

Mediatopías:

La relación de los medios de comunicación,
la arquitectura y la sociedad.

Rafael Cubillo Bravo
Trabajo Fin de Grado
Universidad de A Coruña

Mediatopías:

La relación de los medios de comunicación, la arquitectura
y la sociedad.

Alumno: Rafael Cubillo Bravo
NIE: X9.448.549-B
Tutor: Antonio S. Río Vázquez
Curso Académico: 2017/2018
Fecha de entrega: 25/09/2017

RESUMEN [ES]

Esta investigación es un enfoque diacrónico de la sociedad y la arquitectura. Como la relación entre ambas a través de los medios masivos de comunicación, las redes sociales y la forma en que la sociedad percibe tanto a la arquitectura como a sus autores actualmente desde un tercer espacio, como pueden ser las pantallas. Generando una serie de heterotopías que pueden unir tiempo y espacio, de esta forma se crea una conexión tanto física como virtual entre una o más personas. Afectando la realidad física y virtual, como también la forma de relacionarse con el espacio.

Si las relaciones cambian el ser humano también, nos hemos convertido en un ser humano visual, una especie que se alimenta -consume-, aprende y se comunica a través de las imágenes. Nos hemos convertido en un Homo Imago que vive a través del tercer espacio y las mediatopías.

RESUME [EN]

This research is a diachronic approach to society and architecture. As the relationship between both through the mass media, social networks and the way in which society perceives both architecture and its authors currently from a third space, such as the screens. Generating a series of heterotopias that can join time and space, this way creates a connection both physical and virtual between one or more people. Affecting physical and virtual reality, as well as how to relate to space.

If relationships change the human being too, we have become a visual human being, a species that feeds -consume-, learns and communicates through images. We have become a Homo Imago who lives through the third space and the mediatopias.

RESUMO [GL]

Esta investigación é un enfoque diacrónico da sociedade e da arquitectura. Como a relación entre ambos a través dos medios de comunicación de masas, as redes sociais e á forma en que á sociedade percibe tanto a arquitectura como os seus autores actualmente desde un terceiro espazo, como as pantallas. Xerando unha serie de heterotopías que poden unir tempo e espazo, deste xeito crea unha conexión física e virtual entre unha ou máis persoas. Afectando á realidade física e virtual, así como á forma de relacionarse co espazo.

Se as relacións tamén cambian ó ser humano, convertémosnos / convertémonos nun ser humano visual, unha especie que se alimentase -consumise-, aprende e comunícase a través das imaxes. Convertémonos nun Homo Imago que vive a través do terceiro espazo e as mediatopías.

Capítulo I. *Multiplicidad* 01

Capítulo II. *La ventana indiscreta* 07

Capítulo III. *Instagrameable* 17

Capítulo IV. *Mediatopías* 35

Conclusiones *[Carne de Píxel]* 55

Palabras clave:

Comunicación, Redes Sociales, Arquitectura, Sociedad, Espacio

THE EXTENSION OF THE HUMAN SPHERE AND
THE MEANS OF ITS DETERMINATION GO FAR BEYOND
A BUILT STATEMENT.
TODAY EVERYTHING BECOMES ARCHITECTURE.
“ARCHITECTURE” IS JUST ONE OF MANY
MEANS, IS JUST ONE POSSIBILITY.
MAN CREATES ARTIFICIAL CONDITIONS.

THIS IS ARCHITECTURE

PHYSICALLY AND PSYCHICALLY MAN REPEATS, TRANSFORMS,
EXPANDS HIS PHYSICAL AND PSYCHICAL SPHERE.
HE DETERMINES “ENVIRONMENT” IN ITS WIDEST SENSE.
ACCORDING TO HIS NEEDS AND WISHES HE
USES THE MEANS NECESSARY TO SATISFY
THESE NEEDS AND TO FULFIL THESE DREAMS.
HE EXPANDS HIS BODY AND HIS MIND.
HE COMMUNICATES.

ALLES IST ARCHITEKTUR

ARCHITECTS MUST CEASE TO THINK
ONLY IN TERMS OF BUILDINGS.
AFTER SHEDDING ANY NECESSITY
FOR A PHYSICAL SHELTER AT ALL,
A NEW FREEDOM CAN BE SENSED.
MAN WILL NOW FINALLY BE THE CENTRE
OF THE CREATION OF AN INDIVIDUAL
ENVIRONMENT.

ALL ARE ARCHITECTS EVERYTHING IS ARCHITECTURE

A TRUE ARCHITECTURE
OF OUR TIME WILL HAVE
TO REDEFINE ITSELF AND
EXPAND ITS MEANS.
MANY AREAS OUTSIDE
TRADITIONAL BUILDING
WILL ENTER THE REALM
OF ARCHITECTURE,
AS ARCHITECTURE
AND “ARCHITECTS”
WILL HAVE TO ENTER
NEW FIELDS.

Hollein, H. (1968). Alles Ist Architektur.
*Bau: Magazine for Architecture and Urban
Planning*, 1/2. p.2

El caso de los Eames es importante para comenzar a hablar sobre esta investigación al ser pioneros en varios aspectos que aún persisten en la arquitectura contemporánea. Charles y Ray Eames, arquitecto y pintora estadounidenses que a partir de 1940 desarrollaron un trabajo multidisciplinar abarcando todos los aspectos del diseño a cualquier escala y en cualquier formato, desde una revista hasta un edificio. Como lo definía Charles Eames en una conversación con Owen Gingerich: “Las sillas son arquitectura, las películas tienen una estructura, como la portada de un periódico tiene estructura. Las sillas son literalmente como una arquitectura en miniatura... Una arquitectura a la que puedes ponerle las manos encima.”¹

1. Gingerich, O. y Eames, C. (1977). *The American Scholar* Vol. 46, No. 3 (Summer 1977), pp. 326-337



Fig. 01

Es esa inquietud por la multidisciplinaridad lo que les llevo a estudiar acerca de la comunicación en el pequeño film llamado *A Communications Primer* [1953], el objetivo de los Eames era interpretar y presentar las ideas que tenían en aquellos años sobre la teoría de la comunicación a los arquitectos y urbanistas de una manera comprensible, para así poder fomentar su uso como **herramientas en la planificación y el diseño**.

Para los Eames el trabajo siempre iba de la mano de la diversión y el saber comunicar. Por eso no es casualidad que hicieran muchas fotos de circos, o que incluso hicieran una película entorno al circo llamada *Clown Face* [1971]. El circo como el arte de aplicación del maquillaje. El circo como un evento que ofrece una multiplicidad de experiencias simultáneas, que no pueden ser tomadas enteramente por el espectador -como esa multiplicidad de experiencias multipantalla que vivimos desde los medios masivos-. Era el modelo de los Eames para las exposiciones multimedia, donde el objetivo era **comunicar el máximo de información de forma que fuera más placentera que se pudiera**.²

2. Fundación Jumex. (18 de abril de 2016). Conferencia de Beatriz Colomina en el Museo Jumex. [Archivo de video]. Recuperado de: <https://vimeo.com/163273407>

Sería interesante saber si los Eames fueron influenciados por el final tripartito de la película *Napoleón* [1927] de Abel Gance expuesto en 3 pantallas simultáneas o si domesticaron la forma de trabajar de los radares militares en la segunda guerra mundial. Estas posibles referencias se pueden ver en dos de sus proyectos multipantalla, para estas exposiciones multimedia utilizaron una serie de pantallas que rodeaban al público bombardeándolo con imágenes, como si no dejaran hueco alguno para que se escape la vista a otro lado y de este modo tener en cualquier momento la atención del espectador.



Fig. 02

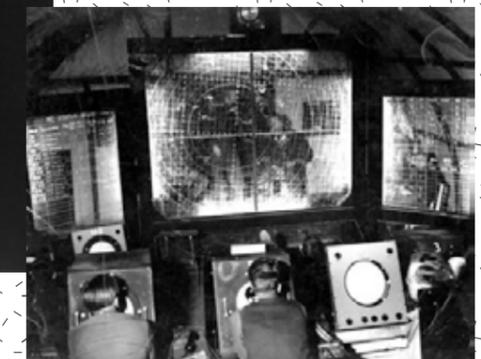


Fig. 03

Glimpses of the USA [1959] diseñada para el primer intercambio cultural en Moscú entre la Unión Soviética y Estados Unidos de América. Las múltiples imágenes comunicaban lo que no podía transmitir una típica conferencia. Demostraban que, para bien o para mal, las carreteras y los automóviles formaban parte de la vida americana; sin embargo, las imágenes también representaban imágenes cariñosas de familias que se despiden antes de irse a trabajar y de acostarse. Una maravilla de la tecnología moderna se estaba utilizando para mostrar a sus espectadores rusos la humanidad de sus rivales.



Fig. 04

Como también las 22 pantallas de distintos tamaños y el vídeo *Think* [1964] para el pabellón de la IBM diseñado por Charles Eames para la feria mundial de Nueva York de 1964. Una saturación barroca de imágenes y información, solo comparable a lo que vivimos a través de nuestras pantallas de ordenador. Una disposición de las pantallas muy parecida a la utilizada por Herbert Bayer para la Werkbund Exposition de París en 1930.



Fig. 05



Fig. 06

Este tipo de exposición multimedia fue adoptado por OMA y el estudio de diseño 2x4 en *7 Screen Pavilion* para el Festival de Cine de Cannes en 2012, con el debut en pantalla del cantante Kanye West -quien también ayudó en el diseño- con su film *Cruel Summer*. La exposición de la película se hacía dentro de una pirámide que contenía a las pantallas y al público dentro de un espacio que abrazaba la visión del espectador al mismo tiempo que lo elevaba de la alfombra roja.

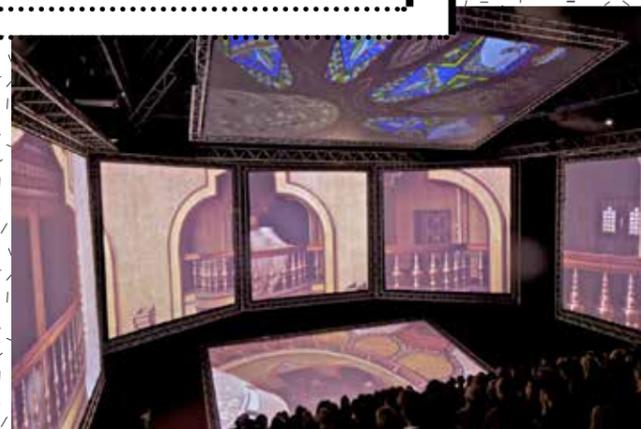


Fig. 07

Hoy en día no sólo los arquitectos contemporáneos han visto la importancia de lo que ya hablaban los Eames en cuanto a la comunicación y se ha comenzado a implantar poco a poco su estudio y su relación con la tecnología y la *mass media* dentro de los planes de estudios de las escuelas de arquitectura.

Una de las primeras personas en hablar sobre estos temas en la actualidad fue Beatriz Colomina, directora y fundadora del programa interdisciplinar *Media and Modernity* de la Universidad de Princeton. Un programa educativo que presta especial atención a la interacción entre cultura y tecnología. Centrándose en la arquitectura, el arte, el cine, la fotografía, la literatura, filosofía, historia y todas las formas de medios electrónicos de la radio al vídeo, a la tecnología de la información.³

Dentro de España existe el recientemente creado Máster Universitario en Comunicación Arquitectónica perteneciente a la Universidad Politécnica de Madrid respondiendo a estas nuevas inquietudes de la arquitectura y la comunicación. El programa se desarrolla en un espacio-tiempo hipermedial como ámbito capaz de albergar, potenciar y estructurar actividades de mediación y comunicación a través de la palabra y la imagen en cualquier medio, entorno y soporte que permita la generación de conocimiento en el ámbito arquitectónico.⁴

Pero uno de los casos que me generan más interés es el de la escuela rusa Strelka Institute, una escuela de arquitectura multidisciplinar cuyo programa está enfocado en la ciudad pero utilizando herramientas de varias disciplinas como pueden ser la sociología, la económica, o la política. Una escuela en la cual AMO - la parte investigadora de OMA- desarrolló entre 2010 y 2013 un programa educativo para el mundo globalizado y acelerado en el que vivimos.⁵ Los estudiantes de Strelka Institute empezaban sus investigaciones a partir de una serie de preguntas.

*¿Cómo impacta el diseño en la economía, la política y el periodismo?
 ¿Cómo puede comprometerse la arquitectura con la energía y la sostenibilidad más allá de la escala de los edificios singulares -especialmente teniendo en cuenta los vastos recursos renovables que Rusia puede aprovechar?
 ¿Qué debe preservar Rusia de la era soviética, y cómo está en todas partes el tema de la preservación incrustada en la nueva arquitectura?*

Y la que más me interesa para desarrollar una parte de mi investigación es la siguiente:

En un momento en que la vitalidad está cambiando al ámbito digital, ¿cuáles son las implicaciones para el espacio público físico?

3. Program in Media and Modernity. (2011). Recuperado de: http://mediamodernity.princeton.edu/index.php?option=com_content&view=article&id=69&Itemid=435

4. Máster Universitario en Comunicación Arquitectónica. (2016). Recuperado de: <http://maca.aq.upm.es/que/>

5. Strelka. (2016). Recuperado de: <http://oma.eu/projects/strelka>

II. LA VENTANA INDISCRETA

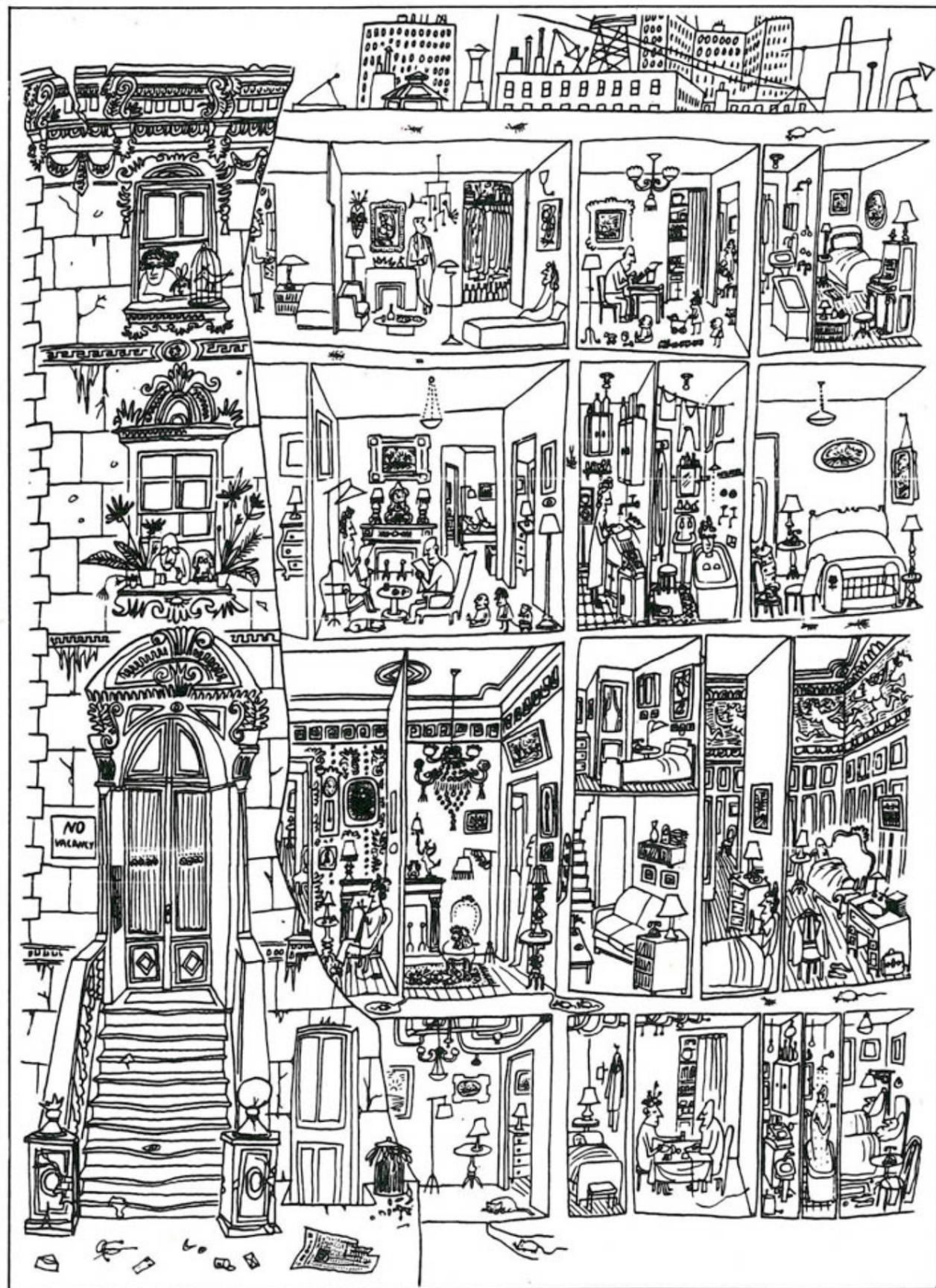


Fig. 08

Existen muchos cambios dentro del espacio digital que afectan al espacio físico, para exponer algunos de ellos podríamos empezar respondiendo a esa pregunta que plantea AMO con ayuda de la ilustración *The Art of Living* [1949] de Saul Steinberg, en la cual al retirar de forma imaginaria una parte de la fachada podemos ver hacia el interior de las viviendas. Como si fuésemos James Stewart en *La ventana indiscreta* [1954], estamos siendo testigos desde una distancia de lo que hacen los ocupantes en cada una de las viviendas imaginarias y como habitan cada espacio. Observamos un conjunto de varias situaciones de manera simultánea, esa multiplicidad de experiencias de las que se hablaba antes, como si estuviéramos viendo un programa de televisión que pasamos de canal en canal, de habitación en habitación viendo esos espacios que un principio eran privados, como si fuera el “Aquí no hay quien viva” o “¿Quién vive ahí?” de los años cuarenta.

En palabras de Marshall McLuhan “Los dispositivos eléctricos son una vigilancia universal, tiránica de la cuna a la tumba, están originando un verdadero dilema entre nuestra búsqueda privacidad y la necesidad de enterarse que tiene la comunidad.”⁶

Hablamos de la privacidad y como una imagen nos muestra que el sentido tradicional de la privacidad no solo escasea ahora, sino que además se encuentra en peligro, se protege mejor con leyes que con muros.⁷ No es nada nuevo el hecho que gracias a los dispositivos electrónicos y las redes sociales nuestra privacidad este cambiando, compartiendo todo lo que hacemos, como lo hacemos y donde lo hacemos. Como dice Marta Peirano, “es verdad que la N.S.A.⁸, tiene el mayor acceso, las mejores herramientas para espiarnos. Pero no les hace falta nada de eso para espiarnos a nosotros. Porque nosotros lo tenemos todo ahí, vivimos en casas de cristal.”⁹ Un ejemplo de resistencia tangencial hacia esta hipervigilancia en nuestra era hiperconectada es una especie de camuflaje que el director de distribución de tecnología de Yandex -el Google de Rusia-, Grigory Bakunov desarrolló por medio de un algoritmo de reconocimiento anti-facial para ocultar las identidades de las personas con la ayuda de maquillaje y así poder escapar del ojo del Gran Hermano.¹⁰

No es tanto el hecho de estar constantemente vigilados por la calle, no hace falta salir de casa ya que mediante un tweet o una fotografía en instagram, vivimos constantemente expuestos al exterior y como en la fotografía por dejar el diafragma abierto demasiado tiempo podemos llegar a quemarnos por sobreexposición¹¹.



A large ADVENT video projection screen is placed on the front lawn, facing pedestrians on the sidewalk. It shows an image of whatever TV program is being watched by the family on their TV set within the house. When the set is off, the video projector is off; when the channels are being changed, this is seen on the enlarged public screen outside the house.

Fig. 09

Una sobreexposición, que ha investigado Dan Graham en sus propuestas como *Alteration to a Suburban House* [1978]. La cual aparentemente es una casa más de un área suburbana de los Estados Unidos de América, pero la fachada principal se ha cambiado por un cristal transparente. Como si se tratase de un escaparate, nos muestra el interior de la vivienda como ese espacio privado expuesto a la calle y que junto con el espejo instalado al fondo de la vivienda al mismo tiempo nos veríamos a nosotros mismos reflejados con el espacio suburbano.

Como también en la propuesta de *Video Projection Outside Home* [1978], que se basa en instalar un proyector en el exterior de la vivienda retransmitiendo en todo momento hacia los viandantes lo que se está viendo en la televisión cuando ese encendida en el interior de la vivienda. Mostrando a la vía pública los intereses, sus secretos, la forma en que habitan la vivienda y el como se utiliza el tiempo libre. Nada nuevo para nuestra época en la que compartimos en las redes lo que vemos, escuchamos e incluso pensamos desde ese *cuarto propio conectado*.¹²

Actualmente la forma de habitar ha cambiado junto con los medios de comunicación masivos, como podemos ver en el anuncio de Movistar+ *“Abre tu vida a algo extraordinario”*¹³. Haciendo propaganda de como su televisión es mucho más que televisión. Ya el propio título del anuncio nos propone el abrir la puerta de nuestros hogares, nuestro espacio privado a esa *ventana indiscreta* de Movistar+.

En el anuncio se ve a un niño que vuelve a casa de sus padres después de pasar unos días en casa de la familia de un amigo. El niño durante los 45 segundos que dura el anuncio, le cuenta a su madre todo lo que vivió en torno a la televisión de su amigo. Pero lo que me llamó la atención fue que al final del anuncio, la madre le pregunta al hijo si lo que quiere es cambiar de padres por tanta emoción con la que le contaba sus vivencias con aquella familia, pero al parecer esa no es la solución que había pensado el niño. El problema no era que su familia fuera una u otra, que tuviera o no esa Smart TV para vivir como vive su amigo, el problema para el niño era otro: *¿Y si cambiamos de casa?*¹⁴

Es un anuncio que nos muestra ciertos aspectos de nuestra contemporaneidad, como el constante consumo de contenido por los medios masivos de comunicación integrados en la vivienda. En este caso, la televisión.

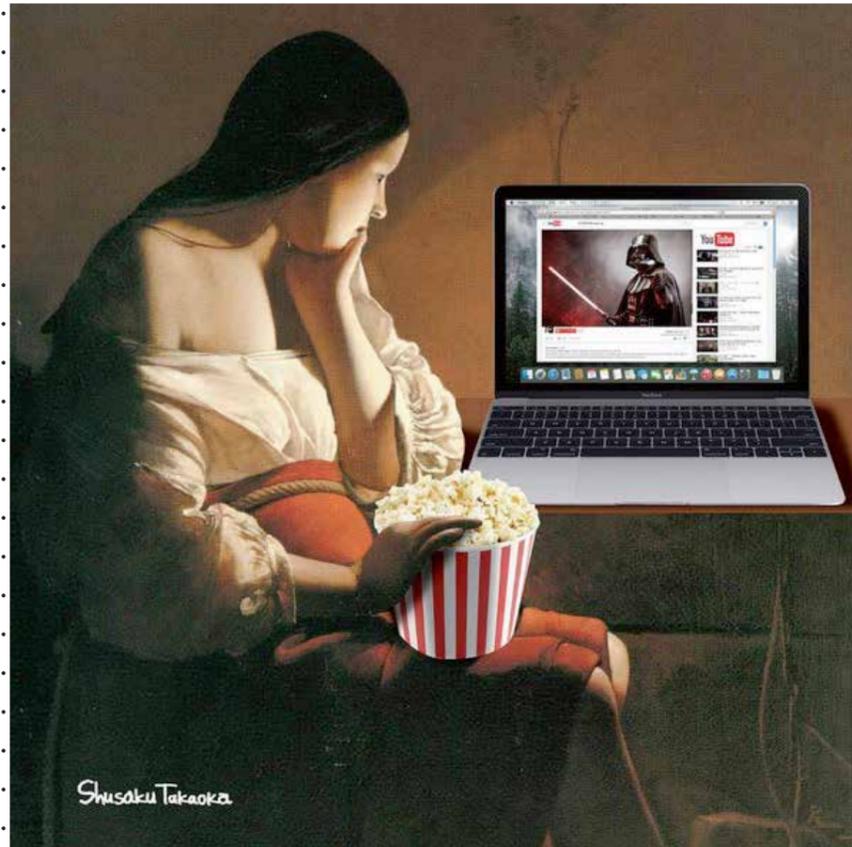


Fig. 10.

La televisión es un medio que te puede dar todo ya masticado, uno solo tiene que sentarse y digerir los fardos de información que son arrojados frente a nosotros. *La interpasividad* de la que hablaba Slavoj Žižek, -un término inventado por Robert Pfaller- donde es la maquina la que disfruta por mi, es la maquina la que ríe, la que llora, la que habita espacios por mi.¹⁵

Hubo un momento en la historia de la arquitectura que la vivienda parecía más moderna que la máquina, pero de repente la tecnología dio un sprint y dejó muy atrás a la vivienda. No tanto por su diseño -del que se le hace alarde a Le Corbusier en sus fotos de las Weissenhof y los automóviles¹⁶-, sino por su forma de vivir.

La manera de vivir y de cohabitar la vivienda con los medios de comunicación se ha ido transformando a lo largo del tiempo, un caso interesante que está íntimamente relacionado con la televisión es el caso de *Milano Due* [1968] cuyo promotor inmobiliario fue Silvio Berlusconi. Milano Due es una ciudad satélite de Milán, la cual a simple vista parece una urbanización de bloques de vivienda de cualquier ciudad europea con algunos jardines y un lago artificial con cisnes. Pero con la característica que Milano Due se vendía como *la ciudad de los número 1*, con la intención de crear una nueva sociedad formada por gente de clase media alta que en aquel momento estaba emergiendo. Para poder crear esta nueva sociedad se utilizaron imágenes que vendían una representación de la forma de vida que se podía tener en estos apartamentos y fueron difundidas en revistas como *Vogue*. Todo se cuidaba al más mínimo detalle incluso la eliminación de las antenas de televisión en las cubiertas que podrían desentonar con la imagen idílica que se pretendía vender a los nuevos usuarios.

Cuando todo ya estaba organizado se empezó a gestar en los sótanos lo que ahora conocemos como Mediaset empezó siendo TeleMilano, una nueva forma de hacer televisión sectorizando su programación en franjas horarias diferentes para cada miembro de la familia en las cuales se mostraban una serie de productos destinados a cada sector. Esta televisión tuvo repercusión en la arquitectura, donde los árboles tapaban las vistas de las ventanas con el propósito de que si querías ver el exterior tuvieras que encender la televisión y si querías ver a tus vecinos el único punto de encuentro era una tienda donde vendían los productos que se anunciaban en la televisión.

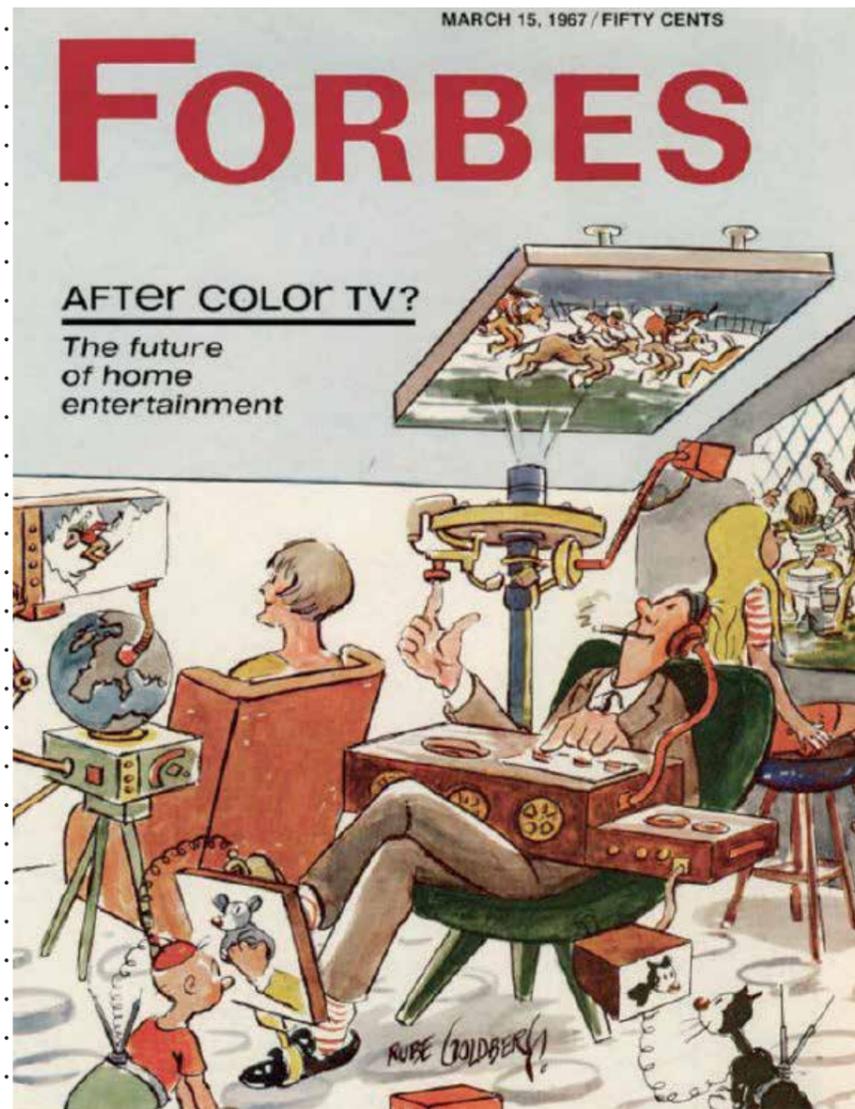


Fig. 11

Actualmente pasamos menos o casi nada de tiempo -al menos por mi parte- frente al televisor, estamos conectados por otros medios de comunicación. Seguimos siendo bombardeados por la publicidad de muchas maneras mientras navegamos por Internet, consumiendo el contenido de forma distinta a como se hacía con la televisión.

Ya no podemos seguir pensando cuando proyectemos una vivienda¹⁷, que debe existir un salón con un televisor junto a un buen sofá para que en conjunto cumpla las necesidades tradicionales del llamado *living-room*. Como podemos apreciar en el anuncio de Movistar+, hay un momento en que el niño le cuenta a la madre que la otra familia no ve la televisión en el sofá como es lo “normal”, lo normal ahora es el consumir la información por otros medios independientemente del lugar, ya sea en el salón o en la habitación.

Beatriz Colomina en *The Century of the bed*¹⁸, nos habla de cómo la cama se ha vuelto nuestro nuevo espacio de trabajo. Puede que pasemos más tiempo conectados dentro de la habitación, en concreto en el escritorio o en la cama. Por lo que estamos cambiando la función principal del dormitorio -o en inglés *Bedroom*-, como ese espacio destinado tradicionalmente al descanso en la cama, a un espacio de trabajo y/o recreo para la contemporaneidad.

Como bien apunta Pedro Hernández Martínez en su artículo *Del cansancio (II)*¹⁹, se ha escrito mucho acerca del tema de la cama como nuevo espacio para algunas conquistas relacionadas con el trabajo. Pero lo que me interesa, no es tanto el hecho de que la cama se convierta en el nuevo espacio de trabajo. Sino como la cama giratoria de Hugh Hefner²⁰ con tan solo girar dentro de la habitación crea una serie de nuevos espacios dentro de otro espacio, como ese espacio presuntamente único y pseudo-modulable del que nos habla Georges Perec en *Especies de espacios*, donde tendríamos no una cocina sino un rincón-cocina, no una habitación sino un rincón-descanso, no un comedor sino un rincón-comida.²¹

Me interesa que ahora ese espacio que junto con los dispositivos electrónicos nos conecta a otros espacios, esos *cuartos propios conectados* de los que nos habla Remedios Zafra, un cuarto propio que no es siempre el mismo, aunque siempre sea un espacio de intimidad y concentración.²² Como la habitación pasa de ser un espacio propio-privado a un espacio público-privado. Esa es una singularidad del espacio en nuestra contemporaneidad, potenciada por la red.

Deberíamos empezar a repensar sobre esos espacios, los medios de comunicación y su relación transmediática con la vivienda, preguntándonos:

¿Qué han cambiado los medios?

Notas.

6. McLuhan, M. & Fiore, Q. (1997). *El medio es el mensaje: Un inventario de efectos*. 4ª edición. Barcelona: Grupo Planeta.
7. Colomina, B. (2010). *Privacidad y publicidad: la arquitectura moderna como medio de comunicación de masas*. 2ª edición. Murcia: CEN-DEAC. p.22
8. La Agencia de Seguridad Nacional de los Estados Unidos, en inglés: National Security Agency.
9. TEDx Talks (22 de septiembre de 2015). ¿Por qué me vigilan, si no soy nadie? | Marta Peirano | TEDxMadrid [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://youtu.be/NPE7i8wuupk>
10. Zavyalova, V. *Hiding from artificial intelligence in the age of total surveillance*. [Página web]. (2017). Recuperado de: https://www.rbth.com/science_and_tech/2017/07/22/hiding-from-artificial-intelligence-in-the-age-of-total-surveillance_808692
11. De Molina, S. (17 de julio de 2017). *La transparencia pornográfica*. [Blog] Santiago de Molina. Recuperado de: <http://www.santiagodemolina.com/2017/07/la-transparencia-pornografica.html>
12. Zafra, R. (2010). *Un cuarto propio conectado: (Ciber)espacio y (auto)gestión del yo*. (1ª edición.) Madrid: Fórcola Ediciones
13. Movistar España (11 de julio de 2017). MOVISTAR+: Abre tu vida a algo extraordinario. [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=pdRrZMAv3Q0>
14. Entendiendo que el anuncio quiere transmitir que el niño no concibe que la casa y la televisión vayan por separado, por eso quiere mudarse junto con su familia a la casa de su amigo para tener esa televisión mágica.
15. Leonardo, R.A. (18 de julio de 2003). *La interpasividad explicada por Zizek*. [Blog]. Blog de Richard Angelo Leonardo Loayza. Recuperado de: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/latravesiadelfantasma/2009/01/24/la-interpasividad-explicada-por-zizek/>
16. “Es curioso además comprobar que, hoy en día, cuando se observan estas imágenes, el elemento en la fotografía que parece realmente ‘antiguo’ es el coche, mientras que las casas todavía se ven ‘modernas’”. Colomina, B. *op. cit.*, p.96
17. Hablo del tipo de vivienda que se nos ha adoctrinado desde las escuelas de arquitectura, como la vivienda para la clase media/alta capaz de pagar los servicios de Movistar+ sin problemas.
18. Colomina, B. Rumpfhuber, A. Ruhs, A. (2014) *The Century of the Bed*. Recuperado de: https://issuu.com/departure/docs/cb14_century-of-the-bed_lowres
19. Hernandez, P. (16 de junio de 2017). *Del cansancio (II)*. [Blog] Veredes. Recuperado de: <http://veredes.es/blog/del-cansancio-ii-pedro-hernandez/>
20. McDonagh, R. (11 de diciembre de 2016). No Big Sleep just yet! Hugh Hefner responds to internet rumours he is dead... with very apt movie selection. *Mail Online*. Recuperado de: <http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-4021362/Hugh-Hefner-responds-internet-rumours-dead-apt-movie-selection.html>
21. Perec, G. (2003). *Especies de espacios*. 2ª edición. Barcelona: Editorial Montesinos
22. Zafra, R. *op. cit.*, p.19



Fig. 12

El arquitecto Alejandro Zaera-Polo hizo una reseña en el Croquis 187²³ en la cual vuelve a analizar la situación de la arquitectura 18 años después de su primer estudio en El Croquis 88-89 de 1998.²⁴ Año en el que El Croquis era un referente dentro de la arquitectura a nivel global consolidando la figura del arquitecto estrella. Pero casi 20 años después ese *star-system* que era alabado y envidiado a partes iguales por gran parte del sector de la arquitectura, es ahora criticado y cada movimiento es visto con lupa.

Un gremio vigilado por una sociedad que ha visto como se desploma el sistema capitalista y los bancos son rescatados con dinero público. Una sociedad que ya no se cree que un museo gigantesco o una ciudad de la cultura pueda cambiar al mundo.

El Croquis que maneja tiradas de 9000 ejemplares por cada uno de sus cinco números que publican anualmente²⁵, lamenta la muerte del canon y la conciencia humanística. Otro caso es la revista 2G que simplemente se ha mudado a lo digital.²⁶

Medios que se han visto superados por el *like*, o al menos igualados en números y popularidad con las plataformas digitales como es el caso de Archdaily la web de arquitectura con más visitas en el mundo, con 10 millones de visitas mensuales²⁷ y más de 32 mil proyectos expuestos en la página web²⁸. La hace tanto una gran base de datos, como una medio de difusión para los arquitectos actualmente. En palabras de su cofundador David Basulto, “con más información, los arquitectos pueden hacer mejor arquitectura a nivel masivo”.²⁹

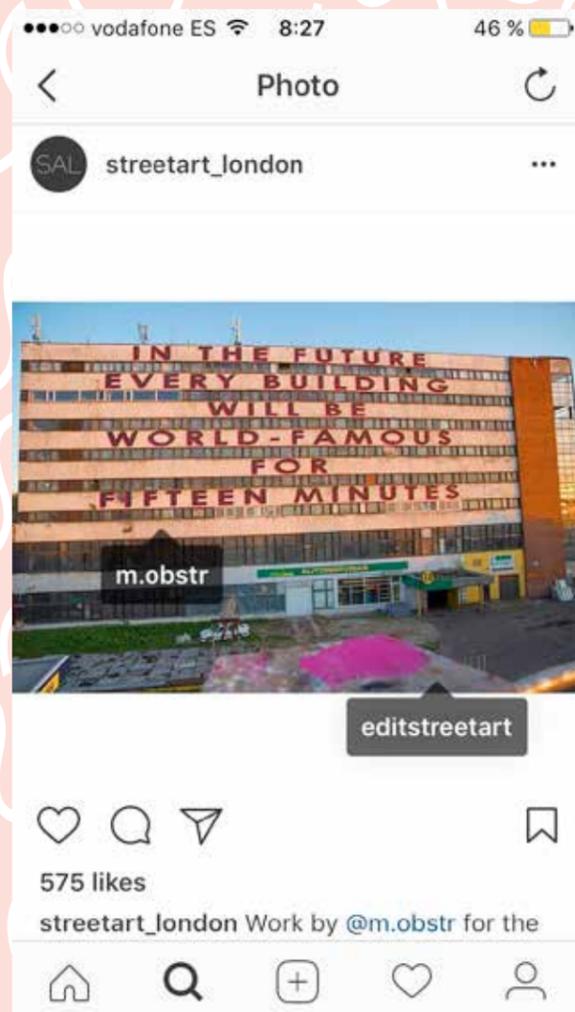


Fig. 13

Lo que ha hecho que Archdaily sea un éxito mundial, es la facilidad de poder publicar un proyecto en su web. Para eso solo hay que seguir una serie de pasos que tienen publicados en la web, enviar una serie de imágenes y en un par de meses te dan una respuesta sobre la publicación de tu proyecto. Por otro lado El Croquis, que a cada publicación le dedican entre uno y dos años de preparación y el criterio es el de los dos editores, siempre independientes y basado en la calidad de la obra construida y proyectada.³⁰ Aunque no son del todo similar el enfoque que tiene cada medio, ya que por una parte uno se basa en la difusión de obras a nivel masivo y el otro medio es más un catalogo que se basa en su buen criterio a la hora de editar un nuevo número.

Es la facilidad y la horizontalidad que posibilita Internet de crear contenido, que nos hacemos todos productores y productoras de información a la vez que consumidores -lo que vendría siendo un prosumidor³¹-. Ahora todos podemos gozar de esa fama de la que hablaba Andy Warhol, aunque tal vez ya no sean 15 minutos los que podemos experimentar ya que en este mundo acelerado los tiempos se acortan y todo se vuelve efímero, la novedad se agota y muy pronto se pasa a otra cosa que toma su lugar en nuestra retina.

Toda esta creación de nuevos contenidos genera una saturación visual, siendo imágenes lo que principalmente se comparte en Internet dentro de un mundo logocentrista donde poco a poco va ganando terreno el vídeo o el GIF, un terreno donde parece que sobran palabras.



Fig. 14

Como en 2015 cuando la palabra del año según el diccionario de Oxford fuera un emoji -pero no la palabra emoji- el pictograma de la cara riéndose con lágrimas en los ojos.³² Ya que con la popularidad de estos pictogramas en la mensajería instantánea se reflejaba el cambio hacia un lenguaje más visual.

Joan Fontcuberta en el libro *La furia de las imágenes*, reflexiona sobre esta saturación visual para preguntarnos por otro tipo de imágenes. “Las imágenes que nunca han existido, las que han existido pero ya no están disponibles, las que se han enfrentado a obstáculos insalvables para existir, las que nuestra memoria colectiva no ha conservado, las que han sido prohibidas o censuradas.”³³

En el proyecto *Locals and Tourists*[2010] de Eric Fischer³⁴, podemos ver en una serie de mapas de distintas ciudades las fotografías han sido hechas por turistas o por locales, estos mapas son generados por datos de fotografías geolocalizadas en Flickr y Picasa. Los puntos azules son las fotografías hechas por los locales (Personas que han tomado fotos en esta ciudad con una fecha de más de un mes o más), los puntos rojos son las fotografías hechas por turistas (Personas que parecen ser un local de una ciudad diferente y que tomó fotografías en esta ciudad por menos de un mes, aunque podrían no ser turistas, sino personas que casi no suben fotografías) y los puntos amarillos son fotografías que no se pudieron determinar si eran de turistas o locales.

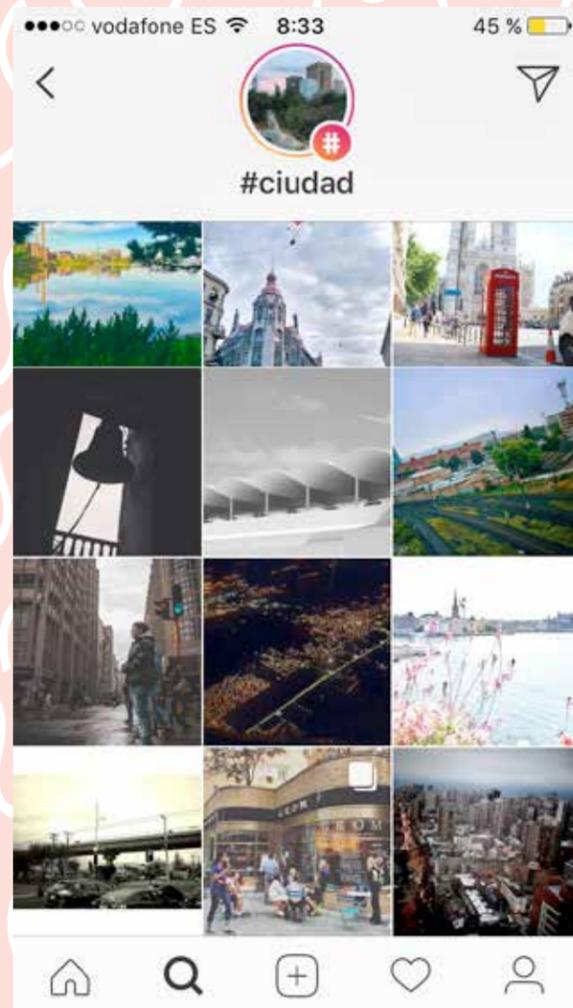


Fig. 15

En esos mapas podemos ver una estructura invisible de las ciudades, una estructura formada por llenos y vacíos generados por esas imágenes inexistentes de las que habla Joan Fontcuberta. Estas imágenes creadas por los propios ciudadanos y los visitantes a partir de vivir la ciudad de una forma visual, pueden ayudar a aportar datos socioculturales sobre las ciudades para entender como son utilizadas y tener una base a la hora de plantear una actuación teniendo en cuenta porque se hacen fotografías en una serie de sitios, porque en otros no y otras cuestiones invisibles.

Recordando a Kevin Lynch en el libro *La imagen de la ciudad*[1960], nos enseña que hay muchas formas de ver la ciudad.³⁵ La observación de la ciudad es una experiencia, que dependerá del contexto, de los recuerdos, de las experiencias, de los significados que tenga para nosotros. Tenemos que entender que la gente es tan importante como los edificios. Es la gente y la actividad la que le da el significado a la ciudad y en este caso, la imagen digital la que ahora nos enseña como percibimos las ciudades y nuestro entorno.

Desde el lanzamiento de Instagram -en 2010 para iOS y en 2012 para Android-, toda persona con un smartphone tiene la posibilidad de ser un fotógrafo. Es muy fácil hacer una fotografía, ponerle un filtro molón y compartirla en la Red. Y si sale mal, se borra y se vuelve a intentar sin miedo a tener que comprar otro carrete cuando este se termine, ya que una de las grandes ventajas es que tenemos fotos infinitas hasta que se nos llene la memoria del teléfono.



Fig. 16

Aplicaciones como Instagram o Pinterest han cambiado nuestra forma de ver arquitectura, se busca que la arquitectura sea *instagrameable* o *pineable* más allá de que este bien hecha la fotografía o se controle la técnica, lo que se busca es que se pueda difundir rápidamente por las redes y sea visualmente atractiva al instante para poder conseguir seguidores o *likes*.

Si hablamos de arquitectura instagrameable no podemos olvidar a Ricardo Bofill y la Muralla Roja de Calpe. Aunque la obra fue construida en 1973 fue hasta hace un par de años que empezó a resurgir por las redes una gran cantidad de fotografías de esta obra de Ricardo Bofill al norte de Alicante ganando el título de “El lugar más ‘instagrameable’ de España”³⁶. Sus colores pastel -entre ellos el llamado *millennial pink*³⁷-, sus líneas rectas junto con el juego de planos que se abren al paisaje la hace una presa fácil para las fotografías en la era de Instagram. Más allá de ver lo bueno o lo malo de que una obra de arquitectura se mueva mucho por las redes hasta banalizarla, nos ayuda a entender varias cosas como el hecho de que una obra controversial en su momento a día de hoy es disfrutada por la sociedad aunque sea visualmente o como una obra arquitectónica que en su momento no se pensó para ser viral en Internet se ha convertido en un icono del diseño dentro del mundo virtual.



Fig. 17

Esto lo han sabido utilizar en OMA cuando se actualizo sus redes y la web en 2015, modelando datos internos y abarcando información externa, oma.eu funciona como un sensor omnívoro, rastreando el trabajo de OMA desde el inicio hasta la post-ocupación.³⁸ Siguiendo con la tendencia de tener fotografías hechas por un fotógrafo especializado en la fotografía de arquitectura, también se le da un espacio a las imágenes de la post-ocupación que es cuando el edificio entra en uso por la sociedad. En cada proyecto ejecutado de la pagina web tienen una sección de fotografías hechas por usuarios de Instagram que gracias a la geolocalización se pueden rastrear y subir a la pagina web de OMA, de esta forma podemos ver como se usa el edificio desde el punto de vista de los usuarios. Algo que podría recordar al Síndrome Hong Kong³⁹ del que habla Joan Fontcuberta en La Furia de las Imágenes, donde uno de los principales periódicos de Hong Kong despidió a sus fotógrafos y en su lugar distribuye cámaras digitales al colectivo de repartidores de pizzas ya que son gente que conoce y sabe moverse mejor dentro de la ciudad para poder llegar a tiempo a la noticia. OMA utiliza esta táctica, convirtiéndonos a los usuarios en esos repartidores de pizza que actúan como fotógrafos de su arquitectura gracias a Instagram y poder así enseñar al mundo como es utilizado el edificio por cualquier ciudadano de a pie.



Fig. 18

Además de que en estas plataformas digitales encontramos una gran tendencia a fotografiar comida o las ya famosas selfies, es un espacio usado muchas veces como fuente de inspiración. Una fuente de inspiración de la que muchos bebemos y terminamos encontrando similitudes o casi copias de contenido, ya sea para la maquetación de un panel, la representación de un proyecto o incluso el diseño interior de unas viviendas o locales de ocio.⁴⁰

Un fenómeno estudiado por OMA y el estudio Bengler bajo el proyecto PANDA para la Trienal de Arquitectura de Oslo de 2016. Investigan como la influencia acelerada de las plataformas de intercambio digitales -como Airbnb o Uber-, tienen una implicación política y social, y como es el impacto en el ambiente construido.⁴¹

Estos contenidos son los que de una manera marcan tendencia y modifican nuestro entorno, como puede ser el caso de la gentrificación de barrios. Un barrio tradicional de la ciudad, por una serie de cuestiones se comienza a reestructurar urbanísticamente bajo intereses económicos se busca atraer gente con otro nivel económico para vivir una experiencia distinta, potenciando el lugar ya sea con cafeterías ecológicas, galerías de arte e incluso la propia vivienda sufre por la llamada airbnbización.⁴²

Teniendo en cuenta que Instagram supera los 700 millones de usuarios⁴³, Facebook los 2.000 millones (mensuales)⁴⁴ y Twitter con 328 millones⁴⁵, debemos ser capaces de entender nuestra contemporaneidad y como afecta a la sociedad, la ciudad y su arquitectura a partir de estas nuevas bases de datos que no existían hasta hace unos años.

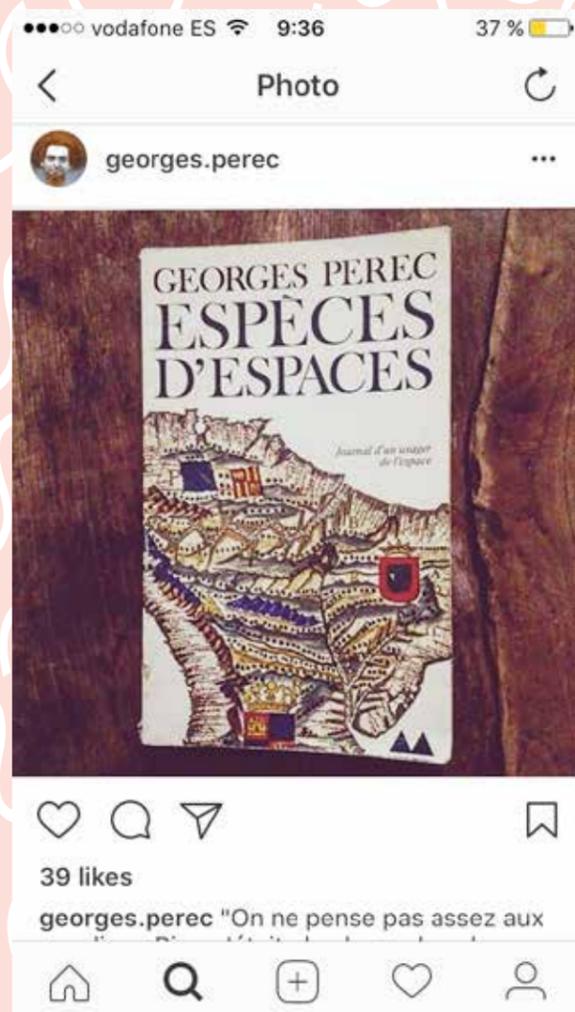


Fig. 19

Como decía Georges Perec, los espacios se han multiplicado, fragmentado y diversificado. Los hay de todos los tamaños y especies, para todos los usos y para todas las funciones.⁴⁶ En una era hiperconectada donde el teléfono móvil es una extensión más de nuestro cuerpo ya no vivimos anclados a la interpasividad de la que hablaba Slavoj Žižek. Experimentamos la ciudad y sus espacios de una forma distinta con estos dispositivos electrónicos, ya no podemos hablar de espacio público y espacio privado, la definición de espacio ha cambiado.

Notas.

23. Obal, L. Benyei, J. (2016). *Sergison Bates Architects, 2004-2016*. Madrid: El Croquis.
24. Zaera, A. (1998). Un mundo lleno de agujeros. *El Croquis 88/89 Mundos/ Worlds (I)*, pp. 308-323
25. C. Levene, comunicación personal, 26 de junio de 2017
26. Editorial Gustavo Gili (12 de enero de 2016). *La Editorial Gustavo Gili cede el testigo de la revista 2G a la editorial Walther König*. [Blog] GGBlog. Recuperado de: <https://ggili.com/blog/2016/01/12/la-editorial-gustavo-gili-cede-el-testigo-de-la-revista-2g-a-la-editorial-walther-konig-3/>
27. Archdaily. (2015). *About*. Recuperado de: <http://www.archdaily.com/content/about>
28. Torres, A. (22 de diciembre de 2016). Así crearon la web de arquitectura con más visitas del mundo. *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2016/12/08/talento_digital/1481220445_071211.html
29. Torres, A. *op. cit.*
30. C. Levene, comunicación personal, 1 de agosto de 2017
31. *Prosumidor en español, mejor que prosumer*. (13 de diciembre de 2013) Recuperado de: <http://www.fundeu.es/recomendacion/prosumidor-en-espanol-mejor-que-prosumer-1292/>
32. *Oxford Dictionaries Word of the Year 2015 is...* (16 de noviembre de 2015) Recuperado de: <http://blog.oxforddictionaries.com/2015/11/word-of-the-year-2015-emoji/>
33. Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes*. (1ª edición). Barcelona: Galaxia Gutenberg, p.26
34. Fischer, E.(Data Artist). (2010). Locals and Tourists.[Imagen Digital]. Recuperado de: <https://www.flickr.com/photos/walkingsf/sets/72157624209158632/detail/>
35. Lynch, K. (1998). *La imagen de la ciudad*. (3ª edición). Madrid: Gustavo Gili
36. Salas, A. (22 de marzo de 2017). El lugar más 'instagrameable' de España está en Calpe. *Smoda*. Recuperado de: <https://smoda.elpais.com/moda/muralla-roja-calpe-edificio-famoso-instagram/>
37. Berezna, A. (14 de noviembre de 2016). This is why you're seeing a lot of pale dogwood. A.k.a., "millennial pink". *The Ringer*. Recuperado de: <https://www.theringer.com/2016/11/14/16044920/pale-dogwood-pink-color-startup-brands-574c36c12427>
38. *OMA Launches New Website*. (15 de septiembre de 2015). Recuperado de: <http://oma.eu/news/oma-launches-new-website>
39. Fontcuberta, J. *op. cit.*, pp.35-37
40. Newton, C. (20 de julio de 2017). Instagram is pushing restaurants to be kitschy, colorful, and irresistible to photographers. *The Verge*. Recuperado de: <https://www.theverge.com/2017/7/20/16000552/instagram-restaurant-interior-design-photo-friendly-media-noche>
41. *PANDA*. (2016). Recuperado de: <http://oma.eu/projects/panda>
42. *L'Airnbisitation menace les centres-villes européens*. (5 de julio de 2017). Recuperado de: http://immobilier.lefigaro.fr/article/quand-l-airnbisitation-menace-les-centres-villes-europeens_18737b14-6181-11e7-8697-e953ea7cf4e0/
43. *700 Million*. (2017). Recuperado de: <http://blog.instagram.com/post/160011713372/170426-700million>
44. *Facebook crosses 2 billion monthly users*. (2017). Recuperado de: <https://www.theverge.com/2017/6/27/15880494/facebook-2-billion-monthly-users-announced>
45. *Twitter's Surprising User Growth Bodes Well For 2017*. (2017). Recuperado de: <https://www.forbes.com/sites/greatspeculations/2017/04/27/twitters-surprising-user-growth-bodes-well-for-2017/#3c5b22892e11>
46. Perec, G. (2003). *Especies de espacios*. 2ª edición. Barcelona: Editorial Montenos. p.25



Fig. 20

Partiendo de un enfoque generacional y cultural, me considero *milenial*. Crecí en los 90's, dentro de una familia de clase media, soy de una generación en la cual tener televisión era normal y lo raro era que no se tuviera una. Las novedades dentro de mi generación fue el Internet, tener un ordenador en casa y el teléfono móvil. Mientras que en la generación anterior a la mía -la Generación X- la novedad era tener acceso a un televisor. En mi generación siempre hemos vivido en contacto con algún tipo de pantalla, aquellos dispositivos a los que se les define de mala manera como una ventana al mundo. Pero más que una ventana es otra pared dentro de un pasillo que conecta dos puntos distintos, siendo esta nuestra propia pared de luz contemporánea.⁴⁷ La pantalla es una pared de cristal negro que cuando se enciende nos muestra un mundo tanto ajeno como cercano a nosotros, con una capacidad de conectar tiempos y espacios distintos. Pero cuando esta apagado, nos muestra la realidad y su superficie nos hace de espejo revelándonos nuestro propio reflejo.

La imagen que vemos en la pantalla es la de nuestro cuerpo con la mirada fija hacia esa medialidad, atrapados en un reflejo como si fuésemos una mezcla entre Eco y Narciso, donde vivimos *retwitteando* las cosas que otros dicen sin poder comunicarnos mientras vivimos perdidos en nuestro propio reflejo de estas paredes de luz, siendo estas capaces de evocarnos tanto la presencia de las cosas presentes como las pasadas, al igual que evocan también las vivencias y recuerdos de las personas que las han habitado, visto o leído.

Ya hablamos de como la manera en que habitamos está cambiando, apareciendo nuevos dispositivos electrónicos que nos mantienen conectados e informados las 24 horas del día, tanto las personas entre sí, como las personas con los objetos. Podríamos hablar de que nos apropiamos de un nuevo espacio de manera virtual en vez de habitarlo, ya que como dice el ensayista argentino Nicolás Cabral "no se habita el espacio abstracto e indistinto, sólo es posible apropiarse de un lugar en tanto extensión. Lo delimitado, lo que posee una forma. Importa, entonces, no el sitio que se habita sino la manera de habitarlo, o sea, de construirlo: los lugares son siempre sociales."⁴⁸ Pero 'habitar es vivir un espacio, es usarlo y es aprehenderlo. Habitar significa dejar huellas', decía Walter Benjamin. Habitar un espacio es apropiarse de él y las huellas que en ellos dejamos solo son visibles para el que las deja y no son transferibles.⁴⁹ Como esas huellas que dejamos al tocar la pantalla de nuestros dispositivos, huellas que muestran nuestra forma de habitarlo.⁵⁰

Este espacio lo inundamos de información e imágenes a gran velocidad, habitamos este nuevo espacio donde el tiempo es acelerado. Entendiendo la aceleración como el espíritu de nuestra época, se puede ver como repercute en la arquitectura contemporánea, la cual frente a ser una arquitectura comunicable y transmisible, se busca ser una arquitectura instagrameable y consumible. Una arquitectura rápida que adopta el concepto de *fast-food* convirtiéndose en una *fast-architecture* lista para ser consumida, no hay tiempo para analizarla con calma y entender el mensaje. Lo central es la visibilidad.⁵¹



Fig. 21

Son la instantaneidad y el fácil acceso a la información, los grandes dones y maldiciones de nuestra generación. Nos llega todo tan rápido que no nos da tiempo a veces a digerir una cosa cuando rápidamente aparece otra que dice ser más importante que la anterior. Los medios de comunicación contemporáneos nos hacen vivir en una medialidad, donde nos es difícil saber que es real y que no lo es o si lo que vemos está pasando ahora o en diferido. La distorsión del espacio y del tiempo por los medios de comunicación es algo de lo que ya hablaba Marshall McLuhan en su libro *El Medio es el Mensaje* [1967], en el cual llama circuitos eléctricos a los televisores, radios, -incluso a los dispositivos análogos de comunicación como podrían ser los periódicos o revistas dentro de este término- al tenernos conectados con lo que pasa en el mundo. “El circuito eléctrico ha demolido el régimen de tiempo y espacio... Ha reconstruido el diálogo en escala global. Su mensaje es el cambio total. Los viejos agrupamientos cívicos, estatales, nacionales ya no funcionan.”⁵² El circuito eléctrico nos muestra el sufrimiento de personas en desastres naturales o en guerras y como esas personas se han vuelto vicarias de nosotros frente a esos horrores. Se conecta nuestro espacio con el espacio de aquel suceso, vemos todo a una cierta distancia desde la pantalla y eso nos otorga una sensación de seguridad. Como dice Remedios Zafra: “La pantalla nos enseña repetidamente la tragedia, el conflicto, la normalización de imágenes de maltrato, muerte y humillación y violencia, como las más habituales escenas cotidianas. Como si la sensación de seguridad que nos sugiere la habitación conectada, respondiera al menos parcialmente a un importante dosis de miedo previa”.⁵³

Entre un primer espacio offline -físico- y un segundo espacio como lo es el espacio online -virtual-, se genera algo que no se ve a simple vista como es un tercer espacio. Es ese espacio que se crea entre el mundo offline y el mundo online. En este caso es la pantalla la que crea ese espacio intermedio, ya sea la pantalla del móvil o de la televisión o del ordenador, la pantalla ayuda a crear un tercer espacio* un espacio intermedio, pero este nuevo espacio no nos separa de un **Interior-Exterior** como puede hacerlo una ventana, más que separar dos espacios es una continuación de ambos. La pantalla nos une en distintos tiempos y dentro de varios espacios, los cuales son espacios compartidos donde pueden participar desde dos personas o una multitud. Hablamos de espacio y no de lugar, ya que como anota Edward Soja en el libro *Thirdspace* [1996], para muchos geógrafos culturales el lugar es algo concreto e inmediato con un efecto cultural, mientras que el espacio es algo más abstracto, distanciado y etéreo.⁵⁴ Sin llegar a usar alguna vez el término, Lefebvre fue el primero en descubrir, describir e indagar sobre el tercer espacio como una manera radicalmente de observar, interpretar y cambiar la espacialidad humana.⁵⁵



Estas nuevas espacialidades crean una serie de distintas heterotopías ya formuladas por Michael Foucault a través de cinco principios en su texto *Des Espaces autres*[1984]. Como dice el tercer principio por lo general una heterotopía tiene como regla yuxtaponer en un lugar real, varios espacios que normalmente serían incompatibles, estos nuevos espacios son generados simultáneamente por el cuerpo y la mente. Phillip Johnson citado por Beatriz Colomina decía algo parecido sobre la casa de cristal “Una pared es solamente una idea en tu cabeza, si tu tienes la sensación de encierro ya estas en una habitación.”⁵⁶

Podríamos llamar mediatopías a estas nuevas relaciones espaciales generadas por los medios de comunicación y la sociedad. Las cuales nos crean nuevos espacios que habitamos de manera efímera, estos espacios que no son ni públicos ni privados. Estas mediatopías son espacios híbridos entre lo público y lo privado, si comparamos el hecho de leer un libro en la habitación con hacer *scroll* en Facebook es un acto privado que pasa a ser público cuando aparece el like.⁵⁷ Dentro de esos espacios se puede hacer lo mismo que se hacía cuando uno estaba en un espacio offline. Por ejemplo cuando vamos andando por la calle y aunque estamos compartiendo un espacio offline con más personas, con la ayuda de nuestro teléfono móvil generamos el tercer espacio y podemos entrar en una mediatopía. Mediatopía que podría ser desde practicar sexting con una persona que se encuentra en otra parte, hacer un stories para instagram o snapchat, interactuar con alguna publicación de facebook, cazar pokemons gracias a la realidad aumentada, hasta el hecho de conectarnos para hablar por video conferencia con alguien. Interactuamos de una forma distinta con el entorno a como lo hacíamos hace unos años gracias a estos nuevos medios de comunicación ya no es posible pensar que solo existe un interior y un exterior que se relacionan solo entre ellos, en nuestra contemporaneidad existe varios interiores y varios exteriores conectados por el tiempo como pueden ser los siguientes casos de mediatopías:

Interior-Interior'. Un espacio que se genera cuando dos personas hablan por Skype desde sus respectivos cuartos propios conectados uniendo un mismo tiempo pero dos espacios interiores separados espacialmente. Son dos espacios que en principio son privados y que se vuelven públicos cuando la privacidad es compartida en la red.



Fig. 23



Fig. 24

Interior-Exterior'. Una persona viendo desde la pantalla en su cuarto propio conectado una retransmisión en directo de un suceso en algún otro lugar sin tener que estar presente físicamente en ese lugar para sentirse parte del suceso. Es a través de las reacciones o comentarios que las plataformas digitales facilitan para que la persona puede experimentar la relación social con ese otro espacio.



Fig. 25



Fig. 26

Exterior-Interior-Exterior'. Distintos puntos de un mismo espacio exterior en los cuales varias personas retransmiten en vivo por ejemplo dentro de alguna marcha multitudinaria en la cual existen varias retransmisiones al mismo tiempo a través de los teléfonos móviles y llegan a distintos puntos ya sean interiores o exteriores.

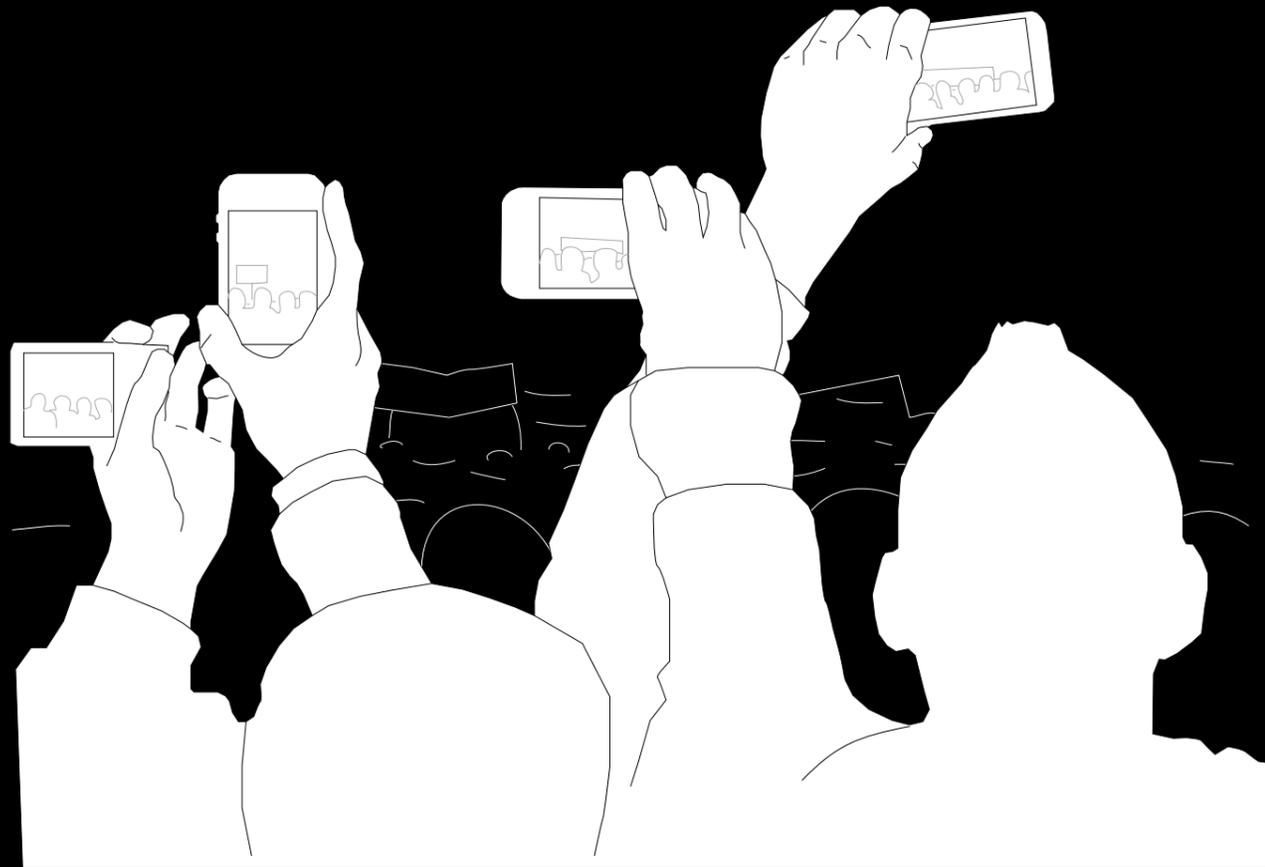


Fig. 27

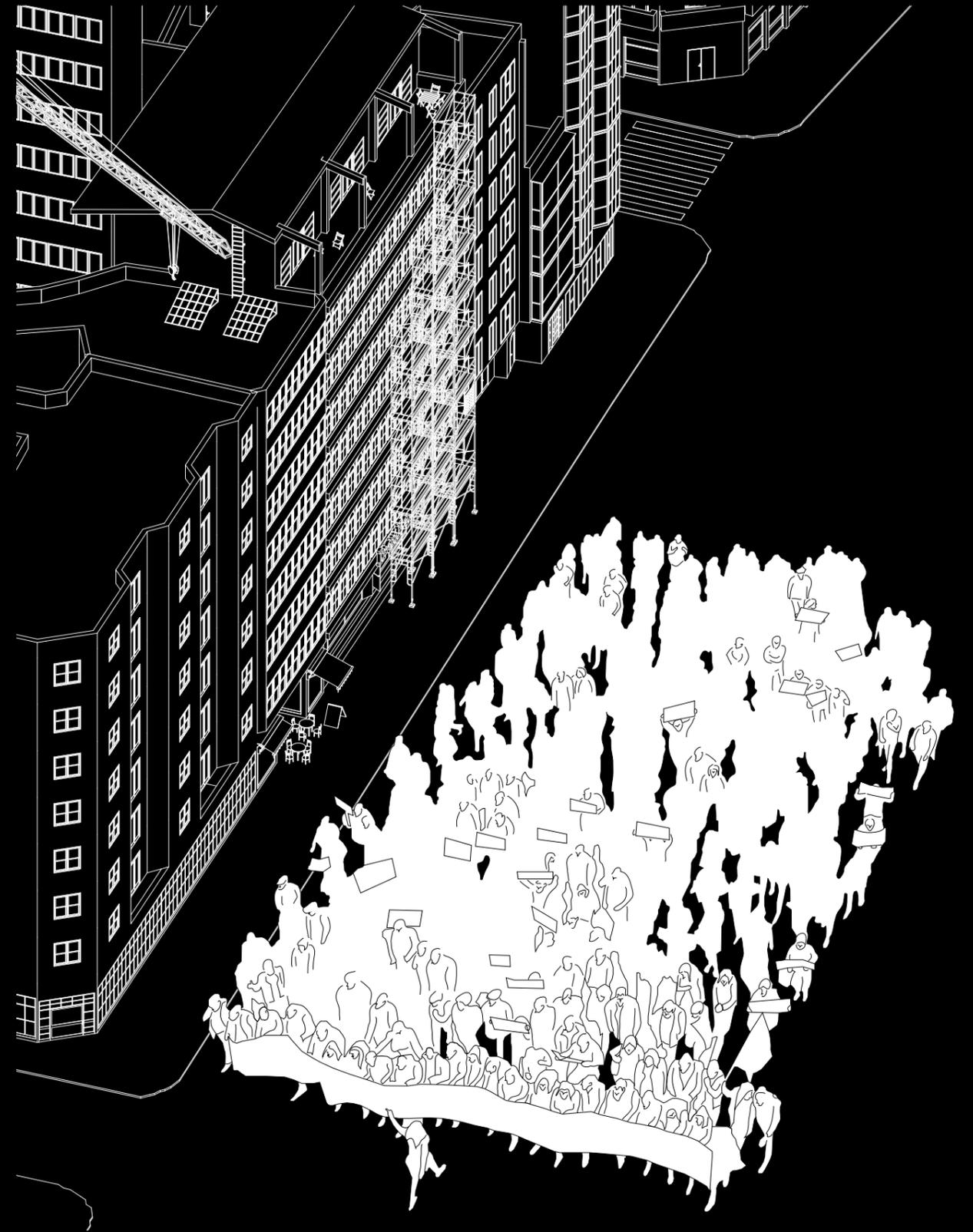


Fig. 28

Interior-Exterior-Interior'. Las relaciones entre espacios pueden ser aún más complejas hasta tal punto que en las procesiones de Málaga de 2017 se ve como una señora retransmite para otra señora, sacando su portátil desde el balcón para que la otra señora pueda ver la procesión sin salir de la habitación.⁵⁸

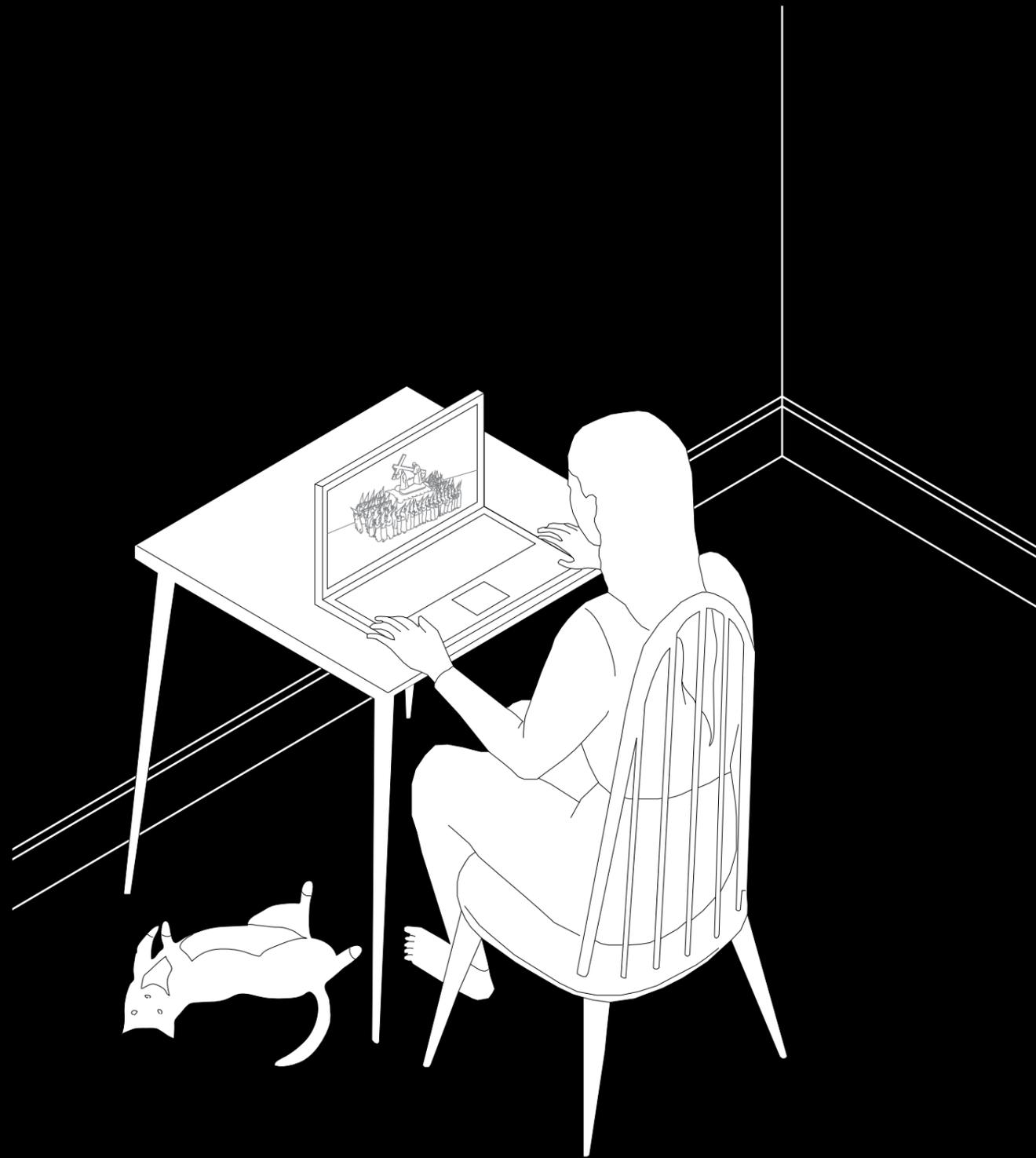


Fig. 29

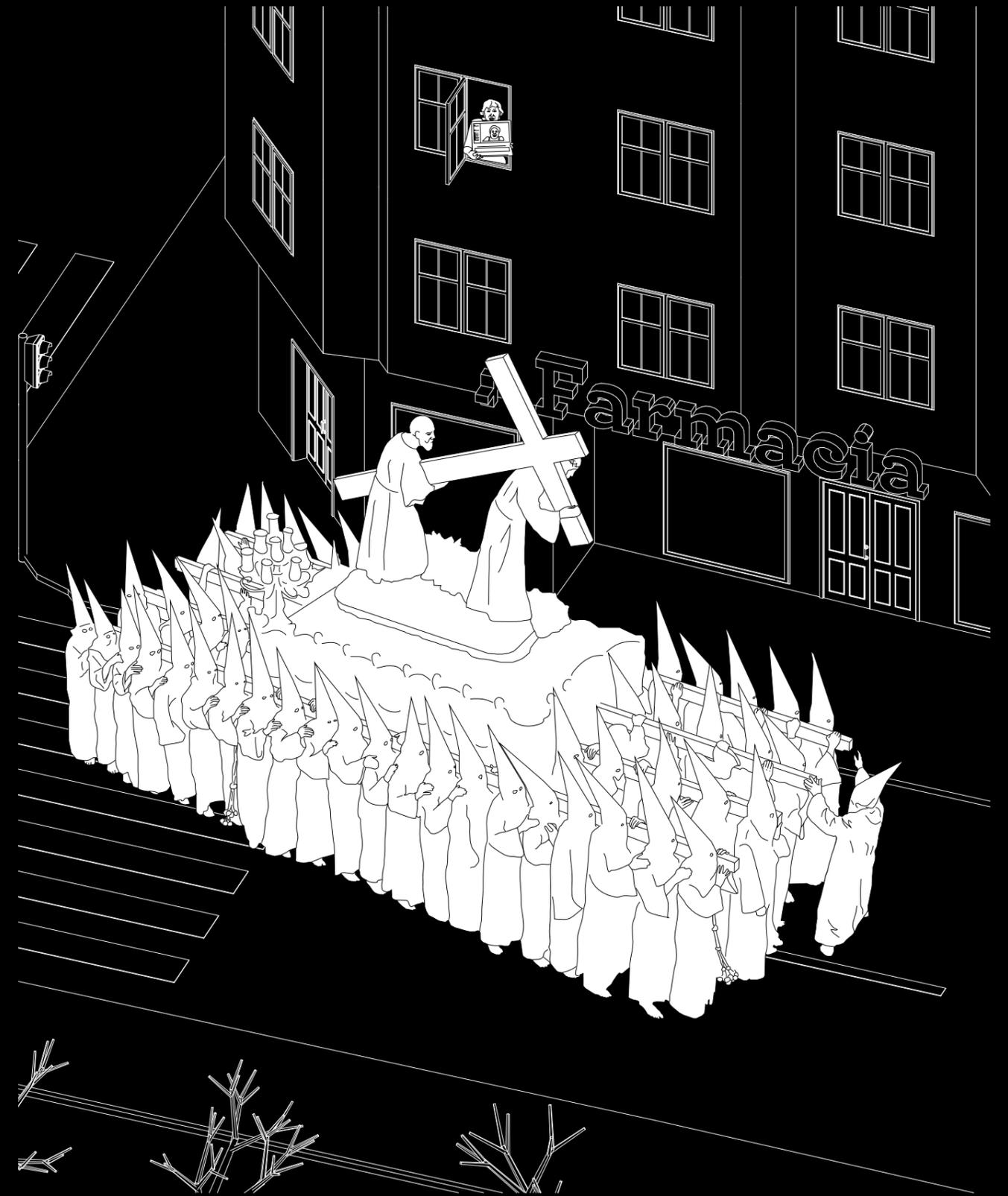


Fig. 30



Fig. 31

Nos encontramos dentro de un circuito eléctrico⁵⁹ donde existen lazos invisibles que nos vinculan los unos con los otros. A veces se dice que existen conexiones especiales entre las personas, pero también hemos visto que existen ciertos tipos de conexiones especiales entre objetos y personas. Si dentro del circuito eléctrico en el que vivimos, rompemos esa conexión ya sea con una persona o con un objeto, no podremos comunicarnos o también puede pasar que el propio objeto se ha vuelto obsoleto y pierda su capacidad de comunicar. La comunicación tiene la finalidad de transmitir una idea, sea como sea. Nosotros como seres humanos siempre hemos querido comunicar de una u otra forma nuestras experiencias, pensamientos y logros. Desde mensajes en forma de pinturas en los muros dentro de las cavernas, los cuales cuentan cómo se reunió una parte de la sociedad para cazar un bisonte y así poder alimentarse. Hasta situaciones más contemporáneas como una actualización en nuestro muro en nuestra propia caverna virtual como es Facebook o Twitter, son esas mismas plataformas las que cada vez que entramos nos preguntan: ¿Qué estás pensando? / ¿Qué está pasando?. Es el circuito eléctrico el que nos pide darle un mensaje para comunicarlo a la red y así hacer partícipes a los demás de nuestra mediatopía. Un mensaje que últimamente en las plataformas digitales se ha volcado más a la imagen e incluso al GIF o al vídeo a veces llegando a su viralización, dejando casi en un segundo plano el texto. Como decía Marshall McLuhan, al ser humano le cambiaron un ojo por un oído. El órgano dominante de la orientación sensorial y social en las sociedades prealfabéticas era el oído: Oír era Creer.⁶⁰

Gracias a los avances de la tecnología, vamos evolucionando con lo que hacemos o fabricamos. En contraposición a lo denominado como Homo Sapiens, aparece el Homo Faber.⁶¹ Un concepto del filósofo francés Henri Bergson dice que no solo pensamos, sino que fabricamos cosas. El ser humano a diferencia de otros seres vivos, la mayoría de las veces no se adapta a su entorno, lo adapta a su voluntad. Los situacionistas no lo vieron tan claro y se decantaron por un nuevo tipo de ser humano para generar sus investigaciones. El Homo Ludens⁶² -investigado por Johan Huizinga en 1949-, era el ser humano que aprende jugando y su desarrollo se basa en el juego. Este ser humano sería el que viviría en la utopía situacionista de la Nueva Babilonia[1959] de Constant Nieuwenhuys.⁶³ Actualmente vivimos en la era de la imagen, se dice que existe el amor a primera vista, que la comida entra por los ojos, que la primera impresión es lo que cuenta, la belleza está en los ojos de quien mira, si no lo veo no lo creo, etc. Desde el punto de vista de los apocalípticos⁶⁴ se ha rendido el escuchar al ver, el aprender a través de las historias se ha pasado a tener que aprender a través de imágenes. La pluma de ganso acabó con la conversación⁶⁵, Video Killed The Radio Star⁶⁶ o algo más actual sería que Whatsapp acabó con las relaciones.⁶⁷ -Ceci tuera cela-⁶⁸ El ser humano de nuestra cultura se ha moldeado hasta ser convertido en un ser humano visual, una especie que se alimenta, aprende y se comunica a través de las imágenes. Nos hemos convertido en un: Homo Imago.⁶⁹



22 : 50



23 : 30

Fig. 32

En el proyecto Interludios Remotos de LigaDF espacio de exposición para la arquitectura en la Ciudad de México, investigan sobre el espacio que hay entre nosotros, sobre la distancia que nos separa, ya sea grande o pequeña, y sobre como subvertirla a través de una conexión para el mundo hiperconectado en el que vivimos. Mediante las preguntas: ¿Cómo estar juntos estando lejos? ¿Es posible crear un vínculo remoto? El proyecto invita a dos parejas de arquitectos y artistas a alejarse el uno del otro. La mitad de cada una de las parejas realizará una residencia de investigación en México, mientras la otra mitad acompaña esta vivencia desde España. Entre ellos se establece un canal online de conversación, en el que se construye el proyecto, una conversación de Whatsapp.⁷⁰ En una de las dos ocasiones que se hizo este experimento por un lado con el estudio catalán de MAIO donde Anna Puigjaner en México y Guillermo López en España crearon una conversación de Whatsapp a base de imágenes durante 7 días, para después poner en común lo que quiso decir cada uno y ver si entendía lo que la otra persona quería decir. Un experimento que nos invita a observar, a descubrir una ley aparente todavía desconocida⁷¹, el hecho de que como Homo Imago somos también imago-parlantes. Capaces de comunicarnos solo a base de imágenes, recuperando la idea del jeroglífico para transmitir nuestras ideas por medio de emojis hasta de los memes.⁷²

Se podría decir que el Homo Imago es un Voyeur. Está constantemente viendo, mirando, observando desde una cierta distancia, ya sea con deseo o no. Pero existe esa distancia y como el flâneur, pasea y al estar alejado pasa inadvertido pero al mismo tiempo está en el centro del mundo. Quiere ver pero no ser visto. Cuando el Homo Imago toma una distancia ante el objeto, una postura no interactiva con lo que sucede a su alrededor que lo vuelve un ser moderno.

Si el Homo Ludens vive en la nueva babilonia, el Homo Imago vive a través del tercer espacio. Los situacionistas planteaban derivas a través de las emociones, Facebook ayuda al Homo Imago a experimentar un tipo de deriva digital mientras hace scroll dentro de la plataforma, el Homo Imago gracias a las reacciones en las publicaciones, puede transmitir su felicidad, amor, indiferencia o agresividad, sea verdad o no.

El hecho de que una sociedad cambie, afecta a la arquitectura, ya que se debe adaptar para resolver los nuevos cambios que aparezcan en el contexto. El arquitecto también es un Homo Imago, Le Corbusier se definía a el mismo como un impenitente visual.⁷³

Es por esto que ya no podemos proyectar solo para el tradicional Homo Sapiens, ese habitante de lo offline. Hemos creado una nueva representación del ser humano, somos el Homo Imago que no solo aprende y se comunica a través de imágenes, también trabaja y desde la pantalla es participe de la construcción tanto del mundo online como el offline, un avatar que puede adoptar cualquier bando en ese nuevo espacio. Somos parte de una sociedad que vive a través de heterotopías generadas por un tercer espacio entre la ciudad virtual y la ciudad tradicional las 24 horas del día, pudiendo estar aquí y allá al mismo tiempo o en diferido.

47. Colomina, B. (2010). *Privacidad y publicidad: la arquitectura moderna como medio de comunicación de masas*. 2ª edición. Murcia: CENDEAC. p.21
48. Cabral, N. (27 de junio de 2017). Formas de habitar. *Blog de crítica*. Recuperado de: <http://blogdecritica.com/formas-de-habitar/>
49. Mejjide, J. (22 de febrero de 2016). Mi casa es mi castillo. *Veredes*. Recuperado de: <http://veredes.es/blog/mi-casa-es-mi-castillo-jorge-mejjide/>
50. Hernández, P. (2017, mayo). Los habitantes del cristal. Comunicación presentada en el *I Congreso Internacional de Comunicación Arquitectónica. COCA Mediaciones. 2017, 17-19 de mayo*. Madrid: Universidad politécnica de Madrid. (pp. 57-60). Recuperado de: <https://drive.google.com/file/d/0B3EzKNt3wPVZ2V1dkRRVEJESmM/view>
51. Concheiro, L. (2016). *Contra el tiempo. Filosofía práctica del instante*. 1ª edición. Barcelona: Editorial Anagrama. p.51
52. McLuhan, M. & Fiore, Q. (1997). *El medio es el mensaje: Un inventario de efectos*. 4ª edición. Barcelona: Grupo Planeta. p.16
53. CCCB. (19 de enero de 2017). DEBAT. Cos, desig i (ciber)espai. Conferència de Remedios Zafra (VO Es). [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://vimeo.com/200178044>
54. Soja, E. (1996). *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*. 3ª edición. Oxford: Blackwell. p.40
55. Soja, E. (1996). *op. cit.* p.29
56. cristinaeateb (14 de noviembre de 2011). Beatriz Colomina 2/3. [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://youtu.be/shhXj-jJiAh4>
57. Havlin, L. (12 de abril de 2017). The Public and the Private: Photography's New Digital Territories. Magnum Photos. Recuperado de: <https://www.magnumphotos.com/theory-and-practice/the-public-private-photography-s-new-digital-territories/>
58. Arciniega, J. (2017). Señora retransmitiendo a otra señora las procesiones vía Skype. [Fotografía]. Recuperado de: <http://www.laopiniondemalaga.es/multimedia/fotos/malaga/semana-santa/2017-04-10-88611-otras-imagenes-semana-santa-malaga.html>
59. McLuhan, M. & Fiore, Q. (1997). *op. cit.*
60. McLuhan, M. & Fiore, Q. (1997). *op. cit.* p.44
61. Bergson, H. (1998). *Creative Evolution*. 1ª edición. Nueva York: Dover Publications
62. Huizinga, J. (1949). *Homo Ludens*. Londres: Routledge and Kegan Paul Ltd
63. Rodríguez, C. (13 de octubre de 2008). New Baylon [1959] Constant. *Arqueología del Futuro*. Recuperado de: <http://arqueologiadelfuturo.blogspot.com.es/2008/10/new-babylon-1959-constant.html>
64. Eco, U. (1984). *Apocalípticos e integrados*. 7ª edición. Barcelona: Lumen
65. McLuhan, M. & Fiore, Q. (1997). *op. cit.* p.48
66. The Buggles. (1979). Video Killed The Radio Star. En *The Age of Plastic*. [Disco de Vinilo]. Londres, Reino Unido: Island Records
67. Lozano, G. (27 de enero de 2017). ¿Sabrán conversar cara a cara las próximas generaciones? *Yorokobu*. Recuperado de: <http://www.yorokobu.es/empatia/>
68. Eco, U. (1998). *El futuro del libro*. Barcelona: Paidós. pp. 303-314
69. Mencionado en Foster, H. (2014). *The First Pop Age: Painting and Subjectivity in the Art of Hamilton, Lichtenstein, Warhol, Richter, and Ruscha*. Nueva Jersey: Princeton University Press
70. LIGA, Espacio para Arquitectura. y García-Masedo, P. (2017). *Interludios Remotos 33. MAIO*. Ciudad de México.
71. LIGA, Espacio para Arquitectura. y García-Masedo, P. (2017). *op. cit.*
72. Memes, design and politics. (2017). Recuperado de: <http://strelka.com/en/magazine/2017/03/20/memes-design-and-politics>
73. “Yo soy un asno que tiene ojo. Se trata del ojo de un asno que tiene capacidad para sentir. Soy un asno que tiene el instinto de la proporción. Soy y sigo siendo un visionario impenitente.” Le Corbusier. (1966). *Mise au point*. Madrid: Abada editores. p.38

V. CONCLUSIONES [CARNE DE PÍXEL]

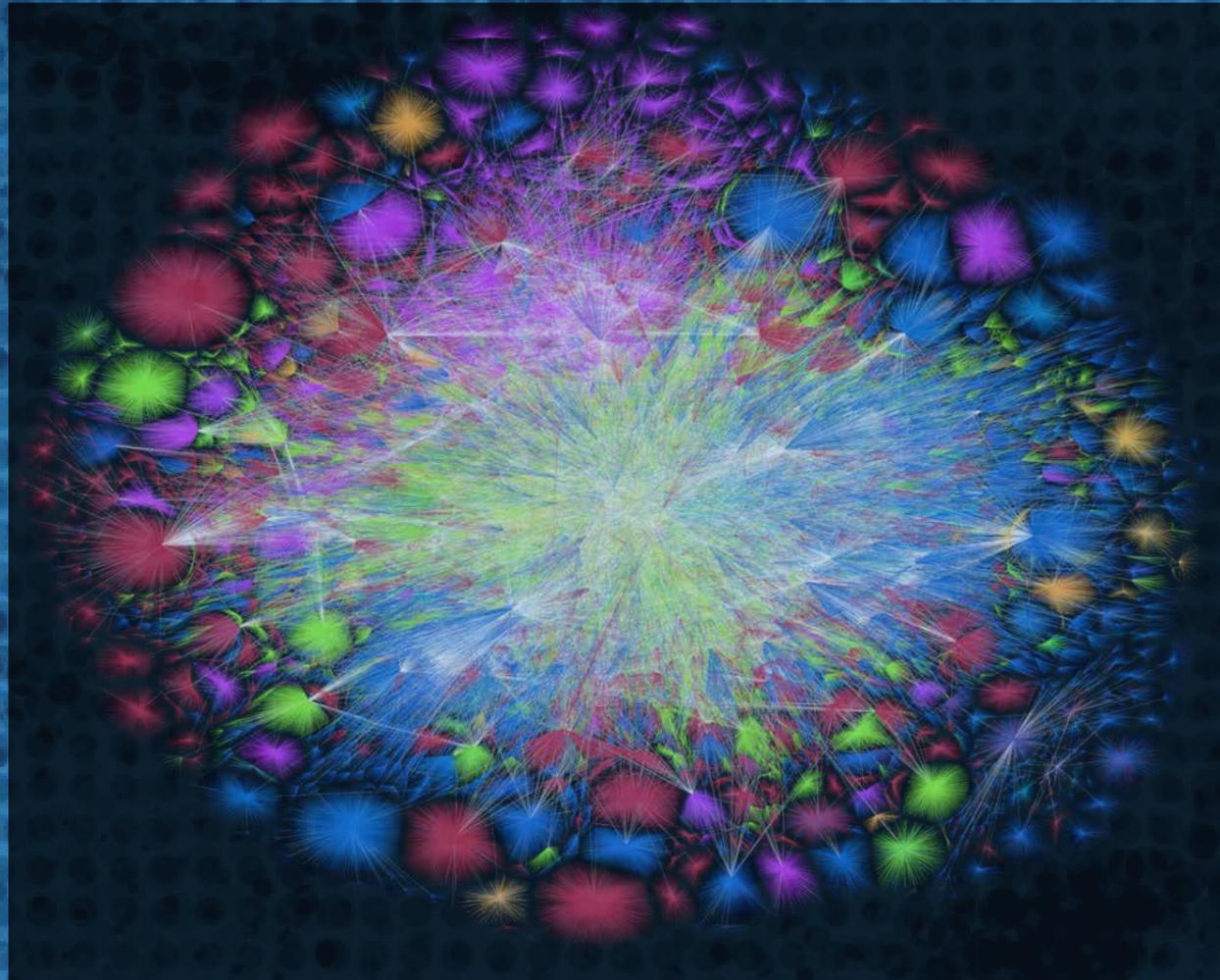


Fig. 34

Cuando hablamos del espacio virtual y de Internet debemos tener claro que no todo son castillos en el aire⁷⁴, hay una correlación física de lo que existe en el espacio virtual. Mucha gente -especialmente en el cine- ha intentado imaginar como es el espacio virtual, preguntándose ¿Cómo sería el Internet si de verdad fuese un espacio físico? ¿Cómo sería ese lugar si se pudiera visitar?, si se pudiera ver, oír o hasta oler. Desde la distópica trilogía de Matrix[1999] de las hermanas Lana y Lilly Wachowski donde el mundo virtual es una copia de lo que fue el mundo real, hasta las coloridas representaciones ingravidas vistas desde la animación japonesa como Summer Wars[2009], no podemos parar de imaginar como serían esos espacios dentro de Internet.

En ese imaginario pero basándose en hechos reales, el artista estadounidense Barrett Lyon hizo una representación de lo que sería el mapa de Internet⁷⁵, entendiéndolo como una serie de líneas y puntos que se conectan entre sí. El resultado es una nebulosa de colores que representan los continentes, sus conexiones y su propia expansión. El Internet en realidad es una serie de cables que conectan distintos puntos en el territorio atravesando océanos, valles y montañas.

El territorio está conectado otra vez como si fuese la Pangea 2.0, vivimos en la aldea global de la que hablaba Marshall McLuhan, en ese suceder simultáneo donde todos sabemos lo que pasa al otro lado del mundo sin tener que estar presentes⁷⁶, casi como un desdoblamiento del yo físico al yo virtual, que viaja por los tubos de fibra óptica de un punto de conexión a otro. Esos puntos de conexión es a lo que Andrew Blum llama los lugares del Internet, los cuales son lasers, las cajas, los edificios, son las realidades físicas⁷⁷ y como tales el Internet también tiene una materialidad que es la suma de todas esas materialidades.

Dentro de estas realidades físicas del Internet viajan millones de datos, en 2012 la empresa de informática IBM apuntaba que cada día se generaban cerca de 2.5 quintillones de bytes diariamente en el mundo, -unos 2.500 millones de GigaBytes de datos⁷⁸-. Decían que si todos los datos fueran guardados en CD's, se generaría una gran torre que mediría la misma distancia que existe desde la Tierra hasta la Luna y de regreso. -Ahora mismo puede que sea cuatro veces más⁷⁹.-



Fig. 35

Todos esos datos son la información personal, recuerdos y vivencias de nuestro yo digital que almacenamos en la llamada nube sin ser conscientes de su fragilidad. La nube, pese a que su nombre nos pueda indicar que es algo etéreo, infinito y que no ocupa lugar, tiene su repercusión en el espacio físico. En realidad esa nube son los centros de procesamiento de datos ubicados en todo el mundo cuyo objetivo es gestionar esa inmensa cantidad de información que generamos.

Todas las empresas ya sean públicas o privadas cuentan con sus propios centros de procesamiento de datos que son construcciones donde lo importante son las máquinas y los datos que hay en su interior. Muchas veces son edificios dentro de las ciudades o en polígonos industriales de las periferias, pero como apunta Rem Koolhaas en su conferencia en Navarra durante el IV Congreso Internacional de Arquitectura y Sociedad: Cambio de Clima. “Ciertas compañías digitales se han vuelto tan cruciales para nuestra economía y nuestros transportes y para nuestra vida. Que para cumplir sus cometidos ellos ya no pueden usar la ciudad, más que nada porque sus edificios se están volviendo muy grandes y tienen una escala mayor que la ciudad.”⁸⁰

Al no poder ser contenidas dentro de la ciudad estas nuevas construcciones crean una capa más dentro del rural, una capa donde la escala humana es obviada⁸¹ y la escala de producción, de almacenamiento y protección de la información es la que rige estos espacios a la hora de proyectarse. Se crea una nueva monumentalidad en el paisaje, una nueva forma de experimentar lo sublime como si aquellas representaciones utópicas del Monumento Continuo[1969] de Superstudio para la urbanización total se estuvieran haciendo realidad.



Fig. 36

En 1999 el estudio holandés de MVRDV desarrolló una investigación teniendo en cuenta la disolución del entorno urbano generado por los medios de comunicación y las posibilidades que tienen los datos tanto económica como espacialmente. Esta investigación urbanística llevada al extremo dio forma a la utopía llamada Metacity/Datatown. Entendiendo que el crecimiento de las ciudades está influenciado por los medios de transporte a lo largo de la historia y teniendo en cuenta que las distancias de los límites urbanos son equivalentes a una hora de recorrido. En la Edad Media fue de 4 km de caminata. En la década de 1920 el desarrollo de la ciudad jardín se basa en la bicicleta con una distancia de 20 km. El uso masivo del coche condujo en los años 80 a ciudades de cerca de 80 km. Y ahora con el tren de alta velocidad, se plantea que la ciudad puede ser un área de 400x400 km. Es una ciudad que quiere ser descrita por información, una ciudad que no conoce ninguna topografía dada, ninguna ideología prescrita, ninguna representación, ningún contexto. Sólo datos puros.⁸² Pese a solo ser una investigación nos sirve como arquitectos para ser autocríticos a la hora de plantear cosas como la smartcity y ser conscientes de lo que pueden ocupar los datos que almacenamos.

Todos estos elementos de los que se conforma Internet, tienen una reacción en la sociedad y el paisaje, ya sea desde guerras por las minas de República Democrática del Congo para la obtención de tantalio, que se extrae bajo el nombre de coltán.⁸³ Hasta las monumentales piscinas de litio en el desierto de Atacama al norte de Chile, ese material que da vida a las baterías de nuestros dispositivos electrónicos y a la vez crea uno de los paisajes más surrealistas y dañinos del mundo.⁸⁴

La obtención de recursos también ha visto su evolución hacia lo digital como lo que podríamos denominar tecnominas.⁸⁵ Que son un conjunto de ordenadores conectados en red para minar -generar una serie de datos mediante operaciones muy complejas en red- lo que serían criptomonedas, un nuevo tipo de divisa que ha visto su auge en los últimos años dado a su uso dentro de operaciones digitales, obteniendo beneficios en criptomonedas por ejemplo Bitcoins con un valor en el mercado de hasta más de 3500 euros por cada Bitcoin.⁸⁶

Nuestra contemporaneidad necesita del espacio físico tanto como de la estructura virtual generada por los medios de comunicación. Las mediatopías definidas anteriormente pueden ser una herramienta para la exploración de ambos espacios y sus posibles interacciones híbridas.

En conflictos como los de Gaza, los medios de comunicación además de informar son utilizados para reconstruir hechos y poner en evidencia actos que sin la ayuda de las redes sociales quedarían en el olvido. Tal es el caso del informe Black Friday[2015], una colaboración entre el proyecto Forensic Architecture y Amnistía Internacional. Su objetivo es proporcionar una reconstrucción detallada de los acontecimientos de la ciudad de Rafah, en la franja de Gaza, entre 1 de agosto al 4 de agosto de 2014, basándose principalmente en el material encontrado en las redes sociales. Dado que el equipo de Forensic Architecture no podía entrar en Rafah utilizaron las mediatopías -imágenes y vídeos- hechas por vecinos de la zona que compartían en las redes sociales sobre los bombardeos para situar estas imágenes gracias a los metadatos, dentro de un modelo 3D de la zona, para así analizar espacial y temporalmente el daño que se había hecho.⁸⁷



Fig. 37



Fig. 38

Estas interacciones híbridas generadas por las mediatopías fueron parte de la investigación del proyecto Home Industries[2016] de Mercedes Muela Ripoll, arquitecturas prototipo capaces de soportar esas prácticas en la medialidad, elementos mediadores entre la realidad física y la realidad virtual potenciando nuevas formas de habitar la ciudad basadas en el intercambio y los afectos. Con cada prototipo lo que se pretende es en convertir en el epicentro, la imagen mediática de su habitante, una e-identidad que genera, difunde y consume contenidos a través del espacio doméstico conectado a Internet.⁸⁸

Le Corbusier en L'art décoratif d'aujourd'hui escribe sobre los "objetos-miembros humanos" - esas "extensiones de nuestros miembros" que responden a nuestras "necesidades-tipo"⁸⁹. Algunos de esos "objetos-miembros humanos" contemporáneos podrían ser los prototipos de Home Industries que junto a las pantallas nos unimos extendiendo nuestra percepción de la realidad.

Si la vivienda moderna era considerada la máquina de habitar, para responder las antes mencionadas necesidades-tipo contemporáneas, debemos hablar del transhumanismo, donde el ser humano no se cambio un ojo por un oído⁹⁰ sino que se puso otro más y mecánico. El movimiento transhumanista busca la continuación y aceleración de la evolución de la vida inteligente más allá de su corriente forma humana y limitaciones humanas por la ciencia y tecnología, guiada por la promoción de vida de principios y valores.⁹¹ El transhumanismo no solo cuestiona la condición humana, podríamos decir que también cuestiona su escala al querer trascender de lo análogo a lo digital.

Aún nos queda mucho por aprender y por experimentar a través de los medios de comunicación y sus nuevos espacios. Esta investigación quiere poner el foco en el tercer espacio y las mediatopías, siendo un espacio con el cual tarde o temprano vamos a tener que lidiar.

Todo cambia constantemente y no sabemos como serán estas relaciones mañana, pero nos podríamos imaginar que en un futuro distópico y cercano ya no hay más pantallas, es la retina nuestra propia pared de luz y nuestro cerebro el disco duro donde almacenar todos los recuerdos para ver una y otra vez. Pasaremos de los Google Glass a los Google Eyes, no usaremos tecnología, seremos tecnología⁹² y lo raro será no formar parte de ella. Seremos carne de píxel.⁹³

Notas

74. Entendido como aquellos lugares de los que son dueños los llamados *señores del aire*, dentro de esta estructura neo-feudal que ha generado Internet. Referencia del libro: Echeverría, J. (2004). *Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. 2ª edición. Barcelona: Ediciones Destino.
75. Lyon, B. (2015). *The Internet*. Recuperado de: <http://www.opte.org/the-internet/>
76. McLuhan, M. & Fiore, Q. (1997). *El medio es el masaje: Un inventario de efectos*. 4ª edición. Barcelona: Grupo Planeta. p.63
77. TED. (19 de septiembre de 2012). *Andrew Blum: What is the internet, really?* [Archivo de vídeo]. Recuperado de: https://youtu.be/XE_FPEFpHt4
78. Barranco, R. (18 de junio de 2012). *¿Qué es Big Data?* Recuperado de: <https://www.ibm.com/developerworks/ssa/local/im/que-es-big-data/index.html>
79. *Internet será cuatro veces más grande en 2016*. (2012). Recuperado de: <http://globalnewsroom.cisco.com/es/es/release/Internet-ser%C3%A1-cuatro-veces-m%C3%A1s-grande-en-2016-1665301>
80. ARQUISOC. (27 de julio de 2016). *02. Conferencia. Rem Koolhaas [OMA]*. [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://vimeopro.com/arquisoc/cambio-de-clima/video/176363450>
81. Lucarelli, F. (1 de abril de 2013). *Architecture without humans*. Recuperado de: <http://socks-studio.com/2013/04/01/architecture-without-humans/>
82. *METACITY/DATATOWN*. (2 de enero de 2017). Recuperado de: <https://www.mvrdv.nl/projects/MCDT>
83. *Demand a fair trade cell phone*. (2012). Recuperado de: https://www.ted.com/talks/bandi_mbu-bi_demand_a_fair_trade_cell_phone
84. Lucarelli, F. (28 de mayo de 2014). *Extreme Lithium Mining*. Recuperado de: <http://socks-studio.com/2014/05/28/extreme-lithium-mining/>
85. Simon, J. (12 de julio de 2017). *Photos: Life inside of China's massive and remote bitcoin mines*. Recuperado de: <https://qz.com/1026605/photos-chinas-bitcoin-mines-and-miners/>
86. El día 7 de septiembre el valor de un Bitcoin fue de 3.871,99€ Según el convertor de divisas de www.xe.com
87. *'BLACK FRIDAY': CARNAGE IN RAFAH*. (2015). Recuperado de: <https://blackfriday.amnesty.org/>
88. Muela, M. (2017, mayo). Home Industries. Comunicación presentada en el *I Congreso Internacional de Comunicación Arquitectónica. COCA Mediaciones. 2017*, 17-19 de mayo. Madrid: Universidad politécnica de Madrid. (pp. 19-26). Recuperado de: <https://drive.google.com/file/d/0B3EzKNtI3wP-VZ2V1dkRRVEJESmM/view>
89. “Los objetos-miembros humanos son objetos-tipo que responden a necesidades-tipo: sillas para sentarse, mesas para trabajar, aparatos para iluminar, máquinas para escribir(¡sí!), estantes para clasificar”. Le Corbusier. (1925). *L'Art decoratif d'aujourd'hui*. Paris: Vincent Freal. p.26
90. McLuhan, M. & Fiore, Q. (1997). *op. cit.*
91. Pickup, O. (15 de junio de 2017). *Humans of the near future*. Recuperado de: <https://www.raconteur.net/current-affairs/humans-of-the-near-future>
92. *Identify//Enhance//Become* (2017) Recuperado de: <http://www.cyborgfoundation.com/identify-enhance-become>
93. Fernández, A. (2008). *Carne de píxel*. Barcelona: DVD ediciones.

BIBLIOGRAFÍA

- Bergson, H. (1998). *Creative Evolution*. 1ª edición. Nueva York: Dover Publications.
- Crary, J. (2015). *24/7: El capitalismo al asalto del sueño*. Barcelona: Grupo Planeta.
- Colomina, B. (2010). *Privacidad y publicidad: la arquitectura moderna como medio de comunicación de masas*. 2ª edición. Murcia: CEN-DEAC.
- Concheiro, L. (2016). *Contra el tiempo. Filosofía practica del instante*. 1ª edición. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Debord, G. (1999). *La sociedad del espectáculo*. 1ª edición. Valencia: Editorial Pret-textos.
- Echeverría, J. (2004). *Los señores del aire: Telépolis y el Tercer Entorno*. 2ª edición. Barcelona: Ediciones Destino.
- Eco, U. (1984). *Apocalípticos e integrados*. 7ª edición. Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (1998). *El futuro del libro*. Barcelona: Paidós.
- Fernández, A. (2008). *Carne de píxel*. Barcelona: DVD ediciones.
- Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes*. 1ª edición. Barcelona: Galaxia Gutenberg.
- Foster, H. (2014). *The First Pop Age: Painting and Subjectivity in the Art of Hamilton, Lichtenstein, Warhol, Richter, and Ruscha*. Nueva Jersey: Princeton University Press.
- Haraway, D. (1991). "A Cyborg Manifesto: Science, Technology, and Socialist-Feminism in the Late Twentieth Century," en *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*. pp.149-181. Nueva York: Routledge.
- Huizinga, J. (1949). *Homo Ludens*. Londres: Routledge and Kegan Paul Ltd.
- Hollein, H. (1968). Alles Ist Architektur. *Bau: Magazine for Architecture and Urban Planning*, 1/2. p.2
- Le Corbusier. (1925). *L'Art decoratif d'aujourd'hui*. Paris: Vincent Freal.
- Le Corbusier. (1966). *Mise au point*. Madrid: Abada editores.
- Levene, R. Berlet, Márquez, F. (1998). *El Croquis 88-89: Mundos uno*. Madrid: El Croquis
- LIGA, Espacio para Arquitectura. y García-Masedo, P. (2017). *Interludios Remotos 33. MAIO*. Ciudad de México.
- Lynch, K. (1998). *La imagen de la ciudad*. 3ª edición. Madrid: Gustavo Gili.
- McLuhan, M. (1996). *Comprender los medios de comunicación: Las extensiones del ser humano*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- McLuhan, M. & Fiore, Q. (1997). *El medio es el mensaje: Un inventario de efectos*. 4ª edición. Barcelona: Grupo Planeta.
- Obal, L. Benyei, J. (2016). *Sergison Bates Architects, 2004-2016*. Madrid: El Croquis.
- Parikka, J. (2017). *A Slow, Contemporary Violence: Damaged Environments of Technological Culture*. Berlín: Sternberg press
- Perec, G. (2003). *Especies de espacios*. 2ª edición. Barcelona: Editorial Montesinos.
- Rock, M. (2013). *Multiple Signatures: On Designers, Authors, Readers and users*. 1ª edición. New York: Rizzoli International Publications.
- Soja, E. (1996). *Thirdspace: Journeys to Los Angeles and Other Real-and-Imagined Places*. 3ª edición. Oxford: Blackwell.
- Zafra, R. (2010). *Un cuarto propio conectado: (Ciber)espacio y (auto)gestión del yo*. 1ª edición. Madrid: Fórcola Ediciones.

WEBGRAFÍA

- 'BLACK FRIDAY': CARNAGE IN RAFAH. (2015). Recuperado de: <https://blackfriday.amnesty.org/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- 700 Million. (2017). Recuperado de: <http://blog.instagram.com/post/160011713372/170426-700million> Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- Archdaily. (2015). *About*. Recuperado de: <http://www.archdaily.com/content/about> Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- Arciniega, J. (2017). Señora retransmitiendo a otra señora las procesiones vía Skype. [Fotografía]. Recuperado de: <http://www.laopiniondemalaga.es/multimedia/fotos/malaga/semana-santa/2017-04-10-88611-otras-imagenes-semana-santa-malaga.html> Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- ARQUISOC. (27 de julio de 2016). 02. Conferencia. Rem Koolhaas [OMA]. [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://vimeopro.com/arquisoc/cambio-de-clima/video/176363450> Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- Barranco, R. (18 de junio de 2012). ¿Qué es Big Data? Recuperado de: <https://www.ibm.com/developerworks/ssa/local/im/que-es-big-data/index.html> Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- Berezna, A. (14 de noviembre de 2016). This is why you're seeing a lot of pale dogwood. A.k.a., "millennial pink". *The Ringer*. Recuperado de: <https://www.theringer.com/2016/11/14/16044920/pale-dogwood-pink-color-startup-brands-574c36c12427> Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- Cabral, N. (27 de junio de 2017). Formas de habitar. *Blog de critica*. Recuperado de: <http://blogdecritica.com/formas-de-habitar/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- CCCB. (19 de enero de 2017). DEBAT. Cos, disigi (ciber)espai. Conferència de Remedios Zafra (VO Es). [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://vimeo.com/200178044> Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- Colomina, B. Rumpfhuber, A. Ruhs, A. (2014) *The Century of the Bed*. Recuperado de: https://issuu.com/departure/docs/cb14_century-of-the-bed_lowres Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- cristinaeneatb (14 de noviembre de 2011). Beatriz Colomina 2/3. [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://youtu.be/shhXjjiAh4> Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- Editorial Gustavo Gili (12 de enero de 2016). *La Editorial Gustavo Gili cede el testigo de la revista 2G a la editorial Walther König*. [Blog] GGBlog. Recuperado de: <https://ggili.com/blog/2016/01/12/la-editorial-gustavo-gili-cede-el-testigo-de-la-revista-2g-a-la-editorial-walther-konig-3/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- De Molina, S. (17 de julio de 2017). *La transparencia pornográfica*. [Blog] Santiago de Molina. Recuperado de: <http://www.santiagodemolina.com/2017/07/la-transparencia-pornografica.html> Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- Demand a fair trade cell phone*. (2012). Recuperado de: https://www.ted.com/talks/bandi_mbubi_demand_a_fair_trade_cell_phone Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- Facebook crosses 2 billion monthly users*. (2017). Recuperado de: <https://www.theverge.com/2017/6/27/15880494/facebook-2-billion-monthly-users-announced> Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- Fischer, E.(Data Artist). (2010). Locals and Tourists.[Imagen Digital]. Recuperado de: <https://www.flickr.com/photos/walkingsf/sets/72157624209158632/detail/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- Fundación Jumex. (18 de abril de 2016). Conferencia de Beatriz Colomina en el Museo Jumex.[Archivo de vídeo].Recuperado de: <https://vimeo.com/163273407> Revisado en 7 de septiembre de 2017.
- Havlin, L. (12 de abril de 2017). The Public and the Private: Photography's New Digital Territories. Magnum Photos. Recuperado de: <https://www.magnumphotos.com/theory-and-practice/the-public-private-photography-new-digital-territories/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Hernandez, P. (16 de junio de 2017). *Del cansancio (II)*. [Blog] Veredes. Recuperado de: <http://veredes.es/blog/del-cansancio-ii-pedro-hernandez/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Hernández, P. (2017, mayo). Los habitantes del cristal. Comunicación presentada en el *I Congreso Internacional de Comunicación Arquitectónica. COCA Mediaciones. 2017, 17-19 de mayo*. Madrid: Universidad politécnica de Madrid. (pp. 57-60). Recuperado de: <https://drive.google.com/file/d/0B3EzKNt3wPVZ2V1dkRRVEJESmM/view> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Identify//Enhance//Become (2017) Recuperado de: <http://www.cyborgfoundation.com/identify-enhance-become>
Internet será cuatro veces más grande en 2016. (2012). Recuperado de: <http://globalnewsroom.cisco.com/es/es/release/Internet-ser%C3%A1-cuatro-veces-m%C3%A1s-grande-en-2016-1665301> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

L'Airbnbisation menace les centres-villes européens. (5 de julio de 2017). Recuperado de: http://immobilier.lefigaro.fr/article/quand-l-airbnbisation-menace-les-centres-villes-europeens_18737b14-6181-11e7-8697-e953ea7cf4e0/ Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Leonardo, R.A. (18 de julio de 2003). *La interpasividad explicada por Zizek*. [Blog]. Blog de Richard Angelo Leonardo Loayza. Recuperado de: <http://blog.pucp.edu.pe/blog/latravesiadelfantasma/2009/01/24/la-interpasividad-explicada-por-zizek/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Lozano, G. (27 de enero de 2017). ¿Sabrán conversar cara a cara las próximas generaciones? *Yorokobu*. Recuperado de: <http://www.yorokobu.es/empatia/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Lucarelli, F. (1 de abril de 2013). *Architecture without humans*. Recuperado de: <http://socks-studio.com/2013/04/01/architecture-without-humans/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Lucarelli, F. (28 de mayo de 2014). *Extreme Lithium Mining*. Recuperado de: <http://socks-studio.com/2014/05/28/extreme-lithium-mining/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Lyon, B. (2015). *The Internet*. Recuperado de: <http://www.opte.org/the-internet/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Máster Universitario en Comunicación Arquitectónica. (2016). Recuperado de: <http://maca.aq.upm.es/que/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

McDonagh, R. (11 de diciembre de 2016). No Big Sleep just yet! Hugh Hefner responds to internet rumours he is dead... with very apt movie selection. *Mail Online*. Recuperado de: <http://www.dailymail.co.uk/tvshowbiz/article-4021362/Hugh-Hefner-responds-internet-rumours-dead-apt-movie-selection.html> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Meijide, J. (22 de febrero de 2016). Mi casa es mi castillo. *Veredes*. Recuperado de: <http://veredes.es/blog/mi-casa-es-mi-castillo-jorge-meijide/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Memes, design and politics. (2017). Recuperado de: <http://strelka.com/en/magazine/2017/03/20/memes-design-and-politics> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

METACITY/DATATOWN. (2 de enero de 2017). Recuperado de: <https://www.mvrdv.nl/projects/MCDT> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Movistar España (11 de julio de 2017). MOVISTAR+: Abre tu vida a algo extraordinario. [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=pdRrZMAv3Q0> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Muela, M. (2017, mayo). Home Industries. Comunicación presentada en el I Congreso Internacional de Comunicación Arquitectónica. COCA Mediaciones. 2017, 17-19 de mayo. Madrid: Universidad politécnica de Madrid. (pp. 19-26). Recuperado de: <https://drive.google.com/file/d/0B3EzKNt3wPVZ2V1dkRRVEJESmM/view> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Newton, C. (20 de julio de 2017). Instagram is pushing restaurants to be kitschy, colorful, and irresistible to photographers. *The Verge*. Recuperado de: <https://www.theverge.com/2017/7/20/16000552/instagram-restaurant-interior-design-photo-friendly-media-noche> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

OMA Launches New Website. (15 de septiembre de 2015). Recuperado de: <http://oma.eu/news/oma-launches-new-website> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Owen Gingerich, (1977) A Conversation with Charles Eames. *The American Scholar* 46, no. 3 (Summer 1997), pp. 326-337 Recuperado de: <http://www.jstor.org/stable/41207497> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Oxford Dictionaries Word of the Year 2015 is... (16 de noviembre de 2015) Recuperado de: <http://blog.oxforddictionaries.com/2015/11/word-of-the-year-2015-emoji/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

PANDA. (2016). Recuperado de: <http://oma.eu/projects/panda> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Pickup, O. (15 de junio de 2017). *Humans of the near future*. Recuperado de: <https://www.raconteur.net/current-affairs/humans-of-the-near-future> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Pinchart, M. P. (2013). *Rascacielos: de Tokyo a Babilonia, la arquitectura como propaganda*. (Tesis doctoral). Universidad Politecnica de Madrid. Recuperado de: http://oa.upm.es/20893/2/MARIA_PILAR_PINCHART_SAAVEDRA.pdf Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Program in Media and Modernity. (2011). Recuperado de: http://mediamodernity.princeton.edu/index.php?option=com_content&view=article&id=69&Itemid=435 Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Prosumidor en español, mejor que prosumer. (13 de diciembre de 2013) Recuperado de: <http://www.fundeu.es/recomendacion/prosumidor-en-espanol-mejor-que-prosumer-1292/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Rodríguez, C. (13 de octubre de 2008). New Baylon [1959] Constant. *Arqueología del Futuro*. Recuperado de: <http://arqueologiadel futuro.blogspot.com.es/2008/10/new-babylon-1959-constant.html> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Salas, A. (22 de marzo de 2017). El lugar más 'instagrameable' de España está en Calpe. *Smoda*. Recuperado de: <https://smoda.elpais.com/moda/muralla-roja-calpe-edificio-famoso-instagram/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Simon, J. (12 de julio de 2017). Photos: Life inside of China's massive and remote bitcoin mines. Recuperado de: <https://qz.com/1026605/photos-chinas-bitcoin-mines-and-miners/> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Strelka. (2016). Recuperado de: <http://oma.eu/projects/strelka> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

TED. (19 de septiembre de 2012). Andrew Blum: What is the internet, really? [Archivo de vídeo]. Recuperado de: https://youtu.be/XE_FPEFpHt4 Revisado en 7 de septiembre de 2017.

TEDx Talks (22 de septiembre de 2015). ¿Por qué me vigilan, si no soy nadie? | Marta Peirano | TEDxMadrid [Archivo de vídeo]. Recuperado de: <https://youtu.be/NPE7i8wuupk> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Torres, A. (22 de diciembre de 2016). Así crearon la web de arquitectura con más visitas del mundo. *El País*. Recuperado de: https://elpais.com/elpais/2016/12/08/talento_digital/1481220445_071211.html Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Twitter's Surprising User Growth Bodes Well For 2017. (2017). Recuperado de: <https://www.forbes.com/sites/greatspeculations/2017/04/27/twitters-surprising-user-growth-bodes-well-for-2017/#3c5b22892e11> Revisado en 7 de septiembre de 2017.

Zavyalova, V. (2017). *Hiding from artificial intelligence in the age of total surveillance*. [Página web]. Recuperado de: https://www.rbth.com/science_and_tech/2017/07/22/hiding-from-artificial-intelligence-in-the-age-of-total-surveillance_808692 Revisado en 7 de septiembre de 2017.



Enlace a la libreta online de Evernote con todas las referencias recopiladas para la investigación.

RELACIÓN DE IMÁGENES

Figura 1. *Fotograma de A Communications Primer.* Autores: Charles Eames, Ray Eames, 1953. Fuente: http://www.eamesoffice.com/wp-content/uploads/2014/02/FF_CPnDb25.jpg

Figura 2. *Fotograma de Napoleon.* Autor: Abel Gance, 1927. Fuente: <https://i.pinimg.com/originals/4b/07/e5/4b07e544c616aa63738804af92130cf0.jpg>

Figura 3. *WWII military radar operators.* Autor: Desconocido, 1947. Fuente: <http://1.bp.blogspot.com/-uAmNpg0-SSs/T8buFxEJoZI/AAAAAAAAAIc/-5G60qE6xg8/s1600/radar-thumb.JPG>

Figura 4. *Glimpses of the U.S.A.* Autores: Charles, Ray Eames, 1959. Fuente: http://www.eamesoffice.com/wp-content/uploads/2014/02/FI_GLp003.jpg

Figura 5. *La Werkbund alemana en l'Exposition internationale des arts décoratifs.* Autor: Herbert Bayer, 1930. Fuente: <https://euroculturer.files.wordpress.com/2013/04/3-bahaus.jpg?w=1658&h=974>

Figura 6. *Think.* Autores: Charles, Ray Eames, 1964. Fuente: http://www.eamesoffice.com/wp-content/uploads/2014/02/EH_WFpDb219.jpg

Figura 7. *7 Screen Pavillion.* Autor: O.M.A. 2012. Fuente: <http://images.oma.eu/20150804012712-1500-1fam/1600.jpg>

Figura 8. *The art of living.* Autor: Saul Steinberg, 1949. Fuente: <http://blogs.cornell.edu/exlibris/files/2014/05/Steinberg-Art-of-Living-apt.-1bpr8nq.jpg>

Figura 9. *Video projection outside home.* Autor: Dan Graham, 1978. Fuente: <http://socks-studio.com/img/blog/graham-01.jpg>

Figura 10. *#georgesdelatour #marymagdalen* Autor: @shusaku1977, 2016. Fuente: https://scontent-mad1-1.cdninstagram.com/t51.2885-15/e35/13167406_1621204148201619_541855610_n.jpg

Figura 11. *Portada revista Forbes.* Autor: Rube Goldberg, 1967. Fuente: http://production.forbes.es/app/uploads/2017/05/20152413652_3.jpg

Figura 12. *Captura de pantalla.* @officialnormanfoster. Elaboración propia.

Figura 13. *Captura de pantalla.* @streetart_london. Elaboración propia.

Figura 14. *Captura de pantalla.* #localsandtourists. Elaboración propia.

Figura 15. *Captura de pantalla.* #Ciudad. Elaboración propia.

Figura 16. *Captura de pantalla.* @bofillarquitectura. Elaboración propia.

Figura 17. *Captura de pantalla.* @oma.eu. Elaboración propia.

Figura 18. *Captura de pantalla.* @airbnb. Elaboración propia.

Figura 19. *Captura de pantalla.* @georges.perec. Elaboración propia.

Figura 20. *Narcissus.* Autor: @dan_cretu, 2017. Fuente: https://scontent-mad1-1.cdninstagram.com/t51.2885-15/e35/16122632_1614565825517671_6516124107166187520_n.jpg

Figura 21. *Modern Love.* Autor: Brian Rea, 2017. Fuente: <https://static01.nyt.com/images/2017/05/07/fashion/07LOVE/07LOVE-master768.jpg>

Figura 22. *A Node Glows in the Dark.* Autor: Brian Yen, 2014. Fuente: http://photography.nationalgeographic.com/u/TvyamNb-BivtNucox-tkc5xGBuGkIMh_nj4UJHQKuoXwVijLnWOBdMu55GwhsBPF6GkBOIOaIlg2BiBQ/

Figura 23. *Mediatopía interior.* Elaboración propia.

Figura 24. *Mediatopía interior'.* Elaboración propia.

Figura 25. *Mediatopía interior 2.* Elaboración propia.

Figura 26. *Mediatopía exterior'.* Elaboración propia.

Figura 27. *Mediatopía exterior.* Elaboración propia.

Figura 28. *Mediatopía exterior' 2.* Elaboración propia.

Figura 29. *Mediatopía interior 3.* Elaboración propia.

Figura 30. *Mediatopía exterior 3.* Elaboración propia.

Figura 31. *Fotomontaje.* Autor: Peter Moore, 1960. Fuente: MCLUHAN, MARSHALL y FIORE, QUENTIN (1997). *El medio es el masaje: Un inventario de efectos.* 4ª edición. Barcelona: Grupo Planeta.

Figura 32. *Interludios Remotos* Guillermo López y Anna Puigjaner. Autor: Liga-DF, 2017. Fuente: <http://interludiosremotos.liga-df.com/#/home>

Figura 33. *Fotomontaje Le Corbusier.* Elaboración propia.

Figura 34. *The Internet 2015.* Autor: Barrett Lyon, 2015. Fuente: http://www.blyon.com/blyon-cdn/20150711.coords_1000x800.png

Figura 35. *Gradually, Fiercely: Amazon and the Urbanism of Fulfillment.* Autor: David Zielnicki, 2017. Fuente: http://l87r32c95dp1hz05ti-g4px11.wpengine.netdna-cdn.com/wp-content/uploads/2017/05/Zielnicki_D_img.jpg

Figura 36. *An aerial view of the brine pools and processing areas of the Soquimich lithium mine on the Atacama salt flat, the largest lithium deposit currently in production, in the Atacama desert of northern Chile.* Autor: Ivan Alvarado, 2013. Fuente: https://media1.s-nbcnews.com/j/MSNBC/Components/Photo/_new/pb-130405-lithium-andes-nj-04.photoblog900.jpg

Figura 37. *The Strike on Al Tannur Neighbourhood.* Autor: Forensic Architecture, 2015. Fuente: <http://www.forensic-architecture.org/wp-content/uploads/2015/09/Rafah-The-Image-Complex-2.jpg>

Figura 38. *Carne de Pixel,* 2017. Elaboración propia.

