

CAPÍTULO V– De lo virtual a lo utópico. La exploración de la arquitectura virtual como un espacio expositivo unificador y los modelos gigantes como reflejo del nuevo espíritu megalómano monumentalista de la línea

«Toda la vida de las sociedades en las que dominan las condiciones modernas de producción se presenta como una inmensa acumulación de espectáculos. Todo lo que era vivido directamente se aparta en una representación».¹

—Guy Debord.

¹ DEBORD, G., *La société du spectacle*. 1967, París: Buhet-Chastel; p.4.

5.1 La multiplicación de las sedes del Guggenheim. El Deutsche Guggenheim: Richard Gluckman

La Fundación Solomon R. Guggenheim ha recibido numerosas candidaturas para hacerse con un museo tras el éxito económico de la sede de Bilbao. Después de observar los buenos resultados de la fórmula de Thomas Krens, —o tal vez de Hilla Rebay— «gran arquitectura más gran colección igual a tres», los antiguos detractores de la línea museística parecen desistir de sus dudas al observar incrédulos el enorme impulso que la imagen de un museo brindó a la imagen internacional de una ciudad inexistente hasta ese momento en el mundo de los museos. Como era de esperarse, las peticiones, aunque cuestionadas en los ámbitos políticos y periodísticos, se multiplican constantemente tratando de repetir el fenómeno en distintos lugares. El proyecto del museo fue la pieza clave de un proceso de regeneración urbanística que transformando su apariencia un tanto letárgica, le dio a la ciudad una imagen innovadora, atractiva para los visitantes de todo el mundo.

Como se ha visto a lo largo de la investigación, tras museos como el Solomon R. Guggenheim, el centro Georges Pompidou y el Museo Guggenheim de Bilbao, el museo, ahora más que nunca, se convierte en símbolo de la ciudad, reconocible en el mundo entero, auténtico centro de atracción del turismo nacional e internacional, estandarte de la ciudad para ferias, exposiciones y congresos, y escenario de películas, videos, conciertos, pasarelas de moda, anuncios, novelas de misterio, entregas de premios, etc. Porque ahora, el mundo de los museos, el arquitecto estrella, el arte, las subastas, las galerías, los contratos de exclusividad, los derechos de autor y de reproducción, son ya vocabulario del capitalismo moderno. El museo ha adquirido desde hace un tiempo valores del espectáculo, convirtiéndose, como casi todo hoy en día, en un proyecto cada vez más traducible en dinero —y donde la arquitectura en no pocas veces es el plato fuerte del espectáculo—, pero que, en su proceso de cambio, ha tenido la virtud de popularizar el arte, desvaneciendo las barreras existentes entre la cultura de masas y el arte considerado antiguamente para las élites.

Guy Debord, en *La société du spectacle* (1967) (*La sociedad del espectáculo*), definía al espectáculo como «capital acumulado hasta el punto de convertirse en una imagen»; por su parte, Hal Foster, se ha mostrado

bastante crítico con la institución museo y la arquitectura de firma, considerando su inmersión en mecanismos mercantilistas, y ha mencionado que con Gehry y otros arquitectos, la inversa a las palabras de Debord también es aplicable: «el espectáculo es una imagen acumulada hasta el punto de convertirse en capital».²

Es muy cierto que en la implantación de la mayoría de los nuevos museos —encomendados a los arquitectos de la élite internacional— se espera atraer gran cantidad de visitantes tanto locales como extranjeros y, con ellos, el capital. Tras el «Efecto Guggenheim» o «*Bilbao Effect*» este posicionamiento se ha acentuado, siendo el punto de partida de la mayor parte de los promotores de museos. No son pocas las ciudades en búsqueda de su propio espectáculo arquitectónico que parecieran seguir las voces celestiales de la película americana *Field of dreams* (1989), aquellas que no se cansaban de repetir a Ray Kinsella (Kevin Costner): «Constrúyelo que ellos vendrán».

Para mediados de 1997, la Fundación Guggenheim contaba con cinco patrocinadores fijos —Hugo Boss, Lufthansa, Samsung, la Electric Energy Company y el Deutsche Bank— que le aportaban un total de ocho millones de dólares anuales para realizar las exposiciones rotativas. El último de sus patrocinadores, el Deutsche Bank, dio un paso más allá y, tan sólo un mes después de la apertura de Guggenheim Bilbao, en Berlín se adecuó una galería para albergar el Deutsche Guggenheim (1997) en colaboración. De hecho, esta sede fue situada en la planta baja de sus oficinas generales, un elegante edificio de 1920 en la histórica Unter den Linden, a muy pocos pasos de la Puerta de Brandemburgo —símbolo de la unificación de Alemania.

La finalidad principal de este *Kunsthalle*³ hasta el momento ha sido albergar obras por encargo —y de escala inusual— a artistas vivos para que formen parte de su colección. El encargado de la adecuación del Deutsche Guggenheim fue el arquitecto Richard Gluckman, quien diseñó, en un área de escasos 510 m², una única galería cúbica y neutra con su correspondiente cafetería-tienda de *souvenirs* (Fig. 1). Su interior minimalista recuerda al Guggenheim Soho de Isozaki, aunque el berlinés es incluso más pequeño, y en su apariencia es también similar a otras obras museísticas de Gluckman,

² FOSTER, H., *Diseño y delito (y otras diatribas)*. 2004, Madrid: Akal; p. 41.

³ Término alemán con el que se identifica a los museos o galerías sin colección permanente.



Fig. 1. La tercera sede de la Fundación Guggenheim en Europa: tomas fotográficas del autor -del exterior, del área de librería y tienda de souvenirs, y áreas expositivas- del Deutsche Guggenheim en Berlín (1997), de Richard Gluckman.

como el Dia Centre for the Arts en Nueva York (1987) y el Andy Warhol Museum en Pittsburg (1994).

Mientras que arquitectos como Wright o Gehry dejaron su sello personal en sus instalaciones museísticas, Gluckman se muestra sumamente respetuoso del objeto artístico y prefiere centrarse en la relación de éste con el entorno. A pesar de que sus museos son evidentemente minimalistas, él ha mencionado que la falta de adorno no significa que éstos sean simples contenedores neutros.⁴ Sin importar la reducida escala del proyecto de Berlín —impresionantemente pequeño comparado con la flamante sede bilbaína—, se trata nuevamente de presentar una sede para una ciudad en pleno proceso de reestructuración.

Thomas Krens lo veía como un espacio «desempeñando un papel activo como generador de la cultura y el arte, creando condiciones para ello. [...] Un panal de miel al cual acuden los artistas como abejas».⁵ Un proyecto que, en concepto, era aparentemente apropiado para la capital alemana la cual, a raíz de la caída del muro, y la consiguiente unificación de las dos Alemanias, se comenzó a nutrir de nuevas construcciones —realizando con ello una profunda transformación arquitectónica con edificios de firma de arquitectos como Renzo Piano, Arata Isozaki, Jean Nouvel y Helmut Jahn— y de la configuración de proyectos culturales —lo que la ha configurado como un verdadero epicentro cultural con cerca de ciento setenta museos—; un proceso que aún continúa desarrollándose.

Sin embargo, en este caso no hay un edificio contenedor espectacular diseñado expresamente para estos fines, simplemente está basado en el prestigio, un acuerdo que lleva implícita la imagen de la línea museística Guggenheim aunada al ímpetu filántropo del principal banco alemán. Esto quizás podría hacer pensar en un proyecto más ambicioso, más allá de un pequeño piso de exhibición sujeto a las limitaciones de un espacio preexistente.

⁴ HAY, D., *Art: Richard Gluckman, architect to the stars*, en *The New York Times*. November 20th, 2004: New York.

⁵ VAN BRUGGEN, C., *El museo Guggenheim Bilbao*. 1997, Nueva York: Guggenheim Foundation; p. 99.

5.2 El Guggenheim Virtual. Entre la innovación del museo digital y la publicidad de la línea: Asymptote

Tras concebir las nuevas sedes en Europa, la línea Guggenheim pensó en extenderse de manera global, haciendo que sus tesoros artísticos y sus museos fueran accesibles desde cualquier parte del mundo y pensó en el medio que le permitiría hacerlo: la *World Wide Web*. El Guggenheim Virtual Museum (GVM) surge primordialmente de la idea de publicitar a la línea museística mediante la creación de un sitio en el ciberespacio, en el cual, el público pudiera tener una previsualización de las exposiciones y tesoros artísticos de la colección permanente o de futuras exposiciones rotativas en los diferentes museos de la Fundación. Esa muestra anticipada impulsaría a los visitantes del espacio virtual a acceder a los sitios reales a ver estas novedades y tesoros artísticos en el propio mundo físico, lo que produciría un mayor éxito de la línea. En este caso, el Guggenheim Virtual además de publicitar los museos de la Fundación, se planteó como un reto que buscaba superar la bidimensionalidad de la pantalla del ordenador, no concibiéndose como un nuevo paradigma en el diseño de páginas Web, sino literalmente como un espacio de exhibición navegable tridimensionalmente que se uniera a la lista de museos.

Desde la década de los sesenta, los artefactos futuristas de Archigram proponían que la solución a un problema de índole arquitectónica no tenía que ser necesariamente un edificio.⁶ Por otra parte, el arquitecto y crítico, Michael Sorkin ha vaticinado que: «[...] la retención de la identidad física será una de las grandes crisis de la arquitectura en el próximo siglo. Por otra parte, si la realidad virtual mejora, se vuelve más útil, más controlable, más profundamente conectada con el *lebenswelt*⁷, ¿quién necesita a la arquitectura?».⁸

La Fundación Guggenheim al contratar al grupo Asymptote parecía reavivar los pensamientos de Archigram varios años después. Este estudio

⁶ AA. VV., *La última utopía. Archigram en el Design Museum de Londres*. AV Proyectos, 2004(3): p. 71.

⁷ El *lebenswelt* o «mundo de la vida», es un concepto que, el máximo exponente de la fenomenología, Edmund Husserl (1991), construyó y utilizó durante el último tramo de su obra filosófica.

⁸ NOEVER, P., ed. *Architecture in transition between Deconstruction and new modernism; introduction by Alois Martin Müller ; contributions by Coop Himmelblau ... [et al.] ; epilogue by Philip Johnson*. 1991, Prestel: Munich; p. 112.

neoyorquino, formado por Hani Rashid y Lise Anne Couture, había comenzado a explorar ideas radicalmente nuevas; apoyados en el ordenador, se mostraban como los idóneos por su experiencia en «arquitectura virtual», únicamente real sobre una pantalla.⁹

Así en 1998, en el New York Stock Exchange (NYSE) propusieron un proyecto que permitía reproducir la actividad de la Bolsa de Valores de Wall Street en un entorno no-físico (Fig. 2). Posibilitaba la duplicación de la eficiencia de las operaciones que se desarrollan comúnmente en el edificio real dejando en evidencia la transformación radical que están sufriendo las actividades cotidianas. Ahora se puede consultar un libro, asistir a una conferencia, estudiar una carrera, alquilar un video, ir al banco o realizar la compra del supermercado sin salir de casa y sin necesidad de que exista un edificio «físico» para cada uno de estas actividades.

Según Rashid, la arquitectura virtual ya existía, sólo que ahora el ordenador permite plasmarla: «Los arquitectos desarrollan ideas sobre espacialidad y las proyectan en el futuro. Los arquitectos virtualizan el espacio. Como tal, la arquitectura virtual ha existido desde hace mucho tiempo. Arquitectos como Piranesi y Ledoux eran arquitectos verdaderos. Trabajaron con la realidad virtual en el otro lado del espejo. Pero el ordenador abrió la posibilidad para introducir el espacio reactivo y visceral, que no existe en el mundo tangible, plástico».¹⁰

La creación de espacios virtuales por medio de una interfase de gráficos, textos e iconos permite recorrer un espacio tridimensional virtual en el que se presenta la información necesaria para desarrollar las actividades deseadas.

El proyecto para el Guggenheim virtual presentaría una variedad de animaciones en las que la maestría de las nuevas herramientas de representación gráfica permitiría movilizar no sólo al usuario sino también al edificio, el cual se transformaría con cada nuevo itinerario. Es evidente que todo el entorno espacial que acompañaría a las obras sería un reflejo de la tremenda evolución de las técnicas de representación digital de un proyecto;

⁹ JODIDIO, P., *Architecture Now!* 2002, Köln: Taschen; p. 20.

¹⁰ RASHID, H., (2004). *Interview with Hani Rashid*, en ARCHIDEA. Revista semestral electrónica [En línea]. Página Web, <<http://www.archidea.com/archidea/backissue.html?no=30>>. Título en el head: Archidea back issues. [Consulta el 30/09/2006].

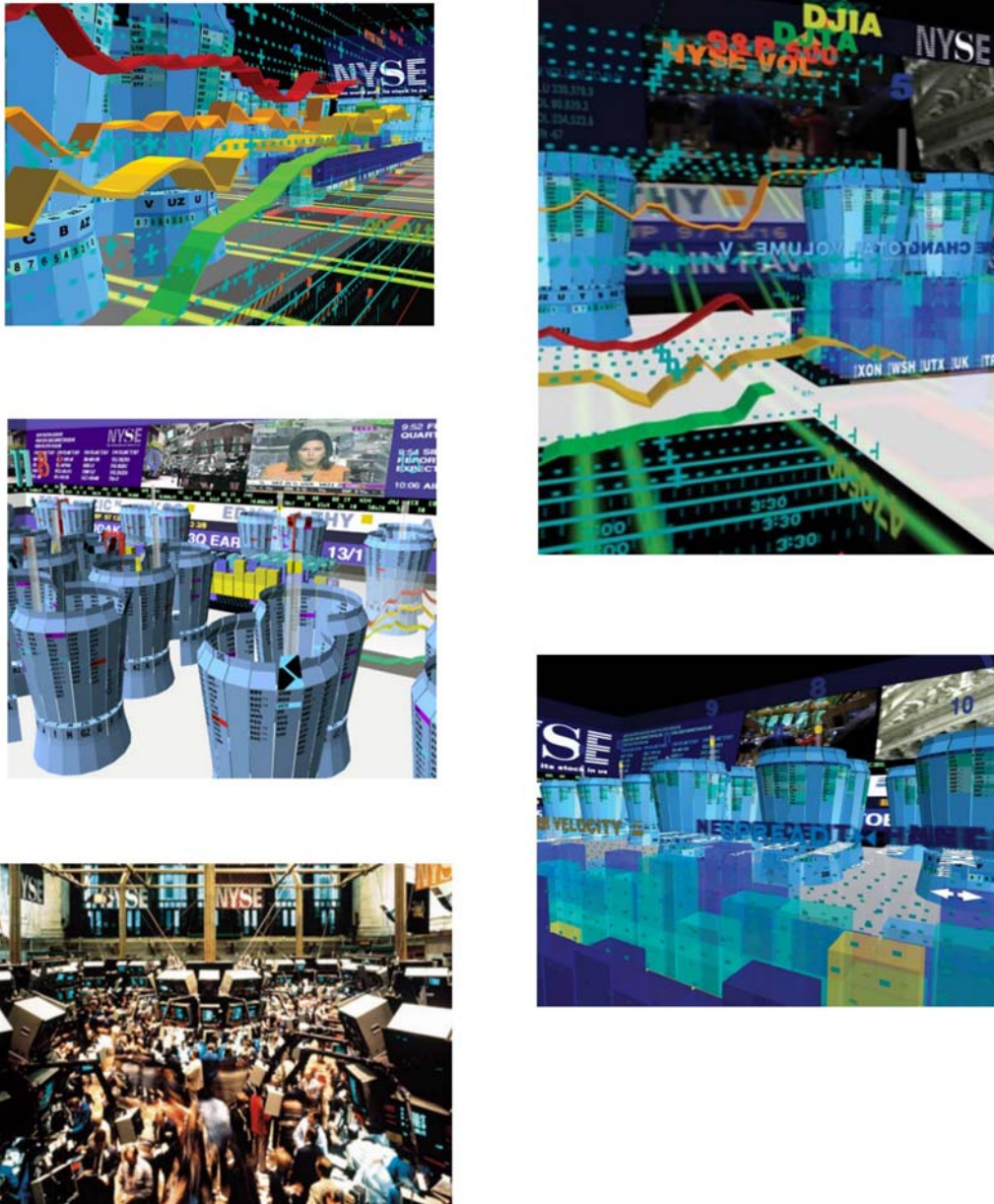


Fig. 2. La experimentación con las herramientas digitales de Hani Rashid y Lise Anne Couture: imágenes del proyecto NYSE que recreaba —de forma eficiente—, en un entorno virtual, las operaciones bursátiles de Wall Street. New York Stock Exchange (1998) - Asymptote.

sin embargo, lo más cuestionable sería que si lo exhibido en las galerías virtuales no son las obras originales sino réplicas de las mismas, entonces, ya no sólo el museo se queda en representación gráfica sino que el mismo material expositivo es también una réplica digital que emula los originales.¹¹ Estas son cuestiones sobre la pérdida del «aura» de la obra de arte que ya se planteaba Walter Benjamin varias décadas atrás en su ensayo *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit* (1935) (*La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica*).

Sin importar las anteriores valoraciones, ya en 1951, el escritor francés André Malraux defendía la propuesta de un «*Musée imaginaire*» o «*Musée sans murs*», el cual no poseía piezas originales, sino únicamente fotografías con las cuales se podría comparar todas las obras maestras del arte mundial (Fig. 3). Como señala J. M. Montaner: «En esta posición podríamos situar ejemplos del terreno pionero del museo virtual y mediático: el que plantea como objetivo la disolución del espacio del museo y la ausencia de piezas originales [...]».¹²

Sin embargo, Malraux no pensó su «*Musée imaginaire*» como un sustituto del museo material, sino como una particular expansión de este último, con funciones específicas para la apreciación artística y la investigación histórica. Lo mismo sucede con el museo virtual, sólo que éste tiene una amplia gama de posibilidades añadidas, como detenerse en una imagen, obtener amplia información de la obra o de su autor, grabar la información en un ordenador, imprimir una copia de la imagen o enviarla por correo electrónico, etc.

Con esta opción se ha abierto una puerta que no existía antes para entrar al museo. Las posibilidades digitales con las que se cuenta desde hace un tiempo, han propuesto repensar el museo no tanto como un nuevo esfuerzo formal o como tipología, sino, sobre todo, «[...] como un lugar de condición imprevista e impredecible, como un lugar de desdoblamiento y, lo

¹¹ En este sentido, cabría mencionar la exagerada polémica suscitada en el J. Paul Getty Center de Los Ángeles (1984-1997), cuando se comenzó a ofrecer a los visitantes, en lugar de las tradicionales audioguías, aparatos electrónicos en los que se podía observar pequeñas reproducciones fotográficas de la pintura en cuestión, asegurando así el que el visitante estuviera frente a la obra correcta. Sin embargo, se llegó a decir que los visitantes buscan la verdad en el arte y, sólo el original, tenía derecho a presentarse frente al observador puesto que, sino fuera éste el caso, los museos hoy en día estarían vacíos. Véase GREUB, S. y GREUB, T., *Museums in the 21st century. Concepts, projects, buildings*. 2006, London [etc.]: Prestel; p. 6.

¹² MONTANER, J.M., *Museos para el siglo XXI*. 2003, Barcelona: Gustavo Gili; p. 113.



Fig. 3. Un prototipo de museo imaginario, sin muros, cuya colección provenía de la acumulación de reproducciones fotográficas de las obras más importantes del mundo. La gestación del museo virtual: Musée Imaginaire (1951) - André Malraux.

más importante, como un lugar de transición fluida y permanente: una arquitectura del flujo».¹³ Diseñado con los *software: Alias, Cosmo Worlds VRML, Adobe Photoshop y Adobe Premiere*, el nuevo museo digital no estaba pensado con grandes vestíbulos de ingreso ni un aspecto exterior asombroso, sino, más bien, para que al navegante le fuera posible deslizarse inadvertidamente a través de una epidermis, o moverse a través de interiores ambiguos. Las superficies permitirían observar, percibir e, incluso, incidir en el arte y alterar determinadas piezas en el momento de la visita. Como lo describe H. Rashid: «La epidermis externa, en sí misma, podrá suspenderse en una permanente y, a la vez, mudable condición de transición, sujeta a las inflexiones y a las metamorfosis causadas por las influencias electrónicas. Los criterios para que esto ocurra podrán ser generados por el arte mismo, por las prerrogativas de los conservadores de museo, por las preferencias de los visitantes, por el patrocinio privado, por la utilización de los espacios, etcétera. Estos agentes de cambio y alteración deberían, en última instancia, ser capaces de reconfigurar no sólo nuestra percepción y experiencia del arte, sino también a la arquitectura».¹⁴

Hanni Rashid aboga por la originalidad de su propuesta virtual e insiste en la aproximación de ésta a la arquitectura material: «Pudimos haber construido sólo un montón de cubos, donde se pudiera entrar y mirar los trabajos artísticos. Pero nosotros queríamos crear una experiencia arquitectónica, como la de los grandes museos del mundo. Las palabras clave son percepción y tiempo. Y éstas traen al juego a la memoria, cuerpo y forma. Entonces está muy lejos de ser una página Web de simple acceso a la información. En el Guggenheim Virtual toma tiempo llegar a algún lugar. Siempre regresas al mismo tipo de espacios. Los cuartos son complejos y la geometría es intrigante y mística. Existe una noción constante de que existe un espacio externo que necesita ser descubierto. Y dentro de este descubrimiento llegas a apreciarlo y a quedar inmerso en él. Se convierte en una experiencia real. En este punto se convierte en arquitectura, en comparación con una interfaz visual».¹⁵

¹³ RASHID, H., *Asymptote Architecture: Guggenheim Virtual Museum*. Domus, 2000(822): p. 26-31; p. 30.

¹⁴ *Ibidem*, p. 30.

¹⁵ RASHID, *Archidea back issues*.

El diseño posee polisuperficies isomórficas conocidas como «*blobs*»¹⁶, representados con una estructura alámbrica en las galerías y destacando su estado dual —entre la transparencia y la opacidad— dependiendo de la posición del espectador en el espacio. Dentro de la pantalla, las imágenes más pequeñas en la parte inferior demuestran los diversos estados de la estructura mientras que el espectador se mueve a través del museo virtual. La barra vertical que biseca el diseño es una herramienta de navegación que pasa hacia adelante y hacia atrás a través de la estructura como una exploración, permitiendo que el espectador tenga acceso a varias zonas del museo (Fig. 4).

La forma del edificio se inspira en su referente obligado: El Museo Solomon R. Guggenheim de Frank Lloyd Wright. Se recrea una vez más el atrio con su particular forma espiral, sólo que ahora, ésta, virtual, se mueve y se transforma al compás de la voluntad del usuario. Con este nuevo espacio expositivo se hace un guiño al pasado, y a la vez, se emite un mensaje que habla de la transformación del museo y de la arquitectura. El Guggenheim Virtual es el cierre de un ciclo de diseños enmarcados por la experimentación espacial (Fig. 5).

En el terreno de la arquitectura virtual donde la *firmitas* no existe, —ya que no es propiamente arquitectura, y, por tanto, no se rige con las leyes de ésta; se trata de una simulación o una representación de una visión particular de la misma— se puede terminar de pensar la arquitectura como algo estático y estable.

El Guggenheim Virtual constaría de tres planos, los cuales parecerían intersectarse entre sí. Éstos son, la denominada «Plaza», que ofrecería el área de servicios del museo incluida la tienda; el «Lugar de reunión», donde se tendría acceso a los museos Guggenheim alrededor del mundo, con alta tecnología y múltiples cámaras Web —así mismo en cada una de las sedes construidas se tenía pensado colocar una pantalla multimedia de 43 x 24 pulgadas para que los visitantes pudieran observar en tiempo real las otras sedes—; y por último, las «Galerías», el sitio que, como en un museo real,

¹⁶ Se atribuye la paternidad de éstos a Greg Lynn, un arquitecto innovador y rebelde que movido por su interés al uso del medio digital, no acudió a modeladores con alta influencia de la ingeniería sino que acudió -con su mentalidad de artista- a los modeladores utilizados por la industria cinematográfica y publicitaria. Este tipo de *software* especula con la creación formal apoyándose para ello en la deformación -o la generación germinal- de una idea inicial a través del uso de técnicas como el *morphing*.

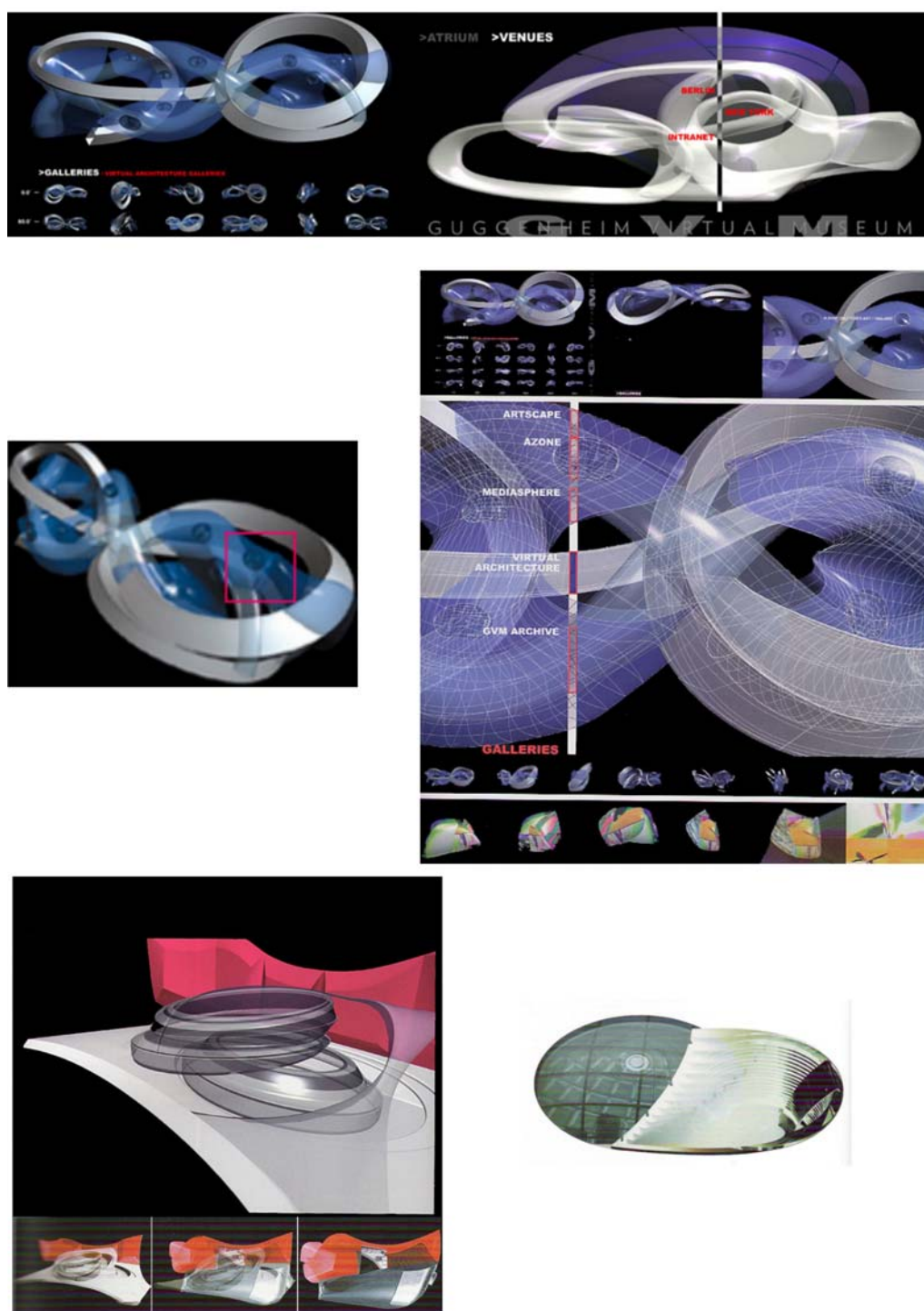


Fig. 4. La representación de una propuesta paradigmática para el ciberespacio: imágenes donde se ilustran los diversos aspectos del espacio virtual, la interfaz de navegación y la metamorfosis del «blob» al compás del movimiento del usuario. GVM Guggenheim Virtual Museum (1999) - Asymptote.

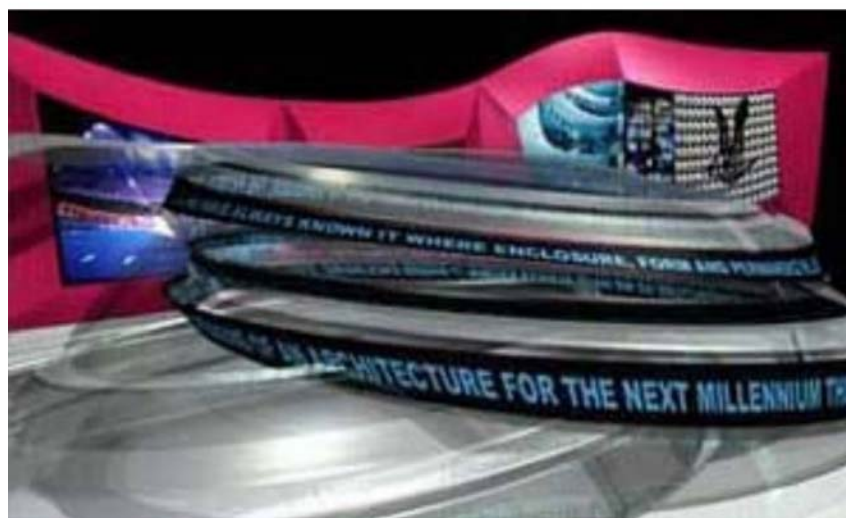
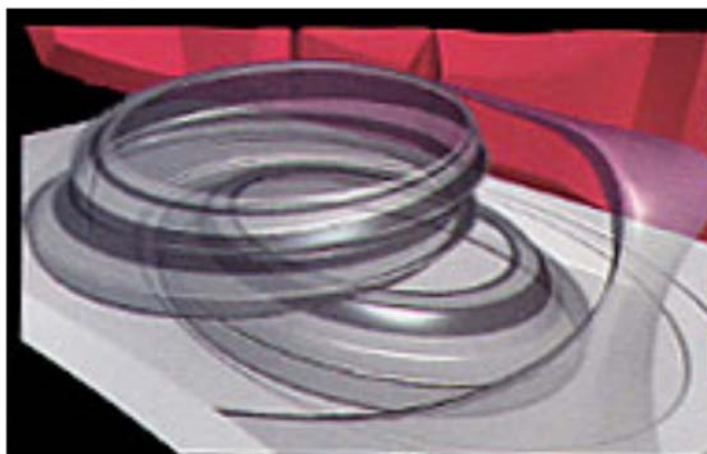


Fig. 5. La reinterpretación digital del atrio de Wright: imágenes del atrio en espiral —vista exterior, del acceso al atrio y del interior donde se leen mensajes invitando a visitar las galerías virtuales. GVM Guggenheim Virtual Museum (1999) - Asymptote.

estaría destinado a exhibir trabajos artísticos de pintura, video, electrónica y multimedia, tanto de fondos de la Fundación Guggenheim como de una «colección virtual» creada expresamente para ser exhibida en la Internet.

De ninguna manera se trataría de reemplazar la visita real a un museo por una visita virtual. De hecho, sería determinante para el visitante virtual el considerar la colección exhibida en las mismas condiciones que al contenedor digital; ninguno posee el valor derivado del aura del museo real o de la obra de arte original —el aura es imposible de reproducir en una copia digitalizada diría Walter Benjamin—, pero son importantes en tanto que posibilitan una experiencia innovadora.

Con todo esto, se planeaba que el Guggenheim Virtual tuviera el impacto para la arquitectura virtual como los museos de Nueva York y Bilbao lo tuvieron para la arquitectura. Suficiente es considerar su importancia como idea institucional, más allá de lo ambicioso del propósito y del cuestionable valor de la arquitectura virtual, ya que gran cantidad de museos colocan en la red, apenas algo más que un folleto informativo bidimensional.

Aunque en la actualidad no se sabe a ciencia cierta cuando abrirá sus «puertas» el museo virtual Guggenheim o si será oficialmente cancelado, se presupone que sería un salto cualitativo en lo referente a museos diseñados en el ciberespacio. Desafortunadamente se suma así a las demás propuestas visionarias y controversiales de la Fundación que, aunque nunca se descartan por completo, se han quedado sólo como testimonio de la evolución expresiva de una línea museística singular.

5.3 «El museo sin fin». El Guggenheim de Wall Street: Frank O. Gehry

Mientras se trabajaba en el proyecto virtual, y tras el contundente éxito de Bilbao, la Fundación Guggenheim pensó en repetir el efecto en tierras americanas, tratando de adecuar un nuevo museo como regenerador de un tejido urbano del Bajo (*Lower*) Manhattan en 1998. Parece ser que tras la fórmula empleada en España, la línea quedaría apegada a la utilización de grandes proporciones en las obras arquitectónicas, tratando de que ahora, cada posibilidad de establecer una sede ambiciosa sea la gran oportunidad de construir un monumento público.

La isla de Manhattan fue un sitio que careció de diseño arquitectónico moderno por más de una generación. Desde el fin de la Segunda Guerra Mundial, sólo se habían construido unas cuantas excepciones —todas en el *Midtown*—, como la Lever House (1950-1952), de Gordon Bunshaft y SOM (Skidmore, Owings and Merrill); el edificio Seagram (1954-1958), de Mies van der Rohe; el complejo de las Naciones Unidas (1949-1953) de Wallace K. Harrison¹⁷; y, por supuesto, el Museo Solomon R. Guggenheim (1943-1959), de Frank Lloyd Wright.

El Bajo Manhattan fue el principal centro corporativo de la ciudad hasta finales de la Segunda Guerra Mundial, cuando inició un gran éxodo hacia el Midtown y hacia los suburbios. Ya para comienzos de los sesenta, el área de oficinas y negocios del centro enfrentaba grandes problemas, sin importar el hecho de que se jactaba de tener el *skyline* más famoso del mundo. En los años setenta, algunos bloques de oficinas de tamaño medio fueron erigidos por la Organización William Kaufman en el lado oriental de Bajo Manhattan, pero éstos lucieron insignificantes en comparación con la escala de las torres gemelas del World Trade Center (1966-1977) de Minoru Yamasaki que se construirían en el mismo periodo y en la misma zona (Fig. 6).

Mientras tanto, el Puerto Marítimo South Street luchó por expandirse durante los setenta y ochenta, siendo un sitio turístico muy agradable pero no muy exitoso. Con el material producto de la excavación para la construcción de las torres gemelas, se construyó la Battery Park City, y una vez que ésta se había realizado, los urbanistas de la ciudad comenzaron a pensar en un desarrollo semejante a lo largo del sur del East River, en el puerto marítimo South Street, un proyecto que era conocido como *Manhattan Landing* y habría consistido en la construcción de varias torres de oficinas y, posiblemente, algunos edificios de uso residencial a orillas del East River.

A pesar de toda esta importante actividad, las condiciones del centro siguieron siendo un tanto precarias. El choque del mercado de valores de

¹⁷ Cabe señalar que Wallace K. Harrison, fue el Director de Planificación. Para participar en el proyecto se seleccionó a una Junta Asesora de Diseño, integrada por 10 arquitectos elegidos a su vez por sus respectivos gobiernos: Nikolai D. Bassov (Unión Soviética), Gaston Brunfaut (Bélgica), Ernest Cormier (Canadá), Charles-Édouard Jeanneret «Le Corbusier» (Francia —aunque era suizo), Liang Seu-Cheng (China), Sven Markelius (Suecia), Oscar Niemayer (Brasil), Howard Robertson (Reino Unido), G. A. Soilleux (Australia) y Julio Vilamajo (Uruguay).



Fig. 6. Manhattan, una isla escasa de diseño arquitectónico por más de una generación. Algunos de las pocas arquitecturas relevantes de Manhattan realizadas entre el fin de la Segunda Guerra Mundial y la década de los setenta: la Lever House (1950-1952), de Gordon Bunshaft y SOM; el edificio Seagram (1954-1958), de Mies van der Rohe; el complejo de las Naciones Unidas (1949-1953) de Wallace K. Harrison; el Museo Guggenheim (1943-1959), de Frank Lloyd Wright; y el World Trade Center (1966-1977) de Minoru Yamasaki.

1987 dio al centro un sensible golpe y por la década de los noventa muchos antiguos bloques de oficinas empezaron a ser destinados a uso residencial. Una tendencia que resultó ser bastante sana, puesto que preservó gran cantidad de edificios y amplió considerablemente el componente residencial del centro, atrayendo más servicios a la zona y conformando una comunidad más compacta. Pero esta tendencia con el paso del tiempo terminó por ceder y se necesitaron nuevos proyectos para reimpulsar de alguna manera la zona (Fig. 7).

En este contexto, el gobierno de la ciudad implementó un programa para la recepción de ideas encaminadas al impulso de la zona, conocido como RFP (*Request For Proposals*). La Fundación Guggenheim, propuso un proyecto museístico innovador con respecto a al oferta de la zona, concebido como una mezcla de servicios para el Bajo Manhattan.¹⁸ Como se podría intuir, el nuevo museo fue encomendado a Frank O. Gehry, aprovechándose de la súbita fama mundial del arquitecto canadiense para revitalizar tejidos urbanos «aletargados» (véase Capítulo IV): el conocido «efecto Bilbao».¹⁹ Sin embargo, la ciudad de Nueva York debía considerar otras propuestas para la zona, y tras un proceso de selección, para septiembre de 2000, aún se conservó la propuesta del museo Guggenheim y otra para construir un complejo de hotel y oficinas.

Cuando el Whitney Museum of American Art inició sus museos «satélite» en los años setenta dentro de la misma Nueva York, utilizó el primer piso del Philip Morris, construido en Park Avenue, y el sótano del bloque de oficinas del Federal Reserve Plaza; espacios cómodos y visualmente agradables, pero sumamente convencionales, «cajas neutras» de dimensiones discretas. La misma Fundación Guggenheim al expandirse en el Soho siguió esos mismos parámetros que le dieron ínfimos resultados por la múltiple competencia de museos importantes en la ciudad. Con este

¹⁸ En la zona del Bajo Manhattan actualmente se cuenta con una gran cantidad de museos temáticos de dimensiones discretas: el Museo Judío, el Museo de los rascacielos, el Museo de la Estatua de la Libertad, el Castillo Clinton, el Museo Nacional de los Indios Americanos, el Museo de las Finanzas Americanas, el Museo Fraunces Tavern, el Museo de la Policía de Nueva York, el monumento al Federal Hall, el Museo de la Cultura China en América, el Museo en la Sinagoga de Eldridge Street, el Museo del Departamento de Bomberos y el Museo Tenement en el lado Este.

¹⁹ Véase HERMAN, D., *Separated at birth*, en *Proyect on the city 2. Harvard design school guide to shopping*, KOOLHAAS, R., CHUNG, C.J., et al., Editors. 2001, Taschen: Köln; p. 711.



Fig. 7. Vistas fotográficas del Bajo Manhattan. El contexto para un nuevo Guggenheim neoyorquino: fotografías panorámicas (1933 y 2000) del Bajo Manhattan, y de la zona comprendida entre el muelle 9 y el 14 (2007) —el solar destinado al proyecto de la Fundación (2006).

precedente y tras la grata experiencia de Bilbao, teniendo la oportunidad de comparar ambas iniciativas, la línea quería todo menos un «contenedor neutro».

En cuanto a Frank O. Gehry, el arquitecto había sido bastante criticado tras la apertura del Disney Concert Hall (1988-2003), debido a la semejanza que presenta con respecto al Guggenheim Bilbao, aunque en realidad el proyecto de Disney fue anterior al del museo. Para Nueva York, Gehry presentó una plástica similar, pero aquí, se añadiría la expresión de la tendencia megalómana de la Fundación; una visión que quedó reflejada claramente en los enormes modelos —escala 1:200—, tanto los de trabajo como los de presentación. Si el Guggenheim Bilbao tenía grandes dimensiones, el nuevo proyecto de Gehry es este mismo museo llevado al paroxismo.

El «Guggenheim New York II» estaba planeado para situarse a orillas del East River, entre el muelle 14 al norte y el muelle 9 al sur, junto al Puerto Marítimo South Street, en el cruce de Wall Street y FDR Drive. Sobre una superficie aproximada de 96.000 m² destinada a espacio público exterior y un interior de 190.000 m², el nuevo museo se elevaría por encima del East River, en puntos que alcanzarían entre 19,50 y 34 metros sobre la superficie del agua. El museo al elevarse sobre el agua brindaría una sensación de apertura que habría que conservar al nivel de la calle, de forma que el corredor visual hacia el río quedaría abierto desde Wall Street y el barrio vecino. El visitante alcanzaría el nivel del museo por medio de una escalera monumental que lo conduciría hasta el nivel de la plaza.

El museo alojaría un centro de representación para las artes escénicas, la colección permanente del Guggenheim, exposiciones temporales, un centro dedicado al arte y a la tecnología, un lugar destinado a la arquitectura y el diseño, dos salas de 1.200 y 400 asientos respectivamente, un amplio jardín de tres hectáreas dedicado a las esculturas, una pista de patinaje sobre hielo y, además, una torre «deconstruida» de 140 metros de altura donde se instalarían servicios museísticos, oficinas, apartamentos ejecutivos y un restaurante con vista panorámica en la parte más alta de la torre.

Por debajo del conjunto, a nivel de la calle, se construiría una plataforma lisa curvilínea de unos 26.000 m². Ésta serviría como plaza

pública, para tráfico peatonal, carga y descarga de material, y área comercial. Un jardín acuático de unos 3.800 m² se situaría en el centro de la plaza pública y rodearía un atrio de vidrio —similar al de Bilbao— de 114 metros de altura. Este jardín se convertiría en pista de patinaje sobre hielo en los meses invernales.

El acceso se haría por el atrio central, donde se concentrarían las taquillas, los servicios de información del museo, las visitas guiadas y una cafetería que tendría vistas panorámicas del exterior. El atrio central serviría una vez más como distribuidor, desde este sitio, y por medio de escaleras mecánicas, se accedería al segundo nivel del atrio, el cual comunicaba a las diferentes salas de exposición (Fig. 8).

La disposición de las áreas de exhibición en dos alas —norte-sur— con forma de «C» permitía flexibilidad a los comisionados de las exposiciones, ya que, dependiendo de éstas y de sus requerimientos de espacio, podrían trabajar en forma independiente o en conjunto.

Las alas se encontraban comunicadas con los pisos superiores por medio de dos atrios cubiertos de vidrio, los cuales tenían vistas hacia el Puente de Brooklyn, la Isla del Gobernador y la Estatua de la Libertad. Estos atrios, que eran a la vez puntos de referencia espacial, podrían ser adecuados según la situación para albergar esculturas de grandes dimensiones —como se sitúa en Bilbao la «Serpiente» de Richard Serra—, exposiciones temporales, o simplemente como área libre para descanso de los visitantes.

Existía un espacio vacío dejado por la disposición de las alas norte y sur, lo que creaba dos patios por donde se dejaba acceder la luz hacia la plaza y al jardín acuático. Toda la cara inferior del conjunto serviría como techumbre de la plaza, dejando la sensación al visitante de estar en un espacio urbano abierto hacia el río.

El centro de representación para las artes escénicas de cerca de 1.200 plazas se situaba un tanto aislado, al norte del emplazamiento y se accedía a él por una escalera casi paralela a la del acceso por la calle, la cual iniciaba en la explanada peatonal a la orilla del río. Además, Gehry proponía una nueva terminal de *ferry*, sustituyendo a la que existe actualmente en el emplazamiento, pero que tendría la particularidad de dejar a los viajeros directamente a las puertas del nuevo Guggenheim.

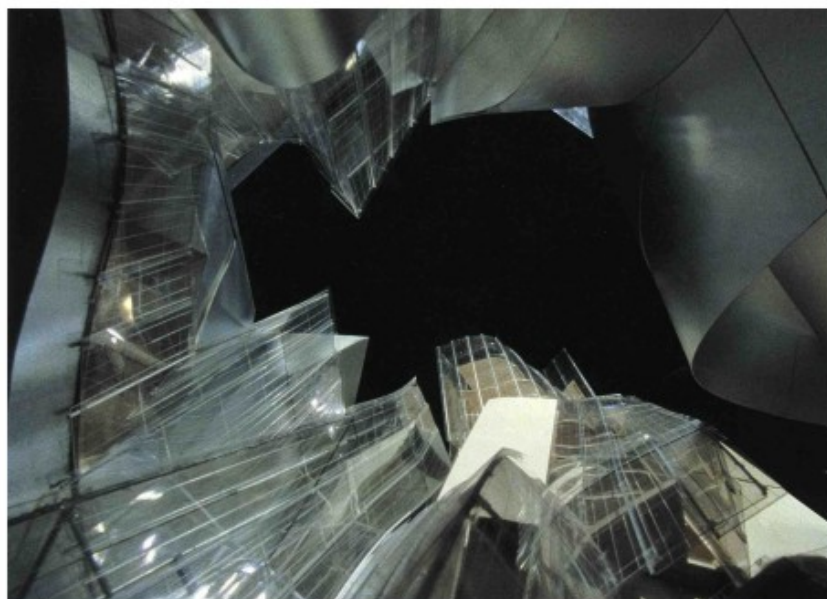
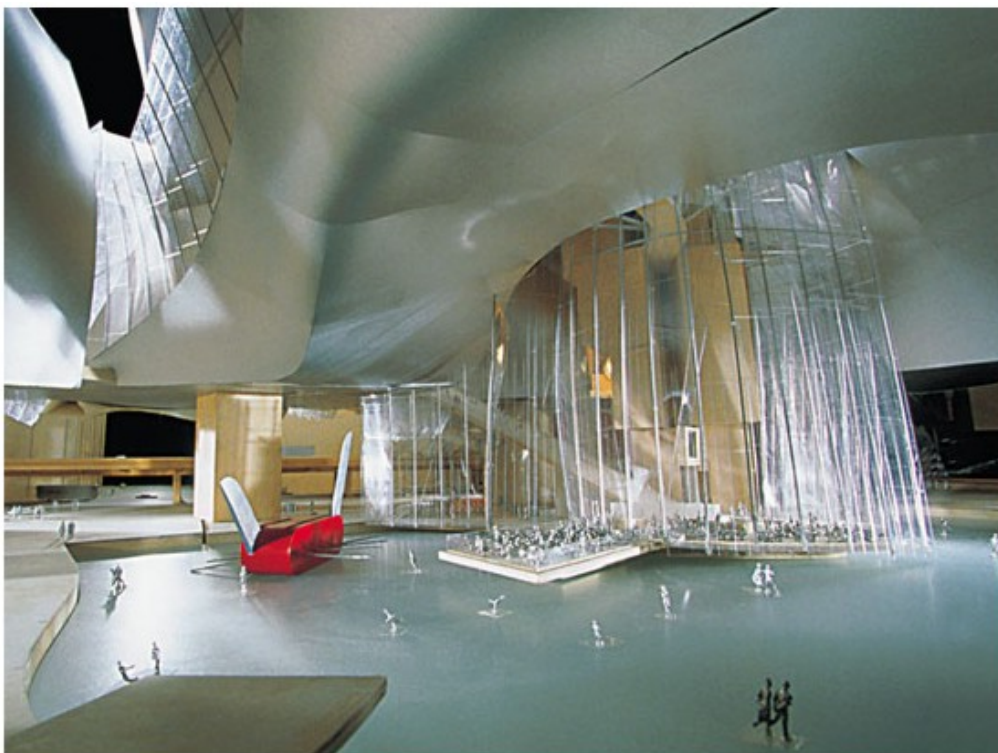


Fig. 8. El atrio, espacio distribuidor y objeto del más cuidadoso diseño por tradición en la línea museística: vista fotográfica de la maqueta donde se ilustra el atrio de dimensiones descomunales y la inusual incorporación de la pista de patinaje circundante, e imagen del atrio visto desde dentro de la maqueta. Guggenheim de Wall Street (1998-2000) - Frank O. Gehry.

Frank O. Gehry ideó una especie de «campus cultural» o «parque temático», un complejo, gigantesco y ultra-moderno museo, expresado en una maqueta gigante que reinventaba el proyecto de formas orgánicas, sinuoso y plateado del Guggenheim Bilbao, y que hace recordar, en cuanto a sus dimensiones descomunales, aquel proyecto de museo utópico de Boullée (véase Capítulo I) (Fig. 9).

En una etapa donde Gehry, más allá de Bilbao, es el artesano experto de sus formas —y donde disfruta como nadie en el proceso de su invención—, que realiza su propuesta de museo representando una inmensa nube suspendida, inspirada en la Endless House (1924-1958) de Friedrich Kiesler (Fig. 10).²⁰ En este proyecto: «Gehry nos muestra cómo trabaja —señala Moneo. Con naturalidad extrema como si esta operación no tuviera dificultad alguna, establece una volumetría que adelanta lo que será el desarrollo tanto de la estructura como del programa, pero la piel del edificio, la figura con que va a presentarse, está sugerida por toda una serie de planos plegados caprichosamente a los que se hace, en último término, responsables de la forma del edificio. Hay uso conciente de la arbitrariedad de la forma, pero ahora la forma procede directamente de la mano del arquitecto».²¹

El diseño de este museo tuvo una duración de dos años, basándose, como es habitual, en múltiples estudios volumétricos, esquemas, dibujos, bocetos y maquetas, seguidos del uso de los ordenadores. Como se ha visto, se trata de un proceso de diseño intensivo: «Su oficina de Los Ángeles transforma sus madejas de líneas en maquetas con programas de ordenador desarrollados para la industria aeroespacial, y las maquetas se convierten en edificios con la facilidad aparente del pertiguista que se eleva sin esfuerzo; pero bajo el artificio juguetón de estas escenografías expresionistas se agita un pulso oscuro y laborioso (Fig. 11)».²²

Independientemente del empleo de tecnología digital, los cientos de dibujos y maquetas, además de permitir llevar una cronología, y regresar a algún diseño anterior, son un instrumento de legitimación del proceso

²⁰ MONTANER, p.18.

²¹ MONEO, J.R., *Sobre el concepto de arbitrariedad en arquitectura / discurso del académico electo José Rafael Moneo Vallés leído en el acto de su recepción pública, el día 16 de enero de 2005; y contestación de Fernando de Terán Troyano*. 2005, Madrid: Real Academia de Bellas Artes de San Fernando; p.43.

²² FERNÁNDEZ-GALIANO, L., *Tormenta de titanio*. Arquitectura Viva, 1997(55): p. 15

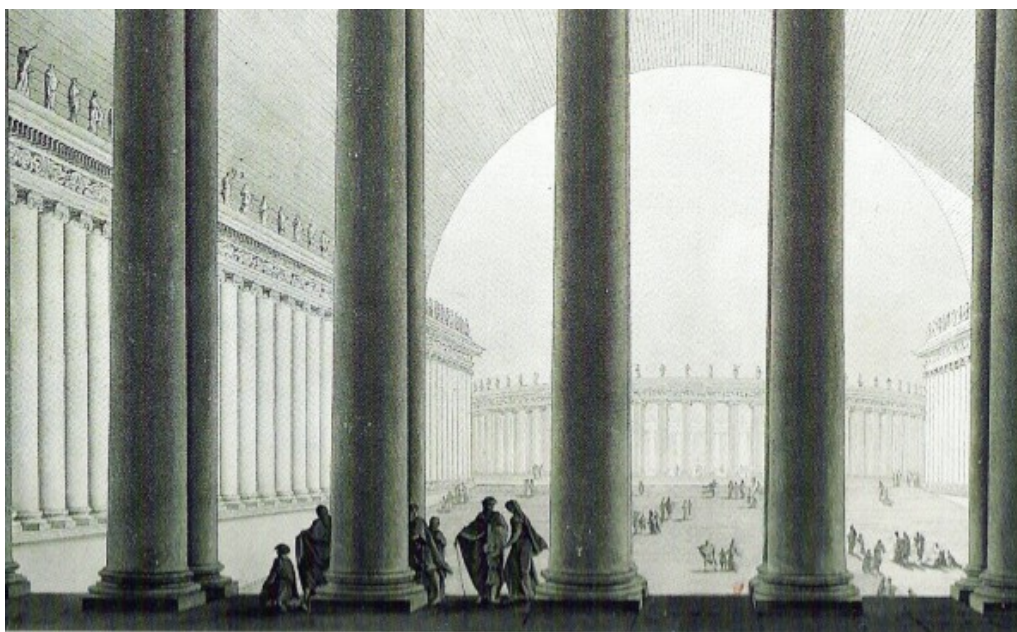


Fig. 9. La visión utópica de la Fundación Guggenheim. Una reinterpretación de las arquitecturas fantásticas: perspectiva del museo dibujado (1783) de Étienne Louis Boullée y maqueta del Guggenheim de Nueva York de Frank O. Gehry (1998); imágenes de dos diseños donde la carencia de la escala humana es evidente.

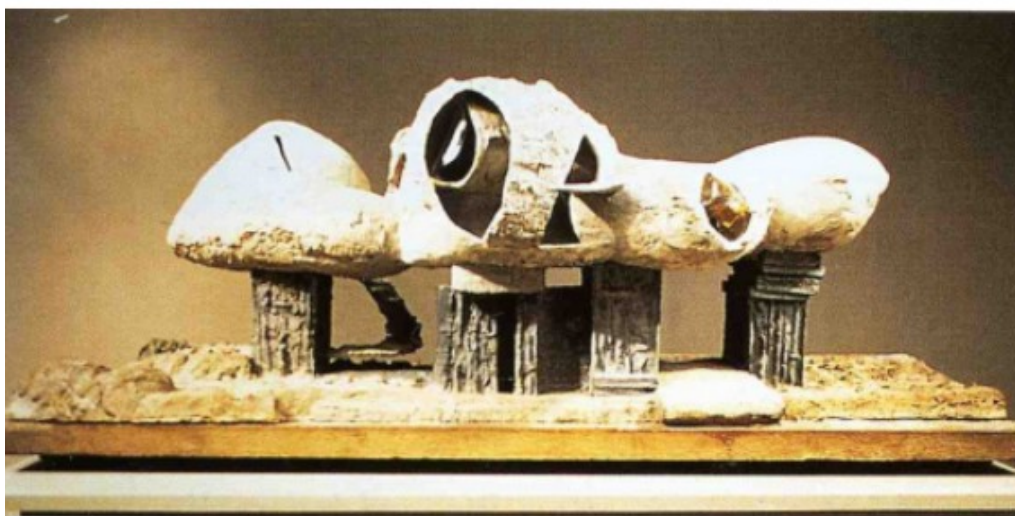
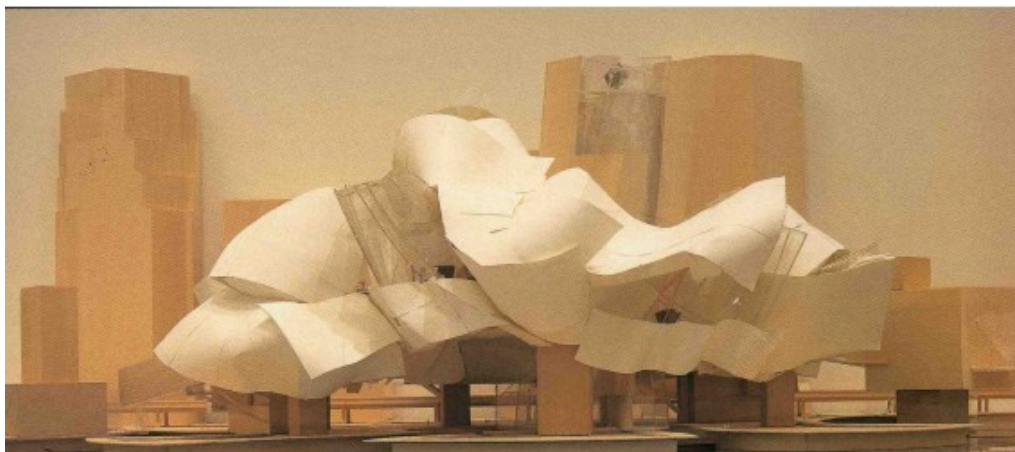


Fig. 10. Imágenes de una maqueta preliminar en papel y maqueta de la «Casa sin fin» (1959). La continuación de la saga Guggenheim de Frank Gehry inspirado en los experimentos de Frederik Kiesler. Guggenheim de Wall Street (1998-2000) - Frank O. Gehry.

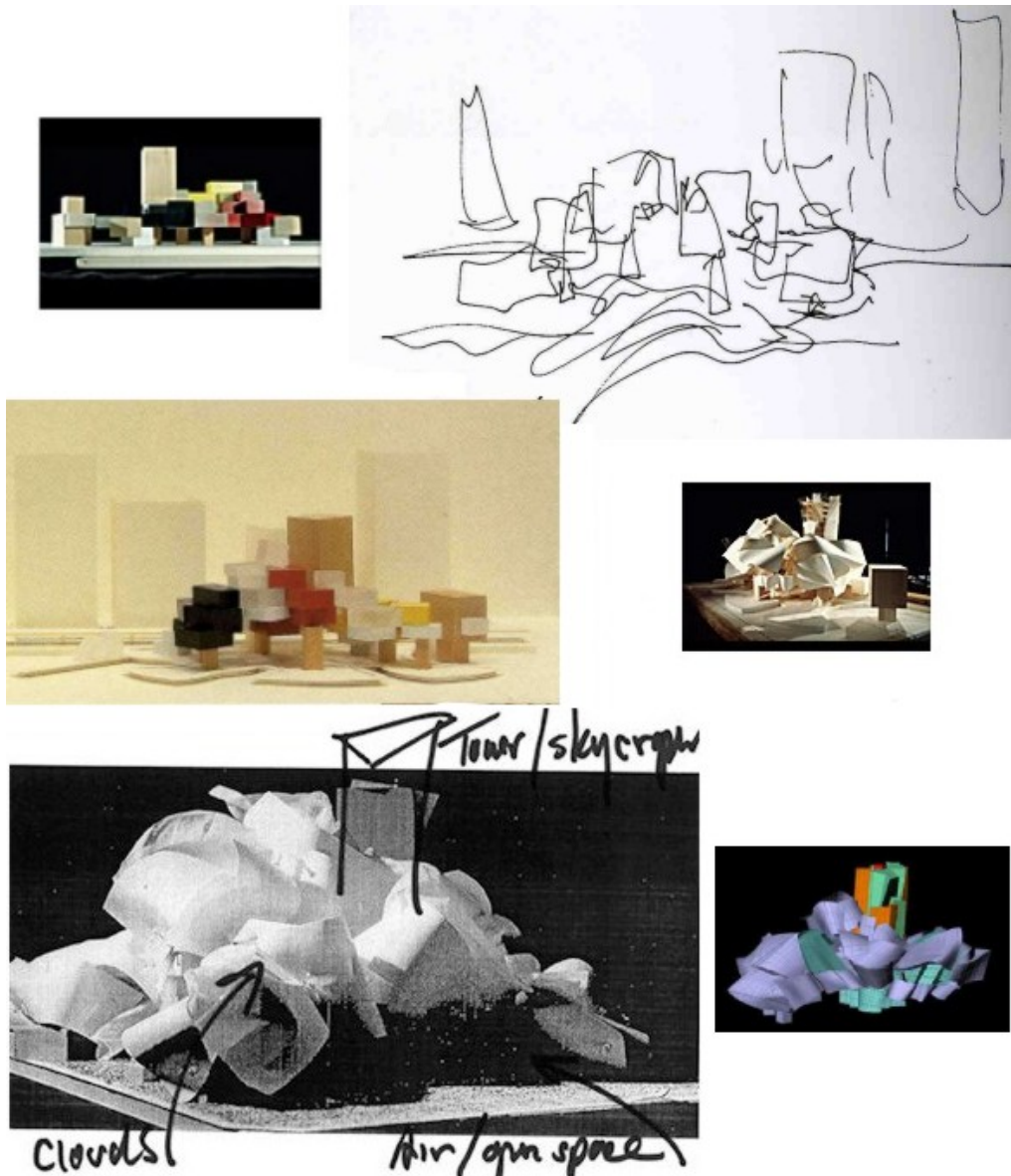


Fig. 11. La recopilación de conceptos y su translación a modelos de trabajo: boceto inicial; modelos con cubos de colores para el estudio de relaciones espaciales; imágenes de las maquetas de papel, donde en la última se observan anotaciones de conceptos de Gehry como: la similitud a nubes, la apariencia de levitación del museo y la posición del «rascacielos deconstruido»; y maqueta digital en CATIA. Guggenheim de Wall Street (1998-2000) - Frank O. Gehry.

proyectual, que explica la procedencia y la compleja evolución del diseño, que tiene un inicio y un desarrollo manual. Gehry constituye un caso muy peculiar, ya que sus maquetas de trabajo —de cartón y papel— se muestran en museos y en publicaciones, por el contrario de lo convencional, que es la exhibición de las maquetas más acabadas con un alto grado de detalle, aquellas más cercanas a una expresión miniaturizada como anticipación de la realidad (Fig. 12).

Partiendo de la base que, las maquetas para Gehry, «en cuanto que instrumentos en y con los que hacer, son, en sí mismas, arquitectura»²³; la construcción de la maqueta final buscaba expresar anticipadamente un carácter monumental —el mismo que se deseaba para el museo construido— por medio de su propia escala sobredimensionada. Si el museo propuesto era el doble de largo que la sede de Bilbao, las maquetas de aquel eran por lo menos tres veces más grandes que las realizadas para éste.

Complementariamente a la enorme maqueta que explicaba el edificio a detalle, se realizó una maqueta del Bajo Manhattan a escala 1:1000, con el museo incluido, y en el solar donde tentativamente se construiría. Todos los volúmenes fueron realizados en madera a excepción del museo. Éste acapara todas las miradas por su color plateado dentro de un entorno homogéneo. En esta maqueta se refleja una nueva denuncia contra la volumetría de Nueva York, ya que como pasara casi sesenta años antes, el nuevo museo cambiaría la postal típica de Manhattan, surgiendo entre las que Wright llamaría «cajas». La enorme nube, con recubrimiento de titanio o acero inoxidable, de apariencia «neo-surrealista», haría un contraste tremendo con la arquitectura de la isla; esto se puede observar de una forma mucho más aproximada en un par de fotomontajes²⁴ informáticos donde se incluía la maqueta insertada en unas vistas panorámicas del muelle e incluso se podía observar a los *ferrys* arribando al nuevo museo (Fig. 13).

Si algunos edificios tienen fachadas diferentes en sus cuatro lados principales para generar múltiples vistas, el diseño de Gehry por su

²³ MONEO, J.R., *Inquietud teórica y estrategia proyectual en la obra de ocho arquitectos contemporáneos*. 2004, Barcelona: Actar; p. 259.

²⁴ Independientemente de sus medios de producción, los fotomontajes mediante la integración de imágenes diferenciadas, son útiles «[...] para mostrar una situación espacio-temporal manipulada, con variable similitud, al servicio de una intencionalidad más o menos reconocible». Véase BRISSET, D.E., *Fotos y cultura. Usos expresivos de las imágenes fotográficas*. 2002, Málaga: Universidad de Málaga; p. 51.

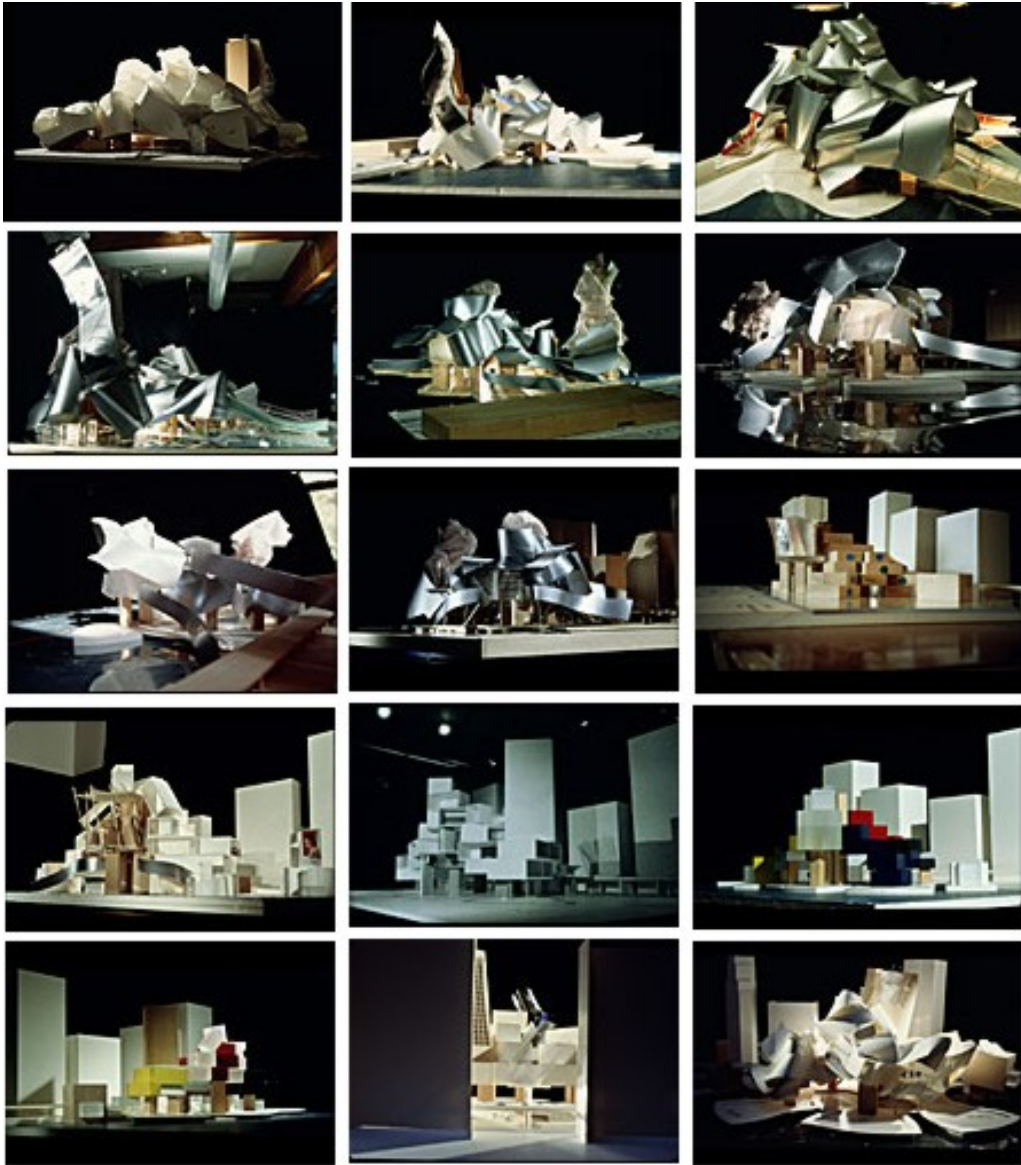


Fig. 12. La legitimación del diseño mediante el registro meticuloso del proceso creativo: imágenes de modelos preparatorios para el nuevo museo. Guggenheim de Wall Street (1998-2000) - Frank O. Gehry.



Fig. 13. El contundente cambio de la postal típica de Manhattan. La «nube» entre las «cajas»: imágenes de una enorme maqueta de Manhattan donde se representa el museo y su incorporación al contexto; y fotomontaje de la maqueta del museo sobre una vista panorámica del Bajo Manhattan donde se aprecia el detalle del recubrimiento metálico y el contraste con los volúmenes de los edificios colindantes. Guggenheim de Wall Street (1998-2000) - Frank O. Gehry.

complejidad arquitectónica, parece diferente desde distintos ángulos a medida que se recorre. Esta multiplicidad de vistas se acrecienta mediante la incorporación de la carretera FDR. Hacia este punto se proponían un par de los denominados *billboards* o carteleras espectaculares, los cuales en la maqueta presentaban a un motociclista, en compañía de los dientes de un felino, con la leyenda —con cierta dosis de ironía— «business as usual». En definitiva, este museo hubiera modificado drásticamente la experiencia al conducir, creando una vista muy dramática del lugar, lo que es una obvia evocación al Guggenheim de Bilbao, el cual incorporaba al Puente de la Salve (Fig. 14).

El retorno a Nueva York de los intereses de la Fundación Guggenheim, trataba de repetir el éxito de la sede de Bilbao, pero aún con mayores expectativas, en esa eterna lucha por situar a su ciudad natal como capital mundial del arte. Entre los efectos previstos, se pensaba que el nuevo museo alteraría tremendamente el centro de Manhattan, convirtiéndose inmediatamente en un imán increíble para turistas de todo el mundo, además de revitalizar la zona en particular —zona puramente de negocios—, ante la carencia de instituciones culturales. Sin embargo, la construcción de esta sede hubiera restado cierto atractivo al edificio bilbaíno; llevando el espectáculo formal directamente al seno materno en detrimento del museo como «hecho irrepetible».

Ya alguna vez, con motivo del proyecto de Bilbao, Krens le había pedido a Gehry —como él mismo confiesa— que, tomando como referente el museo de Wright, el nuevo museo tenía que superarlo tanto en imagen como en dimensiones.²⁵ No se puede decir con fundamento alguno que lo haya superado, puesto que cada uno ha sido importantísimo en la historia de los museos y de la arquitectura en general. Lo que sí se puede decir, es que Gehry mostró su destreza para recuperar la noción de monumentalidad arquitectónica creando una obra emblemática. Así pues, en esta ocasión, en referencia al proyecto de Bilbao, este diseño para Wall Street quería repetir la fórmula: intentar superar a su inmediato predecesor. Sin embargo, las mismas características de esta arquitectura de corte escultórico —desde su proceso

²⁵ Menciona Gehry: «Krens me dijo: “Tiene que ser mejor y tiene que ser más grande”. Lo que no se me pidió es que ese espacio sirviera además para mostrar obras de arte». Véase TELLITU, A., ESTEBAN, I. y GONZÁLEZ CARRERA, J.A., *El milagro Guggenheim. Una ilusión de alto riesgo*. 2 ed. 1997, Bilbao: Diario El Correo; p. 180.

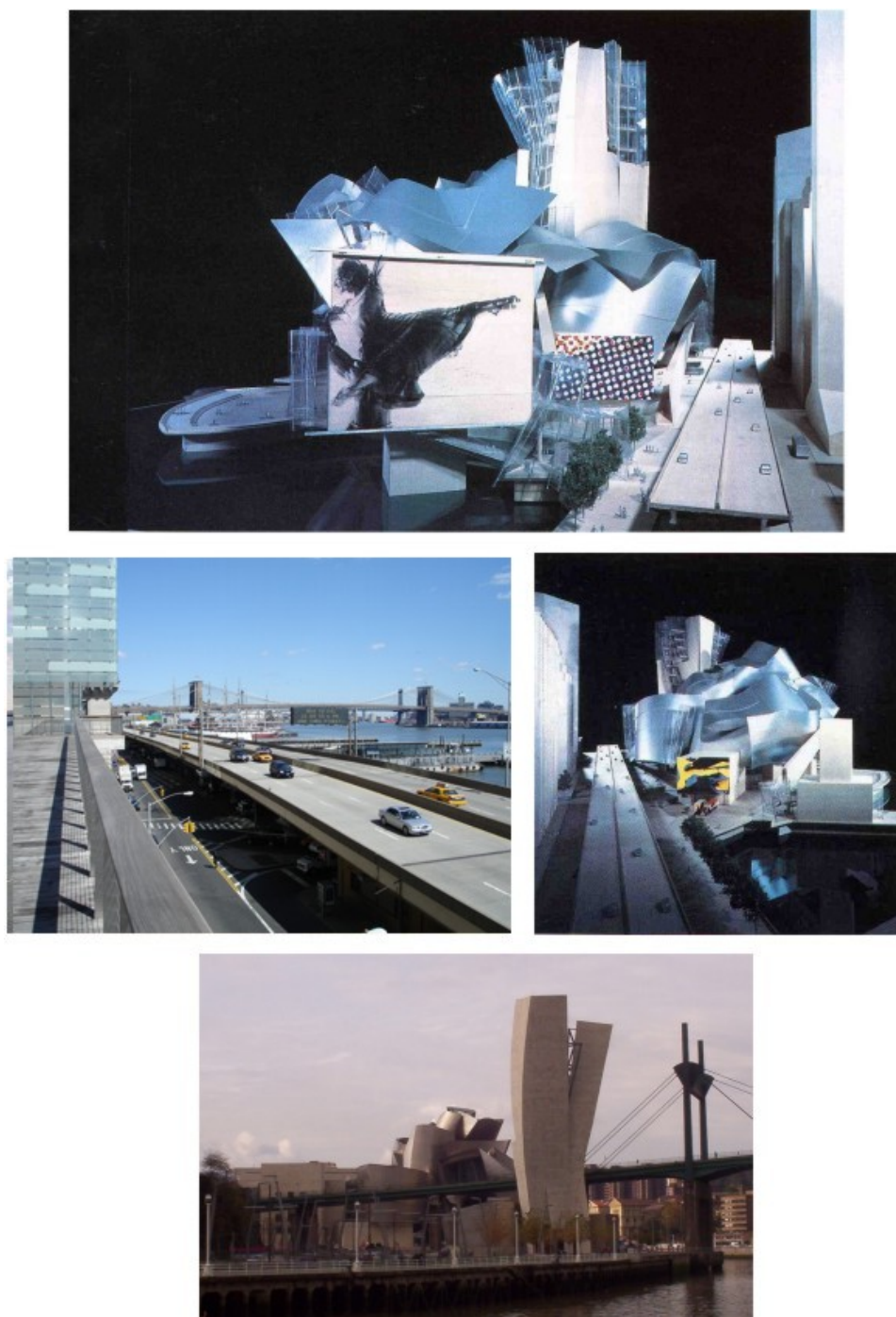


Fig. 14. La incorporación de importantes arterias viales como estrategia urbanística y como medio de atracción de visitantes: imágenes de la maqueta donde se representa una cartelera espectacular que se asoma a la carretera FDR Drive incorporada al proyectado «campus cultural», vista fotográfica de la misma carretera, y vista del Guggenheim Bilbao (1991-1997) donde se aprecia la incorporación del proyecto al Puente de la Salve. Guggenheim de Wall Street (1998-2000) - Frank O. Gehry.

de creación hasta su materialización—, impiden su multiplicación sin asumir tremendos riesgos.

A Gehry, al mismo ritmo que ha crecido su fama, se le ha llegado a acusar de plagiarse a sí mismo, repitiendo sus formas escultóricas. Resulta reveladora la siguiente cita del arquitecto, donde hablando del proyecto de Bilbao, explicaba la aparición de fórmulas de proyectos anteriores en su diseño en curso: «[...] sólo me fijo en lo que veo. Tiendo a vivir en el presente, y lo que veo es lo que hago. Y entonces lo que hago es reaccionar. En ese momento me doy cuenta de que ya lo había hecho antes. Creo que es así porque uno no puede eludir su propio lenguaje. ¿Cuántas cosas se pueden inventar durante una vida?». ²⁶

Si bien, no hay nada de malo en el reciclaje de ideas —después de todo, el desarrollar una fórmula de éxito y luego ceñirse a ella, fue una de las ideas principales del Movimiento Moderno—, en este caso, es evidentemente más drástico. Como advierte Sewing: «[...] la arquitectura escultórica no puede ser categorizada, estandarizada y reproducida sin trivialización o hasta ridiculez». ²⁷ Para mayores similitudes, además de coincidir en su aspecto formal, ambos son proyectos de museo, y ambos son de la línea museística Guggenheim.

Así pues, quizás por ese mismo riesgo asumido de la pérdida del factor sorpresa ante la ausencia de singularidad —la misma que se intenta lograr o al menos compensar dotando al diseño de una mayor monumentalidad—, el diseño luce dotado de gigantismo, un tanto más agresivo, más descontextualizado, menos estudiado, o sino, al menos, falto de la perfección que a Gehry le gusta alcanzar. Llevaba la difícil misión de ser un nuevo monumento neoyorquino atrayente de turistas desde su mismo inicio. Sin embargo, como dice V. Gregotti: «En todo caso, en cuanto valor morfológico significativo de la obra, el monumento no es un tema, ni una tipología, ni puede ser en absoluto un objetivo explícito: no se puede mandar construir un “monumento” [...] al modo que se manda construir una escuela o un teatro, aun cuando esto se haga muy a menudo, y muy a menudo los

²⁶ VAN BRUGGEN, p. 33.

²⁷ SEWING, W., *Architecture: sculpture*. 2004, New York: Prestel; p.7.

arquitectos traten de dar curso a ese orden incluso más allá de los propios deseos del cliente».²⁸

El partir de la necesidad de crear una obra monumental ligada al factor espectáculo y, vista la unión como sinónimo de imán de masas, puede ser arriesgada, haciendo que la arquitectura fracase en su misión. Puesto que «[...] el monumento no está hecho de monumentalidad —señala Gregotti— y [...] tratar de establecer de antemano el efecto que una obra debe producir en el usuario es una de las clásicas leyes de formación del objeto *kitsch*».²⁹

A pesar de que ambos diseños poseen superficies sinuosas similares, el diseño de Bilbao luce más orgánico que éste. Gehry mismo opinará que el diseño de Wall Street aún estaba en una fase muy primitiva aunque estaba satisfecho con la maqueta que, como se ha mencionado, para él ya es la base donde se encuentra su arquitectura: «No se trata de un diseño definitivo ni nada parecido [...] No había dinero suficiente hacer mucho trabajo. Pero me encanta Tom [Krens] e intento ayudarle en sus quijotescas visiones, que casi de milagro pudo sacar adelante en Bilbao. Hemos hecho una maqueta realmente hermosa, y hemos intentado que fuese real, pese a que estamos en una fase muy, muy inicial. Ahora mismo no lo construiría así, pero hay algunas ideas buenas (Fig. 15)».³⁰

Así, esta maqueta aparece mucho más casual y atrevida en sus formas a modo de volutas, cintas plateadas y en la torre «deconstruida» que la maqueta de Bilbao. La noción básica de cintas inmensas que caen en cascada parece más lograda, pero las enormes carteleras publicitarias en el extremo norte —más propios de la estética de Times Square— y la extraña torre no están en la misma sintonía con el resto del diseño, ni con el contexto. A diferencia del museo de Bilbao, donde la torre escultórica era sólo un referente urbano y se situaba en un extremo, aquí la torre, mucho más grande y con un uso determinado, se encuentra algo centralizada. Parecería más lógico que colocara la torre algo más cercana al Puerto marítimo y, aplicando un poco de su acostumbrada deformación, tratara de entrar en sintonía con las formas de los grandes mástiles de los veleros del sitio. Así mismo, los

²⁸ GREGOTTI, V., *Desde el interior de la arquitectura: un ensayo de interpretación*. 1993, Barcelona: Península, p. 71.

²⁹ *Ibidem*, p. 72.

³⁰ FILLER, M., *Mercados y museos. El Guggenheim de Wall Street*. Arquitectura Viva, 2000. III-IV(71): p. 67-69; p. 67.



Fig. 15. Maquetas de trabajo a base de papel. La fase previa a las maquetas de presentación. Guggenheim de Wall Street (1998-2000) - Frank O. Gehry.

componentes de los extremos norte y sur del proyecto se trataron arquitectónicamente de forma distinta, y por lo tanto parecen algo incongruentes.

La línea museística Guggenheim montó una espectacular exhibición dedicada a su propuesta, donde se desplegaron todas las maquetas del proceso de Gehry, en el museo de Wright, en la Quinta Avenida. En la carta de invitación a la exhibición dedicada al proyecto del nuevo museo, Thomas Krens escribía que: «El diseño es tan extraordinario, y los temas que plantea son tan cautivadores para quienes se preocupan por la arquitectura y el arte en Nueva York, que la mera presentación del proyecto es en sí misma un acontecimiento cultural».³¹ El área de la galería destinada a esta exhibición fue llamada «Medidas de Éxito» (*Measures of Success*), una idea enfocada a la recaudación de fondos — 900 millones de dólares era el coste estimado del museo—, y, en este sentido, las maquetas arquitectónicas exhibidas, por el gran entusiasmo que despertaron, mostraron que podían ser tanto un instrumento de diseño como una valiosa herramienta de mercadotecnia (Fig. 16).

Desgraciadamente para sus intereses, la Fundación Guggenheim, que encontraba dificultades financieras y tras los ataques terroristas del 11-S, abandonó este plan a finales de 2002, un plan que, Peter B. Lewis, el presidente del consejo del Guggenheim, había calificado como «una tarea utópica»³²; iniciativa que —al igual que sucedía con Viena, Venecia y Salzburgo— aún se reaviva de vez en cuando.

³¹ *Ibidem*, p. 67

³² *Ibidem*.

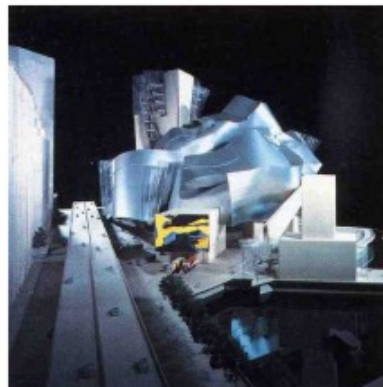
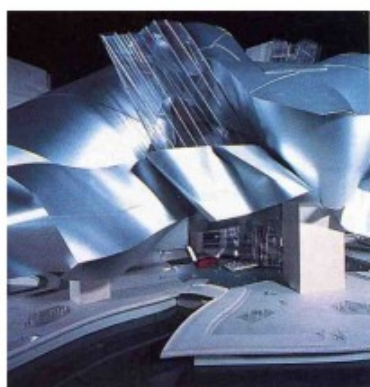
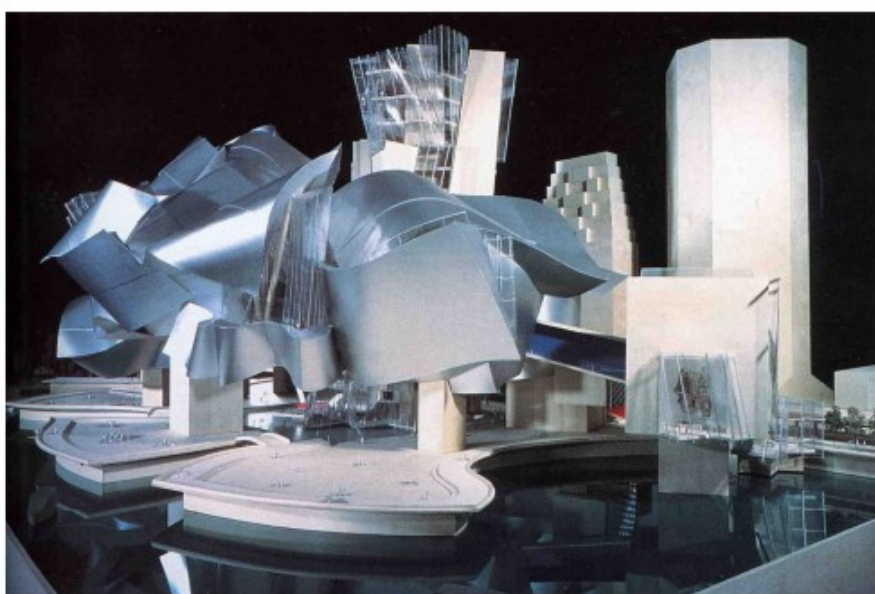
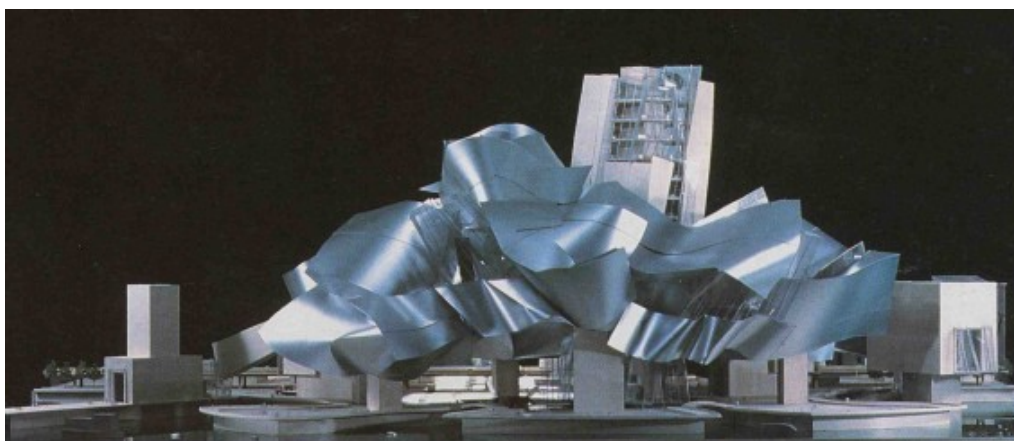


Fig. 16. Una importante práctica de la arquitectura contemporánea. La realización de maquetas de presentación para ser fotografiadas, expuestas y publicadas como una pre-producción formal que ayude a convencer de lo adecuado del proyecto. Guggenheim de Wall Street (1998-2000) - Frank O. Gehry.