

LA ARQUITECTURA Y LA CIUDAD EN LA POSMODERNIDAD DESDE LA DISRUPCIÓN CULTURAL DE LOS '60 A HOY

TEXTOS COMPLEMENTARIOS PARA DESARROLLAR PARA LA GUÍA DE TP N°3

1. LIDIA SAMAR: LA DÉCADA DEL SESENTA

Y la suave dulzura de la nostalgia se alimenta con la

música de los Beatles, el *Antonio das Mortes* del
brasileño Glauber Rocha, las lágrimas del *Amor tiene
cara de mujer*, las "chatitas" en los pies que
arrastrábamos como chancletas, el plástico ingresando
en la ropa con los conjuntos de "banlón". Y en el alma
el germen de la rebeldía.

Norma Morandini (1)

La clave de esta década radica en las búsquedas de la ruptura del orden mundial establecido a través de una larga historia, y que en los años cincuenta tuvo su caldo de cultivo para que las nuevas generaciones comenzaran a construir el mundo del futuro. El pacto que puso fin a la Segunda Guerra Mundial había beneficiado sustancialmente a los Estados Unidos que lejos del deterioro económico y moral por el que atravesaban sus aliados, fue consolidando su hegemonía como país central.

En sus inicios, los sesenta vieron un mundo floreciente a partir del resurgimiento industrial lo que permitió a la clase media acceder a nuevas fuentes de trabajo y a la posibilidad de mejorar su calidad de vida. El modo de vivir americano –*'the american way of life'* donde toda familia era propietaria de un imponente automóvil aerodinámico y de una vivienda sumamente confortable, plagada de los novedosos electrodomésticos a la vez que se gozaba de los nuevos sistemas de compras en los grandes supermercados y la juventud disfrutaba del rock and roll y de los bares automáticos - se fue imponiendo en las distintas latitudes y la *cultura de masas* de hábitos fuertemente consumistas pasó a ser un denominador común. El libro como modo de penetración cultural comenzó a ser desplazado por medios de comunicación más fáciles de asimilar por las grandes masas (la radio a transistores, la televisión, etc.).

El fomento del consumo masivo de productos apuntaba directamente a las bases mismas del hogar con objetos que si bien tenían una clara utilidad eran promovidos como los grandes renovadores de la vida cotidiana mediante campañas publicitarias dotadas de un gran poder persuasivo. A medida que la década transcurría, los Estados Unidos profundizaron su lucha contra el avance del comunismo a nivel mundial lo que deriva en una nueva intervención beligerante en territorio asiático: la guerra de Vietnam donde fueron enviados más de medio millón de soldados estadounidenses a intervenir nuevamente en contiendas que les eran ajenas.

Así, los Estados Unidos fueron ingresando en un período desfavorable de su historia ya que su situación económica comenzó a resquebrajarse por los grandes gastos que generaba su política belicista, el empeño por protagonizar la conquista espacial y por la disminución de las exportaciones debido al fortalecimiento de las industrias japonesa, italiana, alemana e inglesa. El clima interno se vio visiblemente convulsionado por los movimientos antibélicos y la violencia racial.

Dentro de este panorama la juventud en distintas latitudes y de distinto modo comenzó a accionar contra las realidades del mundo industrializado, buscando revertir las injusticias sociales, denunciando y oponiéndose a las políticas belicistas del primer mundo, luchando contra el modo de vida institucionalizado y estabilizado por los países desarrollados. El proceso revolucionario cubano, la resistencia del pueblo vietnamita, y las luchas de liberación del Tercer Mundo se convierten en fuerzas comprometedoras para que los jóvenes abandonen su postura conformista y contemplativa. De aquí en más Ernesto *Che* Guevara junto a Mao, Marx y Trotsky, se convierten en las figuras paradigmáticas de las rebeldías juveniles.

Los sesenta constituyeron una etapa de múltiples manifestaciones y de luchas por el cambio hacia un mundo mejor, más justo y solidario, y tuvieron una importante producción intelectual. Desde las universidades, los estudiantes protagonizaron sus luchas por la transformación con movimientos que tuvieron en el llamado Mayo Francés (1968) su más fuerte expresión. Una de las publicaciones sobre este acontecimiento reseña: "De todas partes llegan los ecos de una lucha cuyo eje es la acción estudiantil, que plantea una reincorporación de la ética revolucionaria, al hacer prevalecer, en la plena realidad, el derecho del hombre a la poética de la vida: la imaginación toma el poder" (2)

En el ámbito musical, la canción se constituyó en una herramienta para que los jóvenes buscaran realizar la revolución de otra manera. La indiscutible gravitación que tuvo el grupo británico "The Beatles" en la historia de la música, brinda sobradas muestras de la capacidad de renovación y creatividad que tuvo la juventud de esta década. A la par de los mensajes cantados de este cuarteto – "todo lo que el mundo necesita es amor ...", "déjalo ser, no cargues el mundo sobre sus espaldas ..." - surgieron cantantes de la talla de Joan Baez y Bob Dylan que impusieron canciones pacifistas que tuvieron en el multitudinario festival de Woodstock (EE.UU.) uno de los centros de difusión y adhesión más importantes de la década.

Otra parte de la juventud, en lugar de actuar directamente para encontrar modos de cambiar el sistema imperante, buscó evadirse de 'las ataduras' impuestas por la sociedad moderna renegando de lo ya instaurado, de las costumbres ya establecidas y se organizaron en particulares comunidades que proclamaban que la única fuerza universal es el amor. En muchos casos recurrían a los efectos alucinógenos de las drogas para lograr transformar, aunque sea mentalmente el mundo que rechazaban.

Las artes plásticas también cobraron un nuevo protagonismo y se convirtieron en un medio de denuncia o de evasión ante la pérdida de humanización generada por el modo de vivir de una sociedad cada vez más materialista. Un movimiento importante, el Pop Art, tiene su nacimiento en Gran Bretaña de la mano de un grupo de artistas – el Independent Group - que se interesa por esta nueva cultura urbana, particularmente estadounidense. Y es justamente el collage de Richard Hamilton, llamado ¿Qué es lo que hace a los hogares de hoy tan diferentes, tan atractivos? expuesto en 1956, la obra que sintetiza la esencia del movimiento. El Pop Art asume el rol de crítico de la sociedad de masas, del consumismo, de los comportamientos individuales estereotipados y lo hace a través de obras que exaltan irónicamente todo aquello que es consumido y admirado popularmente: desde los más variados electrodomésticos, pasando por las bebidas de moda, los ídolos de la canción y de Hollywood hasta la alusión directa a la particular estética del comic. En Estados Unidos fue Andy Warhol uno de los principales exponentes del Pop, llevando al plano del arte temáticas consagradas por el gusto popular.

Así, el Pop Art contribuyó con la desacralización del arte, difundiendo las imágenes de la vida cotidiana, mediante distintas técnicas y una diversidad de formas y colores haciendo alarde de actitudes totalmente desprejuiciadas, representando los objetos y personas fuera de contexto, variando escalas, colores y alejándose de toda lógica a nivel utilitario. Con el transcurrir de los años el origen del movimiento es superado por la realidad del mercado y su temática convertida en moda deviene en un redituable negocio.

A nivel urbanístico y arquitectónico se realizan numerosas intervenciones y proyectos enrolados en la visión del Team X que priorizaba los comportamientos y necesidades del hombre como ser social contraponiéndose al modelo de la Carta de Atenas. La revalorización de la calle, los aspectos culturales e identitarios que otorgan un carácter específico a cada ciudad, la concentración de las actividades urbanas, los equipamientos comunitarios, etc.

Las posibilidades tecnológicas y los fuertes cambios sociales también dieron lugar al surgimiento de nuevas utopías urbanísticas como las del Grupo Archigram: la ciudad ambulante y la llamada Plug-in –city, entre otras, que estaban inspiradas en el mecano, la ciencia ficción, el lenguaje del pop Art, el comic y las naves espaciales. En Francia, Yona Friedman propone la ciudad espacial y móvil, en entramados de varios niveles que se vinculan a ciudades existentes albergando todo tipo de actividades y servicios mediante estructuras desmontables, trasladables y transformables.

En los sesenta se destacan las propuestas arquitectónicas de figuras señeras que se constituyeron en los pioneros de la arquitectura posmoderna. Así, Louis Kahn con sus conceptos sobre la materialidad y la luz, la historia como referencia, el valor que le otorga a la estructura, la intemporalidad y la monumentalidad se convierte en un punto de inflexión en la historia de la arquitectura. Robert Venturi y Dennise Scott Brown realizan un interesante aporte teórico desde la interpretación de la cultura norteamericana, instalando los conceptos de complejidad y pluralidad, sosteniendo la validez de la diversidad de discursos y priorizando el carácter comunicativo de la arquitectura mediante la conjunción de forma y significado. Es Charles Moore quien se centra en las particularidades de los comitentes como eje de su proceso de diseño, promoviendo la apropiación del espacio arquitectónico como lugar en el que el lenguaje les sea entendible y que se reconozcan sus valores culturales en espacios diferenciados no tipificados. El británico James Stirling en su primera etapa se compromete con los valores culturales del lugar donde emplaza sus obras, rescatando la tradición funcionalista de la arquitectura inglesa y los materiales tradicionales haciendo referencias a la arquitectura industrial.

Cabe mencionar también el importante aporte que realiza el arquitecto italiano Aldo Rossi en 1966 con la publicación de su libro "La arquitectura de la ciudad" para la arquitectura y el urbanismo en la posmodernidad. Rossi desde una visión diametralmente opuesta a la concepción funcionalista del Movimiento Moderno rescata la historia como soporte del proceso de proyectación, considerando la arquitectura como el hecho esencial de interpretación y de construcción de la ciudad por lo cual en su labor los arquitectos deben partir de los valores históricos y simbólicos del entorno como expresión de la naturaleza humana. El rescate de las preexistencias, la importancia de la memoria colectiva por sobre los posicionamientos individuales y el concepto de lugar (locus) como lugar concreto definido por cualidades simbólicas e históricas constituyen algunos de los aspectos clave de su teoría.

En el campo del diseño industrial los años sesenta también significan un período de cuestionamientos y de cambios. El escenario principal se ubica en Italia, donde un grupo de jóvenes diseñadores y críticos – entre los que se cuentan Alessandro Mendini, Ettore Sottsass, Andrea Branzi, Ugo La Pietra, etc.- reclamaban la necesidad de redefinir el rol que le competía a los diseñadores en el vínculo con la industria. La situación de los empresarios resultaba cada vez más floreciente debido a que las buenas condiciones económicas acrecentaban las posibilidades adquisitivas de la sociedad. Este grupo, llamado Radical Design, reclamaba la necesidad de priorizar la creatividad, enfatizando los aspectos comunicativos de los productos por sobre los funcionales, técnico-productivos y económicos. Sostenían que el diseño debía ir más de allá de los requerimientos mercadotécnicos y de los intereses empresariales, entendiendo que los productos también debían coadyuvar a promover cambios en los comportamientos de los individuos sin las ataduras de las modas impuestas por los mencionados intereses y superando a la vez la concepción 'dogmática' del diseño racionalista.

La Asociación del Diseño Industrial italiana fue sumergida en una fuerte crisis que llegó a poner en dudas la validez de las adjudicaciones de los premios Compasso d'Or – instituidos a partir de 1954 – entregadas a un destacado y reiterado grupo de diseñadores cuyos productos prestigiaban mundialmente a la industria italiana –Sapper, Castiglioni, Zanuso, etc.-

Los cuestionamientos se centraron en la elaboración de producciones teóricas que fueron difundidas por las prestigiosas revistas Domus y Casabella, la elaboración de proyectos lindantes con el terreno de las utopías y por la puesta en el mercado de llamativos productos cargados de una importante dosis de frescura y diversión, como la silla "Sacco" de Gatti, Paolini y Teodoro, y el sillón Blow de De Pas, D'urbino y Lomazzi. Estos objetos novedosos, informales, de colores estridentes y formas no tradicionales se emparentan con las propuestas artísticas del Pop Art y son factibles de fabricar gracias a las posibilidades técnicas que resultan cada vez más

amplias. Con la profusión del uso industrial de los materiales plásticos ocasiona – principalmente en el mobiliario- una renovación total de las tipologías y el mueble continuó alejándose cada vez más del terreno de la ebanistería.

Es en estas circunstancias que Ettore Sottsass propone en 1969, dentro de la firma Olivetti para la cual había realizado otros proyectos, la máquina de escribir portátil “Valentina” con carcasa de color rojo en plástico ABS, pensada para ser utilizada en el tiempo libre, fuera de las formalidades de los sitios de trabajo. Y Joe Colombo, quizás uno de los más audaces arquitectos italianos, atraído e influenciado por la tecnología espacial comienza a investigar sus posibilidades de aplicación en el campo de la vivienda. En estas búsquedas experimentales, Colombo establecía que el espacio habitable debía resolverse en base a cuatro aspectos básicos:

- la unidad total
- los requerimientos ergonómicos
- la multiplicidad de usos
- la prefabricación de sus componentes

Sus proyectos de viviendas unitarias totalmente automatizadas, resueltas “a base de segmentos aislados climatizados”, fueron definidas por el propio Colombo como “máquinas coordinadas que deberán servir para vivir en un mundo nuevo” (3). En Estados Unidos, Loewy comenzaba a aportar su experiencia a las investigaciones espaciales de la NASA, teniendo a su cargo los estudios de habitabilidad para el diseño de naves espaciales.

Luego del genocidio cometido en Hiroshima y Nagasaki por los Estados Unidos y con la ayuda y tutela norteamericana, Japón se recupera económicamente convirtiéndose en una de las potencias industriales mundiales con un alto desarrollo tecnológico caracterizado por los logros en la miniaturización y precisión, fundamentalmente en el campo de la electrónica y de los automotores.

Esta década tan significativa para la humanidad también lo es para la historia del diseño ya que en su transcurso se establecieron las bases para un nuevo modo de entender y proponer la relación producto / usuario y se realizaron importantes investigaciones que demostraron las ventajas de la aplicación de los nuevos materiales y las nuevas técnicas de producción. Particularmente se valorizó el empleo de los tecno polímeros y se comenzaron a alejar los prejuicios sobre la imagen de los plásticos como materiales destinados a objetos baratos y generalmente descartables.

Referencias:

- (1) Morandini, N.: “*Los queridos sesenta*” en revista Todo es Historia Nº 280, Año XXIV, Buenos Aires, octubre 1990, pág.86
- (2) Cohn-Bendit y otros: “*La imaginación al poder*” Ediciones Insurrexit, Buenos Aires, 1969, pág. 10
- (3) Sembach y otros: “*Diseño del mueble en el Siglo XX*” Editorial Benedikt TaschenVerlag, Colonia, 1989, pág. 197

2. LIDIA SAMAR: ENMARQUE CULTURAL DE LA ARQUITECTURA POSMODERNA

La puesta en crisis de los valores del mundo moderno - que tuvo en la década del sesenta sus manifestaciones más contundentes- ha definido una nueva instancia cultural: **la posmodernidad**, y en ella encontramos los fundamentos de éstas y otras manifestaciones particulares dentro del campo del diseño.

Entendida por algunos como una verdadera ruptura con **la modernidad**, mientras que para otros consiste en una continuidad de ella a partir de exacerbar sus propios contenidos y sus contrasentidos, **la posmodernidad** es la consecuencia de la decadencia de la sociedad industrial y de las transformaciones sociales, económicas y políticas.

Frente a las certezas que la modernidad proclamaba e imponía: un nuevo orden social y cultural sustentado en las fuerzas productivas, la ciencia y la técnica como soportes del poder del hombre, el dominio de la naturaleza, la ausencia de parámetros inmateriales, subjetivos y afectivos y el sostenimiento de que la razón es la única fuente de conocimiento, surge esta nueva actitud que tiene su soporte en una postura crítica y que da cabida a todo aquello que el proyecto moderno excluía.

La intuición, lo sensible, lo afectivo, lo emotivo, el placer, son recuperados como otro modo de comprender la realidad en la que se está inmerso y constituyen la alternativa al modo de conocimiento lógico que propone el racionalismo.

Los grandes avances científico-técnicos en el campo de la informática, la cibernética, la robótica, la telemática, la electrónica, han promovido cambios sustanciales: en los procesos de producción, en los procesos de conocimiento, en las comunicaciones, en la noción de espacio y tiempo, incluso desde la bioingeniería se ha llegado a incursionar en un plano tan discutible como lo es el de la generación de vida humana con métodos cada vez más alejados de la propia naturaleza del hombre.

La caída del Muro de Berlín, la unificación de Alemania, las grandes transformaciones socio-políticas y económicas en la Unión Soviética, la desaparición de regímenes comunistas en el este europeo, las Guerras en el Golfo, el desmembramiento de Yugoslavia y Checoslovaquia y el consecuente surgimiento de nuevos estados europeos, el fin del apartheid en Sudáfrica, el emblemático ataque a las Torres Gemelas en Nueva York, constituyen los grandes acontecimientos acompañados de grandes problemas comunes a toda la humanidad: hambre, analfabetismo, desempleo, riesgos nucleares, contaminación ambiental, los que no hacen más que generar estados de alarma, desconcierto, violencia e incertidumbre en un ‘nuevo orden mundial’ que los medios de comunicación se encargan de proclamar y difundir.

El mundo superó la división en bloques y se somete ahora a continuas transformaciones que sólo responden a los intereses económicos de una cada vez más sólida política económica neoliberal, con una nueva organización geopolítica cuyas decisiones políticas están supeditadas a los intereses y poderes transnacionales económicos y financieros.

Así, la Globalización es la resultante de la articulación de un conjunto de procesos económicos, técnicos y científicos que determinan el nuevo orden en el mundo que se sustenta en un sofisticado mecanismo mediático. La actividad económica se encuentra dispersa a nivel espacial, pero a la vez está globalmente integrada y las grandes ciudades asumen un rol estratégico y se convierten en las “Ciudades Globales” que concentran:

- los puntos de comando de la economía mundial
- las actividades financieras y de servicios avanzados que reemplazan a la industria como sector dominante.

El Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial, promueven la integración económica con medidas entre las que se cuentan la creación de zonas de libre cambio como el MERCOSUR.

La guerra comercial entre China y Estados Unidos mantiene en vilo las economías y los mercados del mundo. Es contundente el rol del presidente Trump para poner en peligro el rol que durante muchas décadas tuvo China como el centro de producción más importante del mundo.

El mundo globalizado asiste a la universalización de los modelos culturales de las sociedades avanzadas y al protagonismo económico de algunos países asiáticos como Taiwán, Hong Kong, Singapur y Corea del Sur, que, continuando el proceso iniciado en Japón, fueron convirtiéndose en líderes mundiales de la exportación de alta tecnología.

En la posmodernidad surgen dos nuevos paradigmas: La Comunicación y El Mercado. El Progreso, paradigma de la sociedad moderna es reemplazado por la Comunicación, resulta imprescindible comunicar en todas las instituciones y campos llegando a generar enfrentamientos entre medios de comunicación y poder político. El Mercado ocupa el lugar de la Máquina dando origen a nuevos valores que se asientan sobre las ganancias, la competitividad, la competencia y la rentabilidad.

El sistema de compras por medios electrónicos llamado “e-commerce” está encaminando nuevas prácticas y va produciendo un impacto importante en los sistemas de adquisición de bienes y servicios y en la espacialidad de los mismos.

En la posmodernidad se reconocen y valoran “subculturas” que hasta ahora estaban sumergidas y hasta menoscabadas por la cultura dominante. A nivel de diseño incluso surge una revalorización de lo étnico como fuente de inspiración.

Por otra parte, los desequilibrios ecológicos generados por el propio desarrollo le han hecho tomar conciencia al hombre de que su actitud moderna y occidental de hegemonía por sobre el resto del universo es sólo un arma que se va volviendo en su contra.

De este modo, se va generando una tendencia cada vez más consistente que promueve la toma de conciencia ambiental y las búsquedas del mejoramiento en la calidad de vida. Se insta socialmente el interés declarado por la conservación y el equilibrio ambiental, asumiendo el hombre su responsabilidad dentro del sistema ambiental.

El compromiso está orientado hacia un nuevo enfoque que pretende revertir el modelo económico basado en los sistemas productivos y de consumo en otro que se asienta en la prestación y uso de servicios. Surge el modelo de Economía Circular que prioriza la conservación y aprovechamiento de los recursos naturales considerando el ciclo de vida de los productos, promoviendo el reciclaje de los desechos y alejando la visión de un crecimiento económico sustentado en el consumo indiscriminado de esos recursos. Ello constituye la base del diseño sostenible y un modo de luchar contra la obsolescencia programada de los productos.

Los impactos producidos en el sistema ambiental son medidos a través de las llamadas huellas. Así la huella de carbono cuantifica las emisiones de gases de efecto invernadero, la huella hídrica analiza y cuantifica el consumo de agua.

La Unión Europea ha propuesto la medición del comportamiento ambiental en el ciclo de vida de las organizaciones y de los productos a través de la huella ambiental de organización (midiendo el impacto ambiental que generan con sus actividades relación a la totalidad del ciclo de vida) y de la huella ambiental de producto (teniendo en cuenta la extracción de materias primas la producción, el uso y la gestión de los residuos finales)

Por otra parte, las transformaciones sustanciales en el ámbito tecnológico impactan fuertemente los vínculos sociales y promueven nuevos comportamientos, por las formas de información y de comunicación mediatizadas. Los vínculos presenciales acusan un debilitamiento y se consolidan los intercambios en las redes, generando fuertes impactos por su inmediatez y efectividad.

La sociedad va asimilando esos cambios y sus comportamientos llevan a que hasta ahora se considere que las generaciones jóvenes se enmarquen en dos grupos:

La Generación Y o Millennials que comprende a los nacidos entre 1982 y 1997: nacieron con internet, se distinguen por su creatividad y capacidad emprendedora, reniegan del sistema imperante pero su éxito radica en los logros profesionales y económicos y a pesar de vincularse a través de las redes conservan rasgos de privacidad.

La Generación Z o Centennials que comprende a los nacidos a partir de 1997: dominan la tecnología, nacieron con los smartphones, su vida social se centra en las redes y comparten todo y sus logros radican en la influencia pública y social que alcanzan a través de las mismas. Asimilan rápidamente los cambios, viven el momento, son pragmáticos y crean su propio sistema.

Los años setenta señalaron la aparición de la primera calculadora de bolsillo, el primer ordenador personal, el primer walkman. En breve tiempo se fueron produciendo cambios sustanciales en la concepción y producción de los objetos industriales, en las que la miniaturización de componentes y la incorporación de tecnologías de avanzada -como por ejemplo la multifacética aplicación del láser- han tenido un papel preponderante.

Las múltiples posibilidades que brindan las nuevas tecnologías también provocan transformaciones radicales en la relación que el hombre establece con el universo objetual y sus modos de comunicarse y expresarse. Las ‘autopistas informáticas’ pasarán a ser, en los

noventa, cotidianos modos de comunicación y de transmisión de información instantáneos y sin fronteras, que desafía las barreras del tiempo y el espacio.

De esa nueva relación sujeto-objeto surge el concepto de **diseño interactivo** que llega a establecer vínculos muy fuertes, casi “coloquiales”, donde el producto se convierte en una suerte de “objeto interactor” que es capaz de “elaborar, memorizar y transmitir información” – a decir de Manzini (1)-.

Esas variaciones son tan contundentes que no sólo se ven reflejadas en el modo en que el hombre se comunica con el mundo - real y verdadero -en que el que está inserto, sino que además le permite incursionar y hasta reemplazarlo por “el mundo de lo virtual”, el mundo de la simulación que carece de materialidad propia. Y es justamente aquí donde se produce la ruptura total con los postulados del Movimiento Moderno, cuya “cultura del proyecto surgió con el mito de la sinceridad y de la transparencia: el material debía mostrarse sinceramente en su intrínseca calidad. El mecanismo debía ser transparente en sus órganos de funcionamiento y determinar la forma sincera (y por tanto “justa” y “bella”) del objeto” (2).

En el contexto actual, “trabajamos con materiales que pueden asumir ‘sinceramente’ cualquier tipo de imagen, con ‘mecanismos’ de tan reducidas dimensiones que escapan a nuestros sentidos...” (3) Incluso el mundo virtual permite a una persona situada en un espacio creado en el ordenador y mediante la “ayuda de determinadas prótesis ópticas, táctiles o auditivas” (4) tener experiencias psico-perceptuales independientes de su propia realidad.

Manzini hace referencia a los objetos actuales sobre los que considera que parecen perder cada vez más su materialidad y que el mundo va siendo poblado de una mayor cantidad de desechos cuyo “resultado global es la producción de un ambiente artificial cada vez más similar a una segunda naturaleza, cuyas leyes se presentan como misteriosas” y expresa que ante “la necesidad de fundar una cultura, en particular una cultura del proyecto y una cultura industrial capaz de verse a sí misma en un mundo limitado, debe considerar el siguiente punto de partida: el contraste entre la experiencia de la desmaterialización causada por la evolución técnica, y por otro lado la búsqueda de una cercanía afectiva y del contacto sensorial como profunda reacción humana ante estos procesos de desmaterialización”. (5)

Y en la construcción de esa ‘nueva naturaleza artificial’, tanto en arquitectura como en el diseño de productos tienen cabida diversas posturas frente a la respuesta que debe dar el diseño a los requerimientos de la sociedad posmoderna.

Referencias:

- (1) Manzini, E.: “Artefactos. Una nueva ecología del ambiente artificial” Celeste Ediciones. Experimenta Ediciones de Diseño, Madrid, 1992, pág. 62
- (2) ibid. pág. 167
- (3) ibid. pág. 168
- (4) Maldonado, T.: “Lo real y lo virtual” Gedisa Editorial, Barcelona, 1994.
- (5) Manzini: op. cit. pág. 41

A modo de síntesis para la comprensión de la relación Momento Cultural/ Arquitectura, incluimos una comparación entre la arquitectura del Movimiento Moderno y la Arquitectura Posmoderna

ARQUITECTURA MODERNA	ARQUITECTURA POSMODERNA
La arquitectura es concebida como respuesta a un proyecto de vida	La arquitectura es concebida como expresión de la cultura
Hay un fuerte dominio de la funcionalidad	La funcionalidad está aunada a la expresión de un significado
La creatividad está sustentada en la razón y en una estricta racionalidad funcional y tecnológica	La creatividad está sustentada en la razón y/o intuiciones, experiencias existenciales, emociones, aspectos intelectuales, analogías
Claridad en la lectura	Complejidad en la lectura
Prevalece un orden universal	Hay una simultaneidad de órdenes particulares
La normalización de la producción industrial como referencia	Lo simbólico como referente. Vuelta permanente y simbólica a la esencia de las cosas. Relaciones entre tradición e innovación
	Lidia Samar

3. BEATRIZ SARLO Extractos de *Escenas de la vida posmoderna*, Buenos Aires, Editorial Ariel, 1994

En muchas ciudades no existe un “centro”. Quiero decir un lugar geográfico preciso, marcado por monumentos, cruces de ciertas calles y ciertas avenidas, teatros, cines, restaurantes, confiterías, peatonales, carteles luminosos y metálico, que baña los edificios. Se podía discutir si el “centro” terminaba verdaderamente en tal calle o un poco más allá, pero nadie discutía la existencia de la misma de un solo centro: imágenes, ruidos, horarios diferentes. Se iba al “centro” desde los barrios como una actividad especial, de días feriados, como salida nocturna, como expedición de compras, o, simplemente, para ver y estar en el centro. (...)

La gente hoy pertenece más a los barrios urbanos (y a los “barrios audiovisuales”) que en los años veinte, donde la salida al “centro” prometía un horizonte de deseos y peligros, una exploración de un territorio siempre distinto. De los barrios de la clase media ahora no se sale al centro. Las distancias se han acortado no solo porque la ciudad ha dejado de crecer, sino porque la gente ya no se mueve por la ciudad, de una punta a otra. Los barrios ricos han configurado sus propios centros, más limpios, más ordenados, mejor vigilados, con más luz y mayores ofertas materiales y simbólicas. Ir al centro no es lo mismo que ir al shopping center, aunque el significante “centro” se repetía en las dos expresiones. En primer lugar, por el paisaje: el shopping center, no importa cuál sea su tipología arquitectónica, es un simulacro de ciudad de servicios en miniatura, (...)

Hoy, el shopping opone a este paisaje del “centro” su propuesta de cápsula espacial acondicionada por la estética del mercado. En un punto, todos los shopping-centers son iguales: en Minneápolis, en Miami Beach, en Chevy Chase, en New Port, en Rodeo Drive, en Santa Fe y Coronel Díaz, Ciudad de Buenos Aires(...) como en una nave espacial, es posible realizar todas las actividades reproductivas de la vida; se come, se bebe, se descansa, se consumen símbolos y mercancías según instrucciones no escritas, pero absolutamente claras. (...) Como una nave espacial, el shopping tiene una relación *indiferente* con la ciudad que lo rodea: esa ciudad siempre es el espacio exterior, bajo la forma de autopista con villa miseria al lado, Gran avenida, barrio suburbano o peatonal. A nadie, cuando está dentro del shopping, debe interesarle si la vidriera del negocio donde violó que buscaba es paralela o perpendicular a una calle exterior; a lo sumo, lo que no debe olvidarse es qué naveta esta guardada la mercancía que desea. En el shopping no solo se anula el sentido de orientación interna, sino que desaparece por completo la geografía urbana. A diferencia de las cápsulas espaciales, los shoppings cierran sus muros a las perspectivas exteriores, como en los casinos de las Vegas (y los shoppings aprendieron mucho de las vegas), y el día y la noche no se diferenciaban: el tiempo no pasa o el tiempo que pasa es también un tiempo sin cualidades.

La ciudad no existe para el shopping, que ha sido construido para reemplazar a la ciudad. Por eso, el shopping olvida lo que lo rodea: no solo cierra su recinto a las visitas de afuera, sino que interrumpe, como caído del cielo, en una manzana de la ciudad a la que ignora; o es depositado en medio de un baldío al lado de una autopista, donde no hay pasado urbano. Cuando el shopping ocupa un espacio marcado por la historia (reciclaje de mercados, docks, barracas portuarias, incluso reciclaje en segunda potencia: galerías comerciales que pasan a ser shoppings-galería) lo usa como decoración y no como arquitectura. Casi siempre, incluso en el caso de shoppings “conservacionistas” de arquitectura pasada, el shopping se incrusta en un vacío de memoria urbana, porque representa las nuevas costumbres y no tiene que rendir tributo a las tradiciones: allí donde el mercado se despliega, el viento de lo nuevo hace sentir fuerza.

El shopping es todo futuro: construye nuevos hábitos, se convierte en un punto de referencia, acomoda la ciudad a su presencia, acostumbra a la gente a funcionar en el shopping. En el shopping puede descubrirse un “proyecto premonitorio del futuro”: shoppings cada vez más extensos que, como un barco factoría, no sea necesario abandonar nunca (así ya son algunos hoteles-shoppings-spa-centro cultural en Los Ángeles y, por supuesto en las Vegas). Aldeas-shoppings, museos-shoppings, bibliotecas-y-escuelas-shoppings, hospitales-shoppings.

Se nos informa que la ciudadanía se constituye en el mercado y, en consecuencia, los shoppings pueden ser vistos como los monumentos de un nuevo civismo: ágora, templo y mercado como en los foros de la vieja italiana romana. En los foros había oradores y escuchas, políticos y plebe sobre la que se maniobra; en los shoppings también los ciudadanos desempeñaban papeles diferentes: algunos compran, otros simplemente miran y admiran. En los shoppings no podrá descubrirse, como en las galerías del siglo XIX, una arqueología del capitalismo sino de su realización más plena.

Frente a la ciudad real, construida en el tiempo, el shopping ofrece su modelo de ciudad de servicios miniaturizada, que se independiza soberanamente de las tradiciones y de su entorno. De una ciudad en miniatura, el shopping tiene el aire irreal, porque ha sido construido demasiado rápido, no ha conocido vacilaciones, marchas y contramarchas, correcciones, destrucciones, influencias de proyectos más amplios. La historia está ausente y cuando hay algo de historia, no se plantea el conflicto apasionante entre la resistencia del pasado y el impulso del presente. La historia es usada para roles serviles y se convierte en una decoración banal: preservacionismo fetichista de algunos muros como cáscaras. Por esto, el shopping sintoniza perfectamente con la pasión por el decorado de la arquitectura llamada posmoderna. En el shopping de intención preservacionista la historia es paradójicamente tratada como ‘souvenir’ y no como soporte material.

4. MARC AUGÉ / LOS NO LUGARES, ESPACIOS DE ANONIMATO

<http://textosenlinea.blogspot.com/2008/05/marc-aug-los-no-lugares-espacios-de.html>

Marc Augé (Poitiers, 1935) es profesor de antropología y etnología de l'École des Hautes Études en Sciences Sociales de París, institución de la que fue director (1985-1995). También ha sido responsable y director de diferentes investigaciones en el CNRS. Entre sus numerosos libros cabe destacar *El genio del paganismo* (1982), *Travesía por los jardines de Luxemburgo* (1985), *El viajero subterráneo. Un etnólogo en el metro* (1986), *Dios como objeto* (1988), *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos* (1994), *El viaje imposible. El turismo y sus imágenes* (1997) y *Las formas del olvido* (1998).

Los «no lugares» son aquellos espacios que no existían en el pasado, pero que ahora aparecen como ubicación innegable en el devenir del hombre contemporáneo. Se caracterizan por su propia condición de enclaves anónimos para hombres anónimos, ajenos por un período de tiempo a su identidad, origen u ocupaciones. Como afirma Marc Augé:

«Si un lugar puede definirse como lugar de identidad, relacional e histórico, un espacio que no puede definirse como espacio de identidad ni como relacional ni como histórico, definirá un no lugar. La hipótesis aquí defendida es que la sobremodernidad es productora de no lugares, es decir, de espacios que no son en sí lugares antropológicos y que contrariamente a la modernidad baudeleriana, no integran los lugares antiguos.»

La mención a Baudelaire es intencionada: Augé juxtapone los no lugares actuales a aquellos lugares que encontramos en los textos de Baudelaire, Chateaubriand, Proust o Benjamin, unos lugares anclados en la memoria que se identificaban gracias al poder de la palabra de los actores que los habitaban, gracias a la fuerza de los hablantes. Ahora, en cambio, los no lugares apenas permiten un furtivo cruce de miradas entre personas condenadas a no reencontrarse, mudas.

Para Augé entre los «no lugares» paradigmáticos se cuentan «las autopistas y los habitáculos móviles llamados «medios de transporte» (aviones, trenes, automóviles), los aeropuertos y las estaciones ferroviarias, las estaciones aeroespaciales, las grandes cadenas hoteleras, los parques de recreo, los supermercados, la madeja compleja, en fin, de las redes de cables o sin hilos que movilizan el espacio extraterrestre a los fines de una comunicación tan extraña que a menudo no pone en contacto al individuo más que con otra imagen de sí mismo». El autor realiza un minucioso análisis de estas superficies a partir de su condición de antropólogo y etnólogo, enmarcándose voluntariamente en la que denomina una «antropología de lo cercano», la cual se sustenta en su defensa de una antropología «del aquí y el ahora». Como observador e investigador de campo, Augé analiza algunos de los procesos habituales del hombre posmoderno —o sobremoderno—, desde la compra de víveres en el supermercado hasta el acceso a las salas de embarque de un aeropuerto. De ese modo, logra descodificar un tipo de lenguaje que es ajeno a la palabra en su concepción tradicional, y que le lleva a afirmar que el usuario, al relacionarse con los no lugares, se inscribe siempre en una relación contractual. Ese contrato «tiene siempre relación con la identidad individual de quien lo suscribe» y se visibiliza de muchas maneras diferentes: de forma expresa mediante el billete que se presenta al revisor, a la azafata o a la salida de la autopista de peaje; de forma tácita, pero también vinculante, al empujar el carrito que el supermercado pone a disposición de los clientes. Aunque con dos precisiones importantes: el usuario del no lugar, señala Augé, siempre ha de probar su inocencia (basta recordar cuántas veces se le demanda el carné), y actúa desposeído de sus identificaciones actuales o habituales. Desde esa caracterización, el hombre del no lugar no es únicamente un hombre anónimo, es, sobre todo, un hombre solo. Y Augé acaba presentando una visión del hombre moderno que cobra las dimensiones de una etnología de la soledad.

Los no lugares. Espacios del anonimato (1993), es un libro tan riguroso en su análisis de las pequeñas cosas como provocador en sus conclusiones. Su texto tiene efectos colaterales, no obstante, nada desdeñables: si tras leer a Proust las magdalenas ya no volvieron a saber igual, después de este libro las esperas en los aeropuertos, las colas en los peajes, adquieren una nueva significación, en un mundo que podía sentirse asfixiante en su devenir, pero que no parecía inquietante en el deambular cotidiano.

REFLEXIONES DEL ANTROPÓLOGO MARC AUGÉ SOBRE LA IDENTIDAD Y LA TECNOLOGÍA

<http://axxon.com.ar/not/151/c-1510220.htm>

(*La Nación*) "Es estúpida la idea de que la multiplicación de los contactos con el exterior es una amenaza contra la identidad, algo que se escucha a menudo", afirma el etnólogo Marc Augé. "Creer esto presupone que hay una identidad desde siempre constituida así, y nunca fue el caso", explica el autor de *Hacia una antropología de los mundos contemporáneos* y *Travesía por los jardines de Luxemburgo*, entre muchas otras obras.

Para Augé, que prefiere decir que su disciplina es la antropología, ya que, desde su punto de vista, "es como una etnología comparada porque se define empíricamente por el objeto intelectual y no por el tipo de poblaciones que estudia", siempre ha habido crisis de identidad, individuales y colectivas. "No hay identidad sin la presencia de los otros. No hay identidad sin alteridad", subraya.

Augé es también el autor de *Los no lugares, espacios del anonimato*, donde observa los aeropuertos y los complejos cinematográficos organizados para olvidar y perder la identidad. Esos "no lugares sin historia que afectan nuestras representaciones del espacio, nuestra relación con la realidad y nuestra relación con los otros", dice.

"La identidad se construye en el nivel individual a través de las experiencias y las relaciones con el otro. Eso es también muy cierto en el nivel colectivo. Un grupo que se repliega sobre sí mismo y se cierra es un grupo moribundo", sostiene este intelectual, de 70 años.

—En defensa de la identidad se evocan a menudo "las raíces" de un pueblo o una nación?

—Esta metáfora de la raíz se asimila a la idea de tierra de los orígenes. Sin embargo, en la mayoría de los casos, la historia trata de grupos que se movieron. Se reivindica una identidad en parte ilusoria y se la cree amenazada precisamente porque no se llegan a admitir las relaciones de alteridad. No es la alteridad la que pone la identidad en crisis. La identidad está en crisis cuando un grupo o una nación rechaza el juego social del encuentro con el otro.

—Su objeto de estudio es la sociedad. ¿Qué es lo que percibe en la sociedad contemporánea?

—Estamos en una sociedad de consumo, que define nuevos modos de individualidad. Se asocia menos a la idea del capitalismo la del individuo emprendedor, a pesar de que esta imagen existe aún. En el nivel de las grandes masas, portarse bien es consumir mucho. El índice de consumo es el índice de salud de un país. El consumo se dirige a individuos tipo, que son la imagen de los consumidores. Tenemos interlocutores ficticios en la televisión, pero que cumplen un papel importante para el consumidor. Hay gente que no soportaría vivir sin tener su cita diaria con el noticiero o con el reportaje del sábado. Esta relación estructura el tiempo.

— ¿Cree que es un problema la relación que tenemos con la imagen?

—Pasamos gran parte de nuestro tiempo reconociendo a gente que no conocemos. Es una experiencia sin precedente, inédita. ¿Cuál es el carácter de la relación que hoy podemos tener con estas imágenes, que no son puras invenciones? A diario veo por la televisión a Chirac, Bush o Putin. ¿Cuál es la naturaleza de esta relación? Es, a la vez, familiar e ilusoria. El hecho de que este mundo de imagen ocupe una importante parte de mi tiempo hace que me plantee un verdadero interrogante.

—¿Sobre la importancia de la imagen para cada individuo? —Hay una sobrevalorización constante de la imagen. Los que están en la pantalla tienen una forma de existencia más fuerte, desde un cierto punto de vista, porque millones de personas los reconocen. De ahí el sentimiento de que hay que pasar a través de la imagen para existir. La mejor manera de cautivar a las audiencias es darles la impresión de que pueden estar en la televisión. De ahí el éxito de los reality shows.

—¿Surgen nuevas formas de relación en la sociedad actual?

—Estos nuevos modos de relación están ahí y van a multiplicarse y perfeccionarse aún más. No sólo hay que vivir con ellos, sino que hay que quererlos. La paradoja es que, en efecto, estos nuevos medios de comunicación multiplican tanto las posibilidades de relación con el exterior que pueden producir una especie de vértigo y, quizá, de soledad.

—¿Hay que adoptar y querer las nuevas tecnologías?

—Las nuevas tecnologías de comunicación, en cuanto medios, son algo extraordinario, que multiplica las posibilidades. Ahora bien, por su éxito y por los modos que toman en la sociedad de consumo, puede ocurrir que los medios se conviertan en un fin en sí, bajo diferentes aspectos. Pienso que no hay que perder de vista que los medios de comunicación son medios y que las imágenes son imágenes. Pero como vivimos en un mundo donde la realidad está repleta de imágenes, podemos dudar acerca de cuál es el nivel de realidad exacta.

—Usted señala un riesgo inherente al sobredesarrollo de las tecnologías, que es confundir los fines con los medios. ¿Cómo sería posible controlar esa relación?

—Sólo intensificando la relación con los medios y con las imágenes se podrá controlarla. Como ejemplo: si se les enseña a los niños a hacer películas, estarán menos alienados con la imagen, porque comprenderán que es algo que se fabrica. Hay que formarlos no como consumidores, sino como creadores. El nuevo humanismo es eso: formar a la gente para que controle los instrumentos. Formarlos para crear.

—¿Cómo debemos tomar, entonces, la comunicación instantánea?

—Sólo como un medio. El carácter instantáneo de la comunicación es uno de los factores que ayudan a la difusión de esa idea según la cual la historia terminó y que no hay nada más por imaginar que lo que existe. Ese sentimiento contribuye al desencanto laico que hay en el mundo. No se espera nada del futuro, no hay perspectivas entusiastas, lo que es sorprendente, porque, al fin y al cabo, todavía tenemos todo por descubrir.

5. JOSEP MARIA MONTANER: 'HOY VIVIMOS UNA TOTAL DUALIZACIÓN DE LA ARQUITECTURA'

<https://www.plataformaarquitectura.cl/cl/779527/josep-maria-montaner-hoy-vivimos-una-total-dualizacion-de-la-arquitectura>

12 de Enero, 2016 por Nicolás Valencia

En su múltiple condición de teórico, crítico, catedrático y flamante concejal de Vivienda en Barcelona tras las últimas elecciones municipales en España, conversamos con **Josep Maria Montaner**, doctor arquitecto y catedrático de la Escola Tècnica Superior d'Arquitectura de Barcelona, quien es el autor de *Después del movimiento moderno* (1993) y *Arquitectura y política* (2011, con Zaida Muxí).

A raíz de su más reciente publicación, *La condición contemporánea de la arquitectura* (2015), Montaner habla sobre las actuales tendencias de la disciplina: su dualización como respuesta de la creciente desigualdad económica, la comercialización y exportación del lenguaje formal, el estado de las publicaciones impresas y la relación entre arquitectura y política en años de transformación social.

"La arquitectura y el urbanismo están recuperando el papel político y social que habían tenido en otros momentos de cambio. Si no lo hace, la arquitectura quedará al margen del futuro", dice Montaner.

¿Cómo surge la idea de escribir "La condición contemporánea de la arquitectura"?

Josep Maria Montaner (JMM): Ha sido escrito como reflexión sobre la arquitectura de los últimos 25 años, continuando con la interpretación de "*Después del movimiento moderno*", que fue publicado por primera vez en 1993; un libro estructurado en tres partes. Esta sería como una cuarta parte, actualizándolo. Y la idea surgió al comprobar la vigencia de "*Después del movimiento moderno*", traducido al griego y editado en el 2014.

Han pasado más de 20 años entre la primera edición de "Después del movimiento moderno" y este último libro. ¿Cuánto sigue pesando el movimiento moderno en los planteamientos de las tendencias descritas?

JMM: El movimiento moderno sigue presente como replanteamiento total que fue de la arquitectura y el urbanismo a partir de la modernidad, con las vanguardias en las artes, el nuevo protagonismo de las metrópolis y la disponibilidad de las nuevas tecnologías de la construcción. Muchos conceptos han sido revisados y superados, pero difícilmente se puede salir de la esfera de la arquitectura industrializada a partir de principios del siglo XX. Gran parte de las propuestas de las vanguardias siguen vigentes. Ello queda explicado en el primer capítulo del nuevo libro.

Con la consolidación de la arquitectura especulativa y de grupos económicos transnacionales, la caída de los Estados europeos de bienestar y una creciente desigualdad económica a nivel mundial, queda una duda: ¿para quiénes se están construyendo estos nuevos proyectos de arquitectura?

JMM: La arquitectura está presente en todos los ámbitos en los que habita el ser humano, sea arquitectura de lujo para la *global class*, sea el urbanismo informal autoproducido, sea la vivienda social para las clases populares o sea la arquitectura alternativa para los nuevos modos de vida. Hoy vivimos una total dualización de la arquitectura: una parte, muy publicada, para el pequeño porcentaje de ricos, con gran poder adquisitivo, y la mayor parte de la arquitectura, en algunas ocasiones realmente interesante y con valores sociales, para la mayoría. Dicha diversidad se expresa en los dos últimos capítulos del libro, dedicados a las arquitecturas de la informalidad y a las arquitecturas medioambientales.

Con Internet, la información (no necesariamente el conocimiento) parece estar a la vuelta de la esquina. ¿En qué han cambiado las reglas del juego cuando se trata de publicaciones impresas?

JMM: Ciertamente la información y el conocimiento lo buscamos hoy más en Internet y menos en las publicaciones impresas. Buena parte de las ediciones están ya solo en la red, como **Plataforma Arquitectura** o **Un día, una arquitecta**, y tienen enorme repercusión. En este contexto las publicaciones impresas han debido reinventarse, casi siempre con una edición paralela más interactiva en digital, y han tenido que transformar los contenidos, las formas y el diseño para una lectura más acorde con los tiempos. En este sentido podríamos decir que *Delirious New York* (1978) de Rem Koolhaas -publicado en los mismos años en que el uso de los ordenadores permitía avanzar nuevas teorías, como las geometrías fractales-, ya anuncia esta transformación de las publicaciones impresas.

En su publicación destaca a Vancouver, Hong Kong y Singapur como ejemplos de "imagen compacta de la economía global". Entonces es inevitable preguntarse en qué procesos se encontrarían ciudades como Nueva York, París y Londres.

JMM: Lo que caracteriza a grandes capitales como Vancouver, Hong Kong o Singapur es su proximidad a la idea de ciudad genérica de Rem Koolhaas, como Shanghái y otras urbes de China, Corea y otros países, en las cuales el peso de lo nuevo es infinitamente mayor

que el de lo histórico. En cambio, en Nueva York, París y Londres, aunque sean capitales de la globalización, el peso de la estructura histórica es determinante. En este sentido, responden a modelos muy distintos, precisamente por las distintas maneras de abordar las cuestiones de la vivienda social y las decisiones sobre qué patrimonio se conserva y cuál se sacrifica.

Desde un comienzo, “La condición contemporánea de la arquitectura” advierte que en su análisis no será relevante el “impacto mediático ni comercial” de las tendencias descritas (y otras que podrían quedar fuera por lo mismo). No obstante, al leerlo es constante la presencia de arquitectos con mayor “voluntad comercial” como Frank Gehry y de arquitectos que se mueven como camaleones entre proyectos claramente exclusivistas y especulativos y obras “contextualistas y humanistas” como Renzo Piano. ¿Qué tan relevantes cree que son estos personajes en la actual producción de arquitectura?, ¿escapan de una catalogación seria?

JMM: Los arquitectos citados, aunque se hayan convertido en excesivamente comerciales, como Frank Gehry; vayan repitiendo sus logros anteriores, como Toyo Ito; o tengan una obra muy dispar, como Renzo Piano, y en el libro se reconoce, tienen obras relevantes e influyentes; y por esto deben ser reconocidos. En cambio, hay firmas, como Jean Nouvel, Santiago Calatrava o Herzog y de Meuron, que no son citados expresamente, ya que la parte tan negativa de su obra eclipsa los logros que en algún momento llegaron a conseguir.

Si bien vivimos en un planeta globalizado, persiste en la arquitectura un peligro constante, Como usted lo señala, ese peligro sería “repetir el mismo vocabulario” al momento de diseñar para diferentes contextos, como es el caso de Toyo Ito. ¿Qué tan difícil es evitar ese peligro?

JMM: Hay una serie de razones que explican el por qué algunos arquitectos se estancan en su lenguaje. El primer factor más destacable es el predominio de la comercialización de sus productos. Ello sintoniza con el fenómeno de que algunas firmas de arquitectos internacionales se han convertido en empresas con capital foráneo que tienen contratados a los arquitectos que dan el nombre a la marca pero que no gestionan su propia empresa. Esta decadencia se produce por la repetición de los mismos logros arquitectónicos.

Uno de los ejemplos emblemáticos es el de Toyo Ito que, al tener agencias y proyectos en muy distintas ciudades, adiestra a cada uno de los distintos equipos a realizar un estricto lenguaje que siga un vocabulario ya definido en obras previas. Y ello tiene que ver con la incapacidad de evolucionar.

Otro factor de obsolescencia en arquitectura son los excesos en el cambio de escala y de contexto. Hay arquitectos capacitados para la escala del diseño, el interiorismo y edificios de un cierto tamaño, pero que difícilmente puede llevarse a una escala más grande, compleja y urbana. En relación a todo ello, otro elemento de decadencia, especialmente en aquellos estudios que tienen sedes en distintos lugares del mundo, es la tendencia a proyectar lo mismo en cualquier lugar. Todo ello tiene que ver con la incapacidad para entender la realidad de un contexto concreto y las características culturales de las personas, de la gente.

En definitiva, esta decadencia de la arquitectura convertida en un producto comercial o marca se relaciona con la pérdida de los valores éticos en arquitectos que realizan proyectos en cualquier sitio, sin hacerse responsables de las consecuencias y sin tener en cuenta la insostenibilidad de ciertos proyectos y tipologías. Por lo tanto, si tenemos en cuenta estas condiciones se puede evitar dicho peligro de la repetición y la decadencia.

No todas las tendencias descritas en esta publicación tienen la capacidad de alcanzar las mismas escalas territoriales. De hecho, ¿cuál es la real posibilidad que tiene, por ejemplo, la arquitectura organicista, de explorar y desarrollar proyectos exitosos “en contextos metropolitanos”?

JMM: Es cierto que para la arquitectura organicista alcanzar mayores escalas es difícil, si se trata solo de objetos singulares que utilizan la metáfora orgánica. Pero tal como argumenté en “*Sistemas arquitectos contemporáneos*”, la arquitectura orgánica puede tomar referencias de gran escala, como las formas de dedos de los ecotopos (es decir, la estructura física sobre la que vive la biocenosis), los campos de cultivo (la estructura geométrica inventada por el ser humano para obtener sistemáticamente los productos de la tierra) o el paisaje, tal como hizo Alvar Aalto en sus obras síntesis del paisaje finlandés y el mediterráneo. Por lo tanto, un sabio aprendizaje de las formas de la naturaleza puede ser muy útil para las escalas urbanas y territoriales.

Más allá de compartir un mismo momento de la historia, ¿existe un factor común que cruce a las tendencias expuestas en esta publicación?

JMM: Entiendo que un factor común de los ejemplos que presento es que, más allá de la diversidad de posiciones y tendencias, en cada caso hay la confianza y voluntad de que la opción seguida puede aportar mejoras a las personas, la arquitectura y la ciudad. En este sentido se presentan casos que dentro de cada posición (racionalista, minimalista, orgánica, fenomenológica, tipológica, icónica, diagramática, alternativa, medioambientalista, etc.) intentan alcanzar los mejores y más coherentes logros.

Las exitosas candidaturas de Ada Colau y la suya propia a la alcaldía de Barcelona pueden ser leídas como consecuencias de fenómenos políticos surgidos al calor de nuevas transformaciones sociales y políticas que cruzan al planeta. ¿Cuál cree que es la responsabilidad de la arquitectura en esta nueva sociedad?

JMM: La responsabilidad de la arquitectura y el urbanismo son enormes, ya que tienen que ver con todos los derechos humanos y pueden favorecer las condiciones de vida: con el derecho a la vivienda, la calidad de los espacios públicos y los equipamientos, de los lugares de trabajo y de ocio, etc. La calidad de la arquitectura tiene mucho que ver con la salud física y mental, con la felicidad y las relaciones entre las personas.

Afortunadamente, en estos tiempos la arquitectura y el urbanismo están recuperando el papel político y social que habían tenido en otros momentos de cambio, tal como Zaida Muxí y yo argumentamos en el libro *“Arquitectura y política. Ensayos para mundos alternativos”*. Y es que, si no lo hace, la arquitectura quedará al margen del futuro.

En este sentido, Barcelona, con el nuevo ayuntamiento, heredero de la izquierda alternativa y del movimiento de los “indignados”, que defiende una ciudad de los derechos humanos, menos contaminada y más verde, con mejor transporte público y más avenidas peatonales, se vuelve a situar en la vanguardia de la gestión urbana y política.