

## ‘Vías de tren, cauces de prosperidad’: el caso de Ciudad Valdeluz<sup>1</sup>

### ‘Train tracks, channels of prosperity’: The case of Ciudad Valdeluz

Jesús Sanz Abad

Universidad Complutense de Madrid  
[jsanzaba@hotmail.com](mailto:jsanzaba@hotmail.com)

**Resumen.** Ciudad Valdeluz es una ciudad de nueva planta ubicada en torno a la estación del tren de Alta Velocidad de la línea Madrid-Barcelona, planificada para albergar en un futuro a una población de 30.000 habitantes que, como dice la publicidad, “*empezarán a vivir en una nueva ciudad*”. En este artículo se busca reflexionar sobre diferentes aspectos relacionados con el papel de la ciudad en la sociedad postindustrial a partir del modo en que se presentaba en la publicidad la creación de esta ciudad y de las imágenes que se proyectaban de este conjunto residencial. Así, el texto hace un repaso sobre aspectos como la importancia otorgada a la conectividad, el modo en que las categorías de espacio y tiempo son objetivadas, las estrategias urbanísticas utilizadas en la negociación del espacio, las consecuencias de la fragmentación del espacio urbano o las lógicas de distinción, estratificación y socialización que se establecen en la ciudad.

**Palabras clave.** Sociedad postindustrial, conectividad, antropología urbana, estilo de vida, nueva ciudad, planificación integral.

**Abstract.** Valdeluz City is a new town located around a train station of the high-speed line Madrid-Barcelona. It is planned to host a population of 30,000 inhabitants in the future who, according to the publicity, “*will begin to live in a new city*”. This article seeks to reflect upon how the advertising treated the creation of the city, and the images projected about this residential complex, offers information about different aspects related to the city’s role in the post-industrial society. Thus, the text gives an overview on issues such as the emphasis on connectivity, the way that the categories of space and time are objectified, urban planning strategies used in the negotiation of space, the consequences of fragmentation of urban space or the logic of differentiation, stratification and socialization that are established in the city.

**Keywords.** Postindustrial society, connectivity, urban anthropology, lifestyle, new city, comprehensive planning.

*“Hoy es el primer día de muchas cosas, de paisajes nuevos, más tranquilos, donde las prisas pasan de largo. Hoy es el día donde se crea una ciudad”.*

Así se presenta en su publicidad, con un carácter casi demiúrgico, Ciudad Valdeluz, un conjunto residencial planificado en sus inicios para levantar desde la nada 9.500 viviendas y acoger a una población de más de 30.000 habitantes. Este conjunto residencial se alza en torno a la estación de tren Guadalajara-Yebes de la Línea de Alta Velocidad Madrid-Barcelona, en un páramo que previamente no tenía ningún tipo de urbanización. Dicho lugar se encuentra a ocho kilómetros de Guadalajara y sesenta de Madrid por autopista y, cuando fue planificado, basaba en gran medida sus expectativas de crecimiento (aunque no únicamente) en la instalación de trenes-lanzadera que a través de la Línea de Alta Velocidad, posibilitasen la conexión con Madrid en un tiempo estimado de veinticinco minutos.

Este ambicioso proyecto presenta muchas facetas y no ha estado exento de polémica desde su gestación<sup>2</sup>. Pero más allá de las controversias existentes en torno al mismo, el

<sup>1</sup> El título de este ensayo está recogido de un vídeo promocional de Ciudad Valdeluz, como la gran parte de los epígrafes recogidos en el texto.

<sup>2</sup> Internet está plagado con opiniones, valoraciones, informaciones y críticas de la operación urbanística que permitió recalificar los terrenos aledaños a la estación y del proceso que llevó a elegir este lugar alejado del casco urbano de Guadalajara como espacio donde ubicar la estación de tren. Dado que, lógicamente, la finalidad de esta comunicación no es la de valorar este asunto, únicamente citaré como ejemplo el artículo aparecido en el Diario El País el 4 de Diciembre de 2005, que puede visitarse aquí: [http://www.elpais.com/articulo/portada/Valdeluz/nueva/urbe/calor/AVE/elpdmpor/20051204elpdmpor\\_2/Tes](http://www.elpais.com/articulo/portada/Valdeluz/nueva/urbe/calor/AVE/elpdmpor/20051204elpdmpor_2/Tes). De la misma forma, a raíz de la crisis inmobiliaria iniciada en el año 2008, diferentes medios, tanto nacionales como

caso de Ciudad Valdeluz es sumamente interesante para realizar una reflexión sobre las imágenes, representaciones y valores que, por medio de la publicidad, se vierten sobre dicho Plan de Actuación Urbanística (en adelante P.A.U.) y sobre aquello que se presenta como “*un nuevo concepto de vida*”<sup>3</sup>. Igualmente, el análisis de esta ciudad es un buen punto de partida para reflexionar sobre algunos aspectos fundamentales en el estudio de la ciudad en la sociedad postindustrial.

Para esta reflexión estructuraré este artículo en dos grandes niveles de análisis. En un primer bloque analizaré algunos aspectos generales de este conjunto residencial: su contexto geográfico, la importancia de la conectividad con la metrópoli y la objetivación que se da de las categorías espacio y tiempo en dicha ciudad a través de la publicidad. Por su parte, en la segunda parte me centraré en aspectos de tipo intraurbano como las estrategias arquitectónicas que se dan para la negociación del espacio, las lógicas de sociabilidad existentes en la ciudad, las imágenes que crean y recrean la ciudad o la caracterización del ‘estilo de vida’ que ofrece y promueve Ciudad Valdeluz.

En cuanto a la metodología, hay que señalar que, como principal fuente de información y análisis, utilizaré diferente material publicitario existente sobre la ciudad como folletos, carteles publicitarios o vídeos editados por la empresa promotora de este conjunto residencial. Ello se debe a que me interesa abordar, sobre todo, las representaciones e imágenes que se vierten sobre un conjunto residencial que es presentado por los promotores como una ‘ciudad ideal’ creada desde cero en la que ‘empezar a vivir’. Finalmente, para completar esta información me baso en diversos artículos, noticias de prensa y en diferentes blogs que contienen información sobre este conjunto residencial – tanto partidarios como críticos–, así como en algunas conversaciones informales mantenidas con algunos vecinos de Valdeluz mientras visitaba esta ciudad.

## “Hoy es el día en que se crea una nueva ciudad”

### El contexto geográfico de Ciudad Valdeluz y sus repercusiones

El contexto geográfico en el que se ubica este nuevo P.A.U. ha venido a reforzar la fuerte dualidad existente en la provincia de Guadalajara. Esta provincia presenta una zona con un fuerte crecimiento poblacional (la más cercana a Madrid) que abarca el 10% del territorio y cerca del 85% de la población –el Corredor del Henares y algunas zonas aledañas–, frente a la existencia de pequeños municipios y una escasa densidad poblacional en el resto de la provincia.

Esta dualidad se ve favorecida por varios factores que actúan como fuerzas centrífugas de este crecimiento poblacional. Así sucede con la actuación de las deseconomías de

---

internacionales (por ejemplo, Le Monde Diplomatique), se han fijado en Ciudad Valdeluz como símbolo del urbanismo desaforado practicado en los años del boom económico hasta el punto de haberse caracterizado este conjunto residencial como una “ciudad fantasma”. Como ejemplo citaré el artículo aparecido en el Diario Público el 2 de Noviembre de 2008 que puede visitarse aquí: <http://www.publico.es/espana/170299/calles-sin-gente>

<sup>3</sup> Las citas en cursiva y entrecomilladas están sacadas de la publicidad de dicha ciudad.

aglomeración que se producen en áreas ya saturadas como consecuencia de la existencia del continuo urbano industrial –con efectos como el aumento de la congestión o del coste del precio del suelo–, o con la existencia de áreas deprimidas de dispersión caracterizadas por la inactividad económica.<sup>4</sup> En este contexto, los menores costes de implantación y las buenas comunicaciones, unido al coste de viviendas de la Comunidad de Madrid, favorece la existencia de nuevas áreas de aglomeración como sucede en la zona en la que se encuentra Ciudad Valdeluz.

En el caso del Corredor del Henares y de las zonas aledañas, además, este crecimiento se ha producido en la gran mayoría de los casos de manera espontánea y polarizada sin responder a una planificación premeditada y basándose únicamente en factores exógenos a la economía local. Así, en el caso concreto de la zona estudiada, la dinámica más extendida ha sido la de contar con una iniciativa pública que “*va parcheando con servicios mientras se limita a contemplar y bendecir*” a la iniciativa privada (Martín Bueno y García Pérez, 2005, p. 29), en un proceso en el que hasta hace muy poco no había ningún tipo de planificación supramunicipal sobre la zona<sup>5</sup>.

En este contexto, el caso de Valdeluz ha supuesto un caso extremo, aunque guarda algunas peculiaridades y diferencias respecto a otras actuaciones urbanísticas realizadas en la zona geográfica donde se ubica. Valdeluz sí busca ser una “*ciudad pensada*”, como afirma la publicidad, y sí hay una planificación previa detallada de cómo se realizará la urbanización. Además, y como señalaba el director de la empresa promotora del proyecto, este conjunto se presentaba como “*la primera ciudad que se ha hecho desde cero y a través de la iniciativa privada*”<sup>6</sup>, por lo que estaríamos ante una planificación urbana que, lejos de intentar establecer un equilibrio territorial, buscaría el desarrollo de una fórmula de cooperación público-privada.

En lo que se refiere a las reacciones sociales que se sucedieron ante la puesta en marcha de este ambicioso proyecto, son significativas las argumentaciones que desde las elites políticas se proyectaban sobre la opinión pública de la ciudad de Guadalajara en los momentos previos al inicio de las obras. En este sentido, abundaban las declaraciones sobre los beneficios y el impacto positivo que suponía para la ciudad de Guadalajara la creación de este nuevo conjunto residencial, que era presentado como una prueba fehaciente del progreso y de creación de riqueza en la zona. Así, este discurso veía en la llegada del tren de Alta Velocidad, más allá de las repercusiones reales que este tenía sobre la ciudad,<sup>7</sup> una metáfora del desarrollo.<sup>8</sup> Esta metáfora era acompañada por una

---

<sup>4</sup> Una mirada a la diapositiva número 32 de la presentación realizada por José Martín Bueno y Carmelo García Pérez (2005), nos da una idea de cuáles eran las previsiones de crecimiento urbano e industrial que existían en la zona del Corredor del Henares durante los años del boom económico. Dichas previsiones no hacían más que acentuar esta dualidad.

<sup>5</sup> El único intento de planificación hasta el momento, el Plan de Ordenación Territorial del Corredor del Henares, se encontraba en fase de alegaciones a finales del año 2010, desconociéndose cuál es el estado actual del mismo.

<sup>6</sup> Nueva Alcarria, 26 de Enero de 2007, p. 8.

<sup>7</sup> Tras haberse inaugurado en 2003 la estación de tren de Guadalajara-Yebes dentro de la línea de Alta Velocidad Madrid-Barcelona, puede afirmarse a día de hoy que la repercusión que la llegada de la alta velocidad ha tenido tanto sobre Guadalajara como sobre Ciudad Valdeluz ha sido muy limitada o nula, y no ha cubierto las expectativas que se tenían sobre la misma. Sin duda, a ello ha contribuido la ubicación de la estación a 8 kms. del centro de la ciudad así como otros factores como las tarifas existentes y la escasa oferta de trenes.

constelación de argumentos producidos por las instituciones en los cuales el ‘progreso’ y la ‘prosperidad’ se presentaban como algo intrínseco a la llegada del tren de Alta Velocidad y situaba a Guadalajara como una “*ciudad con un desarrollo imparable*” como señalaba en unas declaraciones un concejal de la corporación municipal.

Acompañando a esta imagen del tren como metáfora del desarrollo, la construcción de Ciudad Valdeluz se presentó como una consecuencia evidente de ese progreso y desarrollo que traía innumerables ventajas para la ciudad de Guadalajara, además de acompañarse de datos sobre la inversión que llevaría consigo la ciudad, o los puestos de trabajo que generaría.<sup>9</sup> En ningún momento se planteaban cuestiones sobre cómo se realizaría la dotación de servicios a la ciudad o el impacto ambiental y social que podía tener generar la nueva ciudad por el volumen de población para el que había sido planificado.

Este discurso oficial buscaba además generar consenso en lo que Jurgen Habermas (2000) denomina la ‘esfera pública’, esto es, todo dominio de la vida social en que la opinión pública puede ser formada, espacio en el que los medios de masas juegan un papel fundamental. Así, en el caso de Ciudad Valdeluz, observamos cómo esta búsqueda de consenso se ha visto favorecida por el silenciamiento en la prensa local de algunos actos públicos críticos con la futura ciudad,<sup>10</sup> así como por el mecenazgo y patrocinio que la empresa promotora de Valdeluz ha realizado de los equipos deportivos más representativos de la ciudad y de algunos eventos culturales.

### Espacio y conectividad de la ciudad en la sociedad postindustrial

Ciudad Valdeluz y la confluencia de factores que la hacen posible son un excelente caso para reflexionar sobre algunos aspectos relacionados con el papel de las ciudades, la importancia de las vías de comunicación y la lógica urbana existente en la sociedad postindustrial.

Al respecto, los planteamientos de Henri Lefebvre (1991) pueden ser bastante iluminadores. Para este sociólogo y urbanista francés, el espacio ha pasado de tener un carácter de mero contenedor de objetos a ser un lugar con vida propia en la denominada ‘producción social del espacio’, concepto con el que pretende aunar tres aspectos diferentes: el espacio físico, mental y social. Así, con este concepto, se busca eliminar la distancia existente entre el espacio ideal, dependiente de las categorías mentales, lógico-matemáticas, y el espacio real de la práctica social. Para Lefebvre, el espacio, lejos de ser una categoría física neutra, tiene fuertes repercusiones sociales dado el uso que las fuerzas productivas hacen del mismo y el interés del capitalismo en emplearlo en la producción de plusvalía a través de la mayor o menor accesibilidad a determinados servicios y consumos colectivos (escuelas,

---

<sup>8</sup> Sin entrar en esta cuestión a fondo, un excelente análisis antropológico del poder que tiene el desarrollo como creencia que justifica múltiples acciones, lo encontramos en Gilbert Rist (2002).

<sup>9</sup> En la prensa se habló de 12.000 empleos directos y otros 7.000 indirectos durante el periodo de ejecución, a la vez que se hablaba de una creación total de 29.000 puestos de trabajo a partir de las inversiones públicas en equipamientos locales y regionales y el desarrollo futuro de los nuevos servicios (Diario La Crónica, 8 de enero de 2004, [www.lacronica.net](http://www.lacronica.net)).

<sup>10</sup> Como por ejemplo, la ruta organizada por el cómico italiano Leo Bassi en el denominado ‘Bassibus’ para denunciar los intereses especulativos existentes detrás de la ubicación elegida para alzar este conjunto residencial.

hospitales, equipamientos culturales, o en este caso, transportes). Dentro de esta lógica, el Estado actuaría como un agente más, convirtiéndose en un organizador de la vida cotidiana y, particularmente, de los consumos colectivos, al mismo tiempo que es esta misma lógica la que ordenaría la producción y la distribución del bien-vivienda.

Así, desde esta perspectiva, podemos observar Valdeluz como un caso extremo de 'producción social del espacio' dado que se trata de un conjunto residencial de nueva planta construido en torno a las expectativas que genera una estación de tren de la Línea de Alta Velocidad. A su vez, Lefebvre acude al concepto centralidad para explicar el proceso por el que el espacio adquiere valor de cambio. Para Lefebvre (1991), no existe una realidad urbana sin un centro, ya sea un centro comercial, simbólico, de información o de decisión, revelándose en ese centro la esencia de la dimensión urbana. Según este autor, la centralidad se desarrolla por un proceso dialéctico en el que la saturación impulsa hacia otra centralidad y simultáneamente, empuja a los que concurrieron en la protección del antiguo centro hacia la periferia.

Desde esta perspectiva, el fácil acceso al centro de la metrópoli que ofrece la Línea de Alta Velocidad es lo que crea nuevas expectativas sobre este nuevo conjunto residencial, convirtiéndose dicha estación en un factor ordenador del territorio. Podemos relacionar esta cuestión con lo apuntado por David Harvey (1993), quien señala cómo el posmodernismo cultiva una concepción del tejido urbano necesariamente fragmentado, dado que la metrópoli no se puede controlar sino por partes. En este sentido, Valdeluz sería una respuesta de planificación dentro de esa tendencia a la fragmentación.

Estos aspectos –producción social del espacio, centralidad, etc.– son de alguna manera recogidos por el texto que aparecía en un vídeo promocional de Valdeluz: *"Madrid se desborda, crece fuera de sus cauces, la historia condiciona su urbanismo y para satisfacer las nuevas necesidades precisa de actuaciones más costosas con mayor repercusión para la vida de sus ciudadanos. Saturada, bombea servicios, comunicaciones, genera espacios empresariales periféricos y corredores de expansión tecnológica y logística, zonas de gran impulso, cada vez más alejadas del núcleo ciudadano, carentes de servicios y espacios residenciales de primera calidad"*.<sup>11</sup>

Sea como sea, el hecho de que esta ciudad fuese concebida en torno a las expectativas que se generan por la ubicación allí de una estación de tren de la Línea de Alta Velocidad Madrid-Barcelona nos habla de la importancia que tiene la conectividad para la ciudad en el contexto postindustrial, como mostraba la publicidad de este conjunto residencial: *"Vías de tren, cauces de prosperidad. Junto a los cauces está la vida. Donde hay una estación hay prosperidad. Las poblaciones que se quedaron lejos de los grandes cauces de comunicación, han visto cómo su progreso perdía prosperidad. Hoy, los caminos son más largos, las corrientes más rápidas recorren Europa a gran velocidad"*<sup>12</sup>.

---

<sup>11</sup> Vídeo promocional de Ciudad Valdeluz. Este vídeo estaba anteriormente disponible en la web [www.reyal.es/Valdeluz.home.htm](http://www.reyal.es/Valdeluz.home.htm) (consulta realizada en Junio de 2007).

<sup>12</sup> *Ibidem*.

Se recurre así a través de la publicidad a una analogía entre el tren y el río, afirmándose simbólicamente como si lo que es verdadero en un contexto, debiera serlo necesariamente en el otro –igual que el cauce trae la vida, el tren trae la prosperidad–. Así, siguiendo con el análisis de las metáforas utilizadas en el discurso, la analogía se ve reforzada por recurrir a dos entornos diferentes: uno que se produce a partir de un avance de la técnica –el tren de alta velocidad– y el otro un acontecimiento propio del mundo natural (el cauce del río). Así, la comparación ‘naturaliza’ el objeto añadiéndole un carácter de inevitabilidad e irreversibilidad (igual que el río ha traído prosperidad, es inevitable que la vía del tren actúe de la misma manera trayendo el progreso a Valdeluz)<sup>13</sup>. Expresado esquemáticamente, la metáfora se construiría de este modo<sup>14</sup>:

	Semejanza	Analogía	Metáfora (casos)
Forma	$B \approx D$	$\frac{A}{B} = \frac{C}{D}$	i) A de D ii) C de B iii) A es C
Ejemplo	Cauce de río $\approx$ Vía de tren	$\frac{\text{cauce}}{\text{río}} = \frac{\text{prosperidad}}{\text{tren}}$	i) Cauce de tren ii) Prosperidad del río iii) <u>Cauce de prosperidad</u>

La búsqueda de conectividad es favorecida por los poderes públicos, que al fin y al cabo son los que invierten en la infraestructura con la idea de compactar la región metropolitana y agilizar las vías que la anuden de manera eficaz al exterior. De esta manera, como señala Ulf Hannerz (1998), las ciudades mundiales son nodos en los sistemas de redes, insistiendo en la idea apuntada por numerosos antropólogos y sociólogos como Manuel Castells (1997). Este autor utiliza la metáfora de la sociedad-red para expresar cómo la sociedad postindustrial está formada por redes y flujos: redes en las que la relevancia social de cada unidad social está condicionada en función de que se esté presente o ausente dentro de esas redes específicas y según el lugar que se ocupe dentro de la misma, y flujos (financieros, informativos, etc.) que se intercambian a través de redes de organizaciones e instituciones.

Desde esta perspectiva, en el caso de Ciudad Valdeluz asistiríamos a la creación de un nuevo nodo dentro de ese sistema, al favorecerse la conexión de este punto con la capital a través de la vía de Alta Velocidad, tal y como mostraba la publicidad de la empresa promotora cuando resaltaba la “*especial conectividad con ámbitos locales y globales*” de la ciudad<sup>15</sup>. Una conectividad en la que la acción estatal se convierte en garantía de las intervenciones territoriales, mejorando así su accesibilidad y actuando como instancia

<sup>13</sup> Al analizar esta semejanza, partimos del supuesto de que las metáforas son instituciones sociales cuya doble actividad –instituyente (metáforas vivas) e instituida (metáforas *zombies*)– nos permite acceder a los presupuestos, intereses, estrategias, conflictos y culturas de los grupos que las construyen y las utilizan.

<sup>14</sup> Un desarrollo más amplio de esta cuestión se encuentra en Lizcano (1999).

<sup>15</sup> Folleto publicitario sobre Ciudad Valdeluz editado en el año 2007.

facilitadora, en ocasiones, de los intereses del capital privado. En este contexto, se asumen así obras como la Línea de Alta Velocidad que, en múltiples casos y según algunos expertos, son de dudosa rentabilidad económica y social además de presentar un importante impacto ambiental y tener una fuerte demanda energética,<sup>16</sup> o la realización de nuevas vías que pasan cercanas a Valdeluz (como es el caso de la autovía que está previsto que una la A-II con la A-III, o los nuevos accesos desde Guadalajara).

Es esta misma lógica la que favorece lo que Alguacil denomina la ‘ciudad-empresa’, es decir, una ciudad *“organizada para ser foco de atracción de aquellas actividades y sectores sociales que posibiliten su integración en los circuitos mundiales; pero la visión de ciudad-empresa es la ciudad de los grandes proyectos e infraestructuras que la obliga a estar al servicio de la actividad económica más que de sus habitantes”* (Alguacil, 2003, p. 30). Esta cuestión –la preocupación por estar al servicio de la actividad económica más que de sus habitantes– se evidenciaba en las declaraciones de un concejal de Guadalajara, quien ante la celebración en la ciudad del Congreso de Ciudades AVE, decía que dicho congreso debía ‘ser muy mediático’ y situar a Guadalajara como una ‘ciudad con un desarrollo imparable’<sup>17</sup>. En definitiva, un contexto en el que se destaca por encima de todo el carácter estratégico de la ciudad y donde *“la metrópoli es hablada por los expertos. Y éstos destacan una visión de la metrópoli como nudo intensivo de un sistema territorial donde los vectores sobresalientes son lo económico y lo político”* (López, 1992, p. 45).

Es desde este punto de vista donde adquiere sentido en la planificación de Ciudad Valdeluz la creación de un Parque Temático, un Parque empresarial para usos terciarios, así como la creación de un campo de golf que permita a *“los golfistas madrileños venir en el AVE a jugar en 20 minutos”* como se decía en la prensa local<sup>18</sup>.

### La objetivación del espacio y del tiempo en la ciudad

La publicidad mostraba a Valdeluz como *“una ciudad equilibrada, un nuevo concepto del espacio y del tiempo, otra forma de vivir”*<sup>19</sup>, resaltando así dos elementos: el espacio y el tiempo. Harvey (1993) recuerda, citando algunos trabajos clásicos de historiadores como Edward Thompson (1979), cómo el capitalismo está muy ligado a una forma de dominación del nuevo sentido del tiempo, donde se considera a éste como integrante de la producción tecnológica y como proceso racionalizador de los procesos de producción, hasta formar lo que Harvey denominaba ‘tiempo industrial’. Igualmente, hay que señalar los cambios sobre la concepción social de tiempo y espacio que se han dado a partir de la revolución de los

---

<sup>16</sup> Por citar solo tres artículos, mencionaré el artículo de Gabriel Tortella “Las maravillas del progreso”, aparecido en el Diario El País el 12 de Mayo de 2006, los más recientes artículos críticos del economista Germá Bel aparecidos en diferentes medios de comunicación, así como su libro *“España capital París”* o, en el caso de la oposición al proyecto de Tren de Alta Velocidad Vasco, el artículo de Carmen Echebarria Miguel (2002).

<sup>17</sup> Declaraciones realizadas ante los medios de comunicación por el concejal de Turismo el 21 de Septiembre de 2005.

<sup>18</sup> Diario Nueva Alcarria, 2 de Diciembre de 2002.

<sup>19</sup> Folleto publicitario en el que la empresa constructora presentaba Ciudad Valdeluz, editado en el año 2005. Salvo que no se diga lo contrario en otros pies de página, las citas entrecorilladas utilizadas a lo largo del artículo corresponden al texto de este panfleto. Dicho folleto era el principal instrumento de comunicación realizado por la promotora para los potenciales compradores de la ciudad, una vez que éstos decidían realizar cualquier tipo de consulta sobre este conjunto urbanístico.

transportes y las comunicaciones, y los consiguientes cambios en nuestra representación del mundo que han desembocado en una compresión espacio-temporal.

Una compresión a la que en este caso ayuda el tren. Así, es significativo observar cómo en la publicidad frecuentemente se resaltaba el tiempo que se tardará en llegar a Madrid por tren (“*en el AVE, en un tiempo estimado de 20 minutos*”), pero se alude intencionadamente al espacio, y no al tiempo aproximado, cuando se trata el transporte por carreteras (“*Por la A-2, a 55 kms de Madrid*”), dándose así una objetivación diferente de una misma distancia. De la misma forma, esta compresión temporal ofrece nuevas posibilidades, como la prensa nos recordaba al señalar que la estación de tren permitía “*a los golfistas madrileños venir en el AVE a jugar en 20 minutos*” en el campo de golf del conjunto residencial.

Igualmente, la publicidad está cargada de imágenes y mensajes sobre las nuevas oportunidades que ofrece esta nueva objetivación del tiempo y las posibilidades que se abren con ella para el habitante de Ciudad Valdeluz: “*Más tiempo para ti, y más espacio para disfrutarlo*”, “*hoy es el primer día de muchas cosas. De semanas que empiezan el lunes, no el sábado*”, “*empieza a vivir todos los días del mes*”, o incluso, se llega a hablar de un “*nuevo concepto de espacio y tiempo: otra forma de vivir*” o de que “*es hora de que el tiempo se adapte a ti. Es hora de vivir más horas al día*”.

Pero acceder a este nuevo concepto del espacio y el tiempo que señala la publicidad no está al alcance de todos. Basta mirar el precio del billete de tren entre Madrid y la estación de tren donde se ubica Valdeluz<sup>20</sup>, o los precios que inicialmente tenían la mayor parte de las promociones inmobiliarias<sup>21</sup>, para observar cómo ambas magnitudes están íntimamente ligadas a lo que Harvey (1992) denomina ‘democracia del dinero’. Se establece así un criterio claramente selectivo y estratificador de quién puede acceder a estos servicios y quién no, con lo que estas magnitudes supuestamente objetivadoras, abstractas, homogéneas y universales en sus cualidades, están cargadas de connotaciones sociales y culturales e incluso de contenidos de clase, ejerciendo un importante papel discriminador dentro de esa “democracia del dinero” de Harvey (1992). De este modo, las categorías de espacio y tiempo y las posibilidades de objetivación que ofrecen dado su carácter de calculabilidad y medida, lejos de ser neutrales, esconden profundas connotaciones sociales

---

<sup>20</sup> En la actualidad, el precio del billete del TAV desde la estación de Guadalajara-Yebes a Madrid es mucho mayor que el billete de Cercanías, que realiza el trayecto desde Guadalajara a Madrid en un tiempo mayor. Además, la oferta de servicios que conecten la estación de Guadalajara-Yebes con Madrid es muy reducida, debido a la también escasa oferta, según RENFE. Sin embargo, cuando se construía dicha estación, se insistía en que en el futuro se pondrían en marcha trenes-lanzadera que iban a realizar este servicio entre ambas estaciones en veinticinco minutos. Igualmente, se insinuaba que para los usuarios habituales de dicha línea existirían abonos que abaratarían ostensiblemente dicho servicio. Por estos hechos, la conexión con Madrid desde Ciudad Valdeluz no ha respondido a las expectativas que se habían creado antes de la puesta en marcha de la Línea de Alta Velocidad, con la consiguiente frustración para los primeros moradores de la ciudad. Este hecho trajo una modificación en la estrategia comercial de las promociones inmobiliarias que se vendían en Ciudad Valdeluz, que pasó a enfatizar, más que la conectividad por Alta Velocidad con Madrid, la calidad de vida que suponía vivir en este conjunto residencial, el hecho de vivir en una ciudad de nueva creación y el estilo de vida que se promovía. Así, la publicidad inserta con motivo de una Feria Inmobiliaria celebrada en Mayo de 2007 en Guadalajara utilizaba el siguiente lema como reclamo: “*¿Cuánto pagarías por estrenar una ciudad nueva? Desde 174.000 euros. Ciudad Valdeluz. Estrena ciudad*”.

<sup>21</sup> Resalto el inicialmente dado, que con la llegada de la crisis económica y la generación del stock de vivienda construida, los precios de buena parte de las construcciones han caído ostensiblemente.



y culturales. Como en otras ocasiones, tiempo, espacio y dinero aparecen así íntimamente ligados, incluso como “*recursos entrelazados del poder social*” (Harvey, 1992, p. 252)<sup>22</sup>.

A su vez, el carácter de centralidad de la estación al que aludíamos anteriormente era expresado en los anuncios de algunas promociones inmobiliarias próximas a la estación de tren situadas fuera de Valdeluz, por medio de la dimensión temporal (“*A 5 minutos de la estación del AVE*”). De este modo, el tiempo ayuda a objetivar la concepción espacial.

### ‘Empieza a vivir en una nueva ciudad’. ‘La ciudad pensada’

En la publicidad, Valdeluz se presentaba como “*una ciudad hecha a tu medida: equilibrada, sostenible, abierta, capaz de comunicarse, de llegar lejos*”. Una ciudad, además, que contaba con un notable grado de planificación, ya que, como dice la publicidad, está “*estudiada en todos los planos*”. Por ello, a continuación iré desgranando algunas de las representaciones que surgen en torno a Valdeluz, así como realizaré un análisis de la concepción urbana que existe sobre la ciudad.

### ‘Una ciudad estudiada en todos los planos’. Planificación e imágenes intraurbanas de Ciudad Valdeluz<sup>23</sup>

Valdeluz se presenta como una ciudad con “*todo lo que cualquiera podría necesitar*”, haciendo mención así a la amplitud de servicios que dispondrá el nuevo conjunto residencial. Como se observa en la figura 1, la planificación urbana de Valdeluz está estructurada en torno a cuatro barrios residenciales en forma de cuadrícula, separados entre sí por dos parques que transcurren perpendiculares, en el centro de los cuales se encuentra un lago. Más allá de las zonas residenciales y además de la estación de Alta Velocidad, en el norte de la ciudad se ha construido un campo de golf y se ha reservado suelo para empresas del sector terciario, mientras que en otra zona de la ciudad se contempla la recuperación de un antiguo poblado para usos recreativos. Además, se ha reservado terreno para equipamientos sanitarios, educativos y deportivos, establecimientos hoteleros y otros equipamientos públicos.

Pero volviendo a la zona residencial, todos los barrios estarán recorridos por un anillo de pequeños y medianos comercios cuya función es, según la publicidad, la de “*unir los cuatro barrios a través de una red de locales de pequeño y mediano tamaño*”. Retomando la idea de centralidad, pero esta vez en su dimensión intraurbana, podemos observar cómo el centro de la ciudad está constituido por un anillo comercial con un centro comercial, y presidido por un lago. El lago puede ser conceptualizado en lo que en la literatura antropológica se conoce como ‘espacio vacío’ (McDonogh, 1993), es decir, un lugar que, por sus características físicas, presenta fuertes constricciones y limitaciones de uso y en el que, por su limitación, la construcción cultural que se crea en torno a él, debe ser relacionado con la idea de no-uso. Finalmente, el centro comercial y el anillo comercial

---

<sup>22</sup> Una reflexión más amplia de las relaciones entre tiempo, espacio y dinero se puede encontrar en Harvey (1992).

<sup>23</sup> El título dado a este epígrafe y el subepígrafe están extraídos de dos de los lemas que se pueden encontrar en la publicidad de Ciudad Valdeluz, en concreto, en el folleto ya citado en la nota al pie número 19.

buscarían, según la publicidad, “*recuperar el tradicional ambiente de calle comercial*” evitando el formato de ciudad dormitorio o ciudad de fin de semana, con lo que se realiza la intencionalidad existente en la planificación de hacer del centro de Valdeluz un lugar dedicado a su función comercial.



Figura 1. Maqueta de Ciudad Valdeluz. En ella se pueden observar los cuatro barrios separados por los dos parques perpendiculares. Al fondo, el campo de golf. A la derecha, la estación del Tren de Alta Velocidad.

Haciendo un análisis más general de Valdeluz se puede observar cómo toda la ciudad está muy delimitada y pensada para la realización de alguna actividad específica, dándose así una configuración monofuncional del espacio, algo que, según Salvador Juan (2000), está en consonancia con la tendencia generalizada existente en las ciudades.

Así, si se realiza un análisis de las figuras en las que según Juan (2000) el actor aparece en la vida cotidiana –la producción (el trabajador), la vivienda (el habitante), el comercio (el consumidor), el equipamiento público (el usuario) y el ocio (el homo sapiens-ludens)–, se puede observar cómo en Valdeluz están perfectamente delimitadas las áreas correspondientes a la vivienda, el comercio y el ocio.

Analizando la publicidad existente, en el caso de la vivienda destaca la minuciosidad en función de espacios, calidades y tipologías del habitante hacia el que va dirigido cada promoción. Algo similar sucede con las zonas dedicadas al comercio (con las características que presentará el centro comercial o el anillo comercial) o con el ocio.

Sin embargo, existe poca concreción en la publicidad empleada sobre las características de las zonas de equipamiento público y el uso dotacional que tendrán estas áreas. Algo similar sucede con la escasa información sobre la posible oferta de empleo que se pueda dar en el entorno de la ciudad y la dedicación del parque empresarial para usos terciarios prevista en la planificación urbana. Estas cuestiones son más llamativas si se tiene en cuenta que en la publicidad se evita continuamente dar una imagen de Valdeluz como una “*ciudad dormitorio o ciudad de fin de semana*”.

Pero ¿es posible evitar esta imagen en un lugar cuyas expectativas de futuro en buena medida están pensadas en torno a las posibilidades que ofrecía la estación de tren de Alta Velocidad, y que en la actualidad presenta una fuerte dependencia de las vías de comunicación, al menos para acceder a los lugares de trabajo de sus habitantes?

Para evitar esta imagen, la ciudad intenta ser presentada en todo momento con una amplia oferta de comercio y de ocio, de modo que estas dos funciones estén ampliamente resueltas para sus habitantes. Con ello, se da en el discurso una fuerte separación espacial entre las funciones de ‘vivir’ (equivaliendo ese ‘vivir’ al ‘tiempo del ocio’) y ‘trabajar’, buscándose al menos que en la primera, Valdeluz dé respuesta a las necesidades de sus ciudadanos, cuestión esta última que se vende como un factor diferenciador respecto a otros conjuntos residenciales, como veremos más adelante.

Así mismo, la escasez de transporte público existente en la zona hace que exista una fuerte dependencia del automóvil, lo que a su vez se convierte en un factor estratificador más de quién puede vivir en el conjunto residencial.

Pasando a analizar otro aspecto, la publicidad de Valdeluz resalta continuamente el hecho de que estamos ante una ciudad ‘verde’, donde predomina el contacto con la naturaleza y que es respetuosa con el medio ambiente. Así, se llega a afirmar que todas las viviendas del conjunto residencial estarán a doscientos metros de alguna zona verde, como el parque, el lago o el campo de golf, e incluso que se trata de una ciudad con un “*urbanismo ecológico*” donde “*el equilibrio entre naturaleza y urbanismo es total*”, y cuyo diseño está pensado “*para crecer en armonía con el medio ambiente, sin maltratarlo*”. En coherencia con este discurso, la publicidad destaca aspectos como el diseño ecológico de la ciudad, el riego de las zonas verdes y el campo de golf a través de aguas recicladas, la prevención de la contaminación lumínica, la preservación de la vegetación o la existencia de carriles-bici a lo largo de toda la ciudad.

Pero más allá de las acciones concretas que se presentan como muestra del compromiso con el medio ambiente, lo que sin duda hay en toda la publicidad del conjunto residencial es una asociación continua de la ciudad a ‘lo natural’ por medio de la recreación y utilización del ambiente.

Hay que señalar, además, que ante la ausencia por ahora de los inicialmente previstos trenes-lanzadera que iban a conectar el conjunto residencial con Madrid cuando Valdeluz se planificó, en la actualidad esta singularidad de estar en un lugar donde “*el campo penetra en la ciudad transformándose en parques*” y la recreación de lo natural, es presentada como el

principal valor añadido de la ciudad en la publicidad que se ha elaborado más recientemente.

Así, abundan las imágenes en las que se recrea esta imagen de Valdeluz como un entorno natural privilegiado. Un entorno que a su vez incluiría la construcción de un lago en una zona cercana al centro, la conexión de toda la ciudad por medio de carriles-bici o la utilización del encinar existente para la realización allí de un campo de golf.

El discurso de la calidad medioambiental, o al menos la recreación de los elementos naturales —y qué mejor manera de elaborar este discurso que una ciudad que nace donde hoy se levanta un encinar, y en la que se recrean otros elementos naturales como un lago—, se presenta así como uno de los dispositivos claves que se despliegan para satisfacer las necesidades de la ciudad postindustrial (López, 1992). Más aún si se tiene en cuenta que una de las diferencias entre los procesos productivos de las mercancías en el terciario avanzado y los anteriores del sector industrial clásico o secundario estriba en los grados de contaminación.

Esa diferenciación en cuanto al tipo de industria está claramente delimitada en la planificación de Valdeluz, donde sólo está prevista la realización del ya mencionado parque tecnológico con *“equipamientos necesarios, para la instalación de empresas de uso terciario, empresas escaparate”*, como dice la publicidad. Todo ello porque, como señalaba un alto cargo político de Guadalajara: *“desde el Ayuntamiento hemos considerado que por el AVE no se transportan mercancías de un sitio a otro, sino ideas y personas”*<sup>24</sup>.

De este modo, la imagen de Valdeluz como una ciudad destinada a estar en armonía con el medio ambiente encuentra en el tren de Alta Velocidad el símbolo de modernidad y respeto al entorno a través del cual se proyecta una imagen que invisibiliza, entre otros aspectos, la fuerte demanda energética que precisa dicha infraestructura.

Este respeto al medio ambiente, o siendo más precisos, la recreación natural del espacio puesta constantemente en valor por la publicidad de la ciudad no es un hecho nuevo. Como señala López: *“debe considerarse el riesgo del interesado despliegue actual de ciertos argumentos ecológicos a favor de una ciudad habitable”*, dado que *“la calidad del medio ambiente junto con la seguridad ciudadana se han convertido en la actualidad en los factores claves de la diferenciación social”* (López, 1992).

Por otro lado, en relación a esta idea de la seguridad ciudadana, en la publicidad se afirma el *“carácter abierto de la ciudad”*, algo que debe ser matizado.

Si bien es verdad que Valdeluz no presenta controles de acceso a la entrada y no llega a promover un fuerte aislamiento residencial como sucede en otros conjuntos residenciales de nueva creación, como en el caso de Nordelta en Argentina (Janoschka, 2003), sí existe en la inmensa mayoría de zonas residenciales un control de acceso, y por tanto, presentan una accesibilidad restringida. Buena parte de estas promociones son, como afirma la publicidad, equipamientos medios y altos y presentan muchas zonas comunes donde se favorece la

---

<sup>24</sup> Las citas de este párrafo están extraídas de unas declaraciones del alcalde al Diario La Crónica (2-10-2002) [www.lacronica.net](http://www.lacronica.net).

sociabilidad en función de cada manzana con piscina, pista de pádel o juegos infantiles, y siempre dentro de esta lógica de accesibilidad restringida. Con ello se promueve en los alrededores de las zonas residenciales una sociabilidad dominada por la existencia de espacios privados de uso colectivo, en consonancia con la progresiva privatización de los dominios públicos existente apuntada por autores como Manuel Silva (2007).

En relación a esta idea y a la noción de ciudadanía, Alguacil recuerda que *"la ciudadanía es una condición de ser que es indisociable de la condición de estar. La ciudadanía está impregnada de valores universales, pero éstos sólo se pueden desarrollar expresándose en un lugar"* (Alguacil, 2003, p.18). Partiendo de esta relación indisociable entre el ser y el estar, es evidente que, teniendo en cuenta el precio de buena parte de las promociones inmobiliarias que se comercializan y otros factores ya apuntados anteriormente (dependencia del automóvil para trabajar, etc.), en el 'estar' surgen importantes restricciones sobre quién tiene acceso a vivir en Ciudad Valdeluz. Una cuestión en la que ahondaremos a continuación.

### Sociabilidad y estilos de vida en la nueva ciudad

Aunque la crisis inmobiliaria ha frenado notoriamente la ocupación de la ciudad sobre las previsiones iniciales, sí se pueden hacer algunos comentarios sobre la sociabilidad y el estilo de vida que a priori se promueve en la planificación que se ha realizado en la nueva ciudad, entendiendo por estilo de vida *"los hechos sociales, simbólicamente orientados e inscritos en un ambiente material facilitador o restrictivo"* (Juan, 2000, p. 123).

Como ya se señaló, Valdeluz se presenta como *"la primera ciudad que se ha hecho desde cero y a través de la iniciativa privada"*, y centra su discurso diferenciador en el hecho de que es una 'ciudad pensada' que pretende dar respuesta a las necesidades de sus habitantes mediante la oferta de una amplia gama de servicios. Igualmente, se ha señalado la tendencia generalizada existente en las ciudades de funcionalizar el espacio, y dividir cada vez más espacial y temporalmente cada una de las actividades cotidianas que se realizan en él, lo que trae aparejado una ampliación espacial de los trayectos cotidianos diarios.

Esta tendencia a la zonificación del espacio conduce, según Juan (2000) a no 'vivirlo', en el sentido fenomenológico del término, puesto que no se permanece en el lugar, sino que sólo es atravesado (frecuentemente con el automóvil), lo que no favorece el establecimiento de relaciones sociales en el mismo. En contraste a este hecho, en Valdeluz se propone la reagrupación de buena parte de estos espacios diferenciando básicamente entre los tiempos de 'vivir' y de 'trabajar' en función de lo apuntado más arriba, de modo que sea una *"ciudad en la que ejercitar el ocio"*, como dice la publicidad, y que además presente una gama de servicios de proximidad completa dado que *"todo está a un paso sin necesidad de recorrer grandes distancias"*.

Buena parte de los espacios dedicados al ocio responden a una lógica marcada por la escasez de espacios públicos de encuentro y la tendencia ya apuntada a situar algunos de estos equipamientos de uso colectivo en el entorno de los espacios comunes de uso privado

existentes. Con ello, se genera una tendencia en la que predomina la producción de espacios que, si bien tienen una forma jurídica perfectamente delimitada, presentan características híbridas entre lo público y privado en cuanto a su uso (Silva, 2007).

Igualmente, dentro de esta oferta de ocio de la ciudad, y en una lógica en la que el ocio es un factor de adscripción social importante, no falta la construcción de espacios creados específicamente para la práctica de algunos deportes que se asocian a cierto elitismo y que hoy se encuentran en plena expansión especialmente entre algunas clases intermedias en ascenso como es el caso del golf o del pádel.

Por otro lado, en lo que se refiere a la oferta de servicios, a pesar de que hay previstas algunas áreas educacionales, de momento solo está en funcionamiento un colegio privado-concertado que, gestionado en la modalidad de cooperativa, está previsto que absorba la demanda inicial de los primeros pobladores. El carácter privado-concertado del centro podría introducir así una lógica en la que se favorece la socialización de los niños en el conjunto residencial.

De este modo, por encima de la variedad de tipologías y características de cada vivienda, se encuentra ante todo la oferta de un 'estilo de vida' propio diferenciado que se adquiriría al habitar en este lugar y que es el hilo conductor común de todas las promociones. La vida urbana que ofrece Valdeluz se convierte así en un producto a adquirir por parte del ciudadano al habitar en el lugar, por encima de las tipologías concretas ofertadas en las promociones inmobiliarias.

A su vez, este estilo de vida es promocionado a través de las constantes asociaciones establecidas entre la creación de la 'nueva ciudad' y la 'nueva vida' que supone para el individuo habitar en la ciudad. Se presenta así una ruptura de carácter simbólico con la vida anterior que va más allá de un simple cambio de residencia, y donde la adquisición de este estilo de vida se ve acompañado por imágenes que evocan bienestar, calidad de vida y un cierto hedonismo. Un estilo de vida que presenta en ocasiones rasgos de cierta diferenciación social y que estaba pensado, como llegaba a afirmar la publicidad, "*para gente sana*"<sup>25</sup> dado que, como gráficamente decía un habitante de Ciudad Valdeluz, "*yo ya no tengo edad para tener de vecino al Jonathan y la Jenny*"<sup>26</sup>.

La asociación establecida entre 'nueva ciudad' y 'nueva vida' lleva además a la generación de una cierta identidad colectiva emergente entre los habitantes de Valdeluz, surgida a partir de la imagen del 'nuevo poblador' o el 'colono'<sup>27</sup>, y creada a partir de la situación

---

<sup>25</sup> La cita está sacada de la locución que un personaje hace en la página de promoción de Ciudad Valdeluz en la actualidad. Disponible en: [www.ciudadvaldeluz.com](http://www.ciudadvaldeluz.com) (Última consulta, 30 de Agosto de 2011).

<sup>26</sup> En relación a esta cuestión, se puede citar también las protestas de diferentes vecinos de Valdeluz ante el realojo que el Ayuntamiento de Guadalajara realizó de diferentes familias procedentes de un poblado chabolista en dicho conjunto residencial. Diferentes noticias relacionadas con este asunto se pueden ver en diferentes *posts* publicados en el Diario de Valdeluz en Mayo y Junio de 2008 (<http://diariovaldeluz.blogspot.com>).

<sup>27</sup> Los términos de 'nuevo poblador' o de 'colono' aparecen frecuentemente en diferentes blogs y foros de discusión de internet existentes sobre la ciudad.



compartida que supone estrenar una ciudad. A su vez, este ‘estreno’ ofrece nuevas posibilidades de sociabilidad en una suerte de ‘segunda oportunidad’ de vida en la ciudad<sup>28</sup>.



Figura 2. Publicidad de Ciudad Valdeluz del año 2007. En ella, ya no se utiliza como reclamo la posible conexión a Madrid en un breve espacio de tiempo como en los primeros anuncios, sino la posibilidad que supone “estrenar una ciudad”.

Los habitantes de Valdeluz se encuentran además frente a la experiencia colectiva de vivenciar conjuntamente el ‘no lugar’, en el sentido que le da Marc Augé (2000), es decir, de vivenciar un espacio donde el sujeto social es extraño al territorio, en cuanto que es incapaz de dar significado a sus experiencias en el lugar, de anclarlas o referenciarlas en un espacio propio, conocido, percibido, así como de reproducir relaciones sociales establecidas anteriormente.

En este proceso de dar sentido al espacio, el análisis de aspectos como el nombre dado a la elección de las calles es sumamente significativo. Así, un vistazo al callejero de Valdeluz<sup>29</sup> muestra como son casi inexistentes los nombres de personas en el nuevo espacio a la vez

<sup>28</sup> Entre los testimonios recogidos entre los nuevos pobladores de Valdeluz, llama la atención la cantidad de alusiones a una necesidad de “cambiar de aires”, huyendo sobre todo del ritmo de vida que impone la gran ciudad como principal motivo que llevó a elegir este conjunto residencial como lugar para vivir.

<sup>29</sup> El callejero completo puede consultarse en: <http://sedinfo-guadalajara.es/callejero/ciudad-Valdeluz/gmx-niv29008.htm>

que abundan los topónimos de localidades cercanas, plantas y animales autóctonos, y – como elemento más significativo– los nombres de constelaciones del firmamento<sup>30</sup>.

Inversamente, es interesante observar cómo se genera la construcción de la relación entre el individuo y el espacio y la (re)producción que surge en este espacio con las nuevas relaciones sociales creadas. En este sentido, la construcción de imágenes existentes sobre la ciudad por parte de los vecinos, o algunos aspectos relacionados con la identificación de la ciudad (aparición de fiestas, asociaciones propias, etc.) constituyen elementos de análisis sumamente interesantes para analizar cómo se configura el lugar en el triple sentido que propone Augé (2000): como símbolo de la relación de cada uno de sus ocupantes consigo mismo (lugar de identidad), como símbolo de la relación con los demás ocupantes (lugar de relación) y con su historia común.

### Conclusiones y últimos comentarios

*“Hoy es el día donde se crea una ciudad”*. Sin duda, las particularidades que presenta Ciudad Valdeluz, por ser un conjunto residencial de nueva creación, hacen de él un buen lugar de análisis para reflexionar sobre algunas de las características que se asocian a la ciudad en la sociedad postindustrial. En este sentido, valiéndome del ejemplo de Ciudad Valdeluz y las representaciones que se vierten sobre este conjunto residencial, estas páginas han pretendido plantear algunos interrogantes y reflexiones sobre cuestiones como la importancia de la conectividad, las lógicas existentes en la apropiación y negociación del espacio, o las características a las que se asocia la ciudad.

Asimismo, he pretendido abordar el estilo de vida que se promueve en este conjunto residencial. Más allá de resaltar las calidades arquitectónicas o la ubicación geográfica de las viviendas, considero que este elemento –un estilo de vida diferenciado y dirigido preferentemente a unas clases medias cansadas de las aglomeraciones urbanísticas–, es la oferta diferencial que la publicidad resalta sobre esta ciudad.

Finalmente, el caso de Ciudad Valdeluz y el contexto en el que nace –el boom de la construcción en pleno crecimiento económico– es especialmente interesante para el análisis, dado que permite relacionar la construcción de este proyecto residencial con los procesos de construcción ideológica y los imaginarios instalados que se han generado durante el proceso especulativo y de expansión urbana entre los años 1996 y 2008<sup>31</sup>. Cabe destacar, en este sentido, que en los años de inicio de la construcción y comercialización de las primeras viviendas (años 2004 a 2006) eran especialmente abundantes los testimonios en la prensa local que presentaban la construcción de Ciudad Valdeluz como la prueba más clara de la llegada del progreso en la zona y el inicio de un desarrollo imparable. En este

---

<sup>30</sup> La localidad de Yebes, en la que se encuentra Valdeluz, cuenta con un Observatorio Astronómico, por lo que este rasgo puede ser considerado el principal elemento identitario del nuevo espacio habitar.

<sup>31</sup> Un análisis crítico más profundo de esta cuestión y de los factores que explican el boom inmobiliario durante estos años se encuentra en López, I., y Rodríguez, E. (2010).



sentido, los 1.600 habitantes que, según el padrón municipal habitaban en julio de 2011<sup>32</sup>, contrastan con las expectativas que en los inicios se vertían sobre una ciudad que esperaba albergar a 30.000 habitantes, y que en las previsiones iniciales establecía que en 2010 habría vendido una buena parte de las promociones previstas y se habría creado en ella un amplio tejido económico de servicios<sup>33</sup>.

Este contraste es aún mayor si se tiene en cuenta el contexto de profunda crisis económica actual, los problemas económicos sufridos por la entidad promotora y la ausencia de expectativas existentes en la actualidad sobre la puesta en marcha del servicio de trenes-lanzaderas que, tal y como prometía la publicidad en sus inicios, iba a conectar por tren a la ciudad con Madrid en 20 minutos.

## Referencias

- Alguacil Gómez, Julio (2003). El Espacio. En Tusta Aguilar y Araceli Caballero (Coords.), *Campos de juego de la ciudadanía*. (pp. 17-44). Madrid: El Viejo Topo.
- Augé, Marc (2000). *Los "no lugares". Espacios del Anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Barcelona: Gedisa.
- Bettin, Gianfranco (1982). *Los sociólogos de la ciudad*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Castells, Manuel (1997). *La era de la información, Vol. 1. La sociedad red*. Madrid: Alianza.
- Echebarria Miguel, Carmen (2002). El Tren de Alta Velocidad en Euskadi: un proyecto polémico. Comunicación presentada a las *VIII Jornadas de Economía Crítica*, Valladolid. Recuperado el 26 de agosto de 2011, de <http://www.ucm.es/info/ec/jec8/Datos/documentos/comunicaciones/Regional/Echebarria%20Carmen.PDF>
- Habermas, Jurgen (2000). The Public Sphere. En Paul Marris and Sue Thornham (Eds.), *Media Studies: A Reader*. (pp. 92-97). New York: New Cork University Press.
- Hannerz, Ulf (1998). El papel cultural de las ciudades mundiales. En Ulf Hannerz (Ed.), *Conexiones transnacionales*. (pp. 205-225). Madrid: Cátedra.
- Harvey, David (1993). *The Urban Experience*. Baltimore: The John Hopkins University Press.
- Harvey, David (1992). *La condición de la posmodernidad. Investigación sobre los orígenes del cambio cultural*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Janoschka, Michael (2003). Nordelta – ciudad cerrada. El análisis de un nuevo estilo de vida en el gran Buenos Aires. *Scripta Nova. Revista electrónica de geografía y ciencias sociales*, 146(121). Recuperado el 27 de octubre de 2011, de [http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-146\(121\).htm](http://www.ub.es/geocrit/sn/sn-146(121).htm)
- Juan, Salvador (2000). Del campo de la vida cotidiana y su espacio-temporalidad. En Alicia Lindon (Coord.), *La vida cotidiana y su espacio-temporalidad*. (pp. 123-146). Barcelona: Anthropos.

---

<sup>32</sup> Según noticia recogida en el Diario La Crónica del 25 de Julio de 2011, citando los datos del padrón municipal. Disponible en: [http://www.eldecano.es/index.php?option=com\\_content&view=article&id=26659%3Ayebes-supera-la-barrera-de-los-2000-empadronados&catid=3%3Adestacadop&Itemid=79](http://www.eldecano.es/index.php?option=com_content&view=article&id=26659%3Ayebes-supera-la-barrera-de-los-2000-empadronados&catid=3%3Adestacadop&Itemid=79)

<sup>33</sup> Información extraída sobre la entrada de Ciudad Valdeluz de la wikipedia. Disponible en [http://es.wikipedia.org/wiki/Ciudad\\_Valdeluz](http://es.wikipedia.org/wiki/Ciudad_Valdeluz) (Consultado el 5 de Octubre de 2011).

- Lefebvre, Henri (1991). *The Production of Space*. Oxford: Blackwell.
- Lizcano, Emmanuel (1999). La metáfora como analizador social. *Empiria. Revista de Metodología en Ciencias Sociales*, 2, 29-60.
- López, Pere (1992). Maneras de vivir en la Metrópoli: Orden urbano y resistencias en la Barcelona olímpica. En VVAA, *El descubrimiento del 92*. (pp. 45-82). Barcelona: Virus.
- López, Isidro y Rodríguez, Emmanuel (2010). *Fin de ciclo. Financiarización, territorio y sociedad de propietarios en la onda larga del capitalismo hispano (1959-2010)*. Madrid: Traficantes de Sueños.
- Martín Bueno, José Melchor y García Pérez, Carmelo (2005). Crecimiento insostenible y desequilibrio territorial. La dualidad de la provincia de Guadalajara. Presentación realizada en la *Semana de la Ciencia*. Universidad de Alcalá de Henares, Madrid. Recuperado el 27 de octubre de 2011, de [http://www.edebedigital.com/proyectos/adjunts/4207/70224/ArticulosobreGuadalajara\[2\].pdf](http://www.edebedigital.com/proyectos/adjunts/4207/70224/ArticulosobreGuadalajara[2].pdf)
- McDonogh, Gary (1993). The Geography of Emptiness. En Robert Rotenberg y Gary McDonogh (Eds.), *The Cultural Meaning of Urban Space*. (pp. 3-16). Westport: Bergin & Garvey.
- Rist, Gilbert (2002). *El desarrollo: historia de una creencia occidental*. Madrid: Los libros de la Catarata.
- Silva, Manuel (2007). Espaços privados de uso colectivo em Portugal: retratos de novas formas de socialização”. Comunicación presentada en el *First International Conference of Young Urban Researchers*, Lisboa. Recuperado el 27 de octubre de 2011, de <https://conferencias.iscte.pt/viewabstract.php?id=178&cf=3=>
- Thompson, Edward Palmer (1979). *Tradicón, revuelta y conciencia de clase. Estudios sobre la crisis de la sociedad preindustrial*. Barcelona: Crítica.

## Historia editorial

**Recibido:** 1/09/2011

**Primera revisión:** 30/09/2011

**Aceptado:** 24/10/2011

## Formato de citación

Sanz, Jesús (2011). ‘Vías de tren, cauces de prosperidad: el caso de Ciudad Valdeluz. *URBS. Revista de Estudios Urbanos y Ciencias Sociales*, 1(1), 82-100. Recuperado el XX de XX de 20XX, de <http://nevada.ual.es:81/urbs/index.php/urbs/article/view/sanz>



Los textos publicados en esta revista están sujetos –si no se indica lo contrario– a una licencia de [Reconocimiento 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/3.0/) España de *Creative Commons*. Puede copiarlos, distribuirlos, comunicarlos públicamente, hacer obras derivadas y usos comerciales siempre que reconozca los créditos de las obras (autoría, nombre de la revista,

institución editora) de la manera especificada por los autores o por la revista. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/deed.es>.

Es responsabilidad de los autores obtener los permisos necesarios de las imágenes que estén sujetas a *copyright*.

Para usos de los contenidos no previstos en estas normas de publicación, es necesario contactar directamente con el editor de la revista.