RESUMEN

Existe una correspondencia entre los lineamientos de planificación para las ciudades colombianas, los espacios residenciales que se simulan y ofrecen para la venta de vivienda y las formas de habitar, lo que arroja tres temas fundamentales de estudio completamente interrelacionados. que permiten dilucidar el grado de consistencia entre las condiciones de habitabilidad que están estipuladas para una unidad cerrada, y que además nos venden, y las condiciones de habitabilidad que los residentes de estas requieren, con el fin de encontrar los indicadores de habitabilidad para los conjuntos residenciales cerrados de vivienda en altura. Los temas son: a) La retórica publicitaria para la promoción de vivienda, que gráfica condiciones de habitabilidad, expresadas en diversos dispositivos publicitarios, como instrumentos de persuasión y canales de difusión de las características de un conjunto residencial en altura; b) El Ordenamiento del Territorio que establece un contexto normativo y hace factible las particularidades de la actual dinámica residencial en altura; y c) Las relaciones de expectativas, necesidades y deseos que se forja el potencial comprador con el espacio simulado en la publicidad y con el espacio que ocupa cuando este se convierte en habitante de la unidad, y que confluye en últimas en su habitabilidad, su satisfacción, su bienestar residencial y su patrimonio.