

## Entrevista a Beatriz Colomina

Arquitectura y *mass media*

Octavio L. Borgatello

Octavio Borgatello: ¿Cómo llegas a la conclusión de que la arquitectura de comienzos de siglo XX se comenzó a gestar en los medios? ¿De alguna manera a través de M. Mc Luhan y su idea de que “el medio es el mensaje”?

Beatriz Colomina: No llegué a través de Mc Luhan, llegué más bien a través de Walter Benjamin. Es verdad que al estar en Columbia, también estaba muy expuesta a esas posiciones framptonianas contra los *media*. Me impresionaba. Nunca llegué a entender porque tenía tal animosidad contra los *media*, porque yo lo veía a él como parte de los *media* mismo. Al principio pensé que estaba haciendo una tesis sobre Loos, después pensaba que era una tesis sobre Le Corbusier. Y cuando estaba haciendo una tesis sobre Le Corbusier pensaba que estaba haciendo una tesis sobre la revista *L'Esprit Nouveau*. Todo esto en un espacio de un año y medio. Cuando decidí que iba a trabajar sobre Le Corbusier me fui a la Fundación porque allí podía verlo todo. Entonces en los archivos mismos de la Fundación es donde me encontré con todo este material que transformó mi visión de Le Corbusier. No fue al revés, yo no vine con intención de trabajar Le Corbusier y los *media*. Iba a trabajar solamente sobre Le Corbusier y la revista *L'Esprit Nouveau*. Me interesaba investigar sobre esta idea de ‘network’ de las vanguardias que se organizaban a través de las revistas de arquitectura. Impartí un seminario en Columbia sobre revistas de vanguardia y a partir de allí comencé a pensar en hacer la tesis sobre *L'Esprit Nouveau*. Fue al estar en la Fundación como mi visión comenzó a cambiar, descubrí la influencia de la publicidad. Sólo mucho más tarde me di cuenta que Loos y Le Corbusier eran parte del mismo proyecto.

OB: ¿Cómo ves esa relación arquitectura-*media* en la actualidad? ¿Se puede llegar a reconocer un proceso de retroa-

limentación entre las dos? Por un lado los medios de comunicación incorporan imágenes arquitectónicas en su material gráfico y por otro los arquitectos se favorecen de dicha difusión a través de publicaciones.

BC: Lo que es interesante del momento en que yo estaba estudiando, a diferencia de hoy, en que las cosas están mucho más exacerbadas, es que era el inicio de este fenómeno mediático. Me interesaba la reacción tan fuerte de Loos de denuncia de los arquitectos que según él se venden a las revistas de arquitectura y transforman su arquitectura de manera que aparezca bonita en las revistas. Loos criticaba la arquitectura de Hoffmann, diciendo que sus proyectos eran bidimensionales. En cambio su propia arquitectura, postulaba Loos, no se podía apreciar más que viéndola en persona. Estos debates sobre el inicio y el uso de la fotografía en la arquitectura me interesaban muchísimo, algo que se puede encontrar en el trabajo de Loos, que fue el primero que hice. Así es como conecta mi investigación sobre las imágenes de arquitectura y los *mass media*.

OB: En tus diferentes investigaciones sobre imágenes arquitectónicas en los *media*, has reconocido un efecto impactante debido a su difusión; algunos proyectos de la modernidad, a pesar de que no se construyeron nunca, quedaron en la memoria al ser publicados en las revistas. ¿Qué comentario puedes hacer al respecto?

BC: Sí, exacto, hubo proyectos que no se realizaron, como los de Mies, pero que quizás tienen más influencia porque no se materializaron nunca, pero circularon a través de las revistas, los dibujos, no solamente la fotografía; es el caso de la Casa de ladrillo.

OB: Si miramos hacia atrás en la historia, el manejo o incorporación de imágenes arquitectónicas en los medios, para promover un evento urbanístico, no es nuevo. En 1927 la *Weissenhoffsiedlung* de Stuttgart se dio a conocer a través de imágenes en revistas y atrajo a medio millón de personas. Fue de alguna manera una forma de mostrar la nueva forma de construir. ¿Piensas que los nuevos eventos o intervenciones urbanísticas proponen otra alternativa constructiva?

BC: En la *Weissenhoffsiedlung* existió una situación interesante porque hubo un movimiento doble. Por un lado fue una arquitectura de exhibición, ya que lo construido era una exposición misma; y por otro lado era un material para ser fotografiado y multiplicado en los *media*. A diferencia de intervenciones contemporáneas donde suelen circular imágenes de proyectos no construidos, en la *Weissenhoffsiedlung* se utilizaban imágenes de lo construido. En aquel momento había tan pocas cosas de arquitectura moderna, que era muy importante mostrar precisamente lo que se había realizado. La exhibición en el Museo de Arte Moderno, de lo que se llamó luego el 'International Style', en realidad fue lo mismo, hubo un empeño en mostrar lo que ya se había construido.

OB: La situación de los *media* y la arquitectura ha cambiado desde la *Weissenhoff*. Ese énfasis de la representación de lo existente y real ha dejado lugar a imágenes de proyectos arquitectónicos fantásticos e irreales. Relacionado con este tema Mark Wigley dio una conferencia, en el año 2004, en el ZKM (*Zentrum für Kunst und Medientechnologie*) titulada 'Architecture as science fiction'. ¿Ves a la arquitectura de la misma manera, como una producción de ciencia ficción?

BC: En cierto sentido, sí. Precisamente estaba discutiendo estos días acerca de estas cosas con él. Siempre lo he visto así también, en realidad un proyecto es una proyección hacia el futuro. Ahora mismo estoy escribiendo un artículo sobre la casa del futuro en las ferias y exposiciones, ciencia ficción totalmente.

OB: Tu comentario me recuerda un artículo sobre el museo Guggenheim de Bilbao, publicado, después tu seminario de Reno, en *Learning from the Guggenheim*, que comenta el impacto de las imágenes arquitectónicas en las

publicaciones. El autor escribió el artículo sin estar seguro de haber ido o no a visitar la obra; ya que había visto tantas imágenes publicadas en los *media* que le dan la sensación de conocerlo muy bien y de haber estado allí.

BC: Naturalmente, este texto que mencionas es un claro ejemplo de la repercusión mediática contemporánea.

OB: Sí, Bilbao es claro ejemplo de ello y un tema sobre el que se ha escrito bastante; me parece interesante tu postura cuando reflexionas sobre la repercusión mediática del museo ya que no te centras solamente en Frank Gehry, sino que también incluyes al director de la Fundación Guggenheim, Thomas Krens.

BC: Siempre se habla de Gehry, pero en realidad en el efecto Bilbao hay dos arquitectos: Krens, que produce a Gehry; Gehry, que produce el edificio. Nadie le hacía ni caso al arquitecto después de su casa; hacía proyectos malísimos y no se le prestaba atención. El Guggenheim le reinventó y creo que Krens tuvo muchísimo que ver. El efecto Bilbao también es el efecto Gehry.

OB: Para el caso de Gehry, ¿se puede mantener tu manera de ver la arquitectura desde la óptica de los *media*, como has escrito sobre Loos, Le Corbusier, Mies, los Eames? ¿Puedes aplicar el mismo enfoque de análisis o postura crítica?

BC: Es diferente. Lo que es interesante de Frank Gehry es cómo se representa él a sí mismo como un arquitecto no teórico, que no habla de su arquitectura, pero en realidad habla una barbaridad, y cuenta unas historias que acaban influyendo radicalmente en la manera en cómo se ve su trabajo. Como una historia de las múltiples interpretaciones de su trabajo que él en realidad, haciéndose el tonto, empuja. Estas interpretaciones de su trabajo 'la casa como psicoanálisis', 'la casa como strip-tease', 'la casa como un juego', 'la casa como arte', son una manera de envolver el trabajo y protegerlo de tal manera que el crítico no pueda nunca acercarse, y así él queda a salvo de la crítica arquitectónica. Es una manera diferente de actuar... deja caer comentarios y lo que intento demostrar es que todo eso es a propósito.

OB: ¿Piensas que los arquitectos contemporáneos son conscientes de la importancia de las imágenes arquitectónicas en los medios?

BC: La mayoría lo son, lo que pasa es que algunos son más torpes que otros. Creo que Koolhaas es el más astuto de todos ellos en este sentido, como el equivalente de Le Corbusier en nuestros días, en el sentido de saber dónde colocarse y cómo.

**OB: A propósito de Koolhaas, tú has escrito un artículo con él para la revista *Wired*.**

BC: Sí, entrevistamos a Martha Stewart. Ahora justamente se está traduciendo al castellano. La entrevista original es larguísima, estuvimos allí como cuatro horas, fue muy interesante, pero para *Wired* acabó siendo de dos... Martha Stewart es un personaje que ha influido en la arquitectura americana de los últimos años más que cualquier otro arquitecto. En ese sentido es interesante. Y de alguna manera se puede decir que a pesar de todo es una especie de modernización en el sentido del 'editing', que llama ella; que es el eliminar todo aquello que es superfluo. Se parece un poco a estas americanas de principios de siglo: en esa entrevista exploramos sobretodo de qué manera el trabajo de Martha Stewart podía alinearse con el de todas estas, como Christine Frederick o aquellos personajes del 'Scientific Managment of the Household' americano de finales del siglo XIX y principios del XX. Y que también influyó muchísimo y nadie lo sabe en el *Weissenhoffsiedlung*. Esta organización de amas de casa, con la Dra. Herma Meyer —que estaba muy influenciada por la escuela americana— “cortaron el bacalao” mucho más de lo que nadie dice. Ellas eran las que les decían a los arquitectos lo que tenían que hacer. La cocina de Judo, por ejemplo, la que hace para la Weissenhoff —que está muy bien— está diseñada siguiendo sus recomendaciones. Él fue el único que se tomó en serio lo que decían estas mujeres, y su cocina se publicó por todas partes. Eso es lo que me interesa de Martha Stewart, representa el equivalente a estas mujeres.

**OB: El hecho de relacionarte con arquitectos y personalidades reconocidos como Rem Koolhaas o Marta Stewart te vincula con los medios de comunicación. ¿Te ves a ti misma como parte de estos *media*? Es decir, ¿te reconoces como personaje mediático?**

BC: Bien, Rem Koolhaas es amigo mío. Siempre hablo con él, nos conocemos muy bien. A mí me interesa su discurso y a él el mío. Nos hablamos de las cosas que escribimos y de lo que

hacemos... Y sí, es inevitable, mi trabajo está traducido a todas las lenguas, *Privacy and Publicity* está hasta en coreano y sueco... Aunque en el fondo sigo siendo un arquitecto que escribe, no he construido nada porque no me ha interesado nunca hacerlo. Soy parte de este grupo de arquitectos del siglo XX, toda una generación que estudió arquitectura pero luego se ha dedicado a escribir...