

ERNST HUBELI

De la arquitectura singular a la arquitectura desprogramada

Hay épocas durante las cuales la arquitectura experimenta un desarrollo continuo y llega a adquirir una cierta autonomía. En otras, sin embargo, parece encontrarse en un proceso de anticipación. Los cambios en las condiciones sociales básicas hacen que las antiguas normas e ideas sean puestas en tela de juicio, obligando a la arquitectura a buscar nuevos principios sobre los que apoyarse.

Sospecho que nos hallamos en una época en la cual ambas cosas suceden: las condiciones productivas de la arquitectura siguen siendo conservadoras, pero al mismo tiempo inducen la adaptación a unas condiciones sociales nuevas que han dejado anticuados los estándares de diseño tradicionales. Estas nuevas condiciones sociales están presididas por dos tendencias fundamentales: 1. La mediatización de la vida cotidiana. 2. Los cambios estructurales en el mundo urbano.

Ambas tendencias nos plantean la cuestión de en qué medida se puede decir si las nuevas condiciones básicas son fuertes o débiles, y si la arquitectura posee aun espacios de maniobra dentro de sus condiciones productivas, y si fuera así, cuáles son estos.

La mediatización

Más o menos desde los años 90 hemos podido ver cómo la arquitectura aparecía vinculada a una serie de imágenes fuera de lo común. Éstas son tratadas para los medios de tal manera que las obras arquitectónicas parezcan platillos volantes en tierra de nadie, causando el efecto de un hechizo producido por seres extraterrestres.

Numerosas ciudades han intentado definir una nueva identidad con la ayuda de estos sorprendentes objetos, con la esperanza de superar la crisis económica.

Esta obsesión por los objetos no es algo nuevo en la historia de la arquitectura, como tampoco lo es la crítica que suscita. Hoy en día, sin embargo, no se trata de un debate del tipo "objeto versus contexto" (siguiendo la idea introducida por Manfredo Tafuri), y tampoco de una tendencia contraria a aquella paranoica obligación justificativa de la década de los 80, de deducir la totalidad de las formas a partir de la historia de la Arquitectura y de los lugares.

La obsesión mediática por el objeto tiene un significado diferente: En primer lugar se encuentra en el contexto de una red mediática a escala mundial, que ha generado una hipercultura globalizada. Esta, y aquí viene lo extraordinario, no aparece vinculada a ningún lugar específico ni a ninguna historia específica. Esta hipercultura, que no depende del lugar, ha generado también una arquitectura que sirviéndose de símbolos mundiales se propaga casi exclusivamente por cauces mediáticos, de forma similar a las marcas comerciales.

En segundo lugar, la obsesión por el objeto está relacionada con un proceso de individualización de la sociedad, y éste, a su vez, con una producción en masa posterior a la época Ford. David Harvey lo ha descrito en términos de "acumulación flexible". Esto quiere decir que la producción en masa se ha extendido a un mercado que hace su negocio con *lifestyle labels* y *brands*. Claro ejemplo de ello es la individualización de las formas residenciales y modos de vida. Debemos a Pierre Bourdieu la demostración de que las identidades individualizadas no constituyen en absoluto un interés exclusivo de la gente sofisticada y con dinero: tampoco se trata tanto de lo bello o lo feo, de lo caro o lo barato, sino de la diferencia, de la posibilidad de ser distinto de otros; se trata de una especie de

lujo democratizado. La diferencia es también una mercancía convertida en producto industrial, que satisface a una sociedad con deseos y promesas de individualización, tanto en apariencia como en realidad. Porque la industria de las identidades es tanto un negocio de lo psíquico como una opción para algo liberador. El elemento liberador reside en identidades intercambiables, que asimismo pierden poder al relativizarse las correspondencias sociales y económicas.

Lo propio se puede decir respecto al poder de los símbolos. Luego me extenderé sobre ello. Dentro de la industria de las identidades se ha desarrollado una arquitectura que tiene una posición especial puesto que es difícilmente vendible; en otras palabras, es una arquitectura exclusiva que existe sobre todo en los medios. Cuando la globalización y la individualización se convierten en norma, significa ello que la arquitectura debe ser tratada para su aparición en los medios y no para la realidad.

Por esta razón la obsesión mediática por los objetos causa no pocos problemas. Pero no todo es negativo. Sin embargo, lo primero que podemos advertir es que, formulado a la ligera, esta nueva obsesión por los objetos ha conducido a una doble auto-fascinación: la arquitectura está fascinada consigo misma, y los propietarios de estos objetos están fascinados consigo mismos.

Con todo ello no hemos hecho más que entrar en materia, ya que el desafío de esta obsesión por los objetos es, ante todo, de naturaleza social, y posee tres vertientes: 1 Las diferencias entre culturas globales y locales. 2. La sobreabundancia simbólica. 3. La circunstancia de que la orientación global también puede producir en la arquitectura una pérdida de la realidad.

El primer reto surge con la desaparición de las fronteras nacionales, o dicho de manera más precisa: de la ambivalencia cultural, de la simultaneidad de culturas locales con una hipercultura global. Esta simultaneidad tiene que ver tan solo superficialmente con una contradicción entre lo regional y lo global. La simultaneidad difiere asimismo de ese *International Style* que ha reducido el mundo a un único orden mundial. La simultaneidad nos remite también a la precariedad de arquitecturas cosmopolitas como la de la *Potsdamer Platz* en Berlín, y también a la precariedad de la arquitectura en Holanda, que aunque más innovadora, lo ha apostado todo a la hipercultura global, habiendo descubierto recientemente, sin embargo, que el mercado global de las imágenes genera de forma inevitable auto limitación y redundancia.

Es igual que la motivación resida en una naif euforia globalizadora, en el pathos neoliberal o en una forma de pragmatismo conciliada con el mercado –la creencia de que la red extendida por todo el mundo está haciendo desaparecer automáticamente todo punto de orientación local y social es equivocada–.

Las particularidades nacionales y locales no se esfuman en modo alguno. Al contrario, son mayores generadoras de identidad, son incluso más monumentales, pero al mismo tiempo se ven superpuestas, tal vez de manera irreversible, por las culturas transnacionales.

El desafío reside en que existe una doble realidad, la mediática y la real. A esta dicotomía del mundo se enfrenta también la arquitectura, pudiendo constatarse dos severas condiciones: por una parte queda desplazado el ámbito de significados de la propia cultura, – sólo es una entre otras tantas–.

Por otro lado, la arquitectura se ha convertido hoy en una especie de medio. Esto quiere decir que en contextos globales no es más que un producto cultural como otro cualquiera. Sus elementos de referencia se pueden conseguir en todo el mundo, son intercambiables y cualquier individuo hedonista o el periodismo los examinan, según sus valores de estímulo.

La trampa mediática

¿Cuáles son las consecuencias que esta mediatización ha tenido durante los últimos diez años? Yo creo que ha habido un efecto doble y contradictorio, en primer lugar, en el sentido de una inevitable orientación transnacional y mediática de la arquitectura, a la cual volveremos más tarde; y por otra parte, en un sentido opuesto, de resistencia –en el sentido de un encapsulamiento local del debate en torno a la arquitectura. Tengo la sospecha –mi tesis puede ser sorprendente, pero comprobable empíricamente– de que todo el discurso en torno a la arquitectura –el cómo y el qué– no surge globalmente, sino que tan solo lo hace y puede hacerlo en cada uno de los diferentes países.

Probablemente se trata del único medio de defensa estético contra la dominación de la hipercultura global. No se trata de una contracultura –sería ingenuo llamarla así– sino de una coexistencia cultural, o sea, de una arquitectura de la diferencia. En la teoría de la arquitectura este concepto está relacionado con la disociación, tantas veces debatida, entre lugar y espacio, así como entre espacio y tiempo. Dicho concepto también puede interpretarse como un desafío, concretamente el de diferenciar entre tiempo y no-tiempo, entre lugar y mundo, entre nostalgia y recuerdo, entre la arquitectura real y la virtual.

Una arquitectura que, por consiguiente, no se ocupa de los contrarios, sino de las diferencias, de la paradoja entre la realidad mediática y la realidad real. Es en este contexto donde ha de considerarse la enorme importancia concedida a los debates sobre arquitectura.

Pongo un ejemplo. En Suiza el desarrollo de la arquitectura no sería posible sin los propios debates que suscita. Podemos incluso afirmar que hace tiempo que estos debates han substanciado la arquitectura.

Por otra parte en nuestros días los organizadores de debates a escala global –por ejemplo, los congresos Pontresina o Any– reconocen que ellos no han logrado nada, salvo poner de manifiesto que no existe ningún discurso global. De este modo se entiende que los eventos globales de arquitectura, como por ejemplo la Bienal de Venecia, en la actualidad no sean otra cosa que ferias de productos de empresas de arquitectura.

Suiza es asimismo un ejemplo de cómo funciona la utilización de las imágenes en los medios, de cómo una arquitectura regional se convierte en una arquitectura mundial. El método consiste en explorar las imágenes arquitectónicas en el estatus mediático de lo que *nunca-antes-ha-existido*, en una imagen que puede circular como algo novedoso y como símbolo global.

Lo que en Suiza había surgido a partir de tradiciones puristas –reduccionismo llevado a sus últimas consecuencias– se convirtió de pronto en *radical chic* para los dinks londinenses, y más tarde –posiblemente como efecto de retroalimentación– en un atuendo global, también en Suiza. Estas transferencias mediáticas aplanan las diferencias culturales dejándolas reducidas a algo unidimensional: la propia historia se convierte entonces en el relato del mundo, lo museístico en visión, etc. Ello ha permitido asimismo la creación de un catálogo global de objetos arquitectónicos irrepetibles. Rara es la ciudad aquejada de una crisis estructural que durante los años 90 no haya hecho algún encargo. Lo más importante no era el edificio real, sino lo que yo denomino la superficial detonación mediática.

Mientras tanto, se ha podido poner en duda su eficacia. Pues la economía de la atención se rige por sus propias leyes, que no son en modo alguno simples. Incluso cabría hablar de una trampa mediática. Algunos ejemplos de ella son el Museo Guggenheim de Bilbao o el Centro Cultural de Lucerna. Tras la entrada en escena de los medios, ambas ciudades no tienen más que problemas con sus símbolos globales: el público se marcha, aumentan los costes de funcionamiento, y la clase política se presenta a sí misma como víctima de la boulevardización arquitectónica.

El triunfo del momento pierde su lustro con el tiempo. La economía de la atención ha demostrado ser fatal para la arquitectura también por otras razones, por razones estratégicas. Básicamente, no puede compararse con el flujo de imágenes mediáticas. Tales imágenes se quedan anticuadas con rapidez –la arquitectura es siempre demasiado lenta–. Y todo lo irreplicable se destruye inevitablemente a través de la repetición. Bilbao fue al mismo tiempo principio y final de un objeto arquitectónico de características únicas. Dicho de otra manera: un proyecto adaptado a los medios jamás podrá hallar su estilo. Tiene más éxito en pantalla que en el mundo real.

Lo postfuncional y lo postsemiótico

El primer efecto de la mediatización consiste en hacer que la arquitectura caiga en la trampa mediática. El segundo es de distinta naturaleza, y en mi opinión tiene que ver con las duras condiciones de producción. Me refiero a la circunstancia de que en medio del torbellino cotidiano de imágenes cada vez nos resulta más difícil asignar un significado a todos los símbolos que contemplamos. Es casi imposible interpretarlo todo, con lo cual los símbolos quedan disociados de su significado.

Esto tiene el inconveniente de que los símbolos y las imágenes se vuelven casi inexpresivos, casi inservibles. Pero también ofrece la ventaja de hacer perder poder a lo simbólico. Ya no puede existir un sistema vinculante de símbolos. Así sucede de forma particular en la arquitectura. Por ello estamos hablando de un contexto post-semiótico o post-representativo, en el cual se mueve la arquitectura.

Aquí es donde interviene el segundo de los desafíos, al cual me referiré como el de la sobreabundancia simbólica. O más concretamente: la sobreabundancia simbólica como cuestión estratégica de la arquitectura. Este desafío complementa al primero, es decir, la diferencia entre la cultura local y la global.

Un ejemplo nos revela la forma en que podemos sustraernos a tales desafíos. El Museo Judío de Berlín posee según el arquitecto una connotación arquitectónica que debe despertar el sentimiento de amenaza, y por consiguiente una experiencia emocionalmente contrapuesta a la normalidad. Esta connotación la utiliza también el mismo arquitecto para un centro comercial y para museos de arte. Manifiesta de este modo no solo un desgaste de las imágenes. También se demuestra lo inútil de querer forzar o manipular determinados estados emocionales a través de las formas arquitectónicas. Esto, naturalmente, es tranquilizador, puesto que incluso unas formas pretendidamente críticas quedan convertidas en mera diversión de tiempo de ocio, y los propios arquitectos destruyen particularidades molestas.

Nunca hay que menospreciar al público. Este es cada vez con mayor frecuencia autor de la obra, tomando parte con su propia interpretación, un proceso que Umberto Eco ha descrito hace tiempo en su obra *Opera aperta*. Después también Michel Foucault diría: "... el rostro del autor va desapareciendo lentamente en la arena".

Finalmente, existe un tercer efecto de la mediatización, en esta ocasión una consecuencia suave, y que afecta al perfil profesional. La mediatización ha contribuido a despolitizar la arquitectura. Primeramente por razones comprensibles, ya que en una arquitectura globalizada no hay lugar para la obligación, ni cultural ni política.

De este modo Koolhaas, en sus centros comerciales Prada, puede citar como graffiti al viejo comunista Gramsci, o prohibir la presencia de los sindicatos en el recinto por no encajar bien dentro de su diseño. Carece de la más mínima importancia el que todo esto lo percibamos como algo trivial o como una especie de nueva tendencia *superdutch*.

Esto no hace sino documentar la pérdida de realidad de los Global Players, en cualquier caso agravada mediante una supuesta ironía que se aplica con intención. Todo ello puede solamente despertar la curiosidad acerca de cuánto tiempo podrá circular por los medios esta pérdida de realidad hasta que termine siendo desechada como un simple *global joke*.

El urbanismo como un paseo por los límites de su propia artificialidad

En el futuro las condiciones modificadas impondrán a la arquitectura otras pautas. La arquitectura de los años 90 ha perdido la pauta, al dejar de lado la realidad social. Con lo que es ya es hoy un episodio histórico. Cada vez en mayor medida la arquitectura se va a ver sometida a una presión de legitimación social; debe demostrar que es capaz de hacer algo más que de renovar el aspecto externo de las factorías de la moda.

Con lo cual quedan relacionadas las cuestiones sobre los temas de interés social. La transformación estructural del urbanismo constituye un ejemplo importante. A rasgos generales podemos describirlas de la manera siguiente: 1. En la actualidad se exige que las infraestructuras y los edificios posean una capacidad de adaptación rápida. En Japón el ciclo de amortizaciones ya ha llegado a ser de doce años, lo cual obviamente no constituye un paradigma, pero demuestra la dinámica y la inestabilidad de las funciones. Cada vez en mayor medida tienden a borrarse las separaciones funcionales clásicas entre la vivienda, el lugar de trabajo y los espacios de ocio. La estructura espacial y funcional de la ciudad no atiende a ningún principio ordenador idealista y tampoco persigue una imagen unitaria. Antes bien, la ciudad ha de ser entendida como un área de organización en la cual se constituyen islas para diferentes comunidades y planteamientos residenciales. Los vínculos locales se vuelven transitorios. Y en nuestros días falta un contexto estable también para la incorporación contextual. La dinámica de utilización económica no se explica únicamente según la idea del "container" (Rem Koolhaas); no se limita al objeto arquitectónico, sino que tiene lugar en un espacio mucho más extenso. Es por ello que hablamos de una reconstrucción permanente de la ciudad. Las ciudades no solo se han hecho postindustriales, sino también postfuncionales.

2. El cambio estructural está asimismo relacionado con el hecho de que la ciudad tradicional, en cuanto a lugar, no es sino una opción entre muchas otras. La competencia entre emplazamientos se ha extendido por las regiones, las aglomeraciones urbanas y los países. El 70% de los europeos vivimos hoy en un paisaje urbanizado. Además numerosas aglomeraciones se han desarrollado hasta convertirse en espacios de asentamiento plenos. Esto queda demostrado por el hecho de haberse incrementado los flujos de transporte alrededor de las urbes europeas al mismo tiempo que el flujo hacia los núcleos permanecía estable o incluso acusaba tendencias de retroceso. En torno a las ciudades se ha constituido un círculo de municipios autónomos que disponen de infraestructuras urbanas propias. Por lo tanto ya no hablamos de una suburbanización, sino de una urbanización de la aglomeración. Las estructuras de poblamiento están más integradas en redes, son más igualitarias y están menos centralizadas.

3. El urbanismo ya no se limita al núcleo de las ciudades, y puede existir incluso sin historia. En otras palabras, los lugares urbanos son técnicamente fabricables. Heidegger hablaba de la disponibilidad técnica que posee el habitar, con lo cual promulgaría su concepto del *genius loci*. Una vinculación local ya no se da en formas puras o castizas, ni la vinculación cultural ni la material. Podemos hablar de una hibridación de lo urbano, de forma que la cultura urbana habría entrado en contacto con un nuevo límite de su propia artificialidad. Consecuencia de ello es el encapsulamiento espacial de lo urbano. En Malls, Event-Cities, la ciudad se simula separando el espacio de lo local. Podemos criticar a nuestras anchas estas células urbanas genéticamente modificadas, pero ello no cambia el

hecho de que las mismas reflejan irreversibles procesos sociales y desarrollos de emplazamientos que tienen que ver con, entre otros, nuevas formas de trabajar y de vivir. Más bien debemos ocuparnos de la cuestión de si junto al espacio virtual puede existir también un espacio arquitectónico (volveré sobre ello más adelante).

4. La debilidad política de la ciudad se debe al hecho de que sus usuarios residen principalmente en la región. Son clientes del núcleo urbano, bien como fuerza laboral, como turistas, o como consumidores de cultura. Apenas quedan ya ciudadanos que se hagan cargo del día a día urbano. La oferta está orientada a los deseos altamente especializados de los clientes de la ciudad. Numerosos núcleos de ciudades de entre 300.000 y 500.000 habitantes están siendo utilizados en nuestros días por uno o dos millones de clientes.

Además de respuestas políticas estos temas y cuestiones suscitan otras de tipo arquitectónico y urbanístico. Ante este trasfondo, deben definirse nuevamente términos como densidad, lugar, barrio, paisaje, tipología, morfología, autenticidad e identidad. No puedo aquí entrar en detalles al respecto, pero quisiera mencionar que dichos conceptos no solo requieren un planteamiento nuevo: también exigen una actitud diferente.

Tenemos que abordar la confusión y la ambigüedad. Los estándares conceptuales se vuelven progresivamente difusos; la autenticidad ya no es algo determinado, sino en todo caso una paradoja; el lugar no es simplemente una cultura o una imagen. Quizá exista algún lugar en forma de recuerdo o sea un híbrido. También hay que tener en cuenta que todas estas revalorizaciones de la ciudad son, posiblemente, desvalorizaciones de la misma. En cualquier caso en arquitectura ya no se puede hablar de soluciones, sino en todo caso de posibilidades, y tampoco de una ordenación espacial, sino como mucho de espacios de probabilidades. Incluso el místico Louis Kahn sostenía que el arquitecto no es un buscador de formas, sino un buscador de conceptos. De hecho la explicación de conceptos constituye el primer paso hacia una perspectiva arquitectónica.

Poder y espacio

¿Qué respuesta ha dado la arquitectura ante la mediatización y los cambios estructurales de lo urbano? Una respuesta consiste en las conocidas arquitecturas de la aventura, que en forma de simulaciones urbanas, malls, parques temáticos, etc., están globalmente difundidas. A pesar de todas las críticas imaginables contra estos mundos de la aventura, debemos tener en cuenta que se trata de instituciones sociales. Es decir, no son tanto creaciones arquitectónicas como expresión de formas de vida modificadas, de la mediatización de la vida cotidiana, de un renovado carácter artificial de lo urbano que ha llegado a su límite, y de muchos otros aspectos de un cambio social que en su naturaleza más profunda es irreversible.

La tipología correspondiente es la de ser parte originaria de un proceso suburbanizador que crea no solamente su propio paisaje, sino también sus propios patrones de identificación. En un "torbellino inalterable... donde tienen lugar alucinaciones y perturbaciones de la memoria", donde las imágenes no transmiten nada, estos lugares ofrecen efectos de reconocimiento y ofertas de identificación" (Kai Voeckler). La particularidad tipológica gira sobre la cuestión de un apoderamiento completo del territorio en forma de un encapsulamiento de construcción urbana, lo cual posibilitaría una escenificación controlada en todos sus detalles. Se trata de dar al espacio público urbano otro valor: funciones, comportamientos y accesibilidad son objeto de una reglamentación estricta, y se excluye todo lo que sea extraño e incontrolable.

Malls, parques temáticos y similares perfeccionan la segregación social, no como lo hacen las *gentrifications* o las *gate communities*, sino a través de formas y medios casi invisibles que no solamente sugieren permeabilidad social, sino que efectivamente también son socialmente mucho más permeables que las antiguas formas de segregación.

En esta tipología del espacio también podemos advertir el relevo de un modelo social basado en esquemas fordistas: de la "integración social" dirigida por regulaciones paternalistas y estatales se pasa a una homogeneidad social diferenciada, regulada por sí misma dentro de sus límites, de manera que criterios de exclusión explícitos y físicos reemplazan a una concepción de sí mismo predecible: la accesibilidad o inaccesibilidad de los mundos de aventuras se entiende por sí misma en el sentido de una selección previa de carácter social, ético y en función de gustos.

Ello resulta plausible en la medida en que se es consciente de lo que nos aguarda en estos mundos: un "panóptico de la hipercultura global", representado como una performance, y en el contexto de un encapsulamiento espacial. Un mundo ficticio que surge de sí mismo y dentro de sí mismo. Lugares de todo el mundo, en los cuales han desaparecido los contextos nacionales y locales.

Dentro del género se encuentran no solo los Disney-Worlds, los centros comerciales o el Hotel Bonaventura de las Vegas, sino también obras arquitectónicas exclusivas como el Museo Judío de Liebeskind, el Educatorium de Koolhaas, y en particular "auténticas" arquitecturas de la aventura, como las Termas de Vals, de Zumthor y centros históricos de ciudad transformados en museo.

Surge en este contexto una crítica de pocos vuelos, referida únicamente a los aspectos arquitectónicos, de pocos vuelos y que parece limitarse a actitudes propias del pesimismo cultural. Puede convertirse en una trampa, como por ejemplo en la *Potsdamer Platz* de Berlín, en la que un mundo consumista y de aventuras del siglo XXI se nos aparece revestido de un aspecto decimonónico. Esta reconstrucción, que se considera a sí misma "crítica", lo único que hace es quizá objetivizar la nostalgia por una sociedad burguesa pretérita que sin embargo —es aquí donde se cierra la trampa— pertenece ya hace mucho tiempo al repertorio de los mundos de aventura ficticios. En ellos se representa como simple entretenimiento la eterna decadencia de la ciudad europea, un entretenimiento que incluso hoy está entre los acontecimientos e imitaciones más aburridos del sector.

Lo fatal es que tales escenificaciones no difieren arquitectónicamente, sino únicamente en cuestión de gustos. Su destino reside en la necesidad de repetición. Que conste que no soy ningún crítico de la arquitectura de la aventura. Pero uno tiene que saber dónde se mete, y concretamente que los sucedáneos no pasan de ser tales. No sorprende, pues, el que las arquitecturas de aventuras y de tipo retro estén siendo determinadas cada vez en mayor medida por empresas del ámbito de la comunicación y la publicidad, debido a su evidente eficiencia a la hora de colocarnos suplantaciones.

Espacios de posibilidad

No obstante también soy de la opinión de que existe un espacio de maniobra en el que podemos aproximarnos a los mismos temas de manera diferente, sin tener que recurrir a los *post* o a los *ismos*. Podríamos hablar de una "arquitectura desprogramada": no es una guía estética, ni tiene el potencial de una pedagogía de la vida, ni esta funcionalmente predeterminada, y se opone a actos de fuerza creativa; propone espacios de probabilidad.

Para esta arquitectura son los procesos sociales los que marcan la pauta. Estos no son por supuesto planificables, y dejan numerosas cuestiones abiertas. La arquitectura es más bien trasfondo. No sigue formas prefijadas, sino que intenta incorporar la mayor cantidad

posible de informaciones, hechos y temas, al objeto de reunirlos dentro de una estructura espacial.

Estructura espacial que determina lo menos posible, y que deja amplio margen para la apropiación y sus diversas formas. En tal sentido la forma termina convirtiéndose en una supraforma: es suficientemente completa para el uso y suficientemente incompleta para la apropiación subjetiva, y lo bastante compleja para tener capacidad de anticipación. Así pues, tanto el espacio urbano como el espacio arquitectónico se concretan en el hecho de poder ser interpretados continuamente por medio de la apropiación.

La supraforma proporciona –en comparación con la atmósfera prefabricada o la estética del efecto– finalmente también un margen de maniobra abierto para las interpretaciones, asimismo con un mayor valor desde un punto de vista estético. El que produce sobreabundancia de planos y formas está en terreno equivocado, pues contribuye al apelmazamiento de los flujos urbanos y arquitectónicos. Esta es la lección de la arquitectura desprogramada.

Aunque hubiera otros rumbos arquitectónicos capaces de sobrevivir mejor en términos comerciales –permítaseme dudarlo– el precio que han de pagar por ello consiste en una radical merma de significados –tanto en lo estético como en cuanto al valor de utilidad–. Especialmente desde el punto de vista de la política educativa y cultural, quedan obsoletas estas arquitecturas, pues se regulan por sí mismas dentro de la industria de la moda y de los eventos.

Por consiguiente podría ser un placer despedirse de la arquitectura de los años 90. En todo caso se debe buscar una conexión con la sociedad –lo queramos o no– lo cual no solo puede ser una ventaja para los arquitectos, sino que va a ser existencialmente necesario.

ERNST HUBELI es arquitecto y publicista. Vive en Zurich.