XI Convocatoria Beca de Investigación en Nueva York
Fundación Arquia | Real Academia de Bellas Artes de San Fernando

SOUVENIR: Mediatización y apropiación de la imagen de Nueva York

Yaiza Camacho Sebastián



↑ Jane Jacobs protesta contra un plan para trasladar a niños afroamericanos de su escuela pública local en 1964 en Nueva York

00 NOTA PREVIA Y EXPERIENCIA

La arquitectura no solo da forma a la ciudad, sino que también influye en la manera en que se percibe, se experimenta y se comunica. En este contexto, Nueva York se presenta como un caso paradigmático. Considerada durante décadas la metrópoli por excelencia, símbolo de modernidad, diversidad e innovación, la ciudad ha funcionado como epicentro cultural y arquitectónico global. Sin embargo, en tiempos de cambio político y social, cuando el discurso dominante en Estados Unidos parece virar hacia el repliegue y la nostalgia de valores tradicionales, cabe preguntarse: ¿sigue Nueva York encarnando esa promesa de libertad y vanguardia? ¿O se ha convertido en un souvenir de sí misma, una imagen congelada de lo que una vez fue?

Esta investigación propone una mirada crítica a la ciudad, analizando sus elementos arquitectónicos y culturales desde una perspectiva "desidealizada", cuestionando si su extraordinaria capacidad de transformación es aún un motor de diversidad o si, por el contrario, su imagen ha sido absorbida por una narrativa autoconstruida. Los imaginarios colectivos pueden ocultar realidades menos evidentes y ciertos formatos contribuyen a la construcción de una visión distorsionada de la ciudad. ¿Es Nueva York todavía la ciudad a la que aspiramos o simplemente el reflejo de una fantasía que se alimenta a sí misma?

↓ "Art of this Century" Peggy Guggenheim gallery in New York City



Esta inquietud sobre cómo la arquitectura se comunica con su entorno parte de mi trabajo de investigación de fin de grado ***SOUVENIR: Apropiación y Reconstrucción de la imagen de la ciudad***. Tutorado por Federico Soriano y con una metodología teórico-práctica, el trabajo desvela conclusiones sobre como la imagen de la ciudad se construye a través de mecanismos antropológicos, la existencia de un imaginario excluido (que debe ser visibilizado para concienciar sobre la degradación de los elementos que lo conforman), así como el problema en la relación formato-contenido a la hora de representar la imagen de la ciudad. Estas conclusiones se pusieron en práctica en mi trabajo de fin de máster ***Apología al escombro*** tutorado por Jesús Donaire y César Jiménez en la unidad docente de Jesús Aparicio, aterrizando en un proyecto arquitectónico sobre un contexto de urgencia como es la excesiva producción de residuos en la construcción. Se proponían nuevas materialidades para generar una imagen de la arquitectura que pusiese de relieve el problema del desecho y los paisajes perdidos, así como el potencial de los mismos de ser reapropiados y reconstruirse para "volver a ser".

Habiendo trabajado como arquitecta en Nueva York para un estudio internacional de arquitectura, soy consciente del potencial de la ciudad como difusor de conocimiento, pero también de sus vacíos y posibilidad de mejora. Como parte del equipo curatorial del espacio de arte del estudio, he podido conocer de cerca el trabajo de artistas neoyorquinos cuyas obras reflexionan, desde disciplinas muy distintas, a cerca de problemáticas de carácter arquitectónico, que me han ofrecido una visión más global de la práctica arquitectónica y de cómo es percibida y comunicada desde fuera.

Adicionalmente, he podido tratar de primera mano y experimentar con la problemática del formato para la comunicación de la arquitectura durante mi etapa como editora de una revista de arquitectura.

Es por todas estas razones que confío en el potencial de impacto de la investigación no solo en el ámbito investigador de la arquitectura si no también en como pueda contribuir de manera significativa a la práctica más contemporánea de la aquitectura. "La técnica propia de nuestro tiempo".

01 OBJETO Y ÁMBITO DE ESTUDIO

“La arquitectura es una de las disciplinas que permite entender y relacionar lo social, lo político y lo económico a través de lo estético y lo formal para producir nuevas aspiraciones colectivas… Que la arquitectura debe aspirar a la simplicidad sin ser simplista y entender la complejidad sin complicarla” Eva Franch ↑

SOUVENIR: Mediatización y Apropiación de la Imagen de Nueva York nace de la problemática de la ciudad acerca de su imagen y su identidad. Un problema que reside en el valor que se le da (o no) a los distintos elementos de la ciudad, para que pasen a formar parte de su imagen, y por tanto del supuesto imaginario colectivo que existe: un flujo de imágenes producidas por el capitalismo, que construye la sociedad hipermediatizada de la que formamos parte.

Para abarcar esta problemática nos valdremos de aquellos agentes que son una expresión directa e inmediata de esta identidad en el contexto post-digital de mercantilización en el que nos encontramos: los souvenirs.

Los souvenirs son elementos comunicativos con un gran carácter simbólico y conceptual, cuyo sentido se basa en ser contenedores de la idea de recuerdo, capaces de transmitir una cierta identidad cultural al ser recontextualizados. Sin embargo, este proceso de simbolización, puede llegar a crear significados superficiales y vacíos de autenticidad. Pero no nos limitaremos a analizar y criticar su condición, si no que nos apropiamos de ellos y sobre todo, de sus procesos.

↓ Roger Brown, City and Suburbs, 1972; oil on canvas



Los utilizaremos como formato de información para visibilizar y mediatizar la existencia de un imaginario excluido de la ciudad. Elaborando así un nuevo concepto de imagen de la arquitectura e introduciendo herramientas ligadas al ámbito lingüistico y material.

La presente investigación comienza definiendo la imagen de la ciudad y describiendo el proceso a través del cual esta se genera. Se profundiza en el concepto de copia, como imagen distorsionada de la ciudad producto de un proceso antropológico con infinitas posibilidades que depende tan solo de la percepción del observador.

Se elabora una clasificación pertinente de los elementos de la ciudad de Nueva York: hyperlocales, aquellos que se construyen mediante mecanismos antropológicos (memoria, cultura, identidad y simbología), y hyperglobales, aquellos con una función muy concreta que hace interactuar elemento y usuario.

Aterrizamos estos conceptos adquiridos para identificar y analizar casos reales de estos nuevos souvenirs en la ciudad de Nueva York abarcando ejemplos de escalas en las que opera la arquitectura: objeto, espacio, edificio y trama.

02 MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

02.01 LA IMAGEN Y LA COPIA

La ciudad está formada por elementos de todas escalas y materialidades, desde ordenaciones urbanísticas hasta minúsculos objetos con funciones muy concretas. Todos estos elementos tienen una imagen física definida por numerosas cualidades como materialidad, forma o escala. Pero cuando hablamos de la imagen de la ciudad, no nos referimos a la imagen de cada uno de estos elementos, nos referimos a la extracción y tratamiento de estas cualidades para transferirlas y comunicar esa imagen colectiva y mental de la ciudad.

Se trata de un proceso de "metaforización", en la que el observador elabora una imagen de la ciudad al interpretar los elementos que observa de esta. Esta imagen mental se acaba transfiriendo a lo que llamamos copia. La copia es la reconstrucción de la imagen de la ciudad, a través de la imagen mental de un observador. La imagen de la ciudad es una copia. Es una copia más o menos precisa de los elementos de la ciudad. Pero no de todos, de una selección que llamamos imaginario colectivo. El fragmento de ciudad que forma esta copia, la representará allá adonde vaya, incluyendo sus carencias.

Este proceso no es más que una transformación mediante la cual cosas ordinarias son investidas de alguna clase de "fetichización". La sacralización de las cosas y sus repeticiones lo que hacen es fetichizarlo aún más de lo que lo estaba el original. Esto hace que la copia tenga la capacidad de convertir en legítima la obra original.

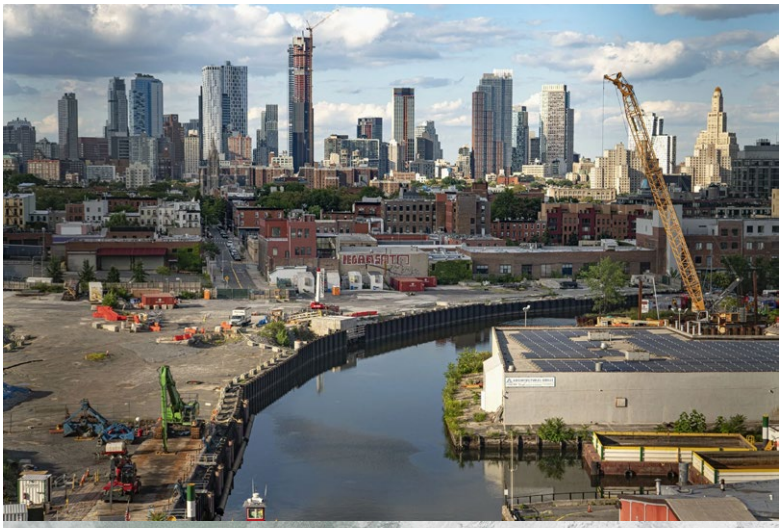
En cambio, en el ámbito digital la copia no existe, vemos y manipulamos siempre originales, lo que equivale a decir, que manejamos siempre copias. Construir algo totalmente nuevo o copiar totalmente lo que ya existe: la copia absoluta y la novedad absoluta.

Sin duda, en nuestro tiempo se prefiere la imagen a la cosa, la copia al original, la representación a la realidad.

Consumo de la copia

Actualmente, consumimos el mundo a través

↓ Gowanus Canal en Brooklyn, NY





↑ Gowanus Canal by New York photograher Michael Moran

de imágenes, copias, constructos de la realidad producidos por la observación de las personas. Las personas son aquellas que percibimos la ciudad, y por tanto somos capaces de transmitir su imagen, pero entonces este proceso de "metaforización" es completamente subjetivo, distorsionado. Cualquiera puede producir, pero cada una de esas producciones será totalmente distinta de las otras.

Una imagen siempre superpone miradas: las miradas de quienes la producen y las miradas de quienes la observan. Se convierte entonces la copia en la herramienta de construcción de la ciudad. Y no solo eso, si no que esa copia es la relación entre persona y ciudad. La relación de yuxtaponer lo real con la copia.

¿Significa esto que nunca podemos percibir lo verdadero?. La copia no es más que un reflejo matérico de nuestra manera de percibir la ciudad. Es por esto que el problema de la copia no sigue reglas, no tiene una solución final. Tiene múltiples resultados posibles, todos ellos válidos. Es solo la superposición de todas esas imágenes desde distintos puntos de vista la que nos mostrará que es lo real.

Transmisión de la copia

Agentes

Como en la mayoría de las disciplinas, el poder político impone su concepción del país en cada época. Y este poder, y por tanto control, se concentra ahora en la gestión y administración de la información a través de las imágenes. Apropiándose de la responsabilidad de que es visible y que no, creando puntos ciegos.

¿Sería posible que este poder político se trasladase a la ciudadanía y de esta manera convertirse en poder social? ¿Qué pasaría si la gestión de estas imágenes estuviese en manos de las personas del pueblo? ¿Sería posible dar visibilidad a ese imaginario no colectivo, a ese imaginario excluido?

En vez de existir una homogeneidad de copias, existiría un heterogéneo “mercado” en el que las imágenes fluirían en función de las percepciones personales, y por tanto seríamos capaces de seleccionar las copias que más nos representasen, o mejor aún, crear las nuestras propias. En vez de ser únicamente receptores que captan un mensaje, podríamos ser emisores a la vez. Creación, percepción e intercambio, todo simultáneamente. El catálogo se ampliaría con numerosas posibilidades, enriqueciendo la ciudad, reconstruyendo su imagen.

Ese imaginario excluido al que podríamos llamar residuo, entendido como residuo simbólico, es lo que por motivos de diversa naturaleza se ha convertido en despreciable o incomprendido en el imaginario colectivo. ¿Qué sentido tiene reciclar un residuo, si es precisamente ese una de las partes constitutivas de la singularidad e identidad de una ciudad?

Formatos

¿Pero cómo se materializan estas copias? ¿Cuál es su soporte? Cuando el sujeto occidental sale de su mapa y viaja para entrar en otro, fragmenta el espacio social nuevo, lo selecciona y lo trae de vuelta como copia. Reflexionamos como, ubicada en un espacio y tiempo distintos al de la obra original, la copia crea una nueva identidad, con plena individualidad.

Creando un diálogo entre la obra original y la obra producto de la apropiación. Los formatos son infinitos. Deberíamos aspirar a que el formato hablase del contenido, más que a que hablase por si mismo.Los formatos son fácilmente maleables y se adaptan (en la mayoría de los casos) rápidamente a lo que quieren contener. Pero no debemos sucumbir a su adaptabilidad, tenemos que analizarlos y usarlos de manera lógica y en relación a su contexto.

Que no lo hagamos no va a dejar de quitarle significado a lo que representa, pero crearemos entonces la universalización del formato. Eliminando cualquier tipo de originalidad y unicidad sobre aquello que estamos representando, homogeneizando nuestras experiencias y memorias a un mismo nivel de importancia y significado.

En este flujo de imágenes producidas por el capitalismo, que construye la sociedad “hypermediatizada” de la que formamos parte, debemos identificar cuales son los agentes que son una expresión directa e inmediata de la imagen de la ciudad. Estos agentes, son los souvenirs. El souvenir se convierte entonces en el soporte de la copia.

↓ La Estatua de la Libertad de París, Francia



02.02 ELEMENTOS HYPERLOCALES

Para poder seguir hablando sobre la ciudad y su imagen, primero tenemos que saber cuales son aquellos elementos que la componen, que son copiados y transmitidos. ¿Son todos iguales entre sí? ¿Existe una clasificación que los diferencie durante la fase de interpretación? ¿Cómo se reconstruye su copia? ¿Son todos los elementos susceptibles de pertenecer a la imagen de la ciudad? Si es así, ¿por qué no pertenecen? Si el poder político es aquel que decide que es visible y que no, ¿con qué criterio lo hace?

En 1960, Kevyn Lynch, en "La imagen de la ciudad", afirma que la imagen que se obtiene de la ciudad es completamente subjetiva, y depende siempre del observador. La considera cambiante y embebida de recuerdos y significados.

La percepción de la imagen nunca es continua, es fragmentaria, creando así una imagen mental. La imagen siempre es filtrada en nuestra cabeza. La imagen mental al ser filtrada adquiere identidad. En cambio a la hora de establecer cuales son los elementos de la ciudad, se limita a enumerar aquellos elementos que permanecen constantes, que la estructuran urbanística y visualmente.
Pero si existe realmente una conexión observador-ciudad ¿por qué no hacer una clasificación más antropológica de los elementos de la ciudad?

↓ Survivors' Stair del World Trade Center, New York, 2007



En 1993, Marc Augé define los lugares antropológicos como aquellos construidos a través de las personas, actuando como agentes que los modifican, de manera que adquieren un rango de lugar vivido.
Pero esta construcción antropológica no puede ser solo una. Además de lugares, la ciudad está formada por muchos más elementos que no son necesariamente espaciales, pueden ser objetuales e incluso intangibles. De manera que interactuamos con ellos de diversas formas. Por ello, deben existir distintos mecanismos, que condicionan y nos influyen a la hora de interpretar estos elementos.

Debemos preguntarnos, ¿cómo estos elementos son dotados de significado social para llegar a llegan a ser elementos hyperlocales?, ¿qué mecanismos de significación se esconden tras ellos?, ¿son estos mecanismos los que dan acceso y por tanto, valor a una copia?

Para dar respuesta a estas preguntas, nos apoyamos en títulos acerca de lo antropológico en la ciudad, descubriendo cuatro conceptos inherentes a estos elementos: memoria, la superposición en el elemento; cultura, la construcción de un imaginario alrededor del elemento; identidad, la pertenencia y diferenciación del elemento; y la simbología, la metaforización del significado del elemento.

Definimos cada una de ellos en relación con el elemento, el receptor y el tiempo, para entender su funcionamiento:

Memoria

def: Imagen o conjunto de imágenes de hechos o situaciones pasados que quedan en la mente.

Los elementos de la memoria se construyen a lo largo del tiempo, debido a una situación o suceso situado en un espacio-tiempo determinado y pasado en el que las personas han podido intervenir o no. Algo pasado se recuerda a lo largo del tiempo.

En uno de los pasajes de Calvino, se narra como se invita al viajero a visitar la ciudad al mismo tiempo que se le hace observar postales que representan como era antes, de manera que se elogie la ciudad

de las postales, y la prefiera a la presente, no decepcionándolos e intentando contener su posible decepción ante los cambios. De manera que a través de lo que es, se puede evocar con nostalgia lo que fue.

Esto es un reflejo de cómo ciudades totalmente diferentes se suceden sobre el mismo suelo y bajo el mismo nombre. Nacen y mueren sin conocerse.

Este pequeño relato es un reflejo que es capaz de explicar por que muchos de los elementos de la imagen de la ciudad pertenecen a épocas lejanas. Como si lo que se construyese ahora, al estar falto de historia y justificación, no tuviese valor, ni mereciese dárselo.

La memoria crea conjuntos de memoria impura, llena de partes reales e inventadas en las que se mezcla la Historia y lo experimentado por una comunidad[15].

Cultura

def: Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.

Los elementos de la cultura se construyen debido a la repetición a lo largo del tiempo de situaciones o sucesos construidos por las personas. Arrastra el pasado a lo largo del tiempo y lo hace presente de manera puntual. Algo pasado se repite a lo largo del tiempo.

Podemos definir el término cultura como el conjunto de actividades humanas que han trascendido en el tiempo por su valor tradicional y que por lo tanto, son consideradas por un colectivo, como elementos identitarios.

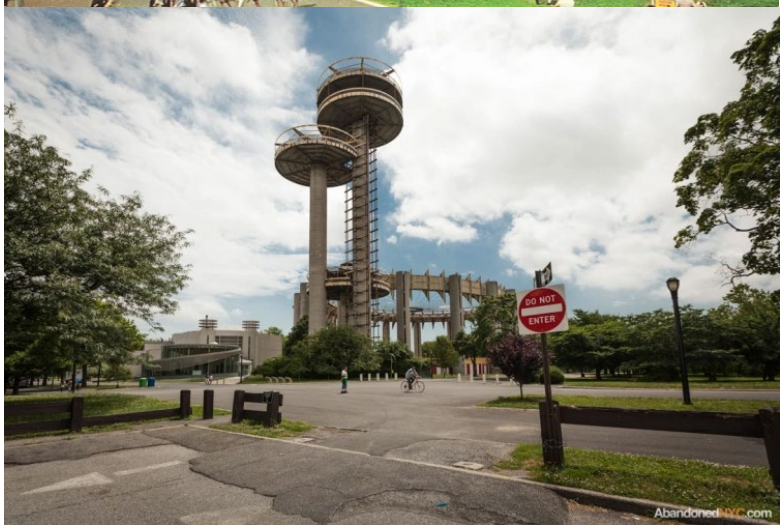
A través de la cultura, el espacio adquiere un rango de lugar vivido. Al mismo tiempo que tiene un porqué y un pasado, generan muchos otro porqué futuros, hay una realimentación pasado-futuro, crean actualidad.

Históricamente, a partir del Romanticismo, es cuando la idea de cultura se enfrenta a un proceso de valorización de sus costumbres y construcciones simbólicas. Entrada la modernidad esto se complejizó: La aparición de la industrialización y los medios de comunicación desestabilizan las estructuras socio-culturales, surgiendo así la cultura mediática.

Por lo que esta cultura es el resultado de los procesos de la industrialización y producción

↓ Feria Mundial de Nueva York de 1964





↑ Ruinas de las infraestructuras de la Feria Mundial de Nueva York de 1964

en masa, que dieron lugar a una sociedad contemporánea definida por la proliferación de la imagen y de la información, el individualismo, el hedonismo, la búsqueda de certezas y la nostalgia.

Identidad

def: La identidad es el conjunto de rasgos propios de un individuo o de una colectividad que los caracteriza frente a otro.

Los elementos de la identidad se construyen por un proceso en el cual se toman decisiones por una persona o grupos de personas en cuanto a su pertenecía y a su diferencia con respecto a los demás elementos. Algo pasado se va actualizando a lo largo del tiempo.

El sociólogo Claude Dubar, define la identidad cultural como aquello que permanece mas allá de los cambios, o una trayectoria, una construcción constante y por lo tanto un proceso. Pero argumenta que la idea de identidad, no existe si no hay otro ante el cual se establezca la diferencia que permita el reconocimiento de características presentes y comunes en unos, y ausentes en otros. La identidad solo quedará definida a través de una doble operación de diferencia y de pertenencia, mediante:

la diferenciación, que consiste en determinar la singularidad de algo en relación a las características que lo distingue de lo demás; y la generalización, que busca definir el vínculo común entre algunos, un colectivo, que tienen una serie de elementos que los hace diferentes a los otros.

↓ McDonalds en París, Francia





↑ McDonald's en Times Square, NY

Simbología

def: Elemento u objeto material que, por convención o asociación, se considera representativo de una entidad, de una idea, de una cierta condición etc.

Los elementos de la simbología se construyen por una decisión de una persona o grupos de personas con la intención de transferir a un símbolo, el significado de otra cosa. El significado de algo pasado se mantiene constante a lo largo del tiempo.

Venturi argumenta como los arquitectos modernos preferimos trabajar con el símbolo y la imagen, apropiándonos de lo comercial vernáculo para forzar un idioma propio, mejorado y universal. La arquitectura como símbolo es un proceso lógico, libre de experiencias pasadas, es anti-espacial, pero comunicativo. Por esto, hay que poner de relieve el valor del simbolismo en una arquitectura de espacios extensos y grandes velocidades, para que la gente lo pase bien con símbolos que evoquen al pasado.

Por otra parte explica que cuando se diseña un elemento, se parte del conocimiento que se tiene de este, siendo esto una aproximación simbólica y funcionalmente convencional, que promueve una arquitectura del significado, más amplia y rica, aunque menos espectacular, que la arquitectura de la expresión. La arquitectura que depende de la asociación para su percepción, depende de la asociación para su creación. El inevitable contenido simbólico de construcciones simples y utilitarias no puede ser ignorado.

Para demostrar que estos cuatro mecanismos existen y poder analizar su funcionamiento seleccionaremos una serie de elementos de la ciudad a través de una subcategorización, respecto a sus distintos ámbitos, escalas y materialidades, que nos permitirá obtener un glosario abundante y diverso.

*__Tiempo Topológico__

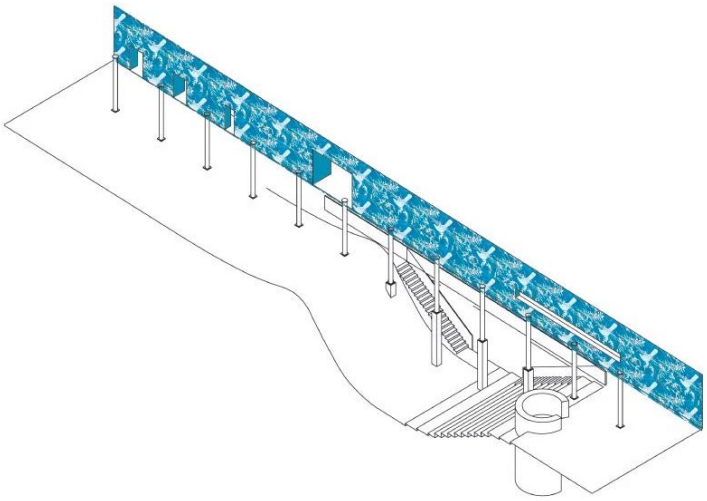
Estos cuatro conceptos no son excluyentes, pueden actuar todos sobre un mismo elemento. Es más, unos funcionan gracias a los otros. Pero todos ellos tienen algo en común, una constante que les da sentido y por tanto les convierte en procesos, mecanismos: el tiempo.

Pero no es un tiempo cronológico, como estamos acostumbrados a concebir, si no topológico16. Se trata de un tiempo inverso en el que los elementos no viene a decirnos como eran las cosas antes, si no que vienen al presente para hablarnos de nosotros hoy, y construir una imagen contemporánea. El presente no va al pasado para mirarlo con nostalgia, sino para construir nuestra imagen hoy, como una arqueología inversa en la que presente y pasado se entrelazan. Al igual que tienen un por que y un pasado, generan muchos otros porqués futuros. Hay una retroalimentación pasado-futuro que crea actualidad.

Es debido a este tiempo y su manera e interacción con el elemento, que podemos reducir estos cuatro mecanismos a condicionantes, que son los que permiten a los elementos manifestarse.
De este modo condicionan al usuario y a la imagen mental que construye.

02.03 ELEMENTOSHYPERGLOBALES

Además de los lugares antropológicos, Augé también define los “no lugares”, aquellos en los que los usuarios interactúan de manera temporal y pasiva como simples observadores en un espacio de tránsito.



En 1995, Rem Koolhass, define el término “Ciudad Genérica” como una patología que afecta a la ciudad y la despoja de toda identidad. Pero esto no supone una pérdida, la inexpresividad también tiene ventajas, ya que cuanto más fuerte es la identidad, más encarcelada es la renovación. Como hemos visto en el segundo capítulo, la identidad es derivada de la sustancia física, de lo histórico y del contexto, lo cual considera, que está destinado al fracaso.

Es por esto que no podemos desviar nuestra atención de estos elementos fácilmente reproducibles. Ya que el hecho de que no disponga de exclusividad no quiere decir que no puedan ser singulares. No debemos ver estos elementos como fragmentos singulares desconectados de un paisaje, tenemos que asimilar que la óptica del espacio es una suma de elementos, no un sustrato continuo.
Mientras que los hyperlocales nacen y se construyen a través de los mecanismos antropológicos (memoria, cultura identidad, simbología), los hyperglobales nacen de la pura utilidad. Nacen como sustento de los anteriores, como estructura base para que se lleven a cabo las actividades funcionales de una sociedad. Que no significa que a lo largo del tiempo no puedan desarrollar rasgos de memoria, cultura, identidad o simbología… pero no están concebidos a través de estos.
No es su imagen exclusiva lo que los caracteriza, si no las partes genéricas que tienen en común. Las cuales somos capaces de identificar casi de manera innata y que construyen el modelo original, la imagen genérica. Es esta suma la que conforma la imagen final global, convirtiéndolos así en hyperglobales.



↑ La nueva experiencia retail del espacio en oposición al “shopping mall” americano. Prada Epicenter, OMA, 2001. Calle Broadway, NY.

Pero ¿acaso esta condición nos impide interpretar libremente estos elementos? Aunque sean elementos genéricos podemos concebirlos también mediante procesos antropológicos, de manera que puedan pertenecer a la imagen de la ciudad, y no sean excluidos de esta.

Debemos encontrar el mecanismo que relacione elemento, usuario y tiempo que nos sirva de vía para elaborar nuestra propia imagen mental y así reconstruirla en nuestra propia copia.

Para ello seleccionaremos un total de 10 hyperglobales que nos sirvar para analizar la relación entre sus partes y su utilidad, describiendo así su imagen y las semejanzas entre ellos.
Se tendrá en cuenta su organización interior, sus protocolos, su disposición y relación con los demás espacios de la ciudad.

02.04 LOS SOUVENIRS

Una vez identificados los elementos de la ciudad, analizado sus tipos y descubierto sus mecanismos para entender la fase de interpretación, nos adentramos a descubrir cómo funciona la materialización de la imagen mental de la ciudad, como es reconstruida en estos "objetos" que llamamos souvenirs, y qué nueva concepción podemos elaborar para darles un significado mucho más amplio, adaptado al contexto y en relación con los distintos tipos de elementos de la ciudad.

Origen

Las primeras civilizaciones ya recogían objetos de diversas culturas como símbolo de conocimiento, pero fue en el siglo XVII en el que surge el término Grand Tour, que hace referencia al viaje por Europa que realizaban jóvenes aristócratas como parte de su educación (principalmente británicos de clase media-alta) que les servía de acceso al clásico y Renacimiento.

Recogían objetos de lugares lejanos que tenían gran interés y que hablaban de historias por sí mismos. Estos objetos se convirtieron en **colecciones**, y es entonces cuando se expande la idea de cultura que se esconde tras el interés de viajar. De esta manera la idea de un recuerdo en forma de objetos se vuelve relevante.

Tras la Segunda Guerra Mundial, se inauguró la era del turismo y por tanto la globalización, apareciendo así la cultura de masas. Estos objetos de colección ya no son únicos, son copias y reproducciones que ocupan puertas de neveras y estantes.
Se les trata de dar algún tipo de función cotidiana para distraer al turista e incitar a su colección de una forma más utilitaria, a pesar de no tratarse de una gran necesidad.
A pesar de ello, siguen intentando atrapar y concentrar en ellos un tiempo y espacio determinado, un recuerdo, una historia…
Reconstruyendo así la imagen mental de los distintos elementos.

Concepción Actual

Actualmente, los souvenirs son objetos de diseño cuyo sentido se basa en ser contenedores de la idea de recuerdo, por lo que tienen un gran carácter simbólico y conceptual. Forman parte de un contexto cultural del que comunican significados especialmente vinculados a la imagen de la ciudad. Es decir, objetos comunicativos que recontextualizados transmiten esta imagen colectiva. Recordar se vuelve entonces una necesidad del que viaja. Una necesidad que se materiliza al condensar la experiencia en un objeto que la activa en un momento futuro. De esta manera, los souvenirs cumplen con el objetivo de mediatizar los elementos significativos que remiten a un lugar. Pero no deja de ser un proceso de simbolización con significados muy superficiales y vacíos de autenticidad.

No podemos negar que los souvenirs son y seguirán siendo objetos de turismo y nostalgia, generadores de lo simbólico del lugar, para unir pasado y futuro. Pero debemos concebir el souvenir también como una relación entre el lenguaje y la experiencia, el cuerpo, la escala, las narrativas y los objetos. Como objetos del día a día que pueden ser narrados para animar versiones del mundo.

Los souvenirs crean una realidad fragmentada, disuelven la visión unitaria, y confiere relevancia a todo lo que registra, situando en un plano de igualdad lo que antes se consideraba bello y lo que no, haciéndonos reflexionar sobre el significado de lo insignificante. Además, en la creación de estos objetos culturales, cobra real importancia el hecho que señalábamos acerca de cómo la realidad no puede ser copiada exactamente igual, pero si que se le pueden añadir elementos que den lugar a una realidad distinta a la presente.
En vez de limitarnos a la aburrida copia que supone la realidad virtual, añadir elementos a la realidad ya existente, realidad aumentada.

En vez de limitarnos a aceptar y asumir la concepción actual de los souvenirs. Los souvenirs no dejan de ser objetos que hemos poseído. Pero ¿y si los souvenirs no estuviesen poseídos por humanos? La descripción del souvenir no se limita a la de su forma, sino que pasa sistemáticamente por la experiencia de cuerpo a cuerpo.

"Book for architects", una conversación entre Wolfgang Tillmans y Rem Koolhaas sobre la relación entre arquitectura y fotografía. TATE Modern, Londrés, 2017 ↓



Como objeto cultural

Segun Baudrillard debemos desentendernos de la problemática del objeto, y mostrar atención a lo que los objetos dicen entre si, cual es el sistema de signos y la sintaxis que elaboran.
Los objetos están dotados de pasión, teniendo así vida propia, que les saca de la pasividad de su utilización para adquirir autonomía. No es que se inserten en un contexto determinado sino que se inserta en un campo de significados, que traspasa el limite de su propia materialidad y define un territorio semántico propio. Creándose así el objeto cultural complejo.

Como mediadores

Los souvenirs nos remiten a un mundo menos real de lo que nos hacia creer la omnipresencia del consumo. El souvenir entra en el reino del signo, ocasionando el desvanecimiento de la cosa. El souvenir ejerce de mediador, pero es tan inmediato e intenso que rompe la mediación, y por tanto cualquier simple funcionalidad. Es demasiado ambiguo como para encasillarlo en una disciplina, los souvenir tienen su propio lenguaje.

Como manifestaciones

Los souvenir no son solo cosas de la vida, sino también manifestaciones del sujeto. Se produce un incremento del valor hacia las pertenencias, cargadas entonces de afectividad. Construyen por tanto una subjetividad individual o colectiva. Vinculándonos con el mundo y la realidad que nos rodea.
El souvenir se crea entonces a través del contexto, de los procesos y de los individuos. Pero ¿cómo lo hacen? A través de su propio lenguaje.

Su lenguaje

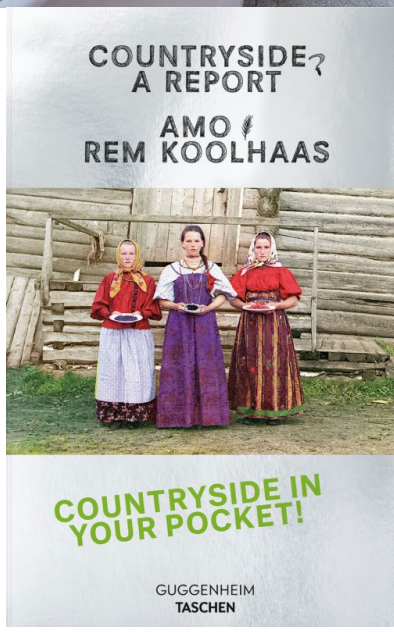
Hito Steyerl siguiendo un texto de Walter Benjamin “Sobre el lenguaje en cuanto tal y sobre el lenguaje del hombre” desarrolla el concepto de lenguaje de las cosas como un lenguaje inherentemente productivo que esta cargado de potencia. Los humanos debemos, en vez de apropiarnos de las cosas, volver a apreciar su mensaje.
¿Pero por que es tan importante lo que las cosas tienen que decirnos? Las cosas no son objetos inanimados, de materia inerte y pasivos, las cosas se pueden interpretar como conglomerados de deseos, de intensidades y de relaciones de poder.

Para esto, debemos traducir el lenguaje de las cosas al lenguaje de los humanos. Esta traducción tiene la capacidad de sostener esferas públicas no nacionales y por tanto puede también crear un terreno político por encima de naciones y culturas. Concebirlos como una nueva forma documental experimental contemporánea en la que se traduce las incongruencias, las desigualdades, los bruscos cambios de velocidad, la desarticulación y los ritmos vertiginosos, la dislocación y las arrítmicas pulsaciones del tiempo, si mortifican los impulsos vitales de la materia aliviándolos mediante la inexpresividad... logrando así comprometerse con la comunidad material contemporánea.

Traducir el lenguaje de las cosas no equivale a eliminarlas inventando en su lugar colectividades fetichizadas. Se trata de crear articulaciones inesperadas que presenten articulaciones precarias, arriesgadas, al tiempo audaces y presuntuosas, de objetos y de relaciones entre objetos, y que alberguen la posibilidad de convertirse en modelos para futuras formas de conexión. Deberíamos dejar de esperar que la traducción nos diga algo sobre las esencias cuando en realidad nos habla de los cambios.

↓ Exposición ***Countryside,The Future*** en el Guggenheim de NY





Publicación de la exposición ↑

Sus propiedades

Intrínsecas

Materialidad

No nos referimos tanto a la materialidad del souvenir, si no a la materialidad de lo representado. ¿Como se elige aquello matérico que se representa? María Langarita elabora la teoría en la que distingue dos resistencias en la arquitectura. La primera es el busto, es la parte dura, inerte. La segunda es el pellejo, todo lo que es perecedero, que se pierde con el paso del tiempo.
Históricamente siempre hemos representado el busto, mientras que esta teoría reclama atención sobre el pellejo, ya que es verdaderamente lo que hace que recordemos un lugar, y sobretodo la que contribuye a la creación de afecto y emoción.

(Anti)Espacialidad

Si pensamos en los souvenirs no es difícil llegar a pensar que se tratan de elementos totalmente antiespaciales, que caricaturizan la falta de espacio y desprecian el urbanismo. Pero a pesar de que esto pueda ser cierto, debemos valernos de esa condición para llegar a nuestro objetivo, utilizarlo como herramienta para denotar el abandono del espacio urbanístico en pos de una arquitectura antiespacial.
Pero la espacialidad no solo alude al urbanismo, también habla de procesos, de cambios, de evolución. En vez de representar un objeto inerte y perenne, como si parado en el tiempo se encontrase, que los objetos hablasen su carácter móvil y cambiante a lo largo del espacio.

Extrínsecas

Ironización

La realidad es sospechosa porque nuestros sentidos siempre nos engañan, de ahí que no haya que tomársela muy en serio. La ironización no es más que una metáfora. Al igual que se caricaturizan los elementos con el fin de conferirles una identidad más fuerte y rasgos más exagerados, utilicémoslo para amplificar esos procesos y denotar esos cambios.

Desobjetivación

Como ya hemos dicho, la percepción de la realidad no solo está condicionada por numerosos parámetros físicos de percepción, si no que es totalmente subjetiva dependiendo de quien la mire. La realidad nunca puede llegar a conocerse, por lo que debemos aceptar que lo real es el resultado de consensos y pactos, es la suma de muchas realidades superpuestas para encontrar lo común entre ellas y poder (si se quiere) elaborar unas constantes.

Fetichismo

Acompañando a esta última, pero con un carácter casi místico, e inmaterial, convirtiendo al souvenir no solo en algo personal, si no dándole importancia por encima de los demás.

Huella

Entendida como la aparición de una cercanía, por lejos que pueda estar lo que la dejo atrás. Es decir, dejar un rastro, insinuar. El souvenir no tiene porque representar el elemento físico, tal cual. Ya hemos visto que la aproximación de la copia a lo real es infinita, y en ocasiones imposible de que exista. Representar esa huella, aludir a un posible pasado o a una antigua cercanía, se trata de una propiedad de estos objetos.

Aura

Al contrario que la huella, el aura se entiende como la aparición de una lejanía, a pesar de lo cerca que pueda estar lo que la provoca. Pasado o futuro, puede ser algo que fue o algo que será. Poder moverse en la escala temporal para no limitarse a un solo estado, a una sola situación.

↓ PIN-UP #33 NEW AMERICA Magazine for Architectural Entertainment



Los souvenirs de la arquitectura de Nueva York

Tras establecer una definición adecuada, y deducir sus propiedades, aterrizamos estos conceptos para identificar y analizar estos nuevos souvenirs en casos reales en la ciudad de Nueva York. Para abarcar toda las escalas operadas por la arquitectura analizaremos los siguientes tipos de souvenirs:

02.04.01 OBJETOS

Una publicación (Countryside a Report, el souvenir de una exposición), un video (Book for Architects, el souvenir de una conferencia), una escalera (Survivor Stairs, el souvenir de una tragedia).

El objeto, entendido como la obra, es una idea convertida en algo físico, refleja el presente que la rodea y se enfrenta a su contexto. No existe sin la investigación: un estudio inicial, el continuo input de ideas en el proyecto, y la posterior crítica y reflexión. La obra es multidisciplinar, así como el espacio que la contiene.

02.04.02 ESPACIOS

Una exposición (Countryside a Report, un souvenir de la ecología global), una casa-museo (The Factory, un souvenir de Andy Warhol), una galería (Art of this Century, un souvenir del legado Guggenheim).

El espacio (expositivo) siempre ha sido deseado y deseable. Ante la fatiga de su neutralidad y atemporalidad ha nacido un impulso crítico para abrir nuevos contextos de intervención. El abandono de la caja blanca en pos de estos espacios de excepción también ha servido para descubrir nuevas maneras de generar obra.



↑ “Dinosaurio” Monumento a las palomas en el Highline de Nueva York

02.04.03 EDIFICIOS

Una ruina (los restos de la Feria Mundial de Nueva York del 1964), un monumento (la Estatua de la Libertad, souvenir de la libertad), un museo (el Solomon R. Guggenheim, un souvenir del Nueva York como catalizador cultural).

¿Hay conexión entre la arquitectura y la cultura de la concienciación? Cómo generar una manifestación física de un acontecimiento, de “a state of mind”, de una época. Ya sea una condición dada o generada, refleja una corriente hacia unos valores que cuestionan cómo existir y a la vez convivir.

02.04.04 TRAMAS

Un rio (el canal Gowanus, souvenir de la contaminación industrial), una carretera (la autopista no realizada de Robert Mosas, un souvenir del activismo de Jane Jacobs), un parque (Central Park, un souvenir de la busqueda de la sostenibilidad)

Estamos acostumbrados a consumir la realidad a través de su historia. Una historia formada por capas de información que se han ido superponiendo hasta generar lo que percibimos como el presente. La ciudad es una superposición de civilizaciones que ha ido filtrando capa por capa para preservar lo que le servía y desechar lo que debía ser renovado.

02.05 APROPIACIÓN

Mientras que antes se trataban de piezas destinadas al recuerdo, superamos esta fase para convertirlos en traducciones de un espacio común y social.

En una era post-digital en la que la mayoría de los datos e imágenes que producimos se quedan en un abismo virtual, necesitamos encontrar la forma de contrarrestar la pabullante virtualidad que ha ocasionado la degradación del concepto de realidad.

Ante esta necesidad, queremos elaborar un nuevo concepto de imagen de la arquitectura, que escape de la representación tradicional y el registro exacto, para operar de manera implicada. Recuperando así el valor simbólico frente a lo utilitario.

Por eso, nos obligamos a reflexionar sobre el souvenir y el hacer souvenir como presencia, más que como imagen. Introducir herramientas discursivas ligadas al ámbito lingüístico y material. De manera que los souvenirs no sean solo mediadores, si no agentes. Que no se limiten a hablar de un resultado final, si no de cambios y procesos.

Ya que se ha demostrado que la formalización (la forma) de estos souvenirs es lo que nos limita y encarcela el significado, intentamos concebir una clasificación que parta del contenido, es decir del conocimiento.

Nos apoyamos en la tipología propuesta por Fernández-Mallo, relacionada directamente con los tres tipos de conocimientos acuñados por Jorge Wagensberg en “Ideas sobre la complejidad del mundo”:

Souvenir Manipulado

El conocimiento artístico es aquel que se utiliza para comunicar emociones, pensamientos, sentimientos, además de descubrir la belleza y la sencillez de las cosas. No puede comunicarse o transmitirse, ya que es propia del individuo que lo posee y solo puede ser desarrollado por este.
El spuvenir manipulado se convierte entonces en aquel con un claro objetivo comunicativo que se sirve de herramientas de un carácter mas estético. Se diferencia del encontrado por haber sido manipulado su estado inicial y original con unas intenciones mucho mas personales, que se percibirá subjetivamente.

Souvenir Encontrado

El conocimiento revelado se define como aquel que viene dado por una representación de fe, en el que cualquier individuo que desea conocer algo, lo conoce de forma oculta o misteriosa. Es más, existe también el término arte encontrado, que se define como aquel arte realizado mediante el uso de objetos que normalmente no se consideran artísticos, por no tener una función principalmente artística, dignificando así objetos cotidianos.

Podríamos entonces asociar esto a nuestro souvenir encontrado, como aquel que se nos presenta de manera fortuita. Que con su simple presencia y materialidad nos aporta un significado muy potente. Capaz de desvelarnos ese conocimiento de una manera directa e inmediata.

Souvenir Inventado

El conocimiento científico se sirve de investigaciones y experimentaciones (método científico) para aproximarse a la realidad, con el fin de determinar y explicar el porque suceden las cosas.
El souvenir inventado no será más que aquel resultante del método científico, bien por creación premeditada o creación a través de alguna de estas experimentaciones. Es un objeto de nueva creación, que se construye por si mismo y no a través de otro.

Pero a esta clasificación se le debe añadir el cuarto de los conocimientos, no mencionado por este:

Souvenir Deducido

El conocimiento empírico se da por casualidad, por azar, al interactuar con el medio. Es aquel que permite actuar y determinar acciones por instinto, apoyándose en experiencias personales.

El souvenir deducido será aquel resultante de la interacción con el medio o el espacio. El resultado de aquella actividad humana prácticamente intuitiva.

Tal como defiende Fernández-Mallo a pesar de ser una clasificación útil y cierta, hemos llegado a tal punto de complejidad sintáctica que si estudiamos objetos nos damos cuenta de que casi siempre se encuentran en un estado mezcla. Un souvenir construido a través de los tres conocimientos. Pero es por esto que queremos involucrarnos en el proceso, poder purificarlo y producirlos y/o descubrirlos.

03. OBJETIVOS

¿Por qué Nueva York? Nueva York no es solo una ciudad, es un icono que ha sido reproducido y comunicado de infinitas formas. Todos tenemos una imagen mental de esta ciudad. A medida que cambia el equilibrio del poder global, es hora de remapear la cultura que ha dominado el discurso durante el último siglo.

Objetivo general

La presente investigación pretende indagar y concretar qué es la imagen de la ciudad y como se manifiesta en los distintos elementos de la misma a través de un conjunto de estrategias que operan de forma implicada, de manera que el trabajo sirva para poder concebir la arquitectura desde un papel más social y concienciador sobre lo que diseñamos y como diseñamos en una era en la que la mayoria de las disciplinas creativas sufren de una acelerada hiperproducción, dando paso a que lo único, lo original, lo personalizado cobre cada vez más importacia.

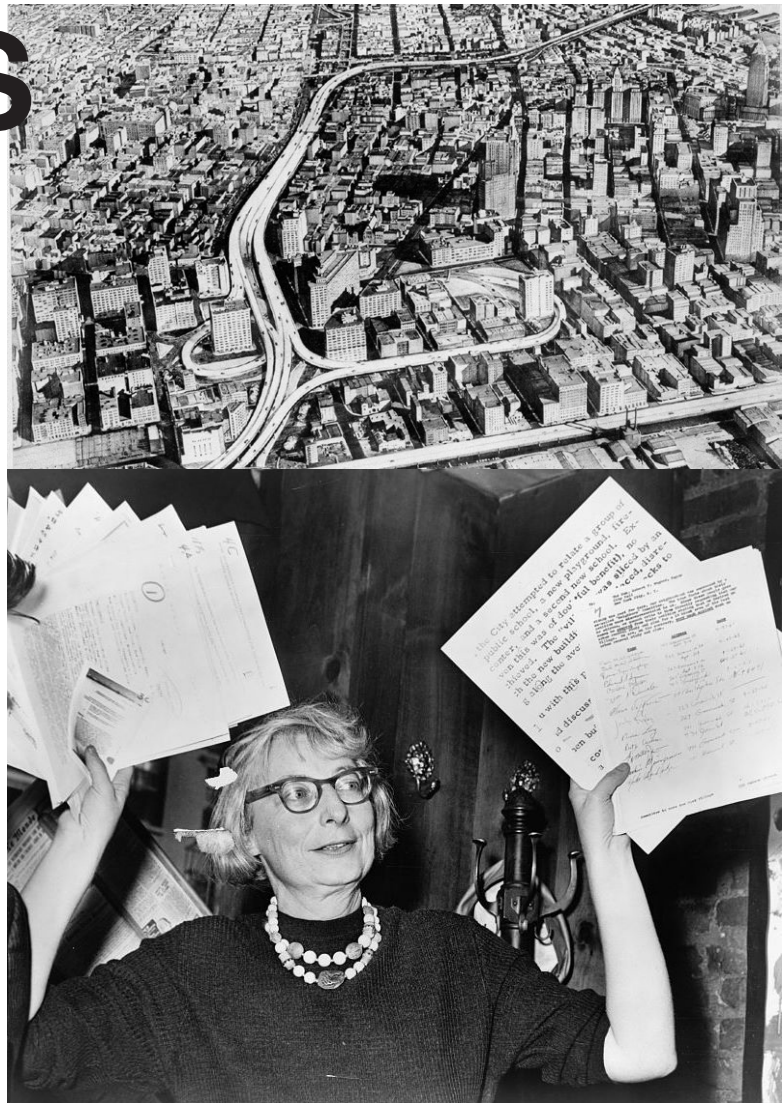
Objetivos específicos

1. TEORIZACIÓN CRÍTICA DE LA IMAGEN URBANA Y SU REPRESENTACIÓN
Establecer una definición ajustada de la imagen de la ciudad de Nueva York, identificando como se consumen sus elementos a través de distintas disciplinas y descubriendo quienes son los agentes de transmisión y los formatos empleados mediante derivas urbanas y mapeados de la ciudad.

2. ANÁLISIS ANTROPOLÓGICO Y TIPOLÓGICO DE CASOS DE ESTUDIO
Descubrir los mecanismos antropológicos a través de los cuales se construyen los elementos de la ciudad, para así poder establecer una clasificación mucho más precisa en cuanto a percepción de Nueva York a través del análisis de casos de estudio.

3. VISIBILIZACIÓN DEL IMAGINARIO URBANO-COLECTIVO DE NUEVA YORK
Visibilizar la existencia de un imaginario excluido en que no forma parte de la imagen de la ciudad, para concienciar sobre la degradación de los elementos invisibilizados de la ciudad, tratando temas relativos a la sostenibilidad, el urbanismo y la historia.

An-artist's sketch from 1959 of the proposed Lower Manhattan Expressway ↓



↑ 'She picked up things no one else could see' Jane Jacobs holding a petition

4. ESTUDIO DEL IMPACTO EN LA PRACTICA ARQUITECTÓNICA CONTEMPORÁNEA
Estudiar la problemática de la relación formato-contenido a la hora de representar la imagen de la ciudad de Nueva York, a través del análisis de souvenirs arquitectónicos generados en la propia ciudad y de variadas escalas: objeto, espacio, edificio y trama.

5. EXPLORACIÓN DE LA CIUDAD COMO "METACIUDAD"
Identificar y entender los procesos de creación de souvenirs para dar forma a una teoría general que nos permita apropiarnos de ellos y crear un catálogo propio con los resultados obtenidos de la experiencia vivida durante la estancia en Nueva York.

04. METODOLOGÍA

La investigación se estructurará en un total de 5 capítulos que desarrollarán, de manera narrativa, un proceso paralelo entre una corriente puramente teórica y una práctica experimental.

Por lo que cada capítulo estará formado por una **parte teórica**, que estudia y analiza una hipótesis, desde conceptos más generales a disciplinas más específicas; y una **parte práctica**, que pone en práctica e intenta demostrar o refutar la hipótesis anteriormente desarrollada mediante distintas acciones y trabajos de campo en la ciudad de Nueva York.

Esta metodología funciona de modo acumulativo, de manera que en cada capítulo se aplica lo analizado y demostrado en el anterior, llegando a un resultado final contextualizado:

CAPÍTULO 1: LA IMAGEN Y LA COPIA

En este primer capítulo se hablará del problema de la percepción de la imagen de la ciudad, sus fases (observación, interpretación y reconstrucción) y como se origina la copia.

En este caso, la parte práctica se basará en hacer una deriva por Nueva York para desarrollar un posterior mapeo de la ciudad, especialmente del distrito de Manhattan, para demostrar que la imagen transferida es incompleta.

Adicionalmente, con la ayuda de esta deriva, se establecerán los distintos tipos de elementos que forman parte de la ciudad para introducir los dos siguientes capítulos.

CAPITULO 2: ELEMENTOS HYPERLOCALES

En el segundo capítulo se profundizará en los elementos hyperlocales, su definición y su origen. Se determinarán cuales son los mecanismos antropológicos que los originan, partiendo de los 4 ya identificados: memoria, cultura, identidad y simbología.

La parte práctica de este capítulo se basará en generar un amplio catálogo de ejemplos hyperlocales de distintas escalas.

Se visitarán para ser analizados y fotografiados, para compararlos mediantes parámetros objetivos: espacio, tiempo, escala, materialidad, existencia, connotación [...].

De estos ejemplos se hará una selección de aquellos más interesantes para desarrollar una ficha específica de cada uno que hable de su condición y su impacto en la imagen de la ciudad de Nueva York. Se obtendrá información de los mismos a través de fuentes locales y se entrevistará a profesionales involucrados con los mismos.

CAPÍTULO 3: ELEMENTOS HYPERGLOBALES

En el tercer capítulo se profundizará en los elementos hyperglobales, su definición y sus características.

La parte práctica se basará en seleccionar varios ejemplos de hyperglobales para elaborar dibujos que describan su imagen y semejanzas entre ellos. Se proponen inicialmente los siguientes: aeropuerto, gasolinera, centro comercial, cementerio, restaurante, supermercado y museo.

CAPITULO 4: LOS SOUVENIRS

En el cuarto capítulo se profundizará en la definición de souvenir, su origen, su nueva concepción, su lenguaje y sus propiedades. Se establecerán cuatro tipos haciendo alusión a su escala: **objeto, espacio, edificio** y **trama**.

La parte práctica se basará en la selección de ejemplos de souvenirs de cada categoría, para estudiar como la copia se materializa sobre ellos, que aportan, que aspectos se han conservado y cuales no.

CAPÍTULO 5: APROPIACIÓN

El quinto y último capítulo propone la generación de souvenirs propios para elementos de la ciudad de Nueva York.

Se establecerán tipos de souvenirs con sus correspondientes métodos de generación y formatos para obtener productos físicos reales.

Este trabajo se materializará en un souvenir (en formato publicación/libro) que recogerá toda la investigación desarrollada.

04.02 FUENTES DE INVESTIGACIÓN

Acceso a fuentes de información locales:
· Architecture and Design File, Archivos MoMA
· MoMA Oral History Project, Archivos MoMA.
· Biblioteca de arquitectura de Columbia y Princeton

Asi como a cualquier charla o actividad organizada por instituciones como Princeton University, Guggenheim, Whitney Museum y Storefront for Art and Architecture.

04.03 PROGRAMAS ACADÉMICOS

En el marco de la programacion del **Graduate School of Architecture, Planning and Preservation de la Universidad de Columbia** asistir como Visiting Scholar a los siguientes cursos:

Del máster Advanced Architectural Design:
· Architecture Concepts from 1968 to the Present impartida por Bernard Tschumi y Emma Sumrow
· The Outside in Project impartida por Galia Solomonoff y Laurie Hawkinson
· Modernism + The Vernacular impartida por Mary McLeod

Del máster Critical, Curatorial & Conceptual Practices:
· Immeasurable Sites impartida por Emanuel Admassu
· Methods in Spatial Research impartida por Adam Vosburgh
· Urban Political Ecology and the Climate Crisis impartida por Hugo Sarmiento

04.03 ENTREVISTAS DE INTERÉS

Conversaciones y entrevistas con profesionales de distintas diciplinas para obtener una visión global de la problemática de la imagen:
· Michael Moran, fotógrafo neoyorquino.
· Samir Bantal, director de AMO.
· Mark Sheinkman, pintor neoyorquino.
· Camille Okhio escritora de diseño.
· Whitney Mallet, autor de “Barbie Dreamhouse”.
· Florian Idenburg, arquitecto fundador de SO - IL .
· Precious Okoyomon, artista estadounidense.
· Andrés Jaque, decano de Columbia Graduate School of Architecture, Planning and Preservation.

Publicación de mi trabajo de fin de grado “*Souvenir: apropiación y reconstrucción de la imagen de la ciudad*” ↓



*04.04 DIVULGACIÓN

De manera relevante, la investigación se pretende plasmar en una publicación física, que recoja toda la información recabada así como una explicación pormenorizada de los casos de estudio.

En el desarrollo de esta publicación se pondrán en práctica las conclusiones obtenidas sobre la relación entre formato y contenido, se tratará de contar con trabajo de profesionales de distintas disciplinas y será accesible para que sea coherente con los valores de la investigación.

Esta publicación podrá ser publicada fragmentada o en su totalidad en diversos medios como el blog de Fundación Arquia o la Revista Academia de la Real Academia de Bellas Artes de San Fernando.

Adicionalmente se tratará de presentar la investigación en forma de exposición en algún espacio de arte o arquitectura, tanto en Nueva York como en España. No solo como muestra divulgativa si no como una oportunidad de operar con el propio espacio de manera contextualizada.

05. BIBLIOGRAFÍA

Bibliografía básica

Fernández Mallo, A. (2018). Teoría general de la basura.

Lynch, K. (2015). La imagen de la ciudad. Barcelona: Gustavo Gili.

Augé, M. (2001). Los “no lugares”. Barcelona: Gedisa.

Koolhaas, R. (2014). Acerca de la ciudad. Barcelona: Gustavo Gili.

Calvino, I. (2012). Las ciudades invisibles. Siruela.

Bibliografía complementaria

Debord, G. (1958). Teoría de la Deriva. Madrid: Literatura Gris.

Solana Solana, A., Badia, A., Cebollada, A., Ortiz, A. and Vera, A. (n.d.). Espacios globales y lugares próximos.

Venturi, R., Scott Brown, D. and Izenour, S. (2016). Aprendiendo de Las Vegas. Barcelona: Gustavo Gili.

Brea, J. (n.d.). Las tres eras de la imagen.

Bestué, D. (2017). Historia de la fuerza. Madrid: Caniche.

Arnheim, R. (n.d.). Arte y percepción visual. Alianza Editorial C/ Juan Ignacio Luca Tena, 15.

Dubar, C. (2002). La crisis de las identidades. [Barcelona]: Edicions Bellaterra.

Baudrillard, J. and Jorda, J. (2002). Contraseñas. Barcelona: Anagrama.

Stewart, S. (2014). El ansia: narrativas de la miniatura, lo gigante, el souvenir y la colección. Beatriz Viterbo Editora.

Bestué, D. (2015). Formalismo puro. Barcelona: Editorial Tenov.

Koolhaas, R. (2018). Elements of Architecture. Taschen.

Negroponte, N. (2003). La era de la postinformación.

Lara-Berraco, F. (2002). Arte conceptual: renuncia estético emocional hacia el objeto. Sevilla: Laboratorio de Arte.

Fernández-Galiano, L. (2020). Textos críticos. Ediciones Asimétricas.

Prose, F. (2020). Peggy Guggenheim. Turner Colección AZ.

Lebowitz, F. (2021). Un día cualquiera en Nueva York. Tusquets Editores.

Albarrán, J. (2019). Disputas sobre lo contemporáneo. Exit.

Koolhaas, R (1978). Delirious New York. The Monacelli Press.

AMO (2020). Countryside, a Report. Taschen Editorial

Liaut, J.N. (2022). Andy Warhol. Arpa Editores.

Bibliografía Académica

Langarita, M. (2016). Territorios de excepción. La CV500 como laboratorio de arquitectura. (Tésis).



