

¿Por qué arquitectura?

Ole Bouman

La siguiente es una visión sobre un proyecto destinado a fallar. Ha perdido la confianza de los pares quienes debían apoyar su financiamiento. Ha violado las expectativas de una comunidad profesional que quería disfrutar de sus beneficios. Así es que, ¿qué puede decirse acerca de este proyecto, dedicado a fomentar la reflexión arquitectónica y que está al borde de la extinción?

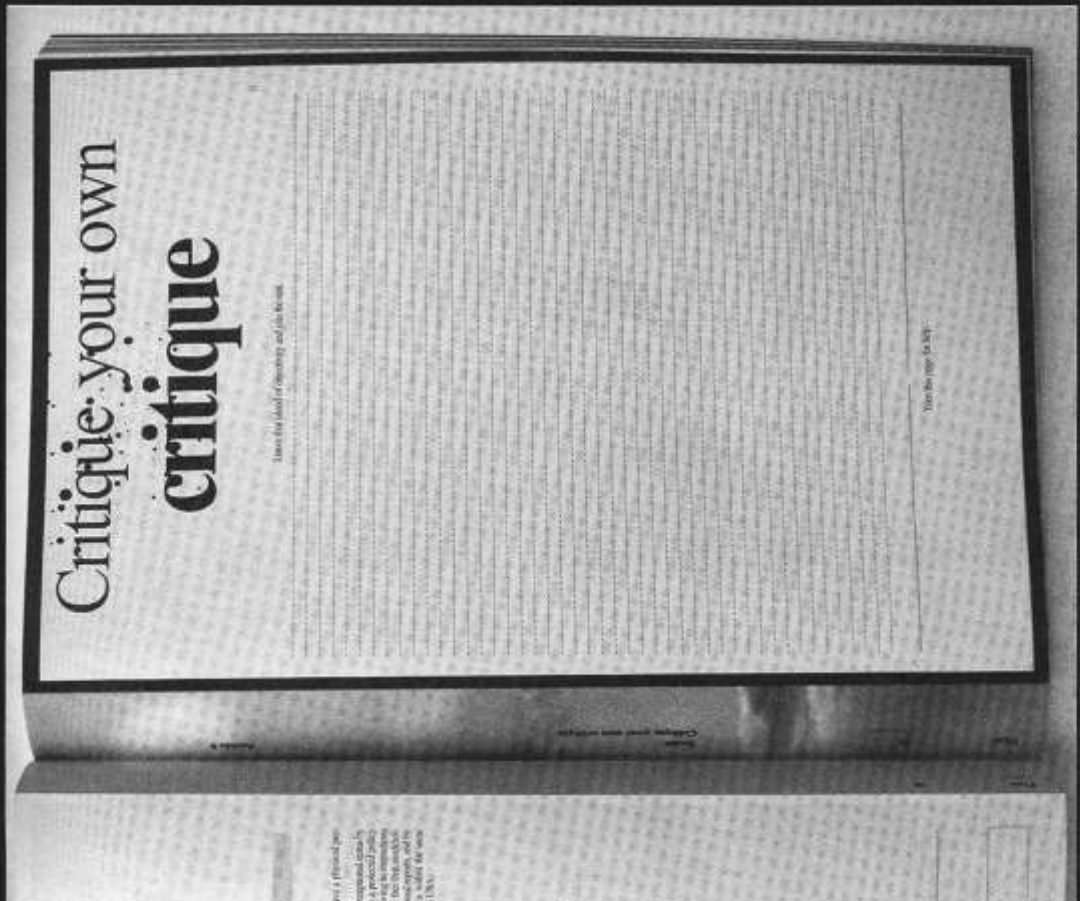
En primer lugar el proyecto no pretende ser lucrativo, ni informar al público o servirle a la industria. Su objetivo es favorecer cierta actitud en la arquitectura. Se trata de buscar momentos y oportunidades en los que la arquitectura vaya más allá de su propia definición como el entorno construido y sea valorado por todos. Aborda la arquitectura no como una profesión pura o una profesión que proporción a un servicio, sino como un fenómeno cultural involucrado en todo. Constantemente plantea la pregunta: ¿por qué que la arquitectura? Aceptémoslo: hay una gran cantidad de medios culturales y arquitectónicos interesados en lo que sucede en la actualidad. Estos proporcionan noticias sobre los acontecimientos más recientes, los proyectos más novedosos y los documentan. Responden a la pregunta universal ¿Qué está sucediendo? También hay innumerables medios que se ocupan de lo que se ha

hecho. Estos explican que métodos y técnicas fueron empleados por este o aquel arquitecto y artista y los medios que se requirieron para que el proyecto despegara. Finalmente, también hay innumerable medios enfocados en quien está en la cima y qué celebridades están de moda. También están interesadas en la gente detrás de los logros. Para las preguntas **Qu**, **Cómo** y **Quién**, generalmente hay mercados aceptados. Existe un cierto apetito insaciable por lo noticioso. Existe la necesidad profesional de aprender de los métodos de los otros. Y hay una ávida curiosidad por las andanzas de los Arquitectos Famosos. Esos mercados generalmente se cuidan a sí mismos muy bien, gracias. Además hay un enorme mercado que responde a ñas preguntas: qué, como quien. Estas incluyen las producciones promocionales que exclaman: ¡Ese! ¡Así! ¡El mío! Ese género también es vigoroso. Pero, ¿hay un mercado para la pregunta: por qué? Una cosa es cierta: si cuentan a todos los que a pesar de todo siguen preguntando ¿por qué? definitivamente hay un mercado. Sm embargo esto no puede traducirse en términos de un grupo de enfoque consiente, no puede rastrearse hasta un nicho profesional, ni ser claramente definido como un segmento de mercado. Un medio que busque dirigirse a este sector no puede evaluarse bajo los mismos parámetros de mercado que un producto promedio o la mayoría de la información especializada. Un medio como este constantemente debe buscar a este grupo de gente, desarrollar la curiosidad mercúrica que caracteriza a este grupo y compartir con él la misma necesidad irrefrenable de explorar los límites de esferas, especialidades, disciplinas y vocabularios profesionales.

¿Dónde está esta gente? Para encontrarlos, el proyecto ha empezado a buscarlos. Está saliendo. En primer lugar a través de una página de internet, que no solo acerca a la gente a los contenidos, sino que puede ser usada para crear nuevos contenidos, en primera instancia estableciendo eslabones entre muchos anos de contenidos. Pero también al participar en debates y varios proyectos para la web. Este sitio se está convirtiendo en un lugar de encuentro para personas en el mismo canal de pensamiento. En segundo lugar, el proyecto acaba de iniciar una serie de eventos internacionales. No son como congresos,

conferencias o mesas redondas, sino como una parrillada, un funeral o los *flash mobs*. Este *think-tank* ha adquirido un rol performativo además del reflexivo. Va a hacer algo. El debate regresa a un ambiente en el que se estimula el debate. La jungla de asfalto. El país olvidado, El momento glorioso. La excepción es la regla. ¡Está sucediendo!

Aquí encontrarán algunas impresiones de la manera que esta ambición se concretó en la ciudad de México durante el SITAC: un safari en taxi para explorar el vasto entorno urbano que elude cualquier fijación, Un ejercicio de ver antes de planear.

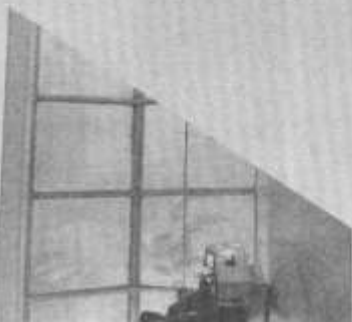


MALLINGOF

INDUSTRY

Chemicals and Apparel

At work



A-REV.



