

UNIVERSIDAD CENTRAL
FACULTAD DE ARQUITECTURA, URBANISMO Y PAISAJE
CENTRO DE ESTUDIOS ARQUITECTÓNICOS, URBANÍSTICOS Y DEL PAISAJE



Raposo. Moyano Alfonso
Analógica 2. El fenómeno fashion en la Arquitectura
Revista Electrónica DU&P. Diseño Urbano y Paisaje Volumen IV N°11.
Centro de Estudios Arquitectónicos, Urbanísticos y del Paisaje
Universidad Central de Chile.
Santiago, Chile. Agosto 2007

ANALÓGICA 2. El fenómeno fashion en la arquitectura

ALFONSO RAPOSO M.

Estos momentos de proceder analógico en **DU&P**, tienen el propósito de mostrar posiciones y relaciones que la "Arquitectura" establece con respecto a otras áreas de producción en el cambiante contexto de la cultura. Básicamente, se trata de considerar si lo que ocurre en otros dominios del proceso generador de la cultura, podría tener también una forma análoga de ser o suceder en el dominio de la producción arquitectónica.

Conforme a esta forma de mirar se desarrollan preguntas hacia a la arquitectura, en busca de rutas de aproximación tanto al deslinde de los significados culturales convocados en el proyecto y la obra arquitectónica, como de posibles conectividades o conexidades con significados situados en otros dominios del paisaje cultural.

En este preguntar análogo que se enuncia hacia el dominio disciplinar de la arquitectura, la analogía constituye una operación de intensión heurística, destinado más a "provocar" preguntas que a enunciar respuestas. En este sentido, el presente texto podría considerarse como un espacio de enunciación de tales preguntas. En esta ocasión estamos haciendo pié en el texto que nos ha propuesto nuestro colaborador Profesor Adolfo Vázquez Rocca, sobre "La Moda en la Postmodernidad. Deconstrucción del fenómeno fashion"

RESUMEN

La generación de la oferta y la conformación de la demanda que se desarrollan al interior de la alta costura vestimentaria, presenta similitudes con las que ocurren en el dominio de las prácticas arquitectónicas, particularmente aquellas prácticas responsables de la producción de las grandes edificaciones urbanas. Los discursos organizados con respecto a la relación entre capitalismo de consumo y sociedad del espectáculo, podrían operar como un campo temático transversal para ambos dominios. En el puede situarse el concepto de lujo concebido como el impulso espectacular del consumo. Arquitectura y fashion encuentran en este impulso una genética vinculante. La capacidad de representación simbólica es su común denominador. En el marco del capitalismo tardío, la denominada "arquitectura corporativa" responde a la demanda de edificaciones concebidas como parte del espectáculo requerido por el desarrollo de la ciudad-empresa.

<Fashion> <arquitectura corporativa> <sociedad del espectáculo>

ABSTRACT

Development of supply and conformation of demand unfolded inside the high fashion, present similarities with those that are developed on the dominion of architectural practices, particularly those practices responsible for the production of large urban edifices. For both dominions, discourses organized about the relations of consume capitalism with the "society of spectacle" could work as a transversal thematic area. Within, could be sited the concept of "luxury" conceived as the spectacular force of consume. Architecture and fashion find in this force genetics ties. Symbolic representational performance is their common denominator.. Within the frame of post industrial capitalism, the named "Corporative Architecture", answer to demand of the "buildings" conceived us part of the spectacle required by the development of the "enterprise-city".

<Fashion> <corporative architecture> <society of spectacle>

TEMARIO

Introducción

1. Breve consideración metodológica
2. Para una analítica del “fashion” en la arquitectura.
 - 2.1. La sociedad de consumo como mater.
 - 2.2. La des-subjetivación como programa
 - 2.3. El lujo como impulso espectacular
3. El “design” como matriz filogenética
 - 3.1. Los rituales productivos
 - 3.2. Las lógicas de proyecto
 - 3.3. Diseño: minimalismo y lujo

INTRODUCCIÓN.

Hay en el pensamiento analógico un acto de comparación desde el cual se pretende desprender similitudes y diferencias. Los riesgos son aquí altos. Puede fácilmente incurrirse en una suerte de “comparatismo” propenso a homologaciones y reducciones engañosas o empobrecedoras. Esto, si embargo, no autoriza para considerar, de buenas a primeras, inadmisibles la comparación. Por cierto que las preguntas que pueden validamente hacerse en un dominio de la cultura, no pueden ser simplemente transpuestas a otro dominio. La comparación requiere de ciertas operaciones que permitan activar con fundamento ese “no es lo mismo” que a veces concurre con ligereza y que, al propio tiempo, no deseche la posibilidad de conectividades poco visibles que pueden existir “rizomáticamente” entrañadas.

1. BREVE CONSIDERACIÓN METODOLÓGICA.

Puede concebirse, como lo hace Itamar Even – Zohar ¹, que los diversos dominios de la cultura constituyen sistemas heterogéneos que participan de un “polisistema” global. Al interior de este “polisistema” habría dominios temáticos transversales por los cuales podrían, como en una red de vasos comunicantes, circular flujos de transdiscursividad, que podrían expandirse capilarmente a través de vastas congeries del polisistema cultural.

Es posible, en el marco de una concepción de este carácter, transitar de un sistema a otro mediante procesos trans-textuales que requieren de operaciones apropiadas de trans-codificación. En el marco de los estudios literarios, Manuel Ángel Vázquez Medel ² considera que la denominada “semántica transdiscursiva” desarrollada a partir de las concepciones de Mijail Bajtín, provee un espacio conceptual y metodológico para el desarrollo de operaciones de transtextualidad, que abre nuevas perspectivas no sólo en el marco de la literatura comparada, sino para todas formas de comparación intertextual.

1. Itamar Even-Zohar “Teoría del Polisistema”. http://www.tau.ac.il/~itamarez/works/papers/trabajos/ps-th_s.htm

² Manuel Ángel Vázquez Medel. “Tendencias actuales del comparatismo literario”. <http://www.cica.es/gittcus/Tacomp.html>. Las proposiciones de este autor recurren a la nomenclatura desarrollada por Gérard Genette.

La consideración esencial en este respecto es que “*Todo texto, por su propia naturaleza, está abierto y remite a otros textos*” Esto ocurre de múltiples formas, sea porque el texto ha sido deliberadamente habilitado para ello, sea porque al ingresar a la circulación social se le adhieren connotaciones que generan esa capacidad, o porque la “*re-productividad receptora*” del sujeto atribuye al texto conexidades o conectividades con otros, cuando lo incorpora como contenido de conciencia. Sucede entonces que:

Todo texto... se constituye en una retícula de encrucijadas, y es captado y significa, no por su inmanencia, sino precisamente por todo aquello que le trasciende: desde el código verbal, audiovisual, etc. en que queda cristalizado, hasta las determinaciones genéricas que nos permiten adoptar, en relación con él, unas determinadas actitudes y unas concretas expectativas. A partir de ahí, toda realidad se constituye en un anclaje con otros textos de la cultura, en relación con los cuales debe ser definida y comprendida.

Entendemos que debe mediar en todo esto un proceso hermenéutico que permita identificar y diferenciar los conceptos esenciales propios de los discursos que estructuran la comprensión de los campos culturales sobre los que se quiere trazar el pensamiento analógico. Es esta tarea la que se pretende aquí suscitar al pensar sobre la “Arquitectura”, teniendo en vista el fenómeno “Fashion”. La pregunta central que surge es si hay un fenómeno “fashion” en la arquitectura.

Abramos la pregunta. Preguntar si en la arquitectura hay también un fenómeno “fashion”, significará aquí indagar:

a) si los procesos de proyectación arquitectónica y producción del espacio edilicio en la ciudad actual son también un campo de juego transido por pulsiones internas y fuerzas de contexto similares a las asociadas al devenir de la “moda”.

b) si la arquitectura actual deviene también en objeto del consumo espectacular. Si las presencias edilicias urbanas actuales se constituyen en elementos organizados para y por la representación y significación de diferencias y exclusiones, en el marco de la difusión y consumo cultural en los agentes e instituciones sociales.

2. PARA UNA ANALÍTICA DEL FASHION EN LA ARQUITECTURA

En el marco de una conceptualización provisional, convengamos que Fashion y Arquitectura pueden ser pensados como dos dominios culturales que tienen en común una incesante actividad semiótica, dirigida a actuar sobre las formas de presencia humana en el espacio social y sobre las subjetividades que guían esas formas de presencia.

Estas presencias, entonces, entrañan imaginarios asociados al estar presente y a la presentación del cuerpo, en la cual las imágenes de la corporeidad, y la posición espacial son esenciales. Estas presencias humanas, culturalmente transidas, a su vez, se inscriben en materialidades y visualidades que generan y requieren su propio espacio como tales.

Con respecto a estas formas de presencia se inventan, construyen y ofrecen enunciados de múltiples formas de inmersión del cuerpo en las imágenes y de estas imágenes en otras presencias y otras imágenes, las que, con diverso grados de apertura, se exponen y ofertan para enlazar con las urdumbres de anhelos, deseos y necesidades que habitan en las presencias humanas individuales, grupales y multitudinarias.

Los discursos que se empeñan en esclarecer la naturaleza y performatividad de esta acción semiótica constituirán por tanto rutas en las que se podría explorar la posibilidad de encontrar nexos conceptuales que vinculen, en una transversalidad risomática, el “Fashion” con la “Arquitectura”, considerada ésta, en cuanto actividad proyectual y en cuanto obra.

2.1. La sociedad de consumo como mater

Posiblemente, uno de los flujos transdiscursivos en que puede ser situado con certeza el dominio del “fashion” de la alta costura, es el de la denominada “cultura del consumo”. Según nos dice J.J. Brunner, esta cultura se encuentra entronizada en la “sociedad de consumo”, operando como una esfera cultural autónoma, autopropulsada y dotada de capacidades con las que:

- (engendra) *“Transformaciones de la sociedad... que condicionan comportamientos individuales y sociales,*
- *genera valores y visiones de mundo,*
- *proporciona identidades y estilos de vida*
- *crea un lenguaje y una estética y*
- *transmite sentidos que orientan la acción social”* ³

Esta esfera cultural dista, claro está, de ser un todo homogéneo y presenta, por el contrario, un complejo entramado de gran heterogeneidad estructural. Sin embargo, es claramente observable en su cúspide un escenario de consumo de naturaleza excluyente y suntuaria en que el “Fashion” y la “Arquitectura” parecen darse cita. Las corporeidades ataviadas con el manto de lenguaje de la alta costura de la moda vestimentaria, siempre bifurcadas, con una mirada puesta en lo establecido y otra puesta en el cambio vanguardista, encuentran su espacio de realización al desplegar su consonancia sónica en el interior de la arquitectura de los espacios públicos privilegiados y de las edificaciones primordiales.

La sociología nos presenta una “sociedad de consumo” en que el Capitalismo de producción afincado en el desarrollo industrial ha cedido el paso a una economía organizada en torno a actividades directamente no industriales que apuntan a la organización y expansión del consumo y el reinado de la mercancía como espectáculo. No se trata ya de la organización pro-igualitarista del consumo de masas preconizado por el fordismo social, como necesario correlato del desarrollo del capitalismo industrial. Se trata ahora de desmontar el gasto centrado que realiza el sujeto consumidor en base a preferencias racionales guiadas por el cálculo y la ascesis y llevarlo hacia un consumo cuya vectorialidad es crecientemente generada desde un polo funcional de exceso, despilfarro, derroche y excitación del deseo suntuario.

Posiblemente haya sido Guy Deborde, principal portavoz del movimiento situacionista, quien, en el siglo pasado, a fines de la década de los sesenta, explica con mayor agudeza crítica, la naturaleza del advenimiento de la “sociedad del espectáculo”:

“El espectáculo, comprendido en su totalidad, es a la vez el resultado y el proyecto del modo de producción existente. No es un suplemento al mundo real, su decoración añadida. Es el corazón del irrealismo de la sociedad real. Bajo todas sus formas particulares, información o propaganda, publicidad o consumo directo de diversiones, el

³ José Joaquín Brunner. Presentaciones utilizadas para el desarrollo del curso: “El Consumo y los Cambios en la Sociedad”, dictado el día 29 de abril de 2006, en el marco del Programa de Magister sobre Comportamiento del Consumidor de la Universidad Adolfo Ibáñez

espectáculo constituye el modelo presente de la vida socialmente dominante. Es la afirmación omnipresente de la elección ya hecha en la producción y su consumo corolario. Forma y contenido del espectáculo son de modo idéntico la justificación total de las condiciones y de los fines del sistema existente. El espectáculo es también la presencia permanente de esta justificación, como ocupación de la parte principal del tiempo vivido fuera de la producción moderna.”

“El espectáculo es la otra cara del dinero: el equivalente general abstracto de todas las mercancías. Pero si el dinero ha dominado la sociedad como representación de la equivalencia central, es decir, del carácter intercambiable de bienes múltiples cuyo uso seguía siendo incomparable, el espectáculo es su complemento moderno desarrollado donde la totalidad del mundo mercantil aparece en bloque, como una equivalencia general a cuanto el conjunto de la sociedad pueda ser o hacer. El espectáculo es el dinero que solamente se contempla porque en él la totalidad del uso ya se ha intercambiado con la totalidad de la representación abstracta. El espectáculo no es sólo el servidor del pseudo-uso, él es ya en sí mismo el pseudo-uso de la vida.”⁴

En una exploración, de tono hermenéutico, sobre los orígenes de la cultura del consumo, Marinas Herrera ⁵ muestra el substrato de sedimentaciones sobre las cuales se instala la cultura del consumo. Se trata del mundo de la mercancía, de un paisaje humedecido por las “lágrimas de Eros” ⁶, un reino caótico en que los trayectos de las fantasmagorías de la abundancia y la opulencia colisionan constantemente con las frustraciones de las necesidades insatisfechas y los deseos oscuros. En su recuento, Marinas Herrera destaca las percepciones que grandes pensadores han elaborado sobre la cultura del consumo: Simmel la percibe como una “tragedia de la cultura” dominada por “la invención del instante” y su fugaz temporalidad; Weber como una “jaula de hierro”, Freud advierte sobre el primado de los “destinos pulsionales”, Marx denuncia la “fetichización de la mercancía” que se desarrolla en el seno del capitalismo.

Otros autores van más allá y advierten que no se trata sólo de la realidad convertida en espectáculo, sino también del espectáculo convertido en ficción. Vicente Verdú ⁷ se refiere al desarrollo global de lo que denomina el “Capitalismo de ficción”. Reconoce en él dos ejes de construcción ficcional: una “ficción cosmética” como diseño de una economía política de estetización del “cosmos” y de una “ficción mediática” como una gigantesca operación de toma de control de la subjetividad social. Su argumentación parece seguir la línea de pensamiento que estableciera Braudillard sobre sucesivas fases de profundización de la simulación en que crecientemente radica la vida social.⁸

Un examen de esta “ficción mediática” como una actividad semiótica que busca el control de la subjetividad, interviniendo en el propio “metabolismo de receptividad de las producciones culturales”, se encuentra ya en el pensamiento de Felix Guatari y Sueley Rolnick ⁹ :

⁴ Deborde, Guy. “La Societe du Spectacle” Champ Libre 1967. Citado desde <http://www.sindominio.net/ash/espect.htm>

⁵ Marinas Herrera, José Miguel. “La Fábula del Bazar. Orígenes de la cultura del consumo”. Edit. La Balsa de la Medusa. “2001.

⁶ Marinas Herrera recoge la imagen que evoca George Bataille sobre Las Lágrimas de Eros. Hijo de Penia, carenciada diosa de la pobreza y Poros, emprendedor dios de los recursos, Eros, frente a la inextinguible vastedad de las necesidades y deseos humanos, siente y llora la pesadumbre de sólo poder actuar cuando no es invocado.

⁷ Verdu, Vicente. “El Estilo del Mundo. La vida en el capitalismo de ficción”. Edit. Anagrama, Barcelona 2003.

⁸ Braudillard, Jean , 1988. “Simulations”. New York, Semiotex. Citado por Soja. Op. Cit.

⁹ Guatari, Felix / Rolney, Sueley. “Micropolítica. Cartografías del deseo”. Petropolis, Vozes, 1985.

“Los medios constituyen una especie de muro de lenguaje que propone ininterrumpidamente modelos de imagen a través de los cuales el receptor pueda conformarse: imágenes de unidad, imágenes de racionalidad, imágenes de legitimidad, imágenes de justicia, imágenes de belleza, imágenes de científicidad”

Esta idea parece presentar congruencias con la línea de pensamiento que ha desarrollado el filósofo y sociólogo italiano Maurizio Lazzarato. Las imágenes, los signos y los enunciados son generados por “máquinas de expresión” que obedecen al diseño de crear mundos posibles e impulsar su advenimiento. Su tarea es anunciar la posibilidad de nuevos repertorios de vida y argumentar la plausibilidad de su realización, para generar mutaciones de la subjetividad y de las sensibilidades que fundamenta. Lo que se expresa no son evaluaciones ideológicas de la realidad sino incitaciones. Se hacen señas y llamados a abrazar formas de vida que conducen a la invención de nuevos agenciamientos espacio - temporales

“La empresa no crea el objeto (mercancía) sino el mundo en que el objeto existe. Tampoco crea al sujeto (trabajador y consumidor) sino el mundo en que el sujeto existe”
10

En concepto de M. Lazzarato, las “sociedades disciplinarias” organizadas por el capitalismo industrial se han desplazado hacia las “sociedades de control”. Ello comporta un cambio de énfasis en las estructuras a través de las cuales ese control se ejerce. En la fase fordista prevalece la disciplina social organizada desde una biopolítica que regula y modela a los individuos y la población. En tanto, en la fase post-fordista, emerge a la superficie una lógica de control generado desde una “noopolítica” que tiene que actuar sobre una sociedad que se reconforma incesantemente como “públicos”, los que se superponen al individuo y la población.

No se trata ya, por tanto de controlar la individuación sino de soltarla y tratar con “públicos” que se expanden, multiplican y diversifican incesantemente, en tanto habitan en creciente diversidad de dinámicas de acontecimiento. La tarea del sistema de dominación es aquí la detección, reconformación y fidelización permanente de estos “públicos”, incitándolos a fluir hacia nuevas subjetividades y correlatos de sensibilidad.¹¹

En este contexto, entendemos que la tarea de la arquitectura también se desliza. No se trata ya sólo de tratar con sujetos trabajadores, consumidores o ciudadanos sino también de relacionarse con “públicos” que buscan encontrar en el espacio urbano el espectáculo edilicio en todas las escalas de las recintualidades arquitectónicas. En este respecto, el historiador y crítico de arte Hal Foster en su “breve diccionario de ideas actuales de diseño” cita lo expresado por el arquitecto holandés Kas Oosterhuis:

“nosotros los arquitectos debemos centrarnos hoy en día en la estetización de las emociones.... Nosotros damos forma al flujo de datos y esculpimos la información”

Pero paralelamente, a estas “esculturas”, en otros territorios del espacio metropolitano se constituyen otros espectáculos cuyos protagonistas viven con emociones encontradas que se mueven entre la resignación y la resistencia. Al respecto M. Lazzarato se refiere a las observaciones de Sueley Rolnick en Brasil:

¹⁰ Lazzarato, Maurizio “Lucha, acontecimiento y medio” 05/2003. En: Republicat.
<http://www.republicat.net/representation>.

¹¹ Entrevista a Maurizio Lazzarato, realizada por Pablo Rodríguez en: Ñ Revista de Cultura. Clarín N° 147, Buenos Aires. 27/01/2007,

Habla de dos figuras subjetivas que constituyen los dos extremos en el interior de los cuales se articulan dos variaciones del alma y del cuerpo...: el glamour de la “subjetividad del lujo” y la miseria de la “subjetividad – desecho”

Para la conformación de la subjetividad del lujo, no se trata sólo de exaltar las nuevas imágenes, sino también de desacreditar las anteriores. Para lograrlo, la tarea mediática incluyen operaciones de difamación dirigidas a:

“avergonzar a los usuarios de productos que ya no se promocionan para hacer que dejen de usarlos y de mostrarse usándolos, a la vez que se glorifican nuevos estándares de qué cosa es como debe ser y qué cosas no, como si se tratara de una cosa de orgullo y amor propio”¹² (pg. 225)

Esto que resulta evidente en el mundo del fashion parece ocurrir también en el mundo de la arquitectura corporativa. En los últimos años, después del 11-S, la ciudad de Nueva York parece decidida a renovar la imagen de su edificación primordial. La institucionalidad constituyente del proceso urbano siente el impulso a abrirse a las formas de iconicidad arquitectónica que propone el actual “starsystem” proyectual nor-occidental.¹³



1. Freedom tower

2. Chelsea Manhattan.
Frank Gehry

3. The Hearst Tower Manhattan.
Norman Foster

Posiblemente sea Zigmunt Bauman quien ha explorado con más radicalidad en las profundidades de la sociedad de consumo. En su análisis advierte que para comprender los cauces por que se mueven las relaciones entre producción y consumo hay que deshacerse por completo del concepto de necesidad:

*“La sociedad de consumo y el consumismo no tienen nada que ver con satisfacer **necesidades**, ni siquiera con las más trascendentes ligadas a la subjetivación, o a una “adecuada” seguridad en uno mismo. El espíritu que mueve la actividad de consumo no*

¹² Bauman, Zygmunt 2002. “La Sociedad Sitiada” Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires 2005.

¹³ En el Mercurio 1 de Julio de 2007. Iñaki Ábalos. La Isla de Manhattan tiene una nueva hambre.

*es una serie de necesidades articuladas, y mucho menos fijas, sino el **deseo**, un fenómeno mucho más volátil y efímero, huidizo y caprichoso y esencialmente no referencial, una motivación que se da origen y se perpetúa a sí misma, que no exige justificación o disculpa alguna, en términos de un objetivo o alguna causa.”¹⁴ (pg. 226)*

Su reflexión le lleva a adscribirse a posiciones como las que presenta Harvie Ferguson¹⁵ quien sitúa las motivaciones profundas del consumo en regiones etéreas situadas más allá del deseo.

*“Las **necesidades** terriblemente restrictivas ya tuvieron su época en la que constituían el motivo principal para el consumo, pero ni siquiera los deseos que vinieron a reemplazarlas lograron hacerse con el poder suficiente para mantener en marcha la sociedad de consumo.....*

*El **deseo** ya agotó su vida útil.... Es necesario un estimulante más poderoso y sobre todo, más versátil para mantener la aceleración de la demanda al par de la creciente oferta. El “**anhelo**” es el sustituto tan necesario: complementa la liberación del principio del placer, purgando los residuos de cualquier impedimento que aún pueda oponerse al principio de realidad”¹⁶ (pg. 227)*

Los discursos reseñados precedentemente expresan un esfuerzo de comprensión del mundo que puede servir de base para el trazado de cartografías en las cuales encontrar la posición de la arquitectura actual requerida por el fashion edilicio urbano-corporativo. En el eslabonamiento de estos discursos, podríamos también examinar la posibilidad de un trazado de vasos comunicantes que permitirían llevar flujos desde el dominio de la moda vestimentaria al dominio de la “Arquitectura”. Ambas reciben la impronta de la sociedad de consumo y su cultura del espectáculo.

Esta inmersión de la arquitectura en la imagen espectacular, ha sido un tópico recurrente en el marco de la crítica arquitectónica y de la crítica cultural actual sobre la arquitectura de hoy. Las rupturas que se manifiestan en la expresión e intención arquitectónicas, como consecuencia de que las edificaciones estarían hoy ingresando crecientemente al servicio de una espectacularidad urbana mercantil, comprometida con los sesgos generados por la vectorialidad dominante de la economía del consumo, ha sido severamente denunciada.

Ha sido posiblemente Neil Leach¹⁷ quien más amargamente se resiente frente al desarrollo de las estrategias subversivas de los estatutos conservadores de la estética arquitectónica precedente. Denuncia la “an-estética” (anestesia estética) generada por la saturación de la imagen de la ciudad y por el sesgo de espectacularidad publicitaria que rige la nueva presencia de las edificaciones urbanas. Al mismo tiempo nos alerta de los efectos anestésicos que ello genera en la conciencia crítica respecto de las cuestiones políticas y sociales de la ciudad y la vida urbana, desde que Robert Venturi invitara a los arquitectos a aprender de “Las Vegas”.

Recordemos que lo conservador a remover era, entonces, para Venturi, la esteticidad intransigentemente geométrica y pretendidamente a-sígnica del movimiento moderno ortodoxo en la arquitectura. La modernidad, surgida también de una subversión del orden estético de la

¹⁴ Bauman, Zygmunt. Op. cit.

¹⁵ Ferguson, Harvie. “The Lure of Dreams: Sigmund Freud and the construction of Modernity”, Routledge, 1966 p. 205, Citado por Zygmunt Bauman.

¹⁶ Bauman, Zygmunt. Op.cit.

¹⁷ Leach, Neil. The Anesthetics of Architecture. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1999

espectacularidad neoclásica, había emergido como una sensibilidad epocal de ruptura con el historicismo compulsivo de la ciudad barroca filogenéticamente comprometida con el antiguo régimen.

La arquitectura moderna se había erigido como una apertura imperativa y ansiosa de innovaciones funcionalmente consonantes con las promesas de abundancia de la ciudad industrial. Representaba, en ese contexto, un proceso de igualación democrática y pluralidad liberadora. Pero, subyacentemente, portaba también, un férreo conservadurismo que habría de cristalizar tan pronto como llegó a adquirir una posición dominante en el campo de juego del diseño de la expresividad arquitectónico – urbanística.

2.2. La des-subjetivación como programa

La preocupación de Neil Leach por los efectos anestésicos de la espectacularidad edilicia urbana es compartida por otros autores. La encontramos, por ejemplo, en el análisis que realiza Edgard W. Soja¹⁸, de la literatura sobre los procesos que están configurando un nuevo estado de cosas urbano que él denomina “Postmetrópolis”. Advierte, que las fuerzas que están impulsando la transición de la ciudad, desde su organización en torno a la producción, hacia su reconfiguración como organización en torno al consumo, tienen también el efecto de re-perfilar nuestros imaginarios urbanos.

En su concepto estos imaginarios se constituyen a partir de las cartografías mentales o cognitivas de la realidad urbana y de las mallas interpretativas que disponemos sobre ellas y que nos permiten situar nuestras experiencias, sopesarlas y realizar decisiones de actuar, en los lugares, espacios y comunidades en las cuales vivimos. Los rasgos fuertemente urbano-céntricos de nuestra conciencia empiezan así a ser refabricados bajo los impulsos ideológicos del consumo, afectando así nuestra vida cotidiana.

*“La reestructuración post-fordista de la economía, la intensificación de la globalización, la revolución tecnológica de la información y comunicación, la desterritorialización y reterritorialización de las culturas e identidades, la recomposición de las formas urbanas y muchas otras fuerzas que perfilan la transición postmetropolitana han reconfigurado nuestros imaginarios urbanos, desdibujando, lo que una vez fueran claras fronteras y significados, pero creando, al propio tiempo, nuevas maneras de pensar y actuar en el medio urbano”.*¹⁹

La arquitectura y la urbanística generadora del paisaje edilicio, en virtud de esa suerte de tiranía morfológica que ejerce su constante presencia en el presente, ha tenido siempre el poder de encardinar la subjetividad, conformar los imaginarios y aún más, constituir mucho de la base de conciencia e identidad del sujeto. Sin embargo, este efecto parece alcanzar hoy en día, contornos que en ciertos casos, bajo el influjo de la espectacularidad desenfrenada que se despliega sobre la ciudad, promete alcanzar un carácter mórbido.

Para caracterizar este fenómeno, que afecta nuestra ya urbano-céntrica conciencia creando confusiones y fusiones de realidad e imaginación, E. Soja recurre a las observaciones que, al respecto, ha desarrollado Celeste Olalquiaga²⁰:

¹⁸ Soja, Edgard W. 2000. “Postmetropolis. Critical Studies of Cities and Regions” Oxford. Blackwell Publishers. Chap. 11. Simcities Restructuring the urban imaginary. Pg. 323-348

¹⁹ Soja, Edgard W. Op. Cit. pg. 324.

²⁰ Olalquiaga, Celeste. 1992 “Megalopolis. Contemporary Cultural Sensibilities”. Minneapolis: University of Minnesota Press. Citado por Soja op. Cit.

“Lo que es diferente hoy en día es la escala epidémica y la magnitud del espectro de estas simulaciones espaciales y su poder infeccioso para perfilar la sustancia y significado de nuestros mundos de vida contemporáneos, nuestras visiones de mundo y de espacios vividos”

Para esta analista, este contexto “infeccioso”, generado a partir de la saturación del espacio público y mediático por la imagen, produce una alteración psicológica que ella identifica como una forma de “psicastenia”. Nos permitimos aquí interpretar la descripción de esta morbilidad: La relación entre el si mismo y su territorialidad circundante se distorsiona y el sujeto queda “in-dispuesto” en el espacio. Los parámetros espaciales normales con que definimos la presencia de nuestro cuerpo en la construcción social de la realidad socio-territorial, son crecientemente trastocados bajo el influjo de las imágenes de los espacios representacionales. Se constituyen impulsos que nos desterritorializan o inducen a abandonar nuestra propia “place identity”, para abrazar el espacio situado en un más allá, en cuya amplitud podemos camuflarnos y reaparecer luciendo diferentes. En el marco de esta perspectiva, resultaría necesario preguntarle al fashion si esa “Psychasthenia” tiene también una ocurrencia epidémica en el dominio vestimentario público y privado.

El proceso descrito parece implicar, en efecto, una compulsión epidémica al consumo. Parece anestesiar no sólo los parámetros de la presencia del cuerpo sino también la participación del “self”. Difícilmente podríamos constituir la simulación en que radica el reasentamiento corporo-espacial, sin que se licue y fluya nuestra individualidad psicológica y sin relajar la reconsideración de las normas, significados y valores que estructuran nuestra “semiósfera” personal.

La preocupación por la morbilidad que parecen suscitar las simulaciones centradas en la espectacularidad de la imagen, encuentra eco en distintos discursos de la crítica cultural. Juhani Palasmaa, por ejemplo, en su crítica al “ocularcentrismo” occidental, señala que:

”muchos aspectos de la patología de la arquitectura actual pueden entenderse mediante el análisis de la epistemología de los sentidos y una crítica de las tendencias ocular centristas de nuestra sociedad en general y de la arquitectura en particular”²¹

En el marco de la revisión analítica de la literatura al respecto, este autor, se adscribe a las consideraciones que plantea David Michael Lavin:

“Creo que es conveniente desafiar la hegemonía de la vista, el ocular- centrismo de nuestra cultura Y creo que es necesario examinar de manera muy crítica el carácter de la vista que actualmente domina nuestro mundo. Necesitamos urgentemente un diagnóstico de la patología psicológica de la visión cotidiana y un entendimiento crítico de nosotros mismos como seres visionales”²²

Señala Juhani Pallasmaa que la actual producción en serie de imagería visual generada por la industrial cultural, transcurre al margen de presencias participativas y carece de valencias que susciten en el espectador una identificación emocional duradera. Este, tiende así a conformar flujos de imágenes desprovistas de estructura o centro articulador. Al respecto llama a comparecer el juicio de Michel de Certeaux:

²¹ Palasmaa, Juhani. “Los ojos de la piel. La arquitectura y los sentidos”. Editorial Gustavo Gili, SL. Barcelona 2005

²² Michael Lavin, David. Edit. “Modernity and hegemony of Vision” University of California Press, Berkeley, Los Angeles 1993. pág 205.

“De la televisión a los periódicos, de la televisión a todo tipo de epifanías mercantiles, nuestra sociedad se caracteriza por un crecimiento canceroso de la vista, midiéndolo todo por su capacidad de mostrar o de ser mostrado y trasmutando la comunicación en un viaje visual”²³

Quizás debamos preguntarnos aquí si el debilitamiento de las fuerzas conformadoras de las relaciones cuerpo espacio que permite a las personas “emigrar” hacia otras congeries territoriales, no sólo permite acceder a la posibilidad de un sentir reconformado por una propensión nomádica, sino también entraña reconformaciones del pensar y por tanto formas de considerar (o desconsiderar) los linajes éticos y estéticos con que se trazan los escenarios de las presencias socio-territoriales. Quizás, debiésemos entender que la sociedad del espectáculo pudiese llegar a necesitar el correlato de un programa vectorializado hacia la generación de personas, en estado de indiferencia hacia su alteridad y estructuralmente laxas frente a las propuestas axiológicas de una ética humanista.

2.3. El Lujo como impulso espectacular

Detengamos nuestra atención en el núcleo central de la sociedad del espectáculo y examinemos como habita allí el Fashion y la Arquitectura.

En términos muy globales, los estrategas del marketing, conciben el análisis del “fenómeno fashion” en la alta costura, como operando en el marco de un esquema de acciones en que se reconoce: las interacciones que articulan los procesos de consumo (consumidores top) con los procesos de producción (marcas y diseñadores top). Sobre estos procesos constituyentes conformadores del mercado gravitan juegos de procesos sistémicos originadas en las estructuras culturales de la sociedad. Uno de estos procesos es el desarrollo del “Lujo”. El “fashion” de la alta vestimentaria se sitúa de hecho con espontánea comodidad como una práctica propia de la “cultura del lujo”, en natural asociación con el ethos epocal de la “cultura pecuniaria”.

Las corrientes de consideraciones generadas en torno al concepto de “lujo” como un fenómeno económico, social y cultural, no disponen de un acuerdo sobre su naturaleza. Por una parte, el “Lujo” ha sido situado en el marco del “consumo conspicuo” u ostentoso, en cuanto práctica conspicuante de la denominada “clase ociosa” teorizada por Thornstein Veblen²⁴. Por otra, en el discurso de Werner Sombart²⁵ el lujo sería expresiones de necesidades emulativas y de representación, generalmente asociadas al poder de las élites de la sociedad.

En el marco de la concepción de Werner Sombart, el propio desarrollo del capitalismo hace pie en el lujo como vectorialidad dinamizadora de su continua expansión. Como fuere, en esta “necesidad”, paradójicamente “superflua”, radica el impulso y desarrollo de lo que se identifica como demanda de los “consumidores top”, en cuya cumbre se encuentran los HNVI, sigla en ingles para señalar a los “individuos de alto valor neto” identificados por el marketing bancario.

Para la tarea general de la representación lujosa se ha constituido una oferta organizada en torno al desarrollo de “marcas top” tras las cuales hay cuerpos de inteligencia técnica y emocional desarrollando propuestas de diseño, las que incluyen toda la vasta gama de bienes

²³ Citado por D. Harvey . en Harvey, David. “La Condición de la Post Modernidad”. Investigaciones sobre los orígenes del cambio cultural”. Amorrurtu. Buenos Aires, 1998.

²⁴ Thornstein Veblen “Teoría de la clase ociosa. Un estudio económico de la evolución de las instituciones” . Fondo de Cultura Económica, México 1966.

²⁵ Werner Sombart. “Lujo y Capitalismo” Editorial Alianza, Madrid 1979.

que va desde el sistema de objetos indumentarios y del interiorismo, hasta los edificios de las entidades corporativas y aún, hasta los paisajes edilicios de la arquitectura de las ciudades competitivas de rango mundial.

Desde esta perspectiva, resulta claramente visible el desarrollo de un fashion arquitectónico al servicio de la representación lujosa de la personalidad corporativa de las grandes entidades transnacionales, notablemente en el caso de las edificaciones emblemáticas establecidas como sedes de los comandos empresariales y de la gestión bancaria y financiera.

Más allá de hacer pública y notoria la superioridad funcional del edificio y su inteligencia operacional, se trata de que los simbolismos de la representación institucional privada tomen posesión del espacio público y se apoderen de los puntos visiblemente prominentes de los espacios urbanos de alta valoración social y económica. Se trata de impactar en el plano de lo cotidiano y alcanzar la conciencia y la atención ciudadina. Se trata anunciar y anticipar una nueva realidad futura al interior de los imaginarios ciudadanos. En este sentido, el fashion arquitectónico deriva hacia la simulación. Cuando ello ocurre se genera una matriz de fuerzas emulativas a las que se adscriben otras entidades de distintas esferas institucionales de la sociedad, generando concentraciones edilicias que juegan también a la retórica de la representación de una hiper-realidad.

Se constituye con ello todo un género primordial en la praxis de la arquitectura: la “arquitectura corporativa”, la generadora de los “bright buildings”. Estos deben apoderarse del skyline del paisaje urbano y constituir los principales nuevos hitos de la atención ciudadina. Se trata de construir una iconicidad. Para ello se requiere desplegar una “arquitecturidad” orientada hacia un aura monadológica, dirigida hacia la corporeidad como valor de presencia transcultural, realizada en un lenguaje esmerado que se atenga a la esencialidad del perfilamiento de la forma y de la regulación tectónica de su materialidad. En la práctica arquitectónica, el proyecto parece requerir aquí una manera especial de pensar y producir.



4. Sheraton San Cristóbal Towers



5. Grand Hyatt. Santiago.

En el marco de la diversificación y especialización funcional de los centros urbanos es también notable el fashion top de las configuraciones urbanas y edilicias que operan como “centros de negocios” o “ciudades empresariales”. En la medida que se ha desarrollado el turismo y la “industria cultural” asociada al consumo cultural de la memoria histórica, y del arte, en especial de las artes plásticas, se ha desarrollado también un fashion de la arquitectura con regímenes de lujo consonante con estas actividades, particularmente en los núcleos de hotelería de alto estrellato. Siguiendo la lógica del “Marketing Urbano”, ciudades completas empiezan a ser re-

semantizadas a través de grandes operaciones mixtas de recuperación patrimonial de sus centros edilicios históricos y la formación de nuevos centros urbanos para la instalación de edificios espectaculares de última generación.

El proceso se asemeja a la formación de las “Simcities” descrita por Edgard W. Soja en su visión de la Postmetrópolis.²⁶, principalmente referida a lo que sucede en los escenarios urbanos de Estados Unidos al sur de California. Al respecto, habría que señalar que procesos similares, a gran escala, están ocurriendo en las ciudades gigantes del capitalismo asiático terciario y cuaternario.

A una escala menor, Barcelona constituye un reiterado ejemplo de las grandes operaciones de resemantización urbana requerida por la “ciudad-empresa” en el marco del capitalismo de consumo. Consideremos su panorama edilicio gestado en el marco de su modelo de desarrollo urbano aplicado en los últimos 25 años. Hacia fines de 2002 ya se había reconformado el skyline de la ciudad incorporando al “patrimonio espectacular edilicio” un impresionante elenco de “architecturals fashioning”. En el listado de los principales edificios construidos y en proyecto que se han desarrollado en los últimos tiempos habría que incluir los siguientes:

Nombre	Altura	Arquitectos
Hotel Diagonal 1	100 m.	Oscar Turquets
Hotel Plaza Forum	107 m.	Eric Massip
Edificio Vela	100 m.	Ricardo Bofill
Torre Gas Natural	100 m.	Enric Miralles / Benedetta Tagliabue
Edificio Ola	130 m.	Fernando Soriano
Torres Fira	140 m.	Toyo Ito
Torre AGBAR	142 m.	Jean Nouvel
Hotel Esperia	130 m.	Richard Rogers
Hotel Diagonal Pere IV	112 m.	Dominique Perrault

La producción de este espectáculo no ha sido socialmente inocua. El impacto de estas inserciones edilicias, principalmente asociadas a operaciones de remodelación en la Diagonal del Mar, han sido severas no sólo en los entornos habitacionales, sino en el conjunto del mercado del suelo urbano, generando expulsión de aquella población que no puede enfrentar el rápido y sostenido incremento de la renta urbana.²⁷ En un balance de la situación, Joseph María Montaner ha declarado en un artículo reciente (12 de Junio 2007) , en el Diario El País, que el modelo de desarrollo urbano de Barcelona se encuentra agotado y fuera de control frente al ímpetu del mercado inmobiliario.

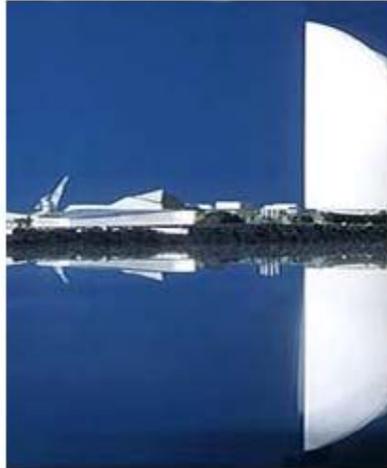
²⁶ .Soja, Edgard W. 2000. “Postmetropolis. Critical Studies of Regions and Cities” Oxford, Blackwell Publishers

²⁷ Rascacielos bajo el sol de Barcelona. En e-Barcelona.org. Fórum de Cultura, democratizen democracia. Año V. Edición del día 27 de Junio de 2007.

Ver en [http:// www.e-barcelona.org/index.php?name=New&file=article&sid=1657](http://www.e-barcelona.org/index.php?name=New&file=article&sid=1657)



6. Hotel Diagonal Pere IV
Dominique Perrault



7 Edificio Vela. Ricardo Bofill



8. Edificio Gas Natural
Enric Miralles / Benedetta
Tagliabue



9. Hotel Diagonal
Oscar Turquets



10. Torres Fira. Toyo Ito



11. Hotel Esperia
Richard Roger

3. EL “DESIGN” COMO MATRIZ FILOGENÉTICA

Mas allá de visualizar un espíritu común para la Arquitectura y el Fashion al interior de la matriz de la “sociedad del espectáculo” y su núcleo lujoso de consumo conspicuente, se trata ahora de visualizar la posibilidad de una filogénesis común al interior del núcleo de invención y construcción que anima ambas practicas productivas

3.1. Los rituales productivos

Indaguemos al interior del fashion. Si enfatizamos nuestra mirada hacia los procesos de producción, privilegiando una visión del “fashion” en cuanto organización productiva, nos encontramos con conjuntos de actores sociales organizados en torno a la práctica del alto diseño, los que conciben y generan las propuestas que luego, articuladas a un sistema de espacios comunicacionales y de prácticas publicitarias, concurren al mercado.

Una lúcida caracterización de la estructura productiva del “fashion” de la vestimentaria conspicua, es la que presenta Pierre Bourdieu ²⁸. La concibe como un campo de juego, al que han están ingresando personas e instituciones que desarrollan aprendizajes del juego que se juega y de las reglas que perfilan las trasgresiones. Los jugadores compiten buscando establecer posiciones de poder que permitan consolidar la acumulación de capital financiero y de “capital específico” en los cuadros de valoración y recepción cultural del producto. Los posicionamientos dominantes establecen las “estrategias de conservación” de este poder, consolidado como marca de prestigio y creación de diseñadores prestigiosos.

En tanto los nuevos adscritos al juego, para ingresar y alcanzar presencia en el campo, han de desarrollar “estrategias de subversión” que alteren los cuadros establecidos de valoración y apreciación abriendo discontinuidades que posibiliten otras formas de inserción. P. Bordiéu examina los términos de estos cuadros en la alta costura. Advierte que en las estrategias de conservación se privilegia lo “*lujoso, exclusivo, prestigiado, tradicional, refinado, selecto, equilibrado, perdurable*”. En tanto, en las estrategias de subversión se valora lo: “*superchic, kitch, divertido, simpático, gracioso, radiante, libre, entusiasta, estructurado, funcional*”. Puede presumirse que siempre encontraremos estrategias mixtas que toman elementos de uno y otro lado del campo de juego.



Si nos situamos en el dominio disciplinar de la arquitectura y preguntamos si hay un “fenómeno fashion” en la generación y práctica de la proyectación arquitectónica, similar a la que ocurre en el domino vestimentario, nos atreveríamos a decir que reconocemos similitudes, junto con aprontarnos a marcar radicales diferencias.

Consideremos similitudes litúrgicas. En todos los dominios de la cultura se desarrollan ritos congregacionales en que las principales entidades institucionales exhiben lo que son capaces de hacer y miden la apreciación y recepción de sus proyectos. Sobre estas bases se establecen los reconocimientos mutuos que confirman sus posiciones en el contexto de sus respectivas prácticas. La Arquitectura tiene también, como el “fashion” de la alta costura, sus espacios de presentación. Cuenta con espacios bienales y premiaciones internacionales, además del reconocimiento de su presencia en los templos del arte contemporáneo.

²⁸ Bourdieu, Pierre. “Alta cultura y alta costura”. En Sociología y Cultura. México, Grijalbo, 1990. Recopilado por Croci, Paula y Vitale, Alejandra en “Los Cuerpos Dóciles”. La Marca, editora. Buenos Aires 2000.

Ejemplo:

Entre el 12 de Febrero y 1 de Mayo de 2006, por mencionar un ejemplo cercano, se presentó en el Museo de Arte Moderno MoMA de Nueva York la exhibición denominada “On-Site. New Architecture in Spain”²⁹. Se incluyó tanto las obras recientes de arquitectos españoles como las obras en España de arquitectos de otros países. La curatoría hizo comparecer a las principales Oficinas y personalidades prestigiosas del diseño arquitectónico, de la talla de Herzog & De Meuron, Jean Nouvel, Peter Eisenman, Zaha Hadid, David Chipperfield, Dominique Perrault, Toyo Ito, destacando entre los españoles a Álvaro Siza, Rafael Moneo, Juan Navarro Baldebeg y Mansilla-Tuñón.

Paralelamente se expuso una muestra de las obras actuales, desde la escala de una casa a la de un aeropuerto internacional, de las principales oficinas de arquitectos del mundo. Entre los convocados estuvieron: Chipperfield, Eisenman, Gehry, Koolhaas, Hadid, Herzog & de Meuron, Toyo Ito, Mayer, Thom Mayne, MVRDV, Jean Nouvel, Richard Rogers, Dominique Perrault, Sejima & Nishizawa, Álvaro Siza. Se presento también en esta exposición las más destacadas Oficinas en España: Abalos y Herreros, Arroyo, Mancilla y Tuñón, Mangado y EMBT. La muestra incluyó tanto proyectos aún por definir como proyectos terminados.

Acontecimientos como los descritos hablan no solo de rituales espectaculares sino también de la formación de un culto a un “star-system” de protagonistas

3.2. Las lógicas de proyecto.

Encontrar discursos y prácticas que vinculen transversalmente distintos dominios culturales es un propósito guiado tanto por las actuales actitudes “des-ontologizantes” frente al conocimiento, como por las prácticas impulsadas por la lógica de relaciones entre producción y consumo que emergen desde la sociedad post-industrial.

En este contexto Hal Foster ³⁰ nos previene respecto del desarrollo de un diseño “post-industrial” que se ha hecho cómplice de la conformación de circuitos casi perfectos de acoplamiento entre producción y consumo dirigidos a generar nuevas formas de sensibilidad. Se trata no sólo de lograr mayor y nueva comprensión de esos dominios sino también de establecer tratos y préstamos que dinamicen mutuamente la efectividad de sus prácticas. En este contexto, H. Foster señala que el antiguo sueño del primer modernismo, respecto a constituir un mundo y una comunidad del diseño total, encuentra en el actual capitalismo global la posibilidad perversa de hacerse realidad y cree advertir en el que hacer de la arquitectura actual vectores que se expanden hacia esa meta transversal. Al respecto cita la opinión del arquitecto Hani Rashid ³¹

“Parece que no falta mucho para que los arquitectos tengan que ofrecer una vasta variedad de servicios y hacerlo integrando todos los aspectos del proceso, sin fisuras.

²⁹ . Resulta importante considerar las redes paritarias que se movilizan en la generación de estos eventos. Este contó con las siguientes entidades patrocinantes y financieras: The Lily Auchincloss Fund for Contemporary Architecture, un Grant de Enerfin Enervento S. A. y el PromoMadrid S.A. dependiente del Regional Madrid, Ministerio de Economía e Innovación Tecnológica. Fte. MoMA New York.

³⁰ Hal Foster “Un breve diccionario de las ideas actuales de diseño”. En Revista Quintana. Revista de Estudios Do Departamento de Historia da Arte. Universidade de Santiago de Compostella” N°3, 2004. pp 57-70

³¹ Hani Rashid, arquitecto de origen egipcio. Asociado con Lise Anne Couture constituyen Asiptote, una firma que cubre una vasta gama de servicios que incluyen desde el diseño urbano hasta el interiorismo y diseño de mobiliarios y equipos.

Uno de esos esfuerzos transversales es el que actualmente están desarrollando tanto las comunidades del dominio del fashion de la alta vestimentaria como las de la proyectación arquitectónica, en busca de puntos de encuentro.

Ejemplo a)

Entre distintas expresiones significativas de estos esfuerzos puede mencionarse, por ejemplo, la exhibición denominada “*The fashion of architecture*”, realizada entre enero y marzo de 2006, bajo la curatoría de Bradley Quinn en el Center for Architecture de Nueva York, sede del Capítulo neoyorquino del American Institute of Architects AIA³². Allí se dieron cita arquitectos y modistos. Estuvieron presente entre los arquitectos: Zaha Hadid, Winka Dubbeldam, Shigeru Ban, Kivi Sotamaa, David Adjaye, Block Architecture, 6a Architects, Lars Spuybroek, Stuart Veech and Meejin Ion. Entre los profesionales del fashion se destaca a Martin **Margiela**, **Hussein** Chalayan, Yoshiki Hishinuma, Yeohlee, Pia Myrvold, Yohji Yamamoto, Boudicca, Eley Kishimoto, Kei Kagami, Michiko Koshino, Stéphanie Coudert, Simon Thorogood, Nicola de Main, and Arkadius.

Ejemplo b)

Otro ejemplo similar de encuentro programático fue la exhibición “*Skin + Bone: Parallel Practices in Fashion and Architecture*”, realizada en el Museo de Arte Contemporáneo de Los Ángeles MOCA, entre el 19 de noviembre de 2006 y el 5 de marzo de 2007³³. En afanes similares se encuentra la publicación del libro de Mark Wingley “*The Fashion of Modern Architecture*” editado por MIT Press, o del libro de Bradley Quinn “*The Fashion of Architecture*” editado por Berg Publisher, Londres, en noviembre de 2003.

La transversalidad de estos esfuerzos se orientan a trasponer el plano de los paralelismos analógicos. “Cuerpo-envolvente-identidad” parecen formar una tríada conceptual fuertemente entrelazada que animan al fashion y la arquitectura a buscar relaciones consanguíneas y raíces comunes en sus lenguajes. La idea parece ser la de ingresar al examen de comparaciones significativas y a los ensayos experimentales de transposición de las lógicas de concepción que guían los procesos de diseño, en especial en lo concerniente a la materialidad y su tectonicidad.

Ejemplo c)

El Museo Textil y del Fashion en asociación con la Fundación para la Arquitectura (Architecture Foundation) organizaron en Londres una reunión (1 de Junio de 2006), entre el arquitecto David Adjave y la vanguardista casa de moda Boudica (representada por Zowie Broach y Brian Kirkby) para considerar la pregunta sobre “*Lo que sucede cuando el Fashion y la Arquitectura se juntan*”. Ambos protagonistas de la reunión colaboraron por encargo de Vogue en el diseño de un vestido por valor de mil libras. Lo que se logró no fue ni arquitectura ni fashion. Resultó “*Exaltation*”, una radial escultura hibridada generada desde la imagen de un cuerpo humano.³⁴

Hay detractores que no creen que tales nexos puedan ser establecidos y hacen ver la futilidad de estos esfuerzos. Las diferencias en la consideración del espacio, el tiempo y la movilidad con que se traza el sentido de lo permanente y lo efímero no admiten abrigar esperanzas de

³². Fuente: http://www.egothemog.com/archives/2006/04/fashion_and_arc.htm

³³ Fuente: www.moca.org. El evento contó con la publicación de un libro de la autoría de Brooke Hodge, Patricia Mears y Susan Sislaukus, editado por Thames & Hudson Ltd, 2006

³⁴ Fuente: <http://www.architecturefoundation.org.uk/framesets/fp-331.html>

“encuentro” en las lógicas de los procesos de concepción de la Arquitectura y del Fashion y en sus respectivas operaciones técnicas. En efecto, la transversalidad en el plano del proceso de proyecto no sólo ha sido difícil de mostrar sino también de creer. Cuando la analista Judith Thurman ³⁵ concurre a “Skin and Bones”, y observa, por ejemplo: “los cables” que sostienen la camisa con que Yeohlee Teng organiza su poética del “vestido en suspensión”, se pregunta que relación hay entre esta obra fashion y la ingeniería estructural con que Bernard Tschumi genera sus cubiertas suspendidas en las vías peatonales del Parc de la Villette, en París. ¿Acaso el plegado que Winka Dubbeldam dispone en la fachada de su proyecto de Greenwich Street tiene alguna relación con el plisado del vestido de Alber Elbaz, mas allá de su común elegancia?. Concluye en lo que resulta evidente desde el comienzo. No hay hibridaciones entre las estrategias tectónicas de ambas disciplinas que vayan más allá de la anatomía de una metáfora.

La verdadera y efectiva alianza entre Fashion y Arquitectura observable en los eventos que promueven las empresas y la “industria cultural” que se expande al interior de la sociedad del consumo y el lujo, concierne al espectáculo y éste si resulta plenamente eficaz en su ficción.

3.3. Diseño: Minimalismo y Lujo.

Para perfilar las respuestas de la arquitectura a las exigencias de espectacularidad requeridos por la sociedad de consumo, Hal Foster recurre al criterio de Frederic Jameson ³⁶ quien toma como “*síntoma del nuevo tipo de excelencia arquitectónica*” el amplio atrio del Hotel Bonaventure del arquitecto John Portman: “*una especie de hiperespacio que sobrecoge los sentidos*” nos dice H. Foster. Continúa al respecto:

“Jameson eligió este delirio espacial como ejemplo concreto de nuestra incapacidad general de comprender para comprender el universo capitalista avanzado, para trazar su estructura de forma cognitiva. Por sorprendente que parezca lo que Jameson ofreció como una crítica de la cultura postmoderna, es lo que numerosos arquitectos (entre los que cabe destacar a Frank Gehry) parecen haber tomado como modelo: la creación de espacios extravagantes que consiguen seducir y/o subsumir al sujeto, una excelencia neobarroca dedicada en su mayor parte a la gloria de la iglesia de nuestra época: la empresa.”

No todo puede ser dado como extravagancia y lujo. Parece importante considerar que desde el interior del proceso de Diseño es difícil aceptar que la Arquitectura y el Fashion se encuentren inmersos en una lógica dominada por la espectacularidad lujosa. Si bien, desde una perspectiva de crítica cultural podemos reconocer un “building fashioning”, es decir un “saber hacer” profesionalmente aprendido y presumiblemente enseñado, como modo de pensar y producir, parece difícil que se acepte como un hecho de clara “arquitecturidad”.

En el contexto del proceso de diseño y de las lógicas que organizan los procesos de concepción y formalización de la arquitectura corporativa, difícilmente se encontrará espacio para instalar el concepto de lujo, en lo que este entraña en cuanto “derroche” y “despilfarro”. Tales resonancias son completamente ajenas al espíritu del proceso de diseño. Este reconocerá tan sólo un estatuto de propósitos cualitativos maximizadores de la calidad.

Cualquiera sea la importancia del encargo: “S, M, L, o XL”, hay al interior de las lógicas constituyentes del diseño, un impulso vital regido por un sentimiento esencial de “elegancia” elegante. La acción de inteligir estará permanentemente guiada por el deseo de “elegir bien”, de

³⁵ Fuente: Thurman, Judith. “Frocks and Blocks. Fashion meets architecture in Los Angeles” December 4, 2006. En The New Yorker, Junio 19 de 2007.

http://www.newyorker.com/archive/2006/12/04/06124cran_artworld?currentPage=2

³⁶ Jameson, Frederic “The cultural logic of late capitalism” citado por Hal Foster, op.cit

elegir lúcidamente todo aquello que habrá de constituirse como obra. No habrá nada de más y nada de menos. Estará todo lo necesario en la medida apropiada para constituir el valor “superfluo” de los atributos que se acoplarán con la necesidad y los elementos de imaginación y fantasmagoría que habitan en el deseo. Esto que es condición genérica del diseño, encontrará su expresión más radical en el diseño contemporáneo que se encausa en la corriente minimalista, orientación figurativa en la que se desenvuelve con prestancia la arquitectura corporativa nor-occidental.

En la presencia que busca constituirse minimalistamente, la tarea de establecer el constructo de la obra, es confiada sólo a unos pocos elementos esenciales. No se trata de escatimar recursos conforme a un estatuto de economía de medios, sino de una radical maximización de la tarea expresiva desplegada sobre una intención monádica. El como los elementos esenciales cumplan esta tarea es aquí la cuestión vital del proyecto minimalista. Deben hacerlo con la luz, con la quietud y en silencio, pero en un silencio trazado con designio, inscrito en un pentagrama, para que sea interpretado y escuchado con oído universal, libre de autoctonías y contextualismos urbanológicos localistas.

El diseño, sin embargo, no es un proceso autista, ni sucede en un vacío social y territorial. Transcurre al interior de las estructuras políticas, económicas, sociales y espaciales de la sociedad y se entreteteje con los acontecimientos de la cultura. Se despliega en campos de juego regidos por normas, significados y valores sujetos a la reflexión histórica, ética y estética, en que la consideración del lujo asociado al consumo suntuario, sigue constituyendo una cuestión inherente a las presencias del vivir juntos. No parece posible que el diseño pueda transcurrir sin toparse con la cuestión de relacionarse con los complejos dispositivos societales que hacen posible subsumir las profundas inequidades sociales bajo un manto de normalidad y amabilidad social.

La pregunta que finalmente surge es si en esta lejana Nueva Extremadura se cuenta ya con un “building fashioning” de edilicia corporativa, capaz de constituir la imagen “anhelada” “deseada” o “necesaria”, para aportar a la consecución de la meta empresarial santiaguina de anotar significados urbanos de rango mundial.



SANHATTAN

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Ábalos, Iñaki. La Isla de Manhattan tiene una nueva hambre. En el Mercurio 1 de Julio de 2007.

Bauman, Zygmunt. 2002. "La Sociedad Sitiada" Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires 2005.

Bourdieu, Pierre. "Alta cultura y alta costura". En Sociología y Cultura. México, Grijalbo, 1990. Recopilado por Croci, Paula y Vitale, Alejandra en "Los Cuerpos Dóciles". La Marca, editora. Buenos Aires 2000.

Brunner, José Joaquín. Presentaciones utilizadas para el desarrollo del curso: "El Consumo y los Cambios en la Sociedad", dictado el día 29 de abril de 2006, en el marco del Programa de Magíster sobre Comportamiento del Consumidor de la Universidad Adolfo Ibáñez.

Deborde, Guy. "La Societe du Spectacle" Champ Libre 1967. Citado desde <http://www.sindominio.net/ash/espect.htm>

Even-Zohar, Itamar "Teoría del Polisistema". Disponible en: http://www.tau.ac.il/~itamarez/works/papers/trabajos/ps-th_s.htm

Ferguson, Harvie. "The Lure of Dreams: Sigmund Freud and the construction of Modernity", Routledge,

Foster Hal "Un breve diccionario de las ideas actuales de diseño". En Revista Quintana. Revista de Estudios Do Departamento de Historia da Arte. Universidade de Santiago de Compostella" N°3, 2004.

Guatari, Felix / Rolney, Sueley. "Micropolítica. Cartografías del deseo". Petropolis, Vozes, 1985.

Harvey, David. "La Condición de la Post Modernidad". Investigaciones sobre los orígenes del cambio cultural". Amorrurtu. Buenos Aires, 1998.

Lazzarato, Maurizio "Lucha, acontecimiento y medio" 05/2003. Diposnible En: Republicat. <http://www.republicat.net/representation>.

Lazzarato, Maurizio, entrevista realizada por Pablo Rodríguez en: Ñ Revista de Cultura. Clarín N° 147, Buenos Aires. 27/01/2007,

Leach, Neil. The Anesthetics of Architecture. The MIT Press, Cambridge, Massachusetts, 1999

Marinas Herrera, José Miguel. "La Fábula del Bazar. Orígenes de la cultura del consumo". Edit. La Balsa de la Medusa. "2001.

Michael Lavin, David. Edit. "Modernity and hegemony of Vision" University of California Press, Berkeley, Los Angeles 1993. pág 205.

Olalquiaga, Celeste. 1992 "Megalopolis. Contemporary Cultural Sensibilities". Minneapolis: University of Minnesota Press. Citado por Soja op. Cit.

Palasmaa, Juhani. "Los ojos de la piel. La arquitectura y los sentidos". Editorial Gustavo Gili, SL. Barcelona 2005

Soja, Edgard W. 2000. "Postmetropolis. Critical Studies of Cities and Regions" Oxford. Blackwell Publishers. Chap. 11. Simcities Restructuring the urban imaginary.

Thornstein Veblen "Teoría de la clase ociosa. Un estudio económico de la evolución de las instituciones". Fondo de Cultura Económica, México 1966.

Thurman, Judith. "Frocks and Blocks. Fashion meets architecture in Los Angeles" December 4, 2006. En The New Yorker, Junio 19 de 2007.

Vázquez Medel Manuel Ángel. "Tendencias actuales del comparatismo literario". Disponible en <http://www.cica.es/gittcus/Tacomp.html>.

Verdu, Vicente. "El Estilo del Mundo. La vida en el capitalismo de ficción". Edit. Anagrama, Barcelona 2003.

Werner Sombart. "Lujo y Capitalismo" Editorial Alianza, Madrid 1979.