodeaba que quedaba opacado y simulado con falseamientos de perspectivas o puntos de vista inverosímiles que tendían a dar preponderancia a los vacíos por sobre lo construido (LN, 2005: 3). En casos en los que el "sector piscina" se localizaba en la

terrazza, llegaba a disimularse su localización enmascarando los bordes con vegetación (LN, 2000: 10).

A comienzos de los noventa, la amplitud del terreno se perfiló también como un elemento fundamental de jerarquización de cierta oferta localizada en el corredor norte (de Recoleta a Núñez) y luego en la zona de Puerto Madero. Progresivamente, comenzaron a representarse rodeadas de verde simulando surgir de entornos vaciados de arquitectura y con gran presencia de árboles. La amplitud de los terrenos como caracterización central de las torres marcó un ciclo que se cerró con el situado en el predio del ex-albergue Warnes en donde la representación del proyecto muestra las torres emergiendo de un bosque frondoso como parte de la misma naturaleza. Esta imagen se recorta contra un cielo crepuscular que simboliza la versión más perfecta.

En los discursos de los periódicos, a través de las torres se investía al espacio urbano con connotaciones naturales y se apuntaba relativizar la oposición entre la ciudad artificial y los *countries* naturales, a tal punto de comenzar a recibir a partir del año 2002 la denominación de "torres country". Entre "los que se fueron" a los *countries* y barrios privados y los que se quedaron en la ciudad y se trasladaron a las torres existía cierto imaginario de homologación en los estilos de vida.

Ya desde la década del ochenta, vinieron a insuflar cierta oxigenación al enrarecido ambiente de la especulación inmobiliaria, pues se renovaba la índole de las propuestas con estos nuevos sentidos de transformación urbana. Ya se han señalado las torres de Tiscornia y su funcionamiento como "productos" de una "serie", a tal punto que en la axonometría publicada en un suplemento de arquitectura de periódico se las representaba además disimulando sus diferencias. Estas torres construidas en los albores de la década del noventa en la zona norte venían a segmentar la aparente homogeneidad socioeconómica del lugar, representando a partir del espacio doméstico y de manera aparente en el espacio urbano, a los sectores medios altos en ascenso que de esta manera adquirirían una nueva visibilidad; situación inversa a la huida hacia los *countries* y barrios privados que significaba la formación de una pretendida comunidad entre iguales. La visibilidad de las torres, pronto comenzó a ser ampliamente cuestionada y los discursos justificatorios emergentes de los medios (de difusión masivos y especializados) sobre revitalización e inserciones "amigables" en los

barrios apuntaron de manera no del todo convincente a evitar los frenos a su construcción que terminaron en la veda inmobiliaria.

II. Tiempo de amenities

En un segundo momento, la caracterización de las torres se centró en los *amenities*. Bajo la denominación de *amenities* se condensaban todos aquellos dispositivos que facilitaban el transcurso del tiempo de la manera más amena, tales como parrilla, sauna, piscina, salon de usos multiples, microcine etc. y que tiene que ver con instalaciones de uso común antes impensadas en el espacio doméstico.

Estas cuestiones comenzaron progresivamente a cobrar un lugar preponderante en la oferta, a tal punto que en las imágenes difundidas en los *show-rooms* destinados a difundir los emprendimientos el despliegue de los cuerpos en las piscinas y jardines resultaba una alegoría del tiempo de vacaciones. El uso de la mayor parte del terreno libre como camino aeróbico, parrillas, piletas, áreas de juego y deportes, y grandes zonas parquizadas, comenzó también a otorgar un nuevo sentido eminentemente recreativo al espacio doméstico además de implicar despliegues corporales antes impensados, hasta vislumbrarse como sustitutivo de las salidas "al aire libre" pues esencialmente, la propuesta consistía en "gozar del aire libre sin salir de casa".

Comenzaba a vislumbrarse la difusión extendida de las torres hacia otros segmentos inmobiliarios. Entonces, todas las publicidades de los emprendimientos de departamentos fueran torres o no, se centraron en las escenificaciones posibles en torno a los *amenities*, apuntando a condensar ciertos imaginarios de jerarquización social a partir de la adopción de pautas de conducta propias de grupos y clases superiores y que evidenciaba disociaciones cada vez más profundas entre el grupo de procedencia y de referencia. El evento nocturno en torno a la pileta y el ritual del acceso enfatizado con una dársena sobre-diseñada constituyen las representaciones más recurrentes en los emprendimientos menos valorizados.

Debido a su repetición en múltiples copias y en lugares diversos, la caracterización basada en los *amenities*, a medida que se difundía, se trivializaba y desgastaba conjuntamente con la disolución de sus valores éticos de disfrute del aire libre y estéticos de amplios despliegues corporales, y debilitó su fuerza inicial pues su sentido de exclusividad se había expresado por completo y agotado.

III. Tiempo de servicios sofisticados: los soft-amenities

En el 2007, la titular de una importante empresa de desarrollo inmobiliario señalaba que se iba a abandonar el término de *amenity*, pues estaba “pensado para un público de clase media”, para concentrarse “en otro tipo de amenidades más privadas, para cada usuario en su unidad” identificadas como *soft-amenities*. Una vez afianzados los simulacros de pertenencia a los grupos y sectores más elevados, comenzaban a ponerse en marcha mecanismos más sutiles, discursivos de diferenciación sociocultural asociados a las categorizaciones.

Los *soft-amenities* surgidos y consolidados en los *countries* y barrios cerrados, abarcan desde “actividades deportivas, recreativas y personal doméstico”, son gestionados por “empresas especializadas”, y se planifican desde “el proyecto arquitectónico” (Lachman, 2007: 19). Si bien se oponen al *hard* de los *amenities* y no están centrados en las estructuras materiales, en algunos casos por la magnitud de los servicios prestados trascienden al mismo emprendimiento para convertirse en servicios extensivos a agrupaciones mayores de *countries* y barrios privados asociados por intereses comunes y que pueden redundar en deportes acuáticos, hípicas, etc.²

En los *countries* y barrios privados comenzaron básicamente como una estrategia que apuntaba a motorizar los ámbitos de la sociabilidad en los primeros momentos y así construir un imaginario de barrio en funcionamiento. Pero esta organización de actividades deportivas y recreativas al extenderse de manera compartida, lejos de implicar una mayor apertura a la sociabilidad significa cierta formación de áreas claustrales con diferentes niveles de acceso que en algunos casos complejiza aún más la sociabilidad aún para los habitantes del mismo emprendimiento.

Los *soft-amenities* trasladados a las torres devienen en variados servicios de *Power station*, mucama, masajes de todo tipo, entrenadores de tenis, profesores de música, sala de grabaciones y apuntan a mediatizar la gestión directa con el personal de servicio y a una tercerización con el objeto de un mayor control social de los empleados. En las torres con alto grado de definición del target, como las

² En Terravista se aumentó “... la cantidad de canchas de fútbol para dar cabida a la intensa competencia *inter-countries*” si bien el área de deportes está “ubicada en la entrada de modo que los deportistas de otros barrios no tengan que circular por la zona residencial” (Clarín, 2007: 23).

del grupo Town House, los *soft-amenities* estallan en una amplia variedad de servicios tal como el "guest room", "business room", "salón de encuentro", "sala multimedia", "sala de relax", "salas de exposiciones". Estos nuevos servicios que fluctúan entre los dominios público y privado indican un alto grado de estratificación de los espacios destinados a la sociabilidad o al uso comunitario, y el desplazamiento de instancias de articulación social que antes se llevaban a cabo en la ciudad, hacia el centro del mismo emprendimiento, además de profundas transformaciones en los modos de habitar el espacio doméstico. Esta sustancial apertura del emprendimiento a la sociabilidad externa, cobra sentido y significado solo en un contexto grupal homogéneo en el que ficticiamente se privilegia lo sociocultural por sobre lo económico.

En los emprendimientos más jerarquizados, al cobrar una máxima preponderancia los espacios de uso común, el espacio doméstico expulsa los rituales de sociabilidad y se vacía de sus sentidos tradicionales. Algunos *soft-amenities* resultan intentos de incorporar sociabilidades antes desplegadas en el espacio público urbano y que ponen en crisis el carácter de encierro por la mayor permeabilidad a la que conllevan. Paradójicamente, a través de las representaciones escenificadas de los espacios de uso común, en los emprendimientos emblemáticos se exaltan los valores de la soledad, la quietud y el aislamiento.

De todas maneras, en la oferta actual de avisos clasificados de periódicos la representación de la piscina sigue teniendo gran preponderancia, aunque paradójicamente surgen de manera sintomática, otros problemas nucleares derivados de la convivencia de grupos sociales y étnicos de origen diverso en espacios que en principio, no resultan de proporciones adecuadas al núcleo de habitantes. Estas cuestiones ya comenzaron a verse reflejadas en los emprendimientos del año 2006, en los que se detallaba específicamente la cantidad de personas y de departamentos, y que se acompañaban con una mayor especificación del "target" con detalles en cuanto a profesiones, ocupaciones y preferencias culturales.

Cierto falseamiento en las maneras de representar también aparece en los interiores y como reflejo de la falta de propuestas novedosas en cuanto a superficies, materiales, etc. y asimismo en la relación de la torre respecto del contexto circundante del cual se producen rotundas abstracciones (vaciamientos edilicios, sobreabundancia de vegetación, árboles, etc.).

Otra característica asociada a los *soft-amenities* es la distensión. Frente al intenso despliegue corporal de los *amenities*, las nuevas torres de Town House, o la Dosplaza de Caballito (ver figura 1), constituyen un “elogio de la lentitud”, de la inacción, consagran el espacio doméstico como espacio improductivo, y entran en resonancia con un nuevo discurso global emergente que tiene como mentor a Honoré y su best-seller *Elogio de la lentitud*, que trata sobre la reducción de la velocidad en la vida de las metrópolis y con Platón, quien concebía como forma superior del ocio permanecer inmóvil y receptivo al mundo.

Los *soft-amenities* destinados al disfrute personal representan la exaltación del grado cero de la velocidad posible en el espacio doméstico y también una puesta en crisis de los parámetros de jerarquización social que se desplazan del consumo de bienes materiales hacia el consumo de servicios. Justamente la domótica exalta esta actitud al señalar la posibilidad que brinda este servicio de almacenar y disponer un archivo virtuales de imágenes digitalizadas, música, entretenimientos y películas o series favoritas y que brinda además un plus de ahorro de energía y prescindencia de horas-hombre en el cuidado del espacio doméstico.

A partir de los *soft-amenities*, también los rituales que consagran el espacio doméstico (como los de la alimentación y de la limpieza) se transforman sustancialmente. El “servicio de cuarto”, y “conserjería” junto con el de “mucama” y el “bar-chill-out”, resultan asimilables con los de hotelería y comienzan a connotar al espacio doméstico como un espacio autónomo y autosuficiente, pues su gestión está estipulada ya desde los primeros pasos del proyecto y conforma una parte central en la oferta: “... un servicio diferencial en su unidad relacionado con el control computarizado de todas las funciones del hogar. Por ejemplo, que cada cocina tenga una máquina que prepare automáticamente el capuchino o un jugo de naranja a la mañana”.

Estos discursos que se despliegan en un marco de exaltación de los aspectos tecnológico-constructivos connotan autonomía y autosuficiencia. En un emprendimiento del grupo Town House resulta sintomática la imagen de una inactiva mujer en el living del departamento. En otras representaciones, una mujer registrada desde diferentes posiciones y ángulos de enfoque, en una hamaca paraguaya lee plácidamente un libro de hojas maltratadas, que denotan su persistente abandono en el tiempo. En las imágenes las personas aparecen

veladas, evanescentes como si se quisiera disimular la presencia que rompe con la inercia de una temporalidad suspendida.

Estas actitudes contemplativas resultan posibles en un contexto caracterizado por la ausencia de tensiones y que se respalda en las virtudes de la "inteligencia edilicia" o "domótica" en donde esta tecnología de avanzada se articula y entra en resonancia con todo tipo de necesidades atinentes a los ciclos naturales, sensaciones, sentimientos y emociones. La empresa Broken Mind destaca la posibilidad de preparar lumínicamente una escena romántica, activar las hornallas y el jacuzzi estando en la oficina o "camino a casa". La finalidad principal de esta concepción consiste en el escamoteo del tiempo dedicado a las actividades más automáticas para rentabilizarlo en aquellas mayormente representativas de estos nuevos modos de vida. De ahí que resulten sintomáticas algunas imágenes que transmiten cierto malestar por la expectativa que generan. Los personajes aparecen expectantes pero con gestos casi de desgano, como reponiendo fuerzas para sostener el aburrimiento del paso del tiempo de manera inactivo.

Si se tiene en cuenta que la cultura es eminentemente ritualizada, que el espacio doméstico concebido esencialmente como "un lugar en el mundo" se ha constituido desde siempre como un lugar sagrado y consagrado a través de rituales como los de la alimentación, la limpieza, el guardado y el orden (por citar algunos relevantes), en las nuevas torres, el énfasis puesto en lo gestual (gestualidad de distensión, de disfrute, de contemplación) resulta fundamentalmente sintomático de profundas transformaciones culturales, pues los gestos, relacionados con cuestiones automáticas contagian de significado y sentido en un nivel superficial de la cultura aunque con la misma fuerza constitutiva que los rituales anclados en la profundidad de la misma. En el contexto de una cultura eminentemente gestual las torres emergen como su sintomatología más evidente.

De todos los emprendimientos posibles los del grupo Town House se destacan por la centralidad que cobran lo efímero y gestual más superficial de la cultura en la definición del estilo de vida. En Town House 11 de Septiembre se enfatiza en un estilo de vida puramente hedonista que eclipsa todos los modos de habitar posibles. El espacio doméstico está ambientado con objetos descontextualizados y recontextualizados a partir de generar artificialmente una imagen de conjunto por cromatismo con predominancia del blanco como

referente minimalista más puro. Dicho cromatismo diluye las diferenciaciones de texturas, temporales, históricas y dimensionales convirtiendo el conjunto en una homogeneidad, y sin tensiones por competencia en el sentido de la relevancia de unos objetos sobre otros. Se legitima de esta manera la composición de un conjunto como pura y sobreabundante disposición de objetos. En este caso, lo gestual cobra total relevancia y se traslada a todos los ámbitos posibles funcionales y espaciales, que atraviesan los cuerpos, y signan en estas uniones superficiales los procesos más eficientes y masivos de homogeneización sociocultural (ver figura 2).

Las torres pugnan por constituirse emblemáticas y por hacer evidente estilos de vida que se pretenden exclusivos y diversos y que se agotan en simples gestos y relatos ficcionales enraizados en una cultura concebida como simulacro. Dirigidas fundamentalmente al segmento etario de hasta treintacinco años que protagonizan todas las escenificaciones, sellan con su protagonismo un modelo cultural de instantáneo "mundo feliz" desplegado superficialmente y que se desprenderse de los rituales esenciales a la cultura (al menos occidental) simulando fundar una nueva civilización que comienza a orientar sus preferencias hacia la prescindencia de los bienes materiales, si bien esencialmente encuentra su anclaje en una amplia variación de sofisticados servicios y manipulaciones simbólicas que instauran una nueva forma de consumo.

BIBLIOGRAFÍA

"Departamentos a medida", *LN, Sección 5*, 29/12/1999a.

"En Lomas de Zamora a cielo abierto y con espacios verdes. Un edificio con servicios comunes en pleno centro", *La Nación, Sección 5*, 13/12/2000, p. 10.

"Espacios funcionales", *La Nación, Sección 5*, 276, 14/7/1999, p. 5.

"Proyectos del 2000. Viviendas entre la ciudad y el bosque", *La Nación, Sección 5*, 15/12/1999b, 298, p. 13.

"Sumar servicios. Los *soft-amenities* se consolidan en *countries* y barrios cerrados. Abarcan actividades deportivas, recreativas y personal doméstico. Los gestionan empresas especializadas", *Diario de Arquitectura, Clarín*, 24/4/2007, p. 23.

"Tres torres rodeadas de verde. El proyecto y la dirección son del estudio Aisenson y Asociados de vasta trayectoria", *La Nación*, Sección 5, 10/4/2005, p. 3.

ARIZAGA, Cecilia, *El mito de la comunidad en la ciudad mundializada. Estilos de vida y nuevas clases medias en urbanizaciones cerradas*, Buenos Aires, Ediciones El cielo por asalto, 2005.

CHARTIER, Roger, *Sociedad y escritura en la edad moderna*, México, Instituto Mora, 1987.

LACHMAN, Marcela, "Los amenities que vienen. Cómo es el nuevo concepto de servicios que ofrecerá Zencity, un nuevo emprendimiento en Dique 1, Puerto Madero. La discusión sobre el código", *Diario de Arquitectura, Clarín* 3/7/2007, p. 19.

FIGURA 1. Publicidad del emprendimiento Dosplaza, publicado en el suplemento *Propiedades* del diario *La Nación* (26/4/2008).



FIGURA 2. Imágenes publicadas en la página web de Town House.

