

Notas:

- (1) Véase Bourriaud, Nicolas. *Postproducción: la cultura como escenario*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo, 2004.
- (2) Baudrillard, Jean. *The Transparency of Evil: Essays on Extreme Phenomena*. Londres: Verso, 1993. p.7. Traducción del autor.
- (3) Jameson, Fredric. *El posmodernismo o la lógica cultural del capitalismo avanzado*. Barcelona: Paidós, 2011. p.61

2015. 207
EL DOBLE DEL MUNDO

CIRCO

IMÁGENES EN EL MERCADO DE PULGAS
LLUÍS JUAN



I

Hace noventa años, en febrero de 1924, Le Corbusier plasma en las páginas del vigésimo número de la revista *L'Esprit Nouveau* una reflexión que pone de manifiesto hasta qué punto la aparición y el desarrollo de los medios de comunicación de masas y de herramientas como la fotografía se encuentran en el origen de un cambio fundamental que caracteriza las bases de la cultura moderna:

'El impresionante desarrollo del libro, de la imprenta, del etiquetado del último período arqueológico, nos ha hinchado la cabeza, nos ha cegado. Nos encontramos en una situación completamente nueva, *todo nos es conocido.*'

La posibilidad de acceder a contenidos antes ignorados y la consecuente universalización del conocimiento son dos conceptos esenciales que se derivan de las palabras del maestro suizo y que no sólo explican una realidad histórica sino que visibilizan el origen de una potencial transformación de la producción artística que, una vez superada la fase inicial de aturdimiento, ha ido creciendo en paralelo a la evolución de los propios medios de difusión desde principios del siglo XX hasta nuestros días. Esta transformación, tal y como explica Walter Benjamin, viene determinada necesariamente por la reproducibilidad de la obra de arte. La reproducibilidad, además de multiplicar el valor comunicativo de una creación individual, la convierte en un instrumento potencial para la acción y la creación encadenada al ponerla al alcance de un público global.

Cuando todo es conocido, todo puede ser utilizado y la referencia a obras precedentes adquiere una naturaleza operativa cuya presencia en la producción cultural parece haber tomado una nueva dimensión a partir del advenimiento de la 'revolución digital' y el desarrollo de las nuevas tecnologías de la información desde la década de los noventa del pasado siglo XX. La aparición de internet y la multiplicación de los canales de difusión han supuesto, al menos a nivel cuantitativo, un cambio muy importante en las posibilidades de acceder a la cultura y, por consiguiente, de hacer uso de ella.

La reproducción no es ya un reflejo consecuente de la realidad arquitectónica sino también la materia prima con la que se proyectan los edificios. El espacio de la vida y el espacio de la imagen se disuelven en el plasma de la era digital.

En un círculo en constante movimiento, son las imágenes que retratan el espacio construido las que sirven de referente para la configuración del mismo; su aprovechamiento las traslada del campo óptico al campo táctico. De esta manera, son los aspectos visuales de las obras reproducidas las que se transmiten en cada nuevo proceso de proyecto nacido de este lugar de intercambio, tejiendo un lenguaje formal compartido que se manifiesta a nivel global independientemente de los condicionantes locales. Hoy en día, los edificios recorren miles de kilómetros en un solo instante igualando los perfiles de múltiples ciudades alrededor del planeta. Un abanico limitado de soluciones formales salpica la imagen de un gran número de proyectos que encuentran en ellas un camino directo hacia el mundo de la difusión.

La recurrencia de ciertas formas derivada de su emancipación de significados estancos no implica, sin embargo, una necesaria pérdida de potencial crítico en los proyectos en la era digital. Es responsabilidad de los productores contemporáneos el apropiarse de las formas que la sociedad de consumo pone a su disposición para activarlas y dotarlas de significados capaces de construir escenarios alternativos a aquellos marcados por los dictámenes de la moda arquitectónica. El espacio de intercambio construido por las nuevas tecnologías propone nuevas reglas de juego que pueden ser reprogramadas en busca de resultados diferentes. La naturaleza visual de las piezas que constituyen este tablero interactivo debe considerarse precisamente como un condicionante de primer orden donde desarrollar cada proyecto según su capacidad de proponer significados dentro de la cadena de imágenes pero fuera del eslabón asignado. Sólo así podrán aparecer lugares para nuevas lecturas y relaciones de la obra con su entorno, sea éste construido o virtual.

Se trata de una transformación fuertemente anclada en el siglo XXI cuya cabeza visible es representada en la actualidad por el formato blog, un tipo de página web cuya característica principal es la difusión de contenidos en constante actualización, seleccionados por el autor y susceptibles de ser comentados por el resto de usuarios.

En este espacio virtual, la reproducción, ya sea fotográfica o infográfica, se ha convertido en la principal herramienta de explicación y venta del proyecto arquitectónico. La forma en que los blogs de mayor influencia organizan sus entradas no hace sino potenciar este aspecto. En los soportes con mayor número de visitas a nivel global [Archdaily, Dezeen o Designboom], la quincena de obras que ocupan sus páginas de inicio se presentan a través de una única imagen, además de un título que denota el autor del proyecto y un pequeño texto introductorio. Una instantánea solitaria es la encargada de llamar la atención del usuario quien, tras su observación, decide si acceder al resto de información sobre el proyecto. Al contrario de lo que ocurre con una revista, donde las páginas se suceden en una secuencia lineal, en estos soportes el consumidor traza sus propios itinerarios y es por ello que la capacidad persuasoria de la imagen inicial es fundamental para una mayor difusión de la obra.

Así es como el *socius* arquitectónico contemporáneo acentúa dos de las características principales asociadas a la reproducción fotográfica: fugacidad e independencia. La fugacidad no se refiere tanto a la reproducción en sí misma como al tipo de percepción que propone, una percepción transitoria basada en la mirada efímera del observador. Por su parte, el concepto de independencia hace hincapié en la disociación planteada por Tafuri entre la arquitectura construida y la reproducida; la de la realidad y la de los medios de comunicación de masas.

Si el siglo XX alumbró la división del espacio de producción arquitectónica en dos esferas diferentes, cabría preguntarse entonces acerca de cuál es la relación que existe entre ambas en el tiempo del rastro virtual. En efecto, si es el espacio de la imagen el que construye la arquitectura del ecosistema donde se desarrolla la producción contemporánea, entonces es este espacio de la imagen el estrato del que se nutre la realidad construida.

En la disciplina arquitectónica, este nuevo contexto no sólo determina nuevos hábitos de consumo sino que, también, parece potenciar una práctica basada explícitamente en el uso, la repetición y la adaptación de fragmentos reconocibles de dicho contexto. El espacio efímero de la cultura globalizada es así colonizado por imágenes de edificios que ofrecen soluciones semejantes e incluso idénticas, independientemente del lugar de su construcción, de su tamaño o de su programa.

II

Uso, repetición y adaptación son tres de los mecanismos de creación artística que, según Nicolas Bourriaud, definen el tiempo cultural contemporáneo. En *Postproducción*, el autor galo asocia el ecosistema en que se desarrolla buena parte de la práctica actual con la figura del 'mercado de pulgas', esto es, un lugar donde se comercializan objetos y productos ya usados. En otras palabras, un espacio horizontal y abierto a la apropiación individual y voluntaria de cada artista y cuya concepción se basa en la colectividad y en la renuncia a la autoría individual de los productos reciclados. Los objetos allí expuestos se ofrecen sin historia alguna y, por lo tanto, resultan idóneos para un uso directo.(1)

Este tipo de mercado, tal y como anticipaba Benjamin en el año 36, difumina las posiciones tradicionales del productor y el consumidor. En una era en la que no sólo todo es conocido sino accesible, el mero acto de elegir entre los fragmentos puestos a disposición supone ya un acto de producción silenciosa. En esta nueva realidad, el sentido de la creación artística no depende tanto de la intención individual como del papel que la obra adquiere en relación al resto de componentes del conjunto ya que, una vez reproducida, supera inevitablemente cualquier registro de propiedad.

El catalizador fundamental que ha permitido un desarrollo consistente de este espacio de intercambio es, sin duda, internet. Desde mediados de la década de los años noventa del siglo XX, la red global de información ha materializado de

manera nítida lo que Fredric Jameson define como la ruptura de la cadena significativa en su caracterización de la cultura postmoderna. Esta definición, que el autor norteamericano achaca negativamente a la era del capitalismo avanzado, nos sirve para dar forma al papel que juega la red en el contexto contemporáneo de producción artística. Al conectar a la velocidad de la luz todos los puntos de un espacio dominado por las posibilidades de apropiación, internet hace que la capacidad de transmisión y de mutación de la obra de arte supere ampliamente los límites intencionales del creador. Como elemento puramente material, la obra deja de hacer referencia no sólo a los significados pretendidos por el autor sino también al resto de obras y el contexto cultural con que se relacionaba en su origen, en el instante preciso en que es convertida en un producto más del ecosistema compartido y puede ser libremente utilizada por otros creadores. Su reproducción se produce desligada de su voluntad original. Jean Baudrillard lo explica de la siguiente manera:

'Cuando las cosas, los signos o las acciones son liberadas de sus respectivas ideas, conceptos, esencias, valores, puntos de referencia, orígenes, voluntades, se embarcan en un proceso interminable de auto-reproducción. Así es como las cosas continúan funcionando mucho después de que sus ideas hayan desaparecido, y lo hacen con total indiferencia de su propio contenido.'(2)

La inmediatez potencial de las reproducciones imposibilita el trazado de un recorrido preestablecido para las obras contemporáneas, de manera que es su forma, y no su historia, la que las identifica en cada nueva apropiación.

Es así como internet propone una nueva concepción temporal: un tiempo instantáneo, un tiempo que desaparece en favor de un espacio compartido que es el del mercado de pulgas. Anticipándose a los planteamientos de Bourriaud, Jameson intuye que la producción cultural en este espacio no puede ser otra que la de las 'colecciones de fragmentos y la práctica fortuita de lo heterogéneo, lo fragmentario y lo aleatorio.'(3)

III

En el ámbito de la arquitectura, el cuerpo de este mercadillo global se construye recurrentemente en el 'espacio de la imagen', un término acuñado por Manfredo Tafuri y que el crítico italiano opone al 'espacio de la vida'. Es decir, el espacio virtual de la obra reproducida frente al espacio 'real' de la obra construida.

La línea que separa ambos espacios en esta disciplina puede ser trazada con mayor nitidez que en otras prácticas artísticas ya que, por su particular naturaleza, la diferencia entre un edificio construido y su reproducción (fotográfica o infográfica) es, hoy por hoy, todavía discernible. La arquitectura construida materializa por definición su experiencia directa y su existencia individual allí donde se encuentra. Aunque la distinción planteada podría ser matizada en muchos casos ante la proliferación de facsímiles y reconstrucciones históricas llevadas a cabo con intensidad desde la segunda mitad del siglo XX, se podría afirmar que, también en el campo de la arquitectura, gran parte de la producción contemporánea se desarrolla en el espacio de los medios de comunicación y de intercambio de información.

No es éste, sin embargo, un hecho asociable exclusivamente al tiempo presente ya que la relación simbiótica entre la arquitectura y los medios de comunicación de masas es algo que acompaña a la disciplina desde principios del siglo XX. Desde los albores de la modernidad, el lugar de producción arquitectónica no se limita únicamente al de la construcción sino que se ha ido desplazando paralelamente hacia escenarios más inmateriales tales como publicaciones, exposiciones y revistas de arquitectura. Cabría decir, no obstante, que desde la aparición de internet estos escenarios han sido también desplazados hacia nuevas formas de comunicación y, sobre todo, de intercambio: de la publicación a la edición digital, de la revista al blog de arquitectura.

La transformación durante las dos últimas décadas del *socius* arquitectónico, esto es, de los canales que distribuyen y difunden la información disciplinar, es un factor clave en el desarrollo de los nuevos modos de producción asociados al mercado de pulgas en el campo de la arquitectura.