

Las casas de El Pedregal, 1947–1968

The Houses of El Pedregal, 1947–1968

Alfonso Pérez-Méndez y Alejandro Aptilon

Si bien la idea generadora de Barragán definió las reglas de partida, el Pedregal que se acabó construyendo pertenece también a otros protagonistas. [...] fueron en definitiva docenas de arquitectos y cientos de clientes los que protagonizaron las dinámicas que dieron forma al Pedregal. Éstas tomaron vida propia y deben considerarse con cierta independencia de las ideas originales de Barragán.

Although Barragán’s generating idea defined the initial rules of the game, the development that was finally constructed also belongs to other important figures. [...] even more important than these major figures was the collective work of dozens of architects and hundreds of clients who contributed to the dynamics that shaped El Pedregal. These post-Barragán dynamics took on a life of their own and deserve to be studied today with a certain independence from his original ideas.

“Un Cadillac para cada mexicano.”

Informal promesa electoral atribuida al
Presidente Miguel Alemán, 1948.

En una búsqueda limitada a los años entre 1947 y 1968 y a arquitectos de reconocido compromiso con el Movimiento Moderno, hemos podido documentar por encima de trescientas casas construidas en el Pedregal. Esta ha sido una labor necesariamente incompleta tanto por la falta de archivos sistemáticos como por la transformación profunda de un territorio que en los últimos 25 años ha sufrido cambios acelerados —incluyendo cuantiosas demoliciones y alteraciones radicales de residencias de alto valor arquitectónico. Pero sin necesidad de especular acerca del número final exacto, estamos seguros al afirmar que un contexto residencial de modernidad con centenares de casas de alta calidad, construidas en un recinto de tres kilómetros cuadrados, constituye un fenómeno arquitectónico que por único suscitó gran interés en la época, y que todavía hoy merece atención desde el punto de vista historiográfico.

Si bien la idea generadora de Barragán definió las reglas de partida, El Pedregal que se acabó construyendo

“A Cadillac for every Mexican.”

Informal campaign promise attributed to
President Miguel Alemán, 1948

In a search limited to the period of 1947 to 1968 and to architects of proven commitment to the Modern Movement, we have managed to document over three hundred houses built in El Pedregal. Our effort, however, has been necessarily incomplete. The lack of systematic architectural archives and the profound transformation of the development over the last twenty-five years—including scores of demolitions and total transformations of historically significant structures—make a complete inventory of its original houses virtually impossible. Despite this lack of final numbers and the loss of many records from important houses, it still appears clear why El Pedregal awakened keen interest in its time. Indeed, a modern residential environment with several hundreds of high-quality modern houses, constructed within an area of three square kilometers, constituted a unique architectural phenomenon; one that, still today, deserves historiographical attention.

Although Barragán’s generating idea defined the ini-



* Este texto es el capítulo tercero del libro *Las casas del Pedregal 1947–1968*, de Alfonso Pérez-Méndez y Alejandro Aptilon —en colaboración con Georgina Ariza—, de próxima publicación por la Editorial Gustavo Gili de México SA.

* This text forms the third chapter of the forthcoming book *Las casas del Pedregal 1947–1968*, by Alfonso Pérez-Méndez and Alejandro Aptilon, with the collaboration of Georgina Ariza, to be published in 2007 by Gustavo Gili de México SA.

2. Preciso plano publicitario publicado a principios de 1954 con 1,235 parcelas dibujadas. Desde 1948 a 1967 se construirían en el Pedregal del orden de 1,500 casas en cuya gran mayoría la arquitectura moderna dominó. Publicado en *Espacios*, febrero de 1953. Cortesía: Hemeroteca Nacional UNAM y Guillermo Rossell. 2. *Precise advertising plan published at the beginning of 1954, with 1,235 lots drawn in. Between 1948 and 1967 some 1,500 houses were built in El Pedregal, the majority in a modern architectural style. Published in Espacios, February 1953. Courtesy of the Hemeroteca Nacional UNAM and Guillermo Rossell.*

pertenece también a otros protagonistas. Desde un principio, el nombre del arquitecto Francisco Artigas debe acompañar aquí al omnipresente Barragán. Artigas, como veremos, no sólo creará los ejemplos más influyentes del fraccionamiento, sino que formará en su oficina a algunas de sus figuras más prolíficas. Pero fueron, en definitiva, docenas de arquitectos y cientos de clientes los que protagonizaron las dinámicas que dieron forma al Pedregal. Éstas tomaron vida propia y deben considerarse con cierta independencia de las ideas originales de Barragán, objetivo al cual se dedica este libro.

Héctor Cervera fue uno de estos protagonistas. No sólo fue el creador de —“El Pedregal... su casa... y Usted” un programa semanal de televisión sobre el fraccionamiento que tuvo una influencia clave en el inicio de su despegue comercial, sino que en 1954 acabaría cumpliendo su objetivo de afincarse en el Pedregal.¹ Cervera compraría un terreno donde, con diseño del arquitecto Fernando Ponce Pino, construyó una de las casas más significativas del fraccionamiento.² Originario de Campeche, Cervera había emigrado a la capital en vísperas de la etapa de Alemán, convirtiéndose en poco tiempo y a través de su éxito en la televisión en un ejemplo idóneo del ascenso meritocrático que la burguesía alemanista permitía. La historia personal de Cervera es única, pero habla de las claves de otras muchas. Documenta —más objetivamente que otras generalizaciones— la compleja interdependencia de aspectos ideológicos, sociales y personales que define a los protagonistas del Pedregal.

tial rules of the game, the development that was finally constructed also belongs to other important figures. From the beginning, the name of the architect Francisco Artigas accompanied that of the omnipresent Barragán. As we shall see, Artigas would not only create the most influential designs of El Pedregal, but would employ or work in partnership with some of the most prolific and significant architects involved in the development; such as Antonio Attolini, Fernando Luna, Fernando Ponce Pino, and Fernando Best. But even more important than these major figures was the collective work of dozens of architects and hundreds of clients who contributed to the dynamics that shaped El Pedregal. These post-Barragán dynamics took on a life of their own and deserve to be studied today with a certain independence from his original ideas, a task which this book will attempt.

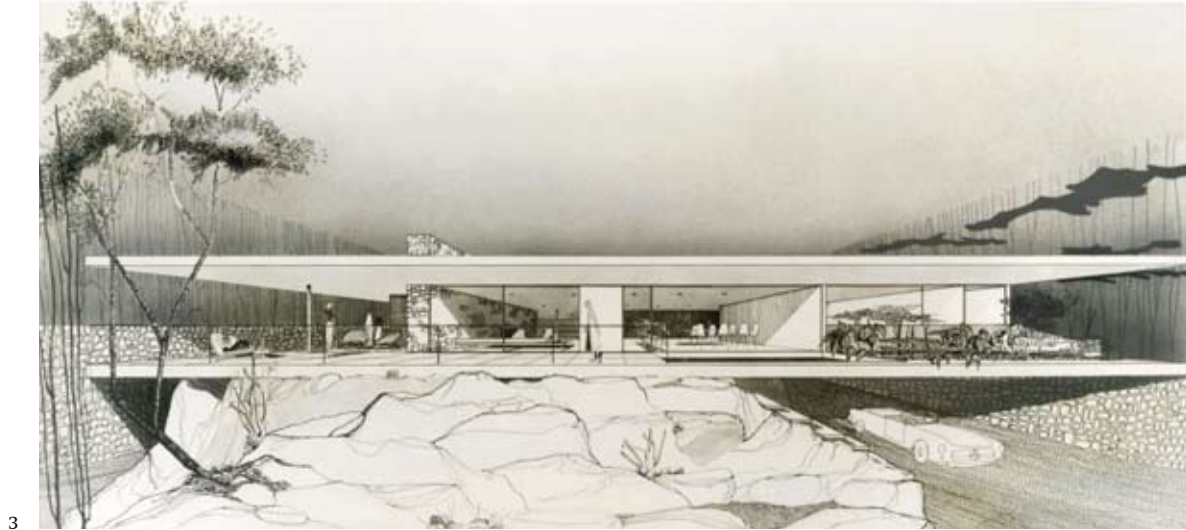
Among the many figures that populate the story of El Pedregal, Héctor Cervera is especially worthy of study for two different reasons. Not only did he create *El Pedregal... Su casa... y Usted* (El Pedregal... Your House... and You), a weekly television program about the development that was a key factor in its belated commercial success, but he also become one of the earliest Pedregal settlers.¹ In 1954, Cervera purchased a lot where, following a design by the architect Fernando Ponce Pino, he constructed one of the most significant houses in the neighborhood.² Originally from Campeche, Cervera had moved to Mexico City just before Miguel Alemán’s election as Mexico’s president

1. La información sobre Héctor Cervera y el programa de televisión del Pedregal se basa en una serie de conversaciones de los autores con Héctor Cervera y su esposa Alicia, realizadas entre junio de 2003 y julio de 2004. El programa fue emitido en directo y la tecnología existente no permitió su grabación. Pero Cervera conserva en su archivo —y nos facilitó— copias del script de todos los programas emitidos. Todas las citas textuales de Cervera que aparecen en el texto provienen de estas entrevistas.

1. All information about Héctor Cervera and the television program of El Pedregal emerges from a series of conversations between the authors with Héctor Cervera and his wife Alicia, conducted between June 2003 and July 2004. The program was broadcast live and the technology of the era did not permit recordings. Cervera, however, kept program scripts for all broadcasts of the program, and these have been the basis for our information. All textual quotations from Cervera come from these interviews.

2. Opinión ésta de la Asociación de Arquitectos de México, que la incluiría en su libro *4,000 años de arquitectura mexicana*, Librerías Mexicanas Unidos, México DF, 1956, pág. 159.

2. This was the opinion of the Colegio de arquitectos de México (Mexican Architect’s Association), which would include the house in its book *4,000 años de arquitectura mexicana* (Mexico City: Librerías Mexicanas Unidos, 1956), p. 159.



3.

Las estrategias de Artigas incluyendo pabellones de geometría estricta flotando en el terreno serían las más influyentes en el fraccionamiento. *The strategies of Artigas, including strictly geometrical pavilions floating over the lot, would be the most influential in the development.*

3. Perspectiva original de Francisco Artigas para la Casa Fernández, proyecto no construido de 1957. Cortesía: Archivo personal Fernando Luna. 3. *Original perspective drawing by Francisco Artigas for the Fernández House, a never-constructed design of 1957.*

La precisión técnica del joven Cervera al idear una campaña de televisión de importancia —“El Pedregal... su casa... y Usted” ocupó la hora de máxima audiencia diaria cuando había sólo tres canales en el país— puede sorprender. Sobre todo si se considera la infancia del medio en México. Cervera, sin embargo, no era autodidacta. México tenía una ya larga tradición publicitaria con compañías nacionales especializadas tanto en prensa como en radio. Pero no en televisión. Y Cervera, de hecho, se había formado como publicista en la importante sucursal mexicana de la agencia estadounidense J. Walter Thompson, que según sus propias palabras era por aquel entonces “la agencia mejor del mundo y en la que aprendí todo lo que sé sobre publicidad”.

J. Walter Thompson (que en su larga y difícil adaptación al medio cultural mexicano abandonó la “J” debido a su proximidad fonética con el insulto nacional hacia los homosexuales) había abierto sus puertas en México en 1943.³ Su introducción fue consecuencia directa de un programa puesto en marcha durante la II Guerra Mundial por el Departamento de Estado en Washington, que presionó a quinientas corporaciones estadounidenses y las urgió a extender sus negocios a México, ofreciendo como contrapartida exenciones fiscales en los Estados Unidos.⁴ Los cuatro primeros años de Walter Thompson en México fueron difíciles. La dirección de la compañía no supo entender el delicado equilibrio que definía la particular cultura comercial mexicana: un balance entre prácticas locales asociadas a un profundo nacionalismo y la aceptación de ideas foráneas que facilitaran nociones de progreso y universalidad. Pero hacia 1947, con una nueva dirección más astuta culturalmente que la pionera, Walter Thompson empezó a ser una fuerza importante en la publicidad

and, thanks to the success of his work in television, quickly became a prime example of the meritocratic upward mobility into the bourgeoisie afforded under Alemán’s rule. Cervera’s personal story is unique, but it provides a pattern to understand many others related to the development. In its details his story documents —more objectively than generalizations— the complex interdependence of ideological, social, and personal factors that characterized the central figures of El Pedregal.

Considering Cervera’s youth —he produced the Pedregal program in his twenties—, his technical precision in conceiving an important television advertising campaign may well surprise us: *El Pedregal... su Casa... y Usted* was, after all, an ambitious broadcast that occupied the prime time-slot in a year when there were only three channels in the country. Although Mexico already had a long national advertising tradition in both radio and the press, the novelty of television did not facilitate Cervera’s work. Despite the lack of a local tradition, he was no autodidact, having received his training in television in the important Mexican branch of the J. Walter Thompson Agency. In Cervera’s words, this U.S. firm was “the best agency in the world, where I learned everything I know about advertising.”

The firm J. Walter Thompson had opened the doors of its Mexican office in 1943.³ Its entry into the country was the direct consequence of a program implemented by the Roosevelt administration. During the Second World War and for propaganda reasons, the U.S. State Department encouraged five hundred U.S. corporations to extend their business into Mexico by offering them the incentive of tax breaks in their U.S. operations. J. Walter Thompson’s first four years in Mexico were difficult. The company man-

3. Sobre los datos de la adaptación de J. Walter Thompson al entorno mexicano, incluyendo esta anécdota sobre su cambio de nombre, ver *Yankee don’t Go Home, Mexican Nationalism, American Business Culture, and the Shaping of Modern México, 1920–1950*, de Julio Moreno, University of North Carolina Press, Chapel Hill, 2003. Y sobre todo el capítulo 5: “Walter Thompson the Negotiation of Mexican and American Values”, investigación con la cual tenemos una profunda deuda de gratitud. Se recogen datos también del ensayo del mismo autor titulado “J. Walter Thompson, the Good Neighbor Policy, and Lessons in Mexican Business Culture, 1920–1950”, publicado en *Enterprise and Society*, June 2004, vol. 5, no. 2, pág. 254–280, Oxford University Press.

3. On J. Walter Thompson’s adaptation to Mexican circumstances, including this anecdote about his name change, see Julio Moreno, *Yankee Don’t Go Home! Mexican Nationalism, American Business Culture, and the Shaping of Modern México, 1920–1950* (Chapel Hill: University of North Carolina Press, 2003), especially chapter 5, “Walter Thompson and the Negotiation of Mexican and American Values,” to which we are deeply indebted. We have also used the same author’s essay “J. Walter Thompson, the Good Neighbor Policy, and Lessons in Mexican Business Culture, 1920–1950”, *Enterprise and Society*, vol. 5, no. 2 (June 2004), pp. 254–280.

4. Datos sobre las campañas de propaganda de los Estados Unidos en México se recogen de *The Life of Nelson A. Rockefeller: Worlds to Conquer, 1908–1958*, de Cary Reich, Doubleday, New York, 1996; especialmente el capítulo 15, titulado “Going to War”.

4. On U.S. propaganda campaigns in Mexico see Gary Reich, *The Life of Nelson A. Rockefeller: Worlds to Conquer, 1908–1958* (New York: Doubleday, 1996), especially chapter 15, “Going to War.” Rockefeller was the head of the OCIAA, the U.S. agency that managed these Roosevelt programs.



4

Como muestra de la dependencia del fraccionamiento en la publicidad, Cervera elije a su arquitecto por ser Fernando Ponce Pino uno de los tres —con el propio Barragán y Guillermo Rossell— representados en la primera fase de la publicidad a cargo del propio Barragán. Ponce Pino es también la primera elección de Cervera como presentador de su programa de TV, lo que éste rechaza, heredando Rossell la posición definitiva. [An example of the development’s dependence on advertising](#), Cervera chose Fernando Ponce Pino as his architect, because he was one of the three —along with Barragán and Guillermo Rossell— represented in the first phase of advertising, handled by Barragán himself. Ponce Pino was also Cervera’s first choice as host of the television program, but he declined the position, which was finally taken by Rossell.

4. Casa Cervera (1953), de Fernando Ponce Pino, *Novedades* 1 de diciembre de 1953. Cortesía: Hemeroteca Nacional UNAM. 5. Casa Cussi (1951), de Fernando Ponce Pino, *Novedades* 18 de octubre de 1951 y *Excelsior* 12 de agosto de 1951. Cortesía: Hemeroteca Nacional UNAM. 4. Cervera House (1953), by Fernando Ponce Pino, *Novedades*, 1 December 1953. Courtesy of the Hemeroteca Nacional UNAM. 5. Cussi House (1951), by Fernando Ponce Pino, published in *Novedades*, 18 October 1951, and *Excelsior*, 12 August 1951. Courtesy of the Hemeroteca Nacional UNAM.



5



6

6. Publicidad del programa de televisión del Pedregal, *Revista de Revistas*, 15 y 29 de marzo de 1953. Cortesía: Hemeroteca Nacional UNAM. 7. Encuesta de opinión sobre el programa de televisión del Pedregal distribuida entre la audiencia que acudía al rodaje en directo. Cortesía: Archivo Héctor Cervera. [6. Advertisements for the television program about El Pedregal](#), *Revista de Revistas*, 15 and 29 March 1953. Courtesy of the Hemeroteca Nacional UNAM. 7. Survey about the program distributed to the studio audience. Courtesy of the Héctor Cervera Archive.



7

mexicana, fuerza que se materializó sobre todo en televisión, un medio que en los Estados Unidos estaba más desarrollado por haberse adelantado allí una década.

Cuando en 1948 se empezó a hablar de una televisión mexicana, Cervera —que había entendido de manera inmediata la futura importancia del nuevo medio— solicitó con éxito incorporarse a Walter Thompson. Su motivación venía de la formación previa que había adquirido en dirección escénica. Quería aprender todo lo posible respecto a la producción y dirección de programas, y consideraba la publicidad como un paso de aprendizaje técnico hacia experiencias culturalmente más ambiciosas. Había empezado sus estudios de dirección teatral con Seki Sano, el introductor en México de la Escuela de Vivencia. Ésta no era sino la traducción del método Stanislavski, al que Lee Strasberg daría relevancia popular mundial con el Actors Studio neoyorquino, conexión que surge con frecuencia en la conversación con Cervera. La Escuela de Vivencia representaba un ambiente cultural emergente en el que el propio Barragán, admirador reconocido del trabajo de Sano, también se situaba.⁵ En inspirada opinión de Cervera, el famoso manifiesto de la arquitectura emocional de Mathias Goeritz que Barragán adoptaría progresivamente en años venideros podría tener en este origen teatral su antecedente lejano. Esta opinión se ve sin duda reforzada por la arquitectura de Goeritz en El Eco, espacio experimental de *performances* artístico-teatrales completado en 1953 y que materializa las ideas de la arquitectura emocional. Para Cervera —al igual que para Barragán y para

agement could not grasp the delicate balance that defined Mexico’s unique commercial culture: the equilibrium between deeply nationalistic local practices and the acceptance of foreign ideas of progress and universality. An anecdote may reflect the multiple and unpredictable cultural barriers that they needed to overcome: in the course of its adaptation to Mexican peculiarities they had to abandon the initial J, owing to its phonetic similarity in Mexican Spanish to a derogatory term for “homosexual”. By 1947, however, under the modified name and a new management that was more skillful at cultural politics that the initial one, Walter Thompson emerged as an important force in Mexican advertising. They gained particular preeminence on television, a medium which was more developed in the United States, where it had arrived a decade earlier.⁴

In 1948, when the first talks about a Mexican television transpired, Cervera immediately realized the future importance of the new medium. Understanding Walter Thompson’s technical advantage in audiovisual advertising, he joined their Mexican office. Cervera’s previous experience was in theater, but he thought that his specialization in stage production could be translated to the small screen. He wanted to learn everything about the production and direction of television programs, and considered advertising only a first step in a technical apprenticeship on the way to more culturally ambitious experiments. Cervera had begun his theatrical studies under Seki Sano, who introduced in Mexico what came to be known there

5. Por su importancia en relación a las conexiones teatrales de la obra de Barragán, merece mencionarse aquí que este comentario sobre su admiración por la obra de Sano proviene de las entrevistas con Cervera. El publicitario afirma que paseando con Sano en Reforma, en 1951, se encontraron con Barragán, y que el arquitecto, mostrando ser ya amigo de Sano, se detuvo a felicitarlo por su último trabajo, manifestándole su admiración. 5. Given its importance with regard to the theatrical connections of Barragán’s work, it should be noted that our information on his admiration for Sano also comes from interviews with Cervera. He recounts how in 1951 he and Sano ran into Barragán on Mexico City’s Paseo de la Reforma. The architect, already acquainted with Sano, stopped to congratulate him on his latest work and expressed his admiration for his work.

8



Casa Cervera, 1954, Fernando Ponce Pino. [Cervera House \(1954\)](#), by [Fernando Ponce Pino](#).

8. Fotografía de 1955, Fotografía: Guillermo Zamora, reproducida de *4,000 años de arquitectura mexicana*. 8. Photograph of 1955 by Guillermo Zamora, reproduced in *4,000 años de arquitectura mexicana*.

Goeritz— el uso de una doctrina internacional en la búsqueda de una manifestación cultural mexicana era una maniobra intelectual en la que se encontraría cómodo.

Estas mismas negociaciones intelectuales se ejemplifican con su entrada en Walter Thompson. En su elección, Cervera aceptaba coherentemente la presencia del filtro estadounidense en una educación técnica y cultural que la idea de progreso convertía en universal. El método de propaganda del programa de Cervera y sus contenidos —con su explícita aceptación de modos de vida como la dependencia suburbana del automóvil— reflejan tanto la facilidad con que Cervera se movía entre varias ideologías como la simpatía de los responsables del Pedregal hacia una forma de pensar de la cual eran, al fin y al cabo, patrocinadores.

Y los mismos mecanismos ideológicos se reflejan de forma directa en la casa que Cervera se construyó en El Pedregal. El diseño de Ponce Pino se conserva intacto, todavía hoy, como una radical expresión de modernidad abstracta. Un volumen prismático puro que Cervera describe con la costumbre del eslogan publicitario: “sostenido en columnas, como la cultura occidental”. En efecto, 22 pilares elevan la casa por encima de un jardín de plataformas diseñado por Manuel “el Caco” Parra. Las plataformas recuerdan a las que en la Ciudad Universitaria —quizá como comentario ya tópico— se referían a un pasado indígena. Aunque la casa inicial fue medida en su arquitectura, el éxito profesional permitió a Cervera ir adquiriendo una notable colección de arte mexicano, con óleos y esculturas de Miguel Covarrubias y Jorge González Camarena, entre otros muchos. Muestra de la fe continuada de Cervera en los valores que su programa de televisión propuso para El Pedregal, la pieza central de esta colección es un óleo de González Camarena realizado por encargo del propio Cervera. Titulado

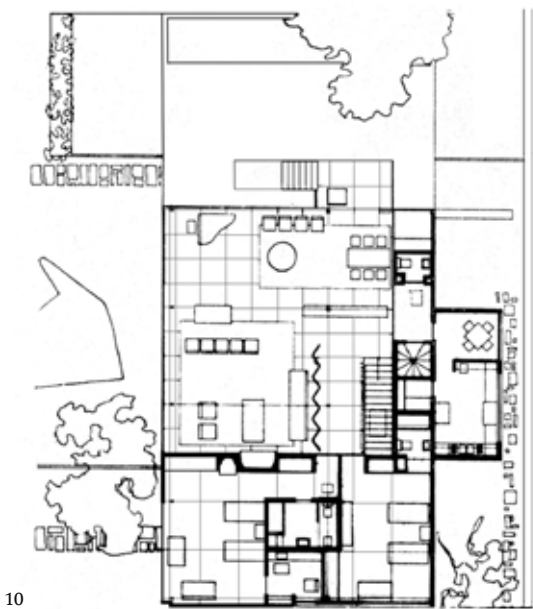
as *La escuela de vivencia* (roughly translated as The School of Living Experience). Sano’s teachings were an application of the Stanislavski method, which Lee Strasberg had brought to worldwide popularity through New York’s renowned Actors Studio (a connection often made by Cervera in his conversations). Sano’s *escuela de vivencia* represented an emerging cultural ambience within which Barragán, an expressed admirer of Sano’s work, can also be situated.⁵ In Cervera’s insightful opinion, Mathías Goertiz’s famous “Manifiesto of Emotional Architecture”, which Barragán would progressively adopt in later years, may have drawn on this theatrical current. Cervera’s insight is substantiated by Goeritz’s connections with the experimental theater of the era; especially through his architecture in El ECO, a theatrical performance space completed in 1953 that embodied his ideas about emotional architecture. Cervera was entirely comfortable intellectually—as were Barragán and Goeritz— with the use of an international doctrine such as Strasberg’s in the quest for a Mexican cultural manifestation.

The same intellectual flexibility is evident in Cervera’s decision to join Walter Thompson’s Mexican office. By this choice, despite his profound Mexican nationalism, Cervera was consciously accepting the presence of an American filter in his technical and cultural education; even though it must be said that, like many Mexicans at the moment, he thought that the overarching concept of the search for progress rendered many American ideas universal. The advertising methods of Cervera’s El Pedregal program and its content—with its explicit acceptance of lifestyles such as the suburban dependence on the automobile— reflect the ease with which Cervera moved among various ideologies. This was also the case for those in charge of developing El Pedregal, including Barragán. Af-

9



9. Estado actual: Fotografía de los autores. 10. Planta superior. Dibujo original: Fernando Ponce Pino. 9. Present-day state. Photograph by the authors. 10. Upper level. Original plan by Fernando Ponce Pino.



10

Historia de la erupción del Xitle, preside la estancia y está cuidadosamente enmarcado por cuatro sillas Barcelona, el ya veterano diseño de Mies que Knoll comercializaba entonces como uno de los iconos de la posguerra.

El intento de establecer un compromiso entre temas transnacionales y locales no es, por supuesto, una actitud exclusiva de Cervera. Aunque es posible analizar el fenómeno desde un punto de vista puramente cultural, es mejor buscar su origen en condiciones socioeconómicas. Y éstas estaban dominadas desde la guerra por las relaciones con el vecino del Norte. Hablando específicamente de la sociología alrededor del mundo de los negocios, Julio Moreno sintetiza el cambio de sistema de valores en la pos-

ter all they, and not Cervera, were ultimately responsible for sponsoring the program’s methods and viewpoint.

Similar ideological mechanisms are evident in the house that Cervera built for himself in El Pedregal. Ponce Pino’s design still survives intact as a radical expression of abstract modernity. The house is minimal: a pure prismatic volume which Cervera describes in the manner of an advertising slogan: “sustained by columns, like Western culture.” Indeed, twenty-two pillars raise the house above a garden of platforms designed by Manuel *el Caco* Parra. The platforms, as most of Parra’s garden design, recall those in the adjacent Ciudad Universitaria, the renowned Mexico City university compound built by President Alemán. Cervera was keenly aware of the standard critical interpretation of the era for these platforms as a clear reference to Mexico’s indigenous urban heritage. In Cervera’s mind, his garden platforms helped to integrate the modern ideas of the house with Mexican traditions. Although the original house was not big, Cervera’s later professional success allowed him to make qualitative improvements. Perhaps the most significant was the integration into the architecture of a remarkable collection of Mexican artworks, including oil paintings and sculptures by Miguel Covarrubias, Jorge González Camarena, and many other national artists. The central piece of the collection, and a symbol of Cervera’s abiding faith in the values advertised in his television program for El Pedregal, is an oil painting by González Camarena. Commissioned directly by Cervera and entitled *History of the Eruption of Xitle*, the painting presides over the living room. As in an altar composition, Cervera has kept it for 50 years carefully flanked by four Barcelona chairs, the 1920s Mies van der Rohe design marketed by Knoll in the 1950s as one of the icons of the postwar period.

Cervera’s attempt to strike a compromise between transnational and local themes is very representative of the Mexico of his era. Although it is possible to analyze the phenomenon from a purely cultural perspective, its

guerra como “la sincronización de valores estadounidenses y mexicanos en la forja de un terreno intermedio que permitió la coexistencia de significados aparentemente conflictivos en un momento cuando la sociedad y la cultura estaban cambiando de manera rápida”.⁶ Y Moreno sugiere que un factor clave en la generación de estos cambios sociológicos rápidos fue, precisamente, la particular cultura de los negocios que, cristalizando durante guerra y generalizándose durante el gobierno de Alemán, marcaría a la sociedad mexicana —sobre todo a la capitalina— durante las décadas siguientes.

El espaldarazo de Alemán a esta cultura de los negocios (a pesar de su origen en una etapa de guerra anterior a su toma del poder en 1946) fue tan definitivo que los resultados se identifican con su presidencia. Como su extraña promesa electoral del Cadillac universal anunciaba sin comedimiento, Alemán promovió un liberalismo cuyo objetivo era ese enriquecimiento individual que la marca de la General Motors representaba. Al principio del mandato, sin embargo, su secretario de Hacienda, Ramón Beteta, anticipaba los problemas de esta actitud reconociendo que “el panorama de la guerra fue en México el de un auge en los negocios que se reflejó en la formación y desarrollo de muchas fortunas y en el bienestar y la comodidad de un grupo social relativamente reducido”.⁷ Pero para Beteta el único problema era de números; en vez de contrarrestar las desigualdades, el gobierno de Alemán decidió promover enérgicamente la cultura mercantil, apostando así por la extensión de beneficios a grupos más amplios. A este respecto Krauze afirma en su libro *La Presidencia Imperial* que con Alemán la gente de clase media y alta desplazó por entero a la clase baja.⁸ En efecto, la posguerra presenció la ampliación del grupo beneficiario de estas políticas hasta el punto de crear una nueva burguesía con características distintas a la de la preguerra. Empleamos aquí el término burguesía en un sentido amplio, uno que incluye a los sectores más favorecidos de la clase media.

El Pedregal significó dentro de este panorama mucho más que un simple fraccionamiento. Destacado por los medios de comunicación, emergiendo al mismo tiempo que esta burguesía y creciendo con ella, acabó representándola en la imaginación colectiva. Como hemos adelantado en capítulos anteriores, Krauze encuentra espacio en su libro para afirmar con rotundidad que El Pedregal era, a no dudarlo, la colonia de la Revolución Institucional. Y durante esta etapa la entrada en la burguesía sería posible para quienes, como Cervera, supieron aprovechar las posibilidades de los nuevos negocios emergentes. Efectivamente, si quizás no se puede hablar exclusivamente de este mundo mercantil en relación con el residente tipo del Pedregal, la gran mayoría de sus habitantes representaba a los que se beneficiaron directamente de las políticas de gran liberalismo económico de estos años. Como Krauze reconoce, El Pedregal se puede considerar como el paisaje doméstico simbólico que define a este nuevo grupo social emergente en la posguerra alemanista.

Hablamos aquí con una perspectiva histórica que al

origins are best sought in socio-economic conditions; an environment that, in the years around World War II, was especially marked by Mexico’s relations with its neighbor to the north. Speaking specifically of the sociology of the business world, Julio Moreno explains the postwar change in Mexican value systems at that moment of time: “I see the syncretizing of Mexican and American values as the forging of a middle ground that allowed the coexistence of apparently conflicting values at a time when Mexican society and culture were rapidly changing.”⁶ Moreno concludes that a key factor of these rapid sociological changes was precisely the particular business culture that crystalized during the war and widened its reach during the administration of Alemán. This peculiar business culture would mark Mexican society —especially that of the capital city— for decades to come.

Although this business culture originated in the war years that preceded his election, Alemán’s encouragement of this business culture was so definitive that its results are identified with his presidency. Brazenly following his alleged campaign promise of a “Cadillac for every Mexican”, Alemán promoted a liberalism whose objective was that personal enrichment which these legendary General Motors automobiles universally represented. At the beginning of his administration, Alemán’s Secretary of Finance Ramón Beteta anticipated the problems of this attitude recognizing that “the wartime panorama in Mexico was that of a business boom reflected in the formation and development of many fortunes and in the welfare and comfort of a relatively limited social group.”⁷ But for Beteta the only problem was one of numbers. Instead of addressing inequalities, the Alemán government decided to energetically promote this commercial culture, hoping for an extension of its benefits to a wider range of social groups. As Enrique Krauze points out in his book *Mexico: Biography of Power*, with Alemán the middle and upper classes entirely displaced the lower class.⁸ Indeed, this was a phenomenon that, without overlooking its negative aspects, also meant an expansion of the number of Mexicans achieving substantial comfort. The result was the creation a new bourgeoisie with characteristics different from those that distinguished prewar society (we use the loaded term “bourgeoisie” here in a broad sense, which includes the most favored sectors of the middle class).

Within this socio-economic panorama, El Pedregal signified much more than a residential development. Brought to public consciousness by the media in the precise moment that this newly formed group of comfortable Mexicans was emerging, El Pedregal ended up symbolizing this bourgeoisie in the collective imagination. As we have mentioned in earlier chapters, Krauze affirms roundly in *Mexico: Biography of Power* that El Pedregal was the neighborhood of the Institutional Revolution (the oxymoron “Institutional Revolution” referring here to the transformation under Alemán of the *Partido Revolucionario Institucional* (PRI), the recently renamed Mexican official political party). Indeed, because in these years the bour-

6. Ver *Yankee Don’t Go Home*, citado antes, pág. 6; traducción de los autores.

6. Moreno, *Yankee Don’t Go Home!*, p. 6.

7. Ver *El sexenio alemanista*, de Tzvi Medin, Ediciones Era, México DF, 1990; pág. 20.

7. Tzvi Medin, *El sexenio alemanista* (Mexico City: Ediciones Era, 1990), p. 20.

8. *La Presidencia Imperial, ascenso y caída del sistema político mexicano (1940–1960)*, de Enrique Krauze, Tusquets Editores, Colección Andanzas, México DF, 1997, es un libro que citamos con frecuencia y al que debemos deuda de gratitud.

8. See Enrique Krauze, *La presidencia imperial, ascenso y caída del sistema político mexicano (1940–1960)* (Mexico City: Tusquets, 1997). Krauze’s book has been translated into English, along with two of his other volumes, under the comprehensive title *Mexico: Biography of Power* (New York: Harper Collins, 1997). The comments in our book, however, are our own translations from the original Spanish-language edition of Krauze’s book.



11 Casa Bernardo Quintana (1955), de Enrique del Moral. El ingeniero Bernardo Quintana, fue uno de los miembros más significativos del grupo de empresarios alemanistas conocidos como el “Grupo de los cuarenta”. Bernardo Quintana House (1955), by Enrique del Moral. Bernardo Quintana was among the most prominent of the businessmen belonging to the “Group of Forty” during the Alemán administration.

11. Fotografía: Guillermo Zamora. Cortesía: Fototeca de la Dirección de Arquitectura y Conservación del Patrimonio Inmueble / INBA. 11. Photograph by Guillermo Zamora. Courtesy of the Fototeca de la Dirección de Arquitectura y Conservación del Patrimonio Inmueble / INBA.

inicio del fraccionamiento distaba de estar clara. En 1952, Carlos Obregón Santacilia —arquitecto identificado con las etapas más revolucionarias de los gobiernos previos a Ávila Camacho—, en su libro pionero sobre el desarrollo de la arquitectura moderna en México, mantiene por aquel entonces que las casas de los Jardines del Pedregal “gustan mucho a cierto tipo de gente, mezcla de extranjeros y extravagantes que viven en México y que forman un sector de la sociedad.”⁹ Hubo siempre, sí, un porcentaje de extranjeros entre la población del Pedregal, en especial de estadounidenses que cruzaron la frontera con sus corporaciones. Pero siempre fueron totalmente minoritarios. Creemos que el blanco real de las claras intenciones descalificadoras de la observación de Obregón era un sector más amplio de la sociedad mexicana: el caracterizado por su apertura a influencias internacionales. Al emparejar esta tendencia con los deseos “extravagantes” de modernidad en la manera de vivir, Obregón sugiere implícitamente su conexión. Pero la virulencia del comentario muestra también el reconocimiento de que la influencia de grupo social del que habla era mucho más amplia de lo que él habría deseado.

geoisie became associated with those who took advantage of the business opportunities facilitated by political connections, El Pedregal was considered the symbolic domestic landscape that defined this newly-emerging social group identified with the PRI. If it is not perhaps possible to speak exclusively of these commercial and political circles in relation to the typical resident of El Pedregal, the great majority of its inhabitants were direct beneficiaries of the strongly liberal economic policies of those years.

We are making these associations with the advantage of historical distance—a perspective that was far from clear in the early years of the development. From its inception, however, there was interest in categorizing the sociological make up of El Pedregal. In 1952, for instance, Carlos Obregón Santacilia maintained in his pioneering book on modern architecture in Mexico that the houses in Jardines del Pedregal “appeal[ed] greatly to certain kinds of people, a mixture of foreigners and oddballs who live in Mexico and make up a sector of the society.”⁹ While it is true that a certain number of foreigners were counted among the residents of El Pedregal, especially Americans who had

9. Ver *Cincuenta años de arquitectura mexicana (1900–1950)*, de Carlos Obregón Santacilia, Editorial Patria, México DF, 1952. Nacido en 1896, Santacilia pertenece a la generación de arquitectos que estudió en la tradicional Escuela Nacional de las Bellas Artes y vivió en unos tiempos de confusa transición. Durante la segunda década del siglo XX se encontró en la disyuntiva de elegir entre la ruptura con la arraigada tradición de la dictadura porfirista, la búsqueda de una identidad nacionalista o la aceptación de las nuevas ideas europeas modernas. Santacilia representa a la generación de arquitectos que se enorgullecían de ser modernos al mismo tiempo que se oponían a la obra realizada en el Pedregal. 9. Carlos Obregón Santacilia, *Cincuenta años de arquitectura mexicana (1900–1950)*, (Mexico City: Editorial Patria, 1952), p. 37. Santacilia belonged to a generation of architects who had studied in the traditional Escuela Nacional de Bellas Artes and lived through a confusing transition period. Architects in the 1920s were faced with the choice of breaking with the deeply-rooted tradition of the Porfirio Díaz dictatorship, seeking a nationalistic identity, or accepting the new modern ideas from Europe. Santacilia is representative of a group of architects who, proud to be modern, were nevertheless opposed to El Pedregal project.

No se puede asegurar si en 1952 Obregón era ya consciente de la identificación del Pedregal con la burguesía alemanista. Aunque si lo era, la crítica que hace del fraccionamiento no sería contradictoria; el tono de su libro, publicado al final del sexenio de Alemán, es francamente negativo respecto a arquitectos como Mario Pani, que colaboraron con el presidente. Pero si en 1952 la asociación del fraccionamiento con un grupo determinado está todavía en proceso de definición, pronto los datos la harán inevitable. En un país tan presidencialista como México, no podrán pasar desapercibidas las conexiones del fraccionamiento, sobre todo con sus jefes máximos, pero también con sus políticos y con los escalones más altos del mundo de los negocios. El presidente Adolfo López Mateos vivirá en el límite de fraccionamiento, y el presidente Gustavo Díaz Ordaz fue residente, ambos en casas diseñadas por Pedro Ramírez Vázquez.¹⁰ A niveles familiares adyacentes, los hijos —o hijastros— de los presidentes Ruiz Cortines, Díaz Ordaz y Echeverría también residirán en el fraccionamiento, la mayoría en casas de Francisco Artigas. Ministros y políticos estuvieron bien representados con, por ejemplo, los licenciados Gil Preciado, Campillo Sainz, y Víctor Bravo Ahuja, secretarios de Agricultura uno e Industria y Comercio el otro y de Educación el tercero en distintas administraciones. Y, por último, y quizás tan importante por su impacto en la opinión, fue que varios entre el “Grupo de los Cuarenta” —el famoso colectivo de los empresarios más poderosos del México de Alemán— también elegirán vivir en el Pedregal. Valgan como ejemplo Carlos Trouyet o Bernardo Quintana ambos residentes del fraccionamiento: el primero en una extensa propiedad cuyos jardines, aunque nunca documentados en profundidad, figuran como obra del mismo Barragán; y el segundo, en una extraordinaria casa diseñada por Enrique del Moral. A estos “cuarenta” se aludía maliciosamente con el nombre del popular cuento árabe, y con el papel de Alí Babá reservado para el propio presidente.¹¹ Tal dato, sumado a nuestra mención del libro de Obregón, pretende recordar aquí la negativa opinión que importantes sectores de la sociedad tenían tanto de Alemán como del grupo que más se benefició de sus políticas económicas.

Pero el propósito al incluir en estas notas la figura de Cervera y acompañarlo desde sus comienzos en la clase media ha sido el de equilibrar el peso de esta historia de privilegios. El Pedregal no fue sólo una colonia de mansiones. De éstas hubo muchas, por supuesto, y quizás fueron las que recibieron mayor atención; pero los habitantes del fraccionamiento representaron una sociedad más amplia económicamente, no limitada a la exclusiva clase media-alta. Si con el tamaño inicial de los lotes la propuesta de Barragán buscaba a ese tipo de cliente, su reducción forzada por la realidad de las ventas abrió la oferta hacia los sectores más acomodados de la clase media.

Así, emergieron dos tipos de ocupantes, que seleccionaron El Pedregal por razones distintas. El cliente de los grandes lotes lo eligió atraído por la posibilidad —inexistente entonces en colonias capitalinas similares— de un

crossed the border with their corporations, they were always a minority. Obregón was, after all, an architect identified with the governments prior to that of Ávila Camacho broadly represented by the Secretary of Education Jose Vasconcelos and his work on the construction of a Mexican identity. In his clearly dismissive observation, by juxtaposing foreigners and the “oddballs” of modernity, Obregón was suggesting an implicit connection between international ideas and the modern lifestyles promoted by El Pedregal. But the virulence of his comments also demonstrates recognition that the segment of Mexican society which was opening to international influences was much wider than he would have liked.

It cannot be claimed with certainty that in 1952 Obregón was already aware of an identification of El Pedregal with the bourgeoisie-at-large of the Alemán period. If, however, he was also beginning to make that connection, his critique of the development would not have been inconsistent with his opinions about the evolution of Mexico under Alemán. The tone of his book, published toward the end of Alemán’s six-year administration, is frankly negative when dealing with architects such as Mario Pani, who collaborated with the president. In 1952, the popular association of El Pedregal with a particular sociopolitical group may have been still in the process of being defined, but the facts would soon make it certifiable. In a country with a strong presidential regime, such as Mexico, the development’s connections with several presidents, his ministers, and the most prominent members of the business world could not possibly go unnoticed. President Adolfo López Mateos would live on the edge of the development, and President Gustavo Díaz Ordaz was a resident, both in houses designed by Pedro Ramírez Vázquez.¹⁰ At a close family level, the children or stepchildren of presidents Ruiz Cortines, Díaz Ordaz, and Echeverría would also reside in El Pedregal, most of them in houses designed by Francisco Artigas. Other political figures were also well represented, for example, ministers from various administrations such as Gil Preciado (Agriculture), Campillo Sainz (Industry and Commerce), and Víctor Bravo Ahuja (Education). Finally, and equally important owing to its impact on public opinion, some of the “Group of Forty”, a popular name coined to describe Alemán’s Mexico most powerful businessmen, would also choose to live in El Pedregal; (the number alluding maliciously to the Arabian Nights tale, with the role of Ali Baba reserved for the president).¹¹ Businessmen Carlos Trouyet and Bernardo Quintana, for example, were both residents of the development: the former on an extensive property whose gardens (though they have never been fully documented) are considered to be the work of Barragán, the latter in an extraordinary house designed by Enrique del Moral. The blunt implications of the Arabian thieves association, added to our quote from Obregón Santacilia, are meant to recall here the negative opinion held by significant sectors of society regarding Alemán and the group that benefited from his economic policies.

10. Con posterioridad a las fechas que cubre nuestro libro, los presidentes José López Portillo y Ernesto Zedillo también residirán en el Pedregal. 10. At a later date, outside the scope of the present book, Presidents José López Portillo and Ernesto Zedillo also resided in El Pedregal.

11. Ver *Tragicomedia mexicana 1: La vida en México de 1940 a 1970*, de José Agustín, Editorial Planeta Mexicana, México DF, 1991. En la pág. 90 Agustín habla de cómo a la gente le gustaba referirse a este grupo de 40 empresarios como “Alí Babá y los cuarenta ladrones”. Este libro uno de los pocos que tratan la confluencia de la política con la cultura popular y los medios de comunicación, también ha sido importante para nuestro trabajo. 11. See José Agustín, *Tragicomedia mexicana 1: La vida en México de 1940 a 1970*, (Mexico City: Editorial Planeta Mexicana, 1991). On page 90, Agustín mentions how people liked to refer to this group of forty businesspeople as “Ali Baba and the Forty Thieves.” Agustín’s book, one of the few that deals with the confluence of politics with popular culture and the media, has also been important to us in our research.

12

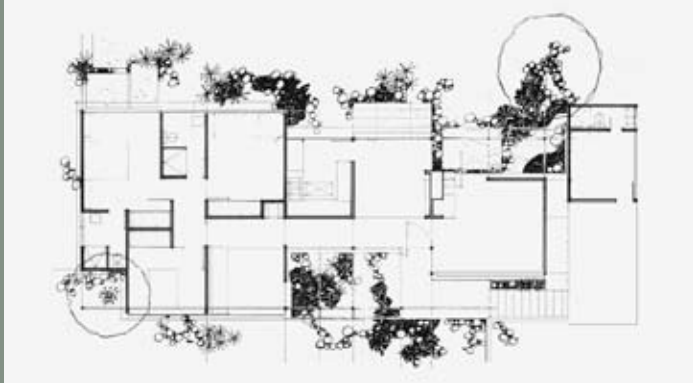


13



12-13. Casa Noriega (1957), de Fernando Best. Estado actual. Fotografía: Luis Gordoa. 12-13. Present-day state of the Noriega House (1957), by Fernando Best. Photograph by Luis Gordoa.

14



15



Ejemplos de casas menores: las casas de promoción eran mucho más reducidas que las casas más famosas del fraccionamiento, y fueron más numerosas en el Pedregal. Se incluye aquí un grupo de seis en la calle Escarcha (1961) diseñadas en conjunto por Antonio Attolini Lack. Examples of more modest houses: the promotional houses were much smaller, and more numerous, than the famous houses in El Pedregal. This photo shows a group of six houses on Escarcha, designed together in 1961 by Antonio Attolini Lack.

14. Planta de conjunto. Dibujo original. Cortesía: Antonio Attolini Lack. 15. Planta de la casa C. Dibujo original. Cortesía: Antonio Attolini Lack. 14. General plan. Original drawing, Courtesy of Antonio Attolini Lack. 15. Plan of House C. Original drawing, Courtesy of Antonio Attolini Lack.

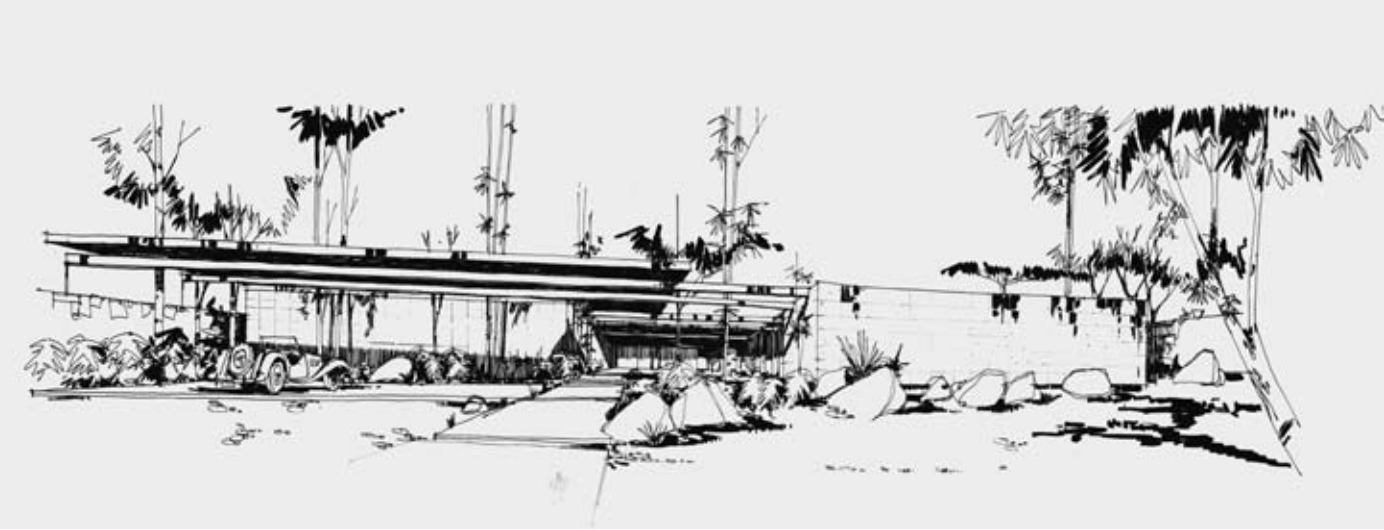
16



17



16-17. Largo reportaje de Esther McCoy enPortada de la revista *Arts & Architecture*, sobre el Pedregal de San Ángel y Barragán; cuya casa en Tacubaya también ocupa la portada de este número de la revista. *Arts & Architecture*, agosto de 1951. Cortesía: Arts & Architecture y Barragán Foundation. 16-17. The long cover story by Esther McCoy about Barragán and El Pedregal de San Ángel in *Arts & Architecture* (August 1951). It was Barragán’s house in Tacubaya that was featured on the cover of the issue. Courtesy of *Arts & Architecture* and the Barragan Foundation.



18. Perspectiva de la casa Estandía. Dibujo original. Cortesía: Antonio Attolini Lack. 18. Original perspective drawing of the Estandía House. Courtesy of Atonio Attolini Lack.

aislamiento distanciador que se adhería al mito fundador barragiano: el de la casa de campo en la ciudad; el de los lotes medios y pequeños, sin embargo, lo escogió por otros dos factores, repetidos en la totalidad de nuestras entrevistas: por la atracción de la nueva manera de vivir que su arquitectura sugería, sí, pero sobre todo por el costo del terreno, considerablemente inferior que en otras colonias —como Las Lomas, Polanco, Del Valle, o los pueblos de Coyoacán y San Ángel—, aceptables para los que ambicionaban incorporarse a la burguesía. A medida que la ocupación fue progresando, el segundo tipo de cliente sería cada vez más mayoritario.

En 1956, Adelaida Noriega, entonces de 25 años, de sólida familia burguesa y recién casada con un ingeniero químico, compró un solar en el Pedregal. Desde los 75 pesos/m²—que Cervera mencionaba para el otoño de 1954—ya se había pasado a 115 pesos/m², cantidad que Noriega pagó por un pequeño lote de 1,260 m² en la parte más alejada de la avenida de las Fuentes. Aunque necesitó crédito, el precio era muy atractivo. En el proceso de búsqueda, la familia había determinado que en Coyoacán —su primera preferencia— el coste estaba por encima de 2,000 pesos/m². Después de tres años de ahorros, la familia contrató a Fernando Best —socio de Artigas en su etapa previa al Pedregal— para que le diseñara una pequeña casa. Siguiendo un inteligente plan modular, la vivienda de los Noriega crecerá con los nuevos hijos desde los 160 m² construidos en 1959 hasta un total de 240 m² en las dos fases posteriores que el proyecto original preveía.

Las familias Cervera y Noriega representan, en cuanto a números, al que sería el grupo de residentes más importante del Pedregal, el de los llamados “profesionistas”, integrado por profesionales titulados con una educación universitaria que, todavía minoritaria en la era de Alemán, abría las puertas a numerosas oportunidades mercantiles. Recordemos aquí que el mismo gobierno de Alemán se preciaba de ser el primero en México esencialmente for-

But the purpose of featuring Cervera's story, from his middle-class beginnings to the construction of his restrained residence, is to counterbalance the weight of El Pedregal's ultra-privileged settlers in our account. El Pedregal was not simply a neighborhood of mansions. There was no lack of them, to be sure, and perhaps they have received the most attention in the architectural press, but the development's population represented a broader economic segment of society, not limited exclusively to the upper-middle class. Although the size of the lots in Barragán's initial proposal suggested a wealthier client, the smaller dimensions forced by the actual sales opened up the development to the more prosperous sectors of the middle class.

Thus emerged two types of residents who chose El Pedregal, each for a different set of reasons. The purchasers of large lots were attracted by the possibility of a distancing isolation in line with Barragán's founding mythology: a country home in the city, which was an option unavailable in the established Mexico City neighborhoods of the time. The purchasers of small and medium-sized lots were drawn by two other factors that reappeared in all of our conversations with original clients: the attraction of the new lifestyle suggested by the architecture and, above all, the cost of the lots, which was much lower than in the other neighborhoods acceptable to those whose ambition was to join the bourgeoisie, for instance Las Lomas, Polanco, Coyoacán or San Ángel. As the development began to fill up, it was the second type of client who became ever more common.

In 1956, twenty-five-year-old Adelaida Noriega, who was from a solid bourgeois family and recently married to a chemical engineer, bought a lot in El Pedregal. The price had gone up from 75 pesos/m² —mentioned by Cervera in the fall of 1954— to 115 pesos/m², which Noriega paid for a small lot of 1,260 m² located in Avenida de las Fuentes in the area farthest from Barragán's original entry to the de-



19. Planta de la casa Estandía en Escarcha 50 (1961) directamente adyacente al grupo y también construida por un promotor. Dibujo original. Cortesía: Antonio Attolini Lack. 19. Original plan of the Estandía House (1961) at Calle Escarcha 50, directly adjacent to the Attolini group and also built by one of the developers. Courtesy of Antonio Attolini Lack.

mado por esta clase —relativamente meritocrática— de “los licenciados”, contrastando con los anteriores gobiernos donde predominaban los militares. La circunstancia de los universitarios del Pedregal adquiere especial importancia en nuestra mirada retrospectiva, pues mientras que la práctica totalidad de las grandes casas —que respondían a un modo de vida casi obsoleto— han sido demolidas o reconvertidas, las viviendas más medidas pertenecientes a esta clase media acomodada son, de las originales, las que hoy se mantienen en el fraccionamiento.

La de los “profesionistas” es una categoría que nos recuerda a las que protagonizaron fenómenos de modernidad en otros países. Estamos pensando aquí, por ejemplo, en los Estados Unidos y las contemporáneas Case Study Houses (CSH) de la revista *Arts & Architecture*, viviendas de la posguerra construidas en Los Ángeles que guardan similitudes con las casas menores del Pedregal. No somos los primeros en hermanar ambas operaciones; la historiadora Esther McCoy —cronista por excelencia del experimento de Los Ángeles— hace lo mismo en su introducción a la segunda edición de su libro sobre las CSH: “Había otra comunidad del mismo tipo”, que las CSH, “un fraccionamiento proyectado por el talentoso Luis Barragán de México”.¹² Famosa es la descripción que hace McCoy de los clientes que atrajeron las CSH: “profesionales con ingresos moderados; a los que se conocía como los progresistas”.¹³ McCoy también aclara que las diferencias eran, por otra parte, importantes. La mayoría de las CSH —no todas— respondían a cambios sociológicos tales como el final del servicio doméstico. Por el contrario, la mayoría de las casas del Pedregal todavía se organizaron alrededor de su permanencia, debido, claro, a su reducido costo facilitado por la mayor tasa de desigualdad en la población mexicana.

velopment on the same avenue. Although the family still needed financial help, the price was very attractive. When they were looking for a property to buy, they had found that prices in Coyoacán —their first choice— were above 2,000/m² . They calculated that despite the fact that the urban lots they required in Coyoacán were much smaller, their investment would have been far higher. Saving for three years after their lot purchase, the family hired Fernando Best —a partner of Artigas in the period of his career immediately prior to his work in El Pedregal— to design a small house. Expanding in accordance with an intelligent modular plan, the Noriega residence would grow with the family's new children from the 160 m² constructed in 1959 to a total of 240 m² in the two later stages anticipated in the original design.

The Cervera and Noriega families are representative of the most numerous group of Pedregal residents: a group formed by university-educated people known in Mexico as *profesionistas*, a peculiar Mexican neologism for the word “professional,” not common in other Spanish speaking countries. The higher level of education of the *profesionistas* was only achieved by a minority in the Alemán years, and conferred a special status that opened the doors to numerous commercial opportunities. It must be remembered that Alemán's own administration prided itself on being the first government in Mexico composed primarily of this relatively meritocratic class of civilian university graduates; a cabinet that was presented in sharp contrast to the former governments of military men. The characteristics of the professional families of El Pedregal have acquired special importance in our retrospective survey. Most of the development's large houses —built for an all-but-obsolete lifestyle— have been demolished or transformed, but the smaller dwellings belonging to this affluent segment of the middle class have survived in their original condition and in greater numbers.

This category of Mexican professionals reminds us of the protagonists of modernity in other countries. We are thinking here of the Case Study Houses (CSH) of Los Angeles, contemporary experimental residences that bear certain similarities with the houses of El Pedregal. We are not the first to draw this analogy: the historian Esther McCoy —who has left us the best account of the Los Angeles experiment— did the same in her introduction to the second edition of her book on the CSH: “There was another such community, this one contemporaneous with the Case Studies, a development laid out by the talented Luis Barragan [sic] of Mexico. It was the Jardines del Pedregal, located on a dramatic lava flow at the edge of Mexico City.”¹² McCoy's description of the clients that were attracted by the CSH has become famous: “professional people with moderate incomes —progressives they were called.”¹³ McCoy also points out that the differences between the CSH and El Pedregal were also important: not without exceptions, the CSH addressed such sociological changes as the disappearance of domestic service. By contrast, most of the houses in El Pedregal were still organized around the per-

12. Ver *Case Study Houses, 1945–1962* [Second Edition], de Esther McCoy, Hennessey & Ingalls, Los Angeles, 1977, pág. 2. McCoy estuvo interesada desde un principio en el Pedregal y en sus conexiones con las líneas editoriales de *Arts & Architecture*, revista en la que colaboró durante la fase más fructífera de su carrera. Consecuentemente, McCoy sería uno de los primeros promotores internacionales del fraccionamiento a nivel cultural, publicando en *Arts & Architecture* entrevistas con Barragán sobre el fraccionamiento, imágenes de sus jardines o casas como las de Max Cetto y otras varias. Años después, McCoy aceptaría ligar su nombre a la única monografía sobre Francisco Artigas, esencialmente centrada sobre su obra en el Pedregal.

12. Esther McCoy, *Case Study Houses, 1945–1962*, second edition (Los Angeles: Hennessey & Ingalls, 1977), p. 2. McCoy was interested in El Pedregal project because of the connections of its ideas with the editorial line of *Arts & Architecture*, a magazine to which she contributed frequently. As a result, McCoy became one of the first international promoters of the project, publishing interviews with Barragán about El Pedregal and images of gardens and houses, such as those of Max Cetto and others. Years later, although she only contributed an introduction, McCoy would allow her name to appear as author in the only existing monograph about Francisco Artigas, which focused mainly on his work in El Pedregal.

13. Ver “Arts & Architecture, Case Study Houses” de Esther McCoy, en *Blueprints for Modern Living, History and Legacy of the Case Study Houses*, editado por Elizabeth A. T. Smith, The MIT Press, Cambridge and London, 1989, pág. 18. 13. Esther McCoy, “Arts & Architecture Case Study Houses,” in *Blueprints for Modern Living: History and Legacy of the Case Study Houses*, ed. Elizabeth A. T. Smith (Cambridge, Mass. and London: The MIT Press, 1989), p. 18.



20. Casa Gutiérrez en Escarcha 38 (1958), de José María Buendía y situada adyacente al grupo de seis de Attolini. En una las imágenes que mejor representa la densidad de arquitectura de lo que fue el Pedregal adviértase la casa C de Attolini, al otro lado de la calle, y la casa Rebaque (1961), de Héctor Alonso Rebaque y Félix Candela, reflejada en la ventana. Cortesía: José María Buendía. 20. The Gutiérrez House (1958), by José María Buendía, at Calle Escarcha 38, located adjacent to the group of six houses by Attolini. One of the images that best reveals the density of quality architecture in El Pedregal, this photo shows Attolini’s C House across the street and the Rebaque House (1961), by Héctor Alonso Rebaque and Félix Candela, reflected in the window. Courtesy of José María Buendia.

Pero si bien el grupo de los profesionales del Pedregal alcanzó en poco tiempo una posición más holgada —no distinta en este aspecto a la que pronto alcanzó el grupo equivalente de Los Ángeles—, para muchos su entrada en el fraccionamiento significó más el deseo de formar parte de la clase más acomodada que su pertenencia real a ese grupo privilegiado. Muchos de los clientes profesionistas —como Noriega— tuvieron que hacer esfuerzos económicos para construir unas viviendas que, comparadas con sus equivalentes en otros países occidentales, no eran excesivas. Cervera, por ejemplo. En 1954, profundamente afectado por la drástica devaluación de la moneda que Ruiz Cortines decidió en la Semana Santa del segundo año de su presidencia, tuvo que aceptar la ayuda de Ponce Pino —su arquitecto y constructor— para completar los últimos de pagos de su vivienda.

Empezar, en resumen, una visita contemporánea al Pedregal recordando exclusivamente sus grandes casas es erróneo. Sobre todo a partir de finales de la década de 1950, la mayoría de las muchas construidas por promotores eran casas que, empezando sobre los 150 m² de superficie, fueron ideadas pensando en los profesionistas. Menos espectaculares que las grandes casas del Pedregal y mucho menos publicadas, son sin embargo claves para el entender el fraccionamiento. Y para sugerir la tipología en la imaginación del lector, ilustramos aquí tanto la casa Estandía como otras seis casas de promoción directamente adyacentes, las siete diseñadas en la calle Escarcha por Antonio Attolini en 1961.

manence of these services, owing to the lower cost of maintaining servants in a Mexico where greater income inequalities for the lower classes still prevailed.

In the upcoming years of Mexico’s economic expansion, most Pedregal professionals achieved a very comfortable position –not so different in this regard from the one soon achieved by the equivalent group in Los Angeles. For many of the *profesionistas*, however, their original settlement in the development signified their desire for upward mobility, rather than the fact that they already belonged to the group of the most affluent Mexicans frequently associated with El Pedregal. Many Pedregal professionals —such as Noriega— had to tighten their belts in order to construct houses which, compared to their equivalents in other Western countries, were by no means excessive. In 1954, Cervera was deeply affected by the drastic currency devaluation decreed by Ruiz Cortines during Easter Week of the second year of his administration. He had no choice but to accept help from his architect and contractor Ponce Pino to make the final payments on his residence.

If we began this contemporary overview of El Pedregal with an exclusive focus on its lavish houses, its more interesting contributions would be lost. By the end of the 1950s, most houses constructed there, especially by developers, were conceived for middle-income professionals. With dimensions ranging between 150 m² and 300 m² , they were less spectacular than the large houses of El Pedregal, and they received much less publicity. They are, nevertheless, the key to understanding the complexities of

Como Moreno describe, la pertenencia a la clase de los profesionistas en México implicaba mucho más que la simple posesión de un título universitario: “denotaba un estilo de vida que incluía apreciación de la literatura y de las artes”.¹⁴ Y la apuesta de los profesionistas por el modo de vivir que el fraccionamiento proponía se apoyaba también en razones estéticas, sobre todo en el caso de los ocupantes pioneros, los cuales tuvieron que construir argumentos culturales para contrarrestar una presión social que al principio era muy negativa respecto al Pedregal. Su elección arquitectónica se apoyaba en un acercamiento convencido a la modernidad, tal como se entendía en el momento. Y para entender el apoyo de esta clase a ideas de procedencia internacional, es preciso recordar que en el ambiente cultural del México de la segunda mitad de 1950, la acusación de provincianismo era —como José Agustín establece— la peor imaginable. Representando este mundo con tono jocoso en su libro *Tragicomedia mexicana*, Agustín menciona cómo en lo relativo a la pintura los jóvenes artistas que al final de los años 1940 se apuntaron al carro de la muralidad vieron su destino limitado a la decoración de presidencias municipales.¹⁵ En efecto, aunque —como símbolo— los grandes maestros del muralismo estiraron el éxito hasta sus muertes respectivas, los mundos del arte, las humanidades y la arquitectura movieron la brújula cultural de la posguerra hacia valores universales.¹⁶

Y debido al efecto asociado al expansionismo económico y cultural de los Estados Unidos tras la II Guerra Mundial—con el refuerzo de prestigio aportado por la adaptación americana de la masiva emigración intelectual europea que recibe dentro de sus fronteras—, este movimiento de brújula cultural hacia lo universal fue, tanto para México como para otros países latinoamericanos, de 90 grados, es decir, desde el otro lado del Atlántico hacia el vecino del Norte. El momento de esplendor estadounidense, tanto económico como cultural, tintó lo universal de internacional, apropiándose de sus valores. Y si hemos de entender la influencia de Estados Unidos en la burguesía, también debemos recordar que durante la inmediata posguerra, en grupos amplios de la sociedad no se discutía tanto como en otros momentos las intenciones morales de su expansionismo. •

Alfonso Pérez-Méndez es arquitecto y escritor, catedrático en la Universidad de la Florida. Alejandro Aptilon dirige su despacho de arquitectura y es profesor en Centro de Diseño Cine y Televisión, en la ciudad de México.

the development. In order to give the reader an idea of this typology, we have illustrated here the Estandía House and six adjacent residences constructed as a compound by a developer. All seven were designed in 1961 by Antonio Attolini along the Calle Escarcha.

These seven houses were, in fact, all occupied by *profesionistas*, a term that implied much more in Mexico than just having a university degree. As Moreno explains, “it denoted a lifestyle that included appreciation of literature and the arts, academic training, and intellectual mastery over the essence of Western civilization.”¹⁴ Indeed, the choice of the Pedregal lifestyle by the *profesionistas* was also based on cultural and aesthetic reasons. This was especially true at the beginning, when the first residents needed to counteract the negative social response originally generated by El Pedregal. Their architectural choices rested on a committed acceptance of universal ideas of modernity and progress. But they were not the only Mexicans making these choices: in the cultural atmosphere of Mexico in the second half of the 1950s, the accusation of provincialism was the worst insult imaginable. In his book *Tragicomedia mexicana*, José Agustín introduces, with irony, the new and more open choices of the era by speaking about the muralists, the very symbol of the preceding cultural moment. Agustín describes how, in the field of painting, the young artists who in the late 1940s jumped onto the muralist’s bandwagon saw their fate limited to the decoration of municipal halls.¹⁵ As icons, the great masters of the muralist movement milked their success until their respective deaths, but the postwar compass needle of art, humanities, and architecture in Mexico turned strongly toward universal values.¹⁶

With this compass shift, coinciding with the effects of the cultural and economic expansion of the United States after World War II, many Mexicans shifted their attention, traditionally focused on European culture, towards a renewed interest in their neighbor to the north. The enhanced prestige garnered by the United States’ assimilation of an important European intellectual emigration, particularly in architecture, helped this transition. Their preeminence helped the perception that U.S. values were becoming universal. This influence was especially true within the socioeconomic group that El Pedregal’s population represented; and if we are to understand it, we must also remember that immediately after the Second World War, the moral intentions of U.S. expansionism were not as closely scrutinized by this segment of Mexican society as they had been and would be at many other times. •

Alfonso Pérez-Méndez is an architect, writer and a professor at the University of Florida. Alejandro Aptilon is head of his own architectural firm and professor at the Centro de Diseño, Cine y Televisión in Mexico City.

14. Ver *Yankee Don't Go Home*, citado antes, pág. 83; traducción de los autores.
14. Moreno, *Yankee Don't Go Home!*, p. 83.

15. Ver *Tragicomedia mexicana 1*, citado antes, pág. 20, sobre los muralistas; y pág. 212, sobre las acusaciones de provincianismo.
15. See Agustín, *Tragicomedia mexicana 1*, p. 20 (for the muralists) and p. 212 (for the accusations of provincialism).

16. Valga recordar aquí el concepto de “la cortina de nopal”, con el que en 1957 José Luis Cuevas —representando a su generación— manifestó su posición tanto antimuralista como abierta al mundo.

16. Consider here the concept of the “prickly pear curtain,” formulated in 1957 by José Luis Cuevas to express the stance of his generation, in opposition to the muralists and open to the world.