

Tesis Doctoral

Imagen y lenguaje arquitectónico: un análisis
transdisciplinar del caso Fórum Barcelona 2004

Programa de doctorado en Teoría e Historia de
la Arquitectura

Departamento de Composición

ETSAB Escuela Técnica Superior de
Arquitectura de Barcelona

UPC Universidad Politécnica de Cataluña

2007

Director de tesis: Dr. Pedro Azara

Doctorando: Arqto. Octavio Learco Borgatello



fig. 1.0.1

“Los historiadores y arqueólogos descubrirán algún día que los anuncios de nuestra época son el reflejo cotidiano más rico y más fiel que cualquier sociedad haya presentado jamás de toda su diversidad de actividades”¹ (McLuhan, 1967:286).

La tesis tiene como tema central el estudio de las imágenes arquitectónicas del Fórum² Barcelona 2004, es decir, la representación gráfica utilizada para promover dicho evento urbanístico. La investigación se ha centrado en analizar las imágenes de los edificios mostradas y difundidas antes de la concreción del acontecimiento, esto es, en unas representaciones arquitectónicas que hasta entonces sólo existían ‘en el papel’.

El Fórum fue creado como un acontecimiento de transformación de un sector de la ciudad de Barcelona, empleando los *mass-media* como herramienta principal para su difusión. Fue un evento organizado por y para los medios de comunicación, creado para ser visto y visitado por un público local e internacional. Con esta finalidad publicitaria se lanzaron revistas, publicaciones, folletos y sitios en

1 “The historians and archaeologists will someday discover that the publicity of our time is a daily reflection richer and more faithful than any society has ever shown of all the diversity of its activities” (McLuhan, 1967:286).

2 Se ha adoptado la palabra ‘Fórum’ como término unificador ya que apareció en distintas publicaciones de diferentes maneras: ‘Fórum’, ‘Fòrum’ o ‘Forum’. Al estar la tesis escrita en castellano, se han seguido las reglas de acentuación de la Real Academia Española. El término ‘Fórum’ sí debe llevar acento, ya que es una palabra grave terminada en consonante. “Fórum” figura en el diccionario y viene acompañado de dos definiciones: una entendida como sinónimo de foro, que se refiere a una reunión en sí y la segunda que hace alusión al espacio físico donde se desarrolla dicho encuentro.

fig. 1.0.1 Páginas interiores de la publicación *Forum Universal de las Culturas Barcelona 2004*, pp. 26 y 27. Documento 2004c, apéndice 1

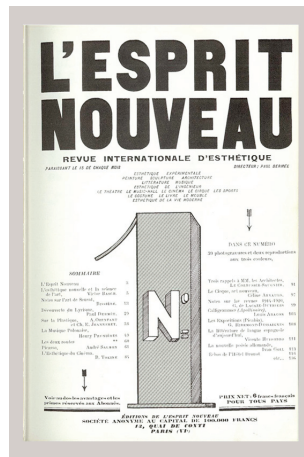


fig. 1.0.2

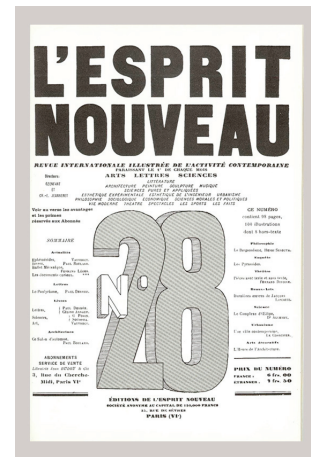


fig. 1.0.3

internet donde se comunicaba el evento a través de textos e imágenes (fig. 1.0.1). En este material de difusión gráfica, la arquitectura tuvo un papel protagonista, no sólo a través de los edificios sino, sobre todo, a través de las imágenes de los proyectos. La arquitectura se integró a la dinámica publicitaria y de consumo produciendo imágenes a través de las cuales se dio a conocer el Fórum 2004. Las páginas de las publicaciones adquirieron un nuevo rol, no sólo actuaron como escaparates donde se expuso arquitectura sino que, a la vez, se convirtieron en plataformas donde se generó arquitectura.

El objetivo principal de la tesis es el de descubrir qué imágenes se emplearon y qué mensajes arquitectónicos se intentaron transmitir, para lo cual se ha utilizado una metodología transdisciplinar incorporando conocimientos de comunicación visual y de semiótica al área de la arquitectura.

Un titular de un artículo de prensa del mes de abril de 2004 definía al Fórum como ‘un gran mirador’ (Legazpi, 2004:52). Un mirador representa el emplazamiento desde donde se observa desde cierta distancia y desde arriba, dominando la situación. Se trata de una ventana, un lugar abierto a la contemplación. La nota, publicada quince días antes de la apertura del Fórum, entendía éste no solamente como un lugar desde el cual mirar, sino también un lugar dónde colocarse para ser visto y expuesto. Los medios gráficos fueron ese ‘mirador’ del Fórum que comunicó lo que había que ver, y lo hizo para “sorprender al mundo”, como afirmaba el primer párrafo de la nota³.

3 “Decidida a hacer gala del carácter abierto y hospitalario que presume, Barcelona se compromete a sorprender al mundo durante los cinco meses de reinado del Forum 2004” (Legazpi, 2004:52).

fig. 1.0.2 Portada de *L'Esprit Nouveau*, *Revue internationale illustrée de l'activité contemporaine* n. 1 octubre 1920

fig. 1.0.3 Portada de *L'Esprit Nouveau*, *Revue internationale illustrée de l'activité contemporaine* n. 28 enero 1925



fig. 1.0.4

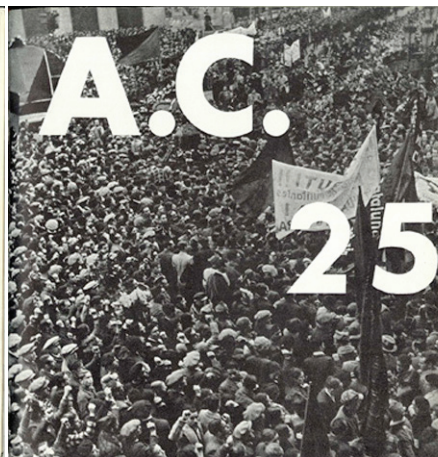


fig. 1.0.5



fig. 1.0.6

Las imágenes publicadas en los medios se convirtieron en ese mirador, el punto desde donde se podía contemplar el acontecimiento. En esta tarea de mostrar por anticipado lo que vendría, las representaciones arquitectónicas se volvieron figuras de un lugar imaginario y de ensueño, al cual se podía acceder a través de las páginas de revistas y folletos.

Históricamente, existen precedentes de la incorporación de imágenes arquitectónicas a los *mass-media*. La vinculación entre arquitectura y medios gráficos se vio reforzada desde la modernidad debido a los adelantos técnicos alcanzados (Jamenson, 1984). Le Corbusier empleó su revista *L'Esprit Nouveau* como medio publicitario y de difusión de sus propias obras (figs. 1.0.2-3). José Luis Sert hizo lo mismo desde la publicación *AC* (figs. 1.0.4-5). A finales de los años setenta del siglo pasado, Bernard Tschumi escribió "Advertisment for Architecture", donde reflexionó sobre la arquitectura y la publicidad. Y, en los noventa, Rem Koolhaas se vinculó a proyectos editoriales en *Wired*⁴ (fig. 1.0.6). Estos destacados arquitectos del siglo XX reflejaron un interés por la incorporación de la

4 "One of the enthusiastic defenders of the era of information has been *Wired* magazine, which combines graphics of all colors, an uncommon design and the collaboration of famous scientific writers to generate a concrete idea of the excitement about new technology. This confidence in new things is, of course, very attractive to the advertisers and the magazine has prospered in the United States" (Mirzoeff, 1999:157).

"Uno de los entusiastas defensores de la era de la información ha sido la revista *Wired*, que combina gráficos a todo color, un diseño poco común y la colaboración de famosos escritores de ciencia para generar una idea palpable de excitación sobre la nueva tecnología. Esta confianza en lo nuevo es, por supuesto, muy atractiva para los publicistas y la revista ha prosperado en los Estados Unidos" (Mirzoeff, 1999:157).

fig. 1.0.4 Portada revista *AC Documento de actividad contemporánea* n. 1, 1931

fig. 1.0.5 Portada revista *AC Documento de actividad contemporánea* n. 25, 1937

fig. 1.0.6 Portada revista *Wired* n. 11, 2003



fig. 1.0.7



fig. 1.0.8



fig. 1.0.9

arquitectura al mundo publicitario, valorando la influencia de los medios de difusión masiva, intentando acercarse a su dinámica a través del manejo de imágenes arquitectónicas.

“Los historiadores de la arquitectura tienen a menudo ese interés por la historia de las técnicas; en el mejor de los casos consideran que las únicas técnicas relevantes para la historia de la arquitectura son las de la construcción: el arco, el corte o el cálculo de vigas de acero. Pero nadie podrá negar que las tecnologías de la información son, desde hace algunos años, el centro del debate crítico en torno a la arquitectura contemporánea. Hoy Rem Koolhaas escribe en *Wired*, no en *The Journal of Reinforced Concrete*”⁵ (Carpo, 2003:9).

En la cultura arquitectónica de finales de siglo XX, la imagen se ha transformado en elemento fundamental, el vehículo portador por excelencia de los nuevos mensajes arquitectónicos. La difusión de imágenes arquitectónicas en los medios se ha convertido en una de las principales maneras de ver y mostrar proyectos o intervenciones urbanísticas. Inmersa en el contexto de comienzos del siglo XXI, la tesis investiga el fenómeno de dichas imágenes

fig. 1.0.7 Portada revista *Forum Barcelona 2004*. Documento 2004i, apéndice 1

fig. 1.0.8 Portada revista *Forum Barcelona 2004*. *Programa, espectáculos, ciudad*. Documento 2004d, apéndice 1

fig. 1.0.9 Portada revista *Fórum Barcelona 2004*. *Fórum Diálogos, programa*. Documento 2004g, apéndice 1

5 “The architectural historians often are interested in the history of techniques; in most cases they consider that the only relevant techniques for the history of architecture are those of construction: the arc, the cut or the calculation of steel beams. But nobody will be able to deny that the technologies of information have been, for some years, the center of the critical debate around contemporary architecture. Today Rem Koolhaas writes in *Wired* not in *The Journal of Reinforced Concrete*” (Carpo, 2003:9).



fig. 1.0.10

que actúan como anuncios publicitarios al ser utilizadas por los medios gráficos. El análisis de la tesis identifica a las revistas y a las publicaciones como lugares de producción arquitectónica, ya que a través de sus páginas se dio a conocer la realidad arquitectónica del Fórum Barcelona 2004.

La repercusión nacional e internacional del evento urbano dependió en gran medida de los adelantos técnicos en la difusión de los *mass-media*. Los folletos, las revistas y los trípticos resultaron ser un material de gran alcance para la población en general, ya que ayudaron a definir y dar a conocer las obras proyectadas (figs. 1.0.7-9). Dicho material alcanzó también una difusión internacional en revistas y publicaciones extranjeras, transmitiendo ideas, valores y cualidades de la arquitectura catalana contemporánea.

La tesis retoma el valor crítico de la imagen que propusiera Manfredo Tafuri en *Teorías e historia de la arquitectura* (Tafuri, 1968). En el tercer capítulo de la mencionada publicación se hablaba de la arquitectura como metalenguaje, remarcando la importancia de las imágenes, ya que son el vehículo a través del cual el público recibe la cultura arquitectónica. Tafuri definió al arquitecto como ‘constructor de imágenes’, como el personaje capaz de codificar y transmitir gráficamente mensajes a la sociedad (Tafuri, 1968:121).

fig. 1.0.10 Portada del *Diario Oficial de la Exposición Internacional Barcelona 1929* n. 12, junio 1929

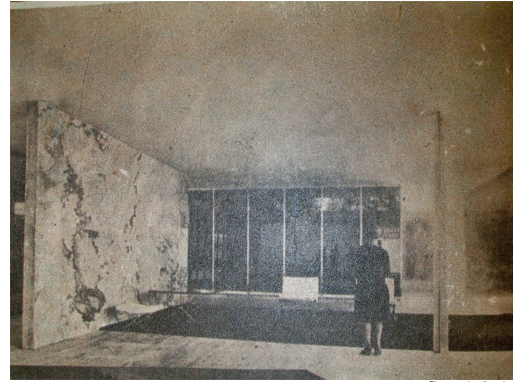


fig. 1.0.11

Los objetivos de la tesis, basados en el análisis de la producción gráfica del Fórum Barcelona 2004, aproximan la investigación a los estudios de Kevin Lynch en *The Image of the City* (Lynch, 1964) sobre las formas de recepción de las comunicaciones producidas por las imágenes arquitectónicas o urbanas. Si bien dicho análisis se focalizó en la representación mental de la arquitectura o de las ciudades, se ha rescatado el valor metodológico del procedimiento de investigación, que vinculaba la imagen con el observador y el receptor del mensaje visual.

El acontecimiento Fórum Barcelona 2004 trató de generar y proyectar una nueva fachada, una nueva apariencia de la ciudad, que contó con la arquitectura como herramienta fundamental de desarrollo. El espectáculo del Fórum empleó, más que la arquitectura misma propuesta en el recinto de Diagonal Mar, su iconografía. La arquitectura se concretó en los medios antes que en obras reales, y fueron esas imágenes las que ayudaron a difundir el evento. La importancia y el valor comunicador de las representaciones de los proyectos incorporados a los medios de promoción fue tal, que se siguieron utilizando en revistas y folletos incluso durante el desarrollo del evento mismo, cuando los edificios ya habían sido terminados o se encontraban en construcción.

Dicha afirmación vincula conceptualmente la tesis con el trabajo de investigación de Beatriz Colomina, quien ha afirmado que los medios gráficos de difusión masiva, como revistas, publicaciones y periódicos, se han convertido en sitios de producción arquitectónica. Desde comienzos del siglo XX, con los cambios surgidos a raíz de las nuevas tecnologías, los medios gráficos se han ido desarrollando, transformándose en el canal por excelencia para transmitir información y generar arquitectura.

fig. 1.0.11 Página interior del *Diario Oficial de la Exposición Internacional Barcelona 1929* n. 12, junio 1929, p. 4

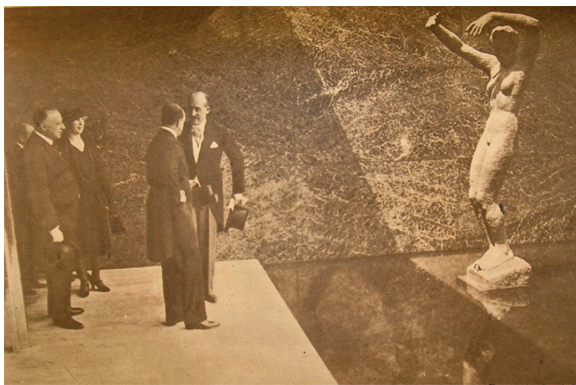


fig. 1.0.12

“En el sistema emergente de comunicación que definió la cultura del siglo XX, los medios masivos de comunicación representan los sitios verdaderos donde se produce arquitectura”⁶ (Colomina, 1994:X).

No solamente las imágenes impresas sirven para difundir arquitectura, sino que los propios medios gráficos se convierten en ella; las imágenes son arquitectura. Las revistas y publicaciones son espacios válidos donde se produce y reproduce arquitectura. Bajo este concepto, las imágenes no actúan solamente como medio sino como mensaje arquitectónico. La producción arquitectónica representada en los *mass-media* se adapta al nuevo panorama cultural y adopta las imágenes como medio para su difusión. Por este motivo, en la tesis se plantea el recurso constante a textos procedentes de periódicos que dan fe de cómo fue recogida la arquitectura del Fórum, textos y documentos que los críticos de arquitectura suelen desdénar y olvidar.

Beatriz Colomina, de alguna manera, aplicó a la arquitectura el pensamiento del teórico Marshall McLuhan, quien a comienzos de los años 60 en *Understandig Media* afirmó que “el medio es el mensaje”. McLuhan planteó de manera visionaria un desarrollo de investigaciones en torno a los medios de comunicación analizando su importancia en la sociedad. McLuhan afirmó que el hombre ha prolongado su propio sistema nervioso central para procurar un alcance mayor de la realidad. Los medios son extensiones de algunas facultades humanas: “la rueda es una extensión de los pies, el libro una extensión de los ojos, el vestido una extensión de la piel”. Dentro del panorama

⁶ “In the emergent system of communication that defined the culture of the Twentieth Century, the massive means of communication represent the true sites where architecture takes place” (Colomina, 1994: X).

fig. 1.0.12 Página interior del *Diario Oficial de la Exposición Internacional Barcelona 1929* n. 12, junio 1929, p. 6, ilustración 3



fig. 1.0.13



fig. 1.0.14

cultural de final del siglo XX, donde la difusión mediática de imágenes ha cobrado tanta importancia, y llevando el pensamiento de McLuhan al ámbito arquitectónico, se puede convenir que las imágenes gráficas de anuncios y folletos son la extensión de la arquitectura. Los nuevos medios de difusión masiva colaboran en la definición y transmisión de imágenes de proyectos que se consumen y visitan antes de ser construidos, si llegan a serlo.

Existe una arquitectura que se ha hecho presente y se ha perpetuado en la memoria sólo como imagen. Hay edificios que nunca se han erigido o que solamente se materializaron temporalmente, como los pabellones o salones de las exposiciones internacionales, pero cuya imagen registrada y difundida ha hecho que sigan siendo reales en el imaginario arquitectónico. Un claro ejemplo de ello es el pabellón que Mies van der Rohe construyó en la Exposición Internacional de Barcelona en 1929. La obra fue demolida al año siguiente, pero gracias a las imágenes fotográficas publicadas en el *Diario Oficial de la Exposición* obtuvo su reconocimiento y alcance internacional (figs. 1.0.10-12). Josep Quetglas en un artículo referente al Pabellón expresó:

“La presencia del vacío dejado por el pabellón ha sido, desde 1930, la arquitectura de Mies. Vacío que, para ser advertido como tal, precisa, previamente, el montaje de su representación, para, al ser desmontado su signo, quedar su presencia” (Quetglas, 1991:98).

Quetglas hizo alusión no sólo al vacío interior del pabellón sino también al sentido efímero de la construcción. La construcción iba a desaparecer, pero permanecería la imagen difundida por los medios gráficos que anunciaron la exposición de 1929. También con referencia al trabajo

fig. 1.0.13 Richard Prince, *Untitled (Cowboy)*, 2000, Barbara Glastone Gallery, Nueva York

fig. 1.0.14 Jeff Koons, *Michael Jackson and Bubbles*, 1988, Museum of Modern Art San Francisco

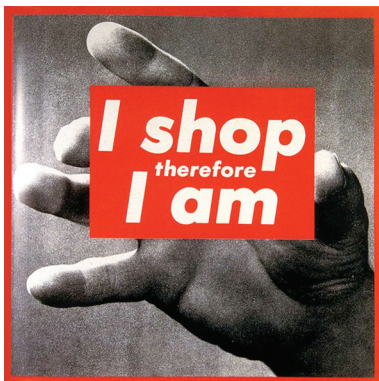


fig. 1.0.15

de Mies en el pabellón, Michael Hays hizo un comentario sobre el valor de la imagen como nexo entre el mundo real construido y el mundo del imaginario:

“Mies está construyendo una realidad alternativa más que representando un mundo preexistente. Esta realidad arquitectónica se lleva a cabo conjuntamente en el mundo real, explícitamente compartiendo la condición temporal y espacial del mundo. El *Pabellón Barcelona* rasga una hendidura en la superficie continua de la realidad”⁷ (Hays, 1998:40).

Las imágenes del *Pabellón Barcelona*, al igual que las del Fórum 2004, juegan con esa ambigüedad descrita por Hays entre lo real y lo ficticio. Las representaciones de los proyectos son hendiduras en la superficie que adquieren valor en sí mismas más allá de la obra arquitectónica, ya que actúan independientemente de que se construya o no el edificio. Existen de manera autónoma, son representaciones producidas para conformar una realidad paralela, una realidad dominada por lo imaginario y difundida por los medios de comunicación.

La tesis se centra en el ámbito de la arquitectura, nutriéndose de otras áreas como la publicidad y la comunicación visual. Las imágenes de los proyectos arquitectónicos del Fórum constituyeron un ejemplo de cómo la arquitectura fue presentada, manipulada y reproducida por los medios de comunicación. A través de estos mecanismos mediáticos el material gráfico arquitectónico quedó incorporado al mundo del consumo y la publicidad, convirtiéndose en

⁷ “Mies is constructing an alternative reality more than representing a preexisting world. This architectonic reality is carried out in the real world jointly, explicitly sharing the temporary and spatial condition of the world. The Barcelona Pavilion tears a crack in the continuous surface of the reality” (Hays, 1998:40).

fig. 1.0.15 Barbara Kruger, *Untitled (I shop, therefore I am)*, 1987, Mary Boone Gallery, Nueva York

mercancía en sí mismo. Este procedimiento de asimilación de las imágenes arquitectónicas al mundo publicitario se vincula con antecedentes históricos en el campo de arte. La obra de Marcel Duchamp, por ejemplo, tomó como tema central dicha reflexión, al igual que artistas del *pop-art* de los años 60, como Richard Hamilton, o los trabajos artísticos más recientes de Barbara Kruger, Jeff Koons y Richard Prince⁸. Estos artistas plásticos contemporáneos desarrollan su obra en relación a los medios y la imagen. No trabajan directamente con objetos sino más bien con imágenes de éstos difundidas en los *mass-media*. El punto de partida de las investigaciones artísticas es el de los referentes, ya existentes y dados a conocer a través de publicaciones, revistas, o televisión, que los artistas incorporan en sus propios proyectos (figs. 1.0.14-17).

La temática de la tesis y la metodología planteada llevaron a una apertura conceptual proveniente de otras disciplinas. Este enriquecimiento incorporó a la arquitectura datos de otras áreas que centran su preocupación sobre la imagen. Por este motivo la investigación combinó procedimientos aplicados con anterioridad en el área de la comunicación y la semiótica, contando como referentes a Charles Osgood (1957) y Miquel de Moragas (1976).

El trabajo de investigación se organizó en tres etapas: la primera, búsqueda y selección de material gráfico; la segunda estuvo destinada al análisis formal de las imágenes arquitectónicas; y en la tercera se desarrolló un trabajo de campo, entrevistando a estudiantes de arquitectura de cuatro Universidades: la Universidad Politécnica de Cataluña en Barcelona (España), la Universidad de Minnesota en Miniápolis (Estados Unidos), la Universidad Católica de Córdoba (Argentina) y la Universidad Politécnica de San Juan (Puerto Rico). La recolección de información obtenida en los diferentes centros de estudio permitió llegar a conclusiones parciales de cada sector y generales de toda la investigación, verificando los objetivos planteados al comienzo de la tesis.

⁸ La relación entre la producción artística y el mundo publicitario de la imagen apareció tratado en publicaciones como: *The Return of the Real Art and Theory at the End of the Century* de Hal Foster (Foster, 1996:153-156) o *El arte último del siglo XX. Del postmodernismo a lo multicultural* de Anna Guasch (Guasch, 1999:382-386).

1.1 Bibliografía

Brosman, Jos

1995 “Notas sobre lo trivial en arquitectura”, en el catálogo de la exposición *International Property* celebrada del 17 enero al 8 de febrero en el Colegio de Arquitectos de Cataluña, Actar, Barcelona (1995:4-9)

Carpo, Mario

2001 *Architecture in the Age of Printing*, M.I.T. Press, Cambridge (2001) [ed. castellana: 2003 *La arquitectura en la era de la imprenta*, Cátedra, Madrid (2003:9)]

Colomina, Beatriz

1994 *Privacy and Publicity: Modern Architecture as Mass Media*, M.I.T Press, Cambridge (1994: X)

Foster, Hal

1996 *The Return of the Real: The Avant-Garde at the End of the Century*, M.I.T. Press, Cambridge (1996:153-156) [ed. castellana: 2001 *El retorno de lo real*, Ediciones Akal, Madrid (2001)]

Guasch, Anna

1999 *El arte último del siglo XX. Del postmodernismo a lo multicultural*, Alianza Forma, Barcelona (1999:382-386)

Hays, Michael

1998 *Architecture Theory Since 1968*, M.I.T. Press, Cambridge (1998:40)

Jameson, Frederic

1991 *Postmodern, or, the Cultural Logic of Late Capitalism*, Verso, Londres (1991) [ed. castellana: 1991 *El postmodernismo o la lógica cultural del tardo capitalismo*, Paidós, Barcelona (1991)]

Legaszpi, Eva

2004 “El Forum 2004 será un gran mirador de la cultura, la música y la cocina del mundo” en *ABC* (26 abril 2004:52)

Lynch, Kevin

1964 *The Image of the City*, M.I.T. Press, Cambridge (1964) [ed. castellana: 1966 *La imagen de la ciudad*, Infinito, Buenos Aires (1966)]

McLuhan, Marshall

1967 *The Medium is the Message*, Bantam Books, Nueva York (1967:286) [ed. castellana: 1969 *El medio es el mensaje*, Paidós, Buenos Aires (1969)]

Mirzoeff, Nicolas

1999 *An Introduction to Visual Culture*, Routledge, Londres (1999:157) [ed. castellana: 2003 *Una introducción a la cultura visual*, Paidós, Buenos Aires, Barcelona, México (2003)]

Moragas i Spa, Miquel

1976 *Semiótica y comunicación de masas*, Península, Barcelona (1976:127-222)

Osgood, Charles

1957 *The Measurement of Meaning*, University of Illinois Press, Illinois [ed. castellana: 1976 *La medida del significado*, Gredós, Madrid (1976)]

Quetglas, Josep

1991 *Imágenes del pabellón de Alemania*, Section b, Montreal (1991:98)

Tafuri, Manfredo

1968 *Teorie e storia dell'architettura*, Editori Laterza, Milán (1968:121) [ed. castellana: 1971 *Teorías e historia de la arquitectura*, Laia, Barcelona (1971)]