

## **LA CIUDAD AMPLIFICADA: La Audio-visualización de AZCA como mediación de sus contenidos\***

**María Prieto**

Profesora Adjunta de Proyectos de Arquitectura y Urbanismo, en CESUGA School of Architecture,  
University College Dublin, Ireland National University

En 1966, se preparó el evento más insólito y con la ambición más extraordinaria hasta aquella fecha en España: la demostración de Madrid como metrópolis del año 2000. La información pública de la ordenación del centro comercial de Azca se proyectó como una exposición exhaustiva en contenidos, formatos y soportes. El diseño de la instalación plasmó una ficción que entonces parecía sólo al alcance de los países más desarrollados: un espacio representativo de modernización. En el despliegue se renovaron definitivamente las técnicas de información de la arquitectura al mismo tiempo que se promovieron concentraciones de espectadores e inversores que paradójicamente anticiparon la oportunidad del diálogo agonístico entre lo público y lo privado.

### **The Amplified City:**

#### **The Audio-visualization of Azca as a Mediation of Its Contents.**

In 1966, it was prepared the most unique event and with the most extraordinary ambition until then in Spain: the demonstration of Madrid as a 2000 metropolis. The public information of the Azca's commercial center's ordination was projected as an exhaustive exhibition in contents, formats and supports. The installation design embodied a fiction that at that time seemed only reachable to the most developed countries: a representative space for modernization. In that display the information techniques of architecture were definitely renovated at the same time that assemblies of spectators and investors were promoted, which paradoxically anticipated the opportunity of the agonistic dialogue between the public and the private.

\* Versión desarrollada de la comunicación «Contenidos con efectos: La arquitectura audiovisual de Azca». Libro de Actas del V *Congreso Internacional de la Arquitectura Moderna Española*, ETSAN, 16-17 de marzo de 2006.

VIVIMOS EN UN MOMENTO DE BÚSQUEDA INSACIABLE DE información simultánea a la de sus técnicas. El uso diario de aparatos (ordenadores portátiles, teléfonos móviles, lectores digitales, reproductores multimedia, televisores interactivos, agendas electrónicas, terminales vídeo-digitales...) e interfaces (portales, ciber-exploradores, mensajes electrónicos, bitácoras, video-conferencias, foros virtuales, tele-centros...) expande nuestra percepción poco a poco. Parece que para dominar algo una/o tiene que (inter)actuar con unos medios de información que comprimen continuamente las últimas técnicas de comunicación. Las redes de información ya no sólo sirven para enchufar la radio y el televisor sino también para comunicar colectivos desde lugares remotos. Los métodos actuales de conectividad anticipan un mundo instalado en un 'sistema operativo' de redes incalculables. Los medios mudan sus soportes y con ellos sus contenidos, formatos, imágenes, etc. Es natural pensar que la arquitectura también ajusta sus servicios, técnicas, representaciones, etc., a la lógica de las tecnologías de la información y la comunicación. Una coyuntura excitante que nos envuelve como extensiones de unos medios que invierten la realidad en una 'hiperrealidad' o aglutinación de mundos simultáneos.

¿Cómo articular una teoría sobre la simultaneidad de la arquitectura y los medios? ¿Es posible identificar un momento y un espacio en que convergieran intereses como para materializar un intercambio de métodos? ¿Cómo se podría definir entonces ese tipo de fenómeno? ¿Una arquitectura mediática? ¿O el giro paradigmático de unas formas de comunicación de la arquitectura?

¿Cómo escribir sobre esa nueva inteligencia arquitectónica en España? ¿Examinando en los distintas

etapas del régimen las ocasiones en que los arquitectos coincidieron el afán de informarse e informar y el empeño de modernizar el país con proyectos innovadores? ¿Trazando sus contactos y transferencias a través de las redes de información que (re)producían los debates arquitectónicos, para luego analizar las aplicaciones de aquellas técnicas en sus arquitecturas? Y también, ¿cómo mediaron esos arquitectos su reacción tecnológica en la nueva formación de organizaciones (socio-económicas/socio-técnicas)? O, incluso, en la última etapa del franquismo, ¿calibrando hasta qué punto su apuesta por el progreso de España desarrolló adelantos tecnológicos y especializaciones que eventualmente habrían equiparado a las dos primeras potencias mundiales durante la guerra fría?

El telón de acero recondujo el interés internacional hacia España en el marco de un plan de control global. La 'americanización' o 'estadounidización' de España fue un efecto directo de los acuerdos internos de la Asamblea General de las Naciones Unidas de 1947. A diferencia de otros países aliados favorecidos por el Plan Marshall, el fin de la autarquía en España supuso reconocer el grado cero de la arquitectura y la tecnología de cara a la carrera capitalista. Autoridades y arquitectos españoles se involucraron en unas relaciones diplomáticas que fueron definitivas. Un proyecto urbanístico inspirado en un ya extendido plan occidental de (re)generación de centros urbanos abrió la posibilidad de poner Madrid en el mapa. Poco después del Pacto de Madrid<sup>1</sup> y de la Ley Castellana,<sup>2</sup> la Oficina de la Gobernación promovió el 16 de junio de 1954 un concurso nacional de ideas para la Ordenación del Centro Comercial de Madrid sobre el eje de la entonces llamada Avenida del

<sup>1</sup> Los acuerdos económico-militares entre EEUU y España se firmaron en el Palacio de Santa Cruz de Madrid el 26 de septiembre de 1953. El Pacto favoreció a EEUU en su lucha anticomunista y al gobierno español en la legitimación del régimen. EEUU consideró el reconocimiento de la dictadura como un mal menor en comparación con la urgencia de consolidar el bloque atlántico. España no pudo más que aceptar las bases defensivas americanas a cambio de su apoyo militar y económico durante diez años. La concesión del crédito norteamericano obligaba a tomar parte en la estrategia de la contención de EEUU frente a URSS. La política económica del régimen atendía el progreso de España a la vez que la exponía como blanco potencial para URSS. La embajada de EEUU (1950-55) en Madrid fue proyectada por Lelan V. King y Ernst Warlon, y dirigida por el arquitecto Mariano Garrigues. Ese edificio formaba parte de un ambicioso proyecto mundial de embajadas de estilo internacional ligadas a un plan de control internacional americano. Situado en la calle Serrano, su arquitectura inspiró la promoción de bloques aislados en la Castellana.

<sup>2</sup> El 3 de diciembre de 1953 se aprobó la Ley Castellana, mecanismo urbanístico que promovió (mediante unos beneficios fiscales originales de la Ley de Ensanche y Extensión de 26 de julio de 1892 y de Saneamiento y Mejora Interior de 18 de marzo de 1895, i.e. exención por 20 años del exceso de contribución urbana e impuesto de derechos reales respecto a los edificios de nueva planta) la urbanización de varias áreas de Madrid: la Castellana, El Calero, La Estrella, La Pionera, La Florida, Puerta de Hierro, la extensión de General Mola, la carretera de Francia, etc. La Ley Castellana fue el precedente inmediato de la Ley del Suelo del 12 de mayo de 1956.

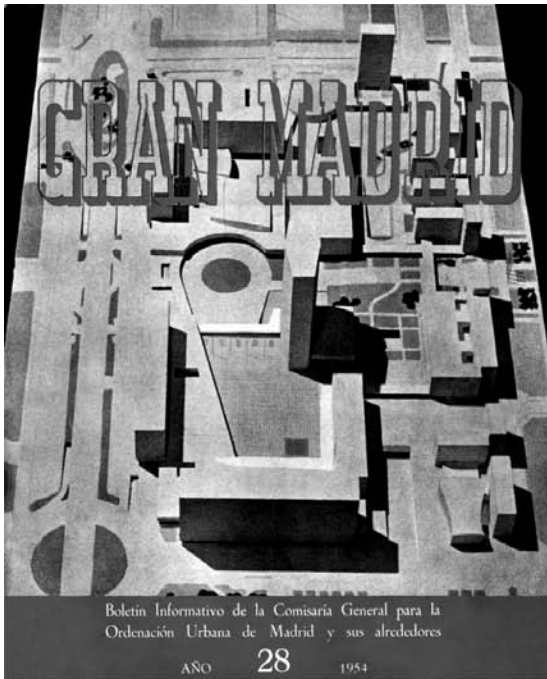


Fig. 1. Izquierda: Vista norte de la maqueta del proyecto ganador en el concurso de ideas para el centro comercial de Madrid. Arriba: Serie de negativos de la maqueta. Abajo: Fotografía de la maqueta tomada en el taller de Jordi Brunet en Barcelona, probablemente en diciembre de 1954.

Generalísimo,<sup>3</sup> espacio referencial del centro de poder y de la utopía del Gran Madrid (Fig. 1).

La Comisión del Área Metropolitana de Madrid aprobó el 21 de julio de 1965 el Plan de Ordenación del centro comercial, conocido como 'AZCA' desde 1964.<sup>4</sup> El Ministerio de la Vivienda preparó una exposición del plan que no sólo venció la indiferencia colectiva ante la muestra oficial de los proyectos del concurso de 1954, sino que resultó un precedente clave en España tanto en el despliegue de técnicas de

difusión de arquitectura y urbanismo como en la arquitectura de un espacio de información pública, con un interés impensable hasta entonces en estimular la participación ciudadana.

La presentación pública del centro comercial de Madrid se instaló en la sala del organismo Exco (Exposición Permanente e Información de la Construcción) del Ministerio de la Vivienda, en la esquina sur de los Nuevos Ministerios con la Castellana y la Plaza de San Juan de la Cruz. La

<sup>3</sup> La convocatoria del concurso se publicó el 25 de junio de 1954 en el *Boletín Oficial del Estado*, n. 176. Esa oportunidad (y caso excepcional de relaciones de poder entre oficiales y arquitectos) tuvo como jurado a Julián Laguna (Comisario General para la Ordenación Urbana de Madrid), Gaspar Blein (Director de Urbanismo del Ayuntamiento de Madrid), Diego de Reina (representando el Ayuntamiento de Madrid en la Comisaría), Secundino Zuazo (nombrado por los concursantes) y Pedro Bidagor (Director de la Oficina Técnica de la Comisaría de la Ordenación Urbana de Madrid). Reunidos desde el 6 al 15 de diciembre de 1954, fallaron el 16 de diciembre. Las revistas de arquitectura publicaron el resultado del acta. *Gran Madrid* (boletín informativo de la Comisaría) le dedicó un número completo de cuarenta y seis páginas, con los diecisiete proyectos participantes y un compendio de modelos homólogos de centros comerciales internacionales (1955, n. 28); la *Revista Nacional de Arquitectura (RNA)* documentó el proyecto de Perpiñá en cinco páginas, precediendo a los dos premios segundos (mayo 1955, n. 161); *Cuadernos de Arquitectura*, superó a ésta en una y mostró con mayor detalle imágenes, planos del proyecto ganador (una planta a color) y texto más despegado de la descripción oficial (junio 1955, n. 22); *Arquitectura* (Cuba), publicó cinco páginas, tres de ellas sólo imágenes, y el texto también más suelto aunque con un último párrafo tomado del acta del jurado (abril 1956).

<sup>4</sup> AZCA, Asociación Mixta de Compensación de la Zona Comercial de la avenida del Generalísimo, 'Manzana A'. Estatutos aprobados por el Ministerio de la Vivienda el 16 de julio de 1964.

prensa local anunció el evento con meses de antelación.<sup>5</sup> Sin duda era importante disponer el interés público ante la apuesta urbana más emprendedora e innovadora de la capital de España. Las autoridades convocaron a la prensa el martes 26 de abril de 1966. El Vicepresidente del Gobierno, el Ministro de la Vivienda, el Ministro de Gobernación, el subsecretario y los directores generales del Ministerio de la Vivienda, el director general de Bellas Artes, el director general de Política Interior y el delegado del Gobierno para el Área Metropolitana de Madrid inauguraron la exposición a la una de la tarde del miércoles. El jueves unos doscientos invitados, de almacenes, inmobiliarias, bancos, empresas, etc., celebraron su turno con canapés, croquetas, jamón serrano, gambas ‘Orly’, pinchos, tortilla ‘española’, empanadillas, pasteles, vinos, Pepsi-Cola, *cocktails*, *gin tonic*, *champagne*, *whisky* español y escocés, etc.<sup>6</sup> La información pública se reservó para el viernes.

La visita de la prensa sirvió como presentación de los objetivos del evento. Informes, reseñas y anuncios recogieron las innovaciones de la mano del urbanista Emilio Larrodera y el economista José Ramón Lasuén. Se eligieron conceptos que absorbieran las ventajas del centro y que al mismo tiempo fascinaran a la opinión pública: «Olimpiada urbanística», «centro nervioso de la vida activa del Madrid de 1975»[!], «Madrid [del] año 2000», «pequeña ciudad autónoma», «gran núcleo de descongestión», «moderna ágora o foro», «polo de atracción», «isla de los peatones», «verdadero centro de convivencia colectiva [con] las ventajas de la civilización más avanzada de nuestra época». Aquellas revelaciones se resolvían para airear una provocación insólita: seducir a las masas como copartícipes e inversores en la materialización de aquel «mini-Manhattan»<sup>7</sup> para modernizar Madrid.

A partir de la pluralidad de acentos de los diarios —liberándose ya quizás a partir de la ley de prensa del 18 de marzo de 1966—, se avivó cierta inquietud

por conocer la arquitectura que construiría la ciudad. Los medios espabilaron crónicas para anunciar (y denunciar) las diversas incidencias del plan de la ordenación. Un periodista del Diario de la Noche declaraba:<sup>8</sup> «[A]cabo de presenciar un estreno de exposición excepcional. No sé de quién es la idea, ni, casi, conviene saberlo, porque ya es hora de que la idea del mando, la realización de la técnica y las aportaciones de todos sean simplemente sumandos a olvidar, una vez conseguida la suma. Esta suma, la exposición del Centro Comercial de la avenida del Generalísimo, es la mejor, la más sorprendente, la más original que ha dado hasta ahora la técnica expositiva de cualquier tema, al menos en lo que yo conozco». Aquella pronta neutralización de los méritos del proyecto parece que fue una intención común no expresa de la prensa, afectada por el fácil elitismo del despliegue, aunque se mostrara suspicaz ante el también fácil abuso especulador en la regulación del solar.<sup>9</sup>

El ganador del concurso del centro comercial de Madrid de 1954 y responsable de su ordenación desde 1957 (Fig. 2), el arquitecto-urbanista Antonio Perpiñá, coleccionó recortes<sup>10</sup> de prensa sobre ciento siete hojas de papel Galgo en dos fechas clave para la publicidad del centro durante los años 1966-1977: la exposición de 1966 (convocatoria de prensa, inauguración oficial e información pública) y la primera visita oficial a la obra de 1969. Un episodio de la historia de la arquitectura y del urbanismo en España recogido en diarios como *Informaciones*, *El Alcázar*, *Diario Madrid*, *Arriba*, *Ya*, *Pueblo*, *ABC*, *Revista SP* y *Hoja del Lunes*. Al pasar las hojas sueltas de recortes sobre la exposición —ordenados de más reciente a más antiguo—, sólo se mencionan dos referencias al arquitecto como autor del proyecto del centro comercial de 1954 e, incluso, sin relacionarlo con fases posteriores de la Ordenación de Azca (*ABC* y *El Alcázar*).<sup>11</sup> Por otro lado, Antonio Perpiñá no fue quien

<sup>5</sup> «Exposición de la Ordenación del centro comercial de la avenida del Generalísimo». *Informaciones*, Febrero 2, 1966. p. 3.

<sup>6</sup> Menú de ‘Riesgo’. Archivo de Azca.

<sup>7</sup> César de Navascues. «Azca: un mini-Manhattan madrileño». *Pueblo*, 3 de octubre de 1969. p. 22.

<sup>8</sup> Miner Otamendi. «La Olimpiada que no ha de fallarnos». *Madrid*, 30 de abril de 1966. p. 6.

<sup>9</sup> «[L]o concebible fuera que allí (...) no estuviera como un altar olímpico la reducida traza de lo que ha de ser, de lo que será en ocho o diez años, ese enorme rectángulo que milagrosamente se ha conservado intacto en el costado izquierdo del eje N-S». *Ibíd.*

<sup>10</sup> Recortes de prensa de Antonio Perpiñá Sebría (1966-1977). Archivo de la familia Perpiñá.

<sup>11</sup> *ABC*, 27 de abril de 1966. p. 85. *El Alcázar*, 31 mayo 1966. p. 4.

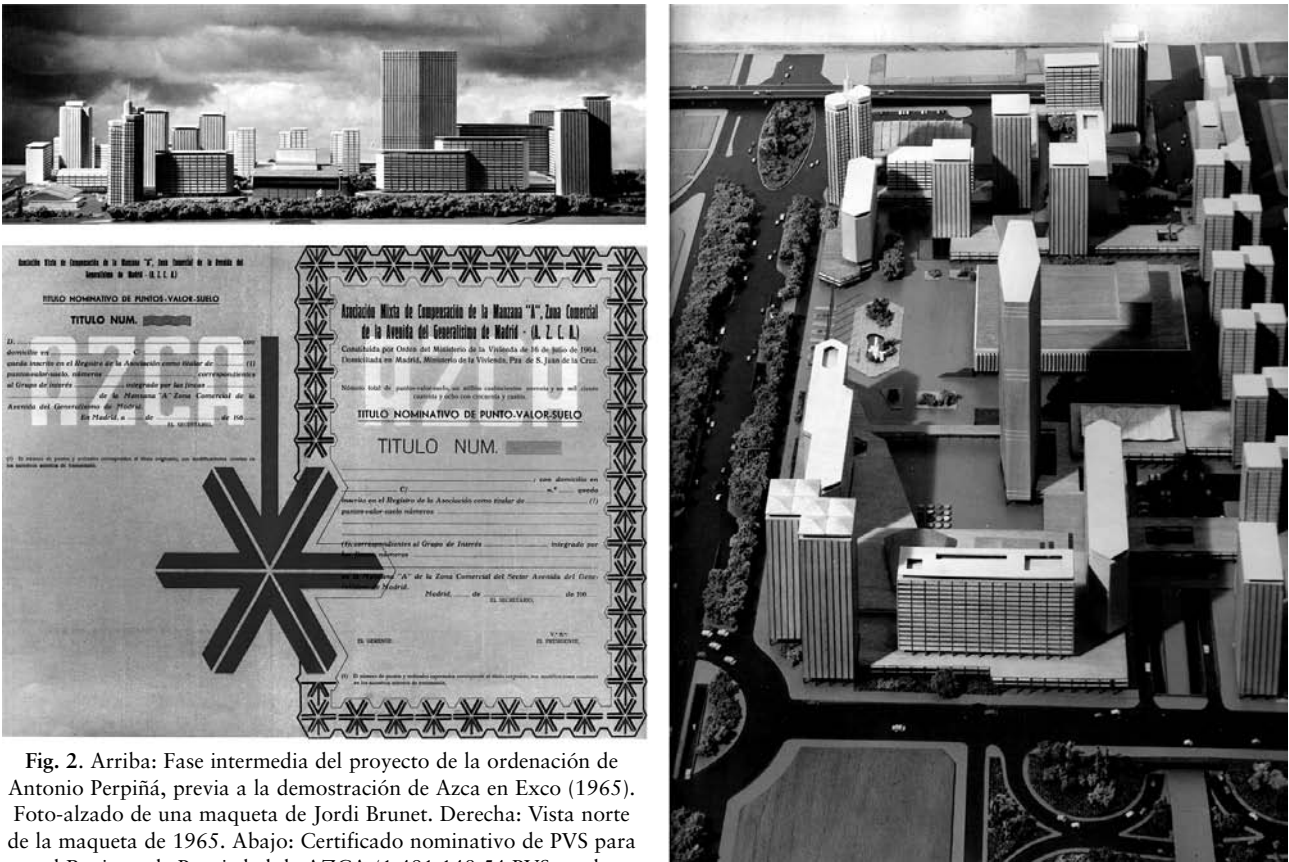


Fig. 2. Arriba: Fase intermedia del proyecto de la ordenación de Antonio Perpiñá, previa a la demostración de Azca en Exco (1965). Foto-alzado de una maqueta de Jordi Brunet. Derecha: Vista norte de la maqueta de 1965. Abajo: Certificado nominativo de PVS para el Registro de Propiedad de AZCA (1.491.148,54 PVS total distribuidos entre los grupos de interés).

proyectó la exposición de Azca, sino el arquitecto Javier Feduchi,<sup>12</sup> en colaboración con el realizador audiovisual Enrique de las Casas y otros técnicos. Aún así, Antonio Perpiñá, encargado del proyecto de la ordenación, y Javier Feduchi, del proyecto de la exposición, imaginaron una demostración pública que extendió los límites espaciales, temporales y convencionales de la arquitectura, el urbanismo y los medios: la ‘manhattanización’ de Madrid y la democratización de los contenidos del plan en un espacio paradigmático como medio de información.

## MANHATTANIZACIÓN DE MADRID

El concurso de ideas del centro comercial de Madrid en 1954 se situó en una zona prevista desde el proyecto Zuazo-Jansen de 1929-1931 y reelaborada en el Plan Bidagor de 1941-1946 como el centro comercial más importante del país.<sup>13</sup> El proyecto de Antonio Perpiñá supuso un giro crítico en el modo de entender y practicar el urbanismo y la arquitectura en la capital. El avance del proyecto del segundo centro de Madrid —que dependía de la Oficina Técnica de la Comisaría de la Ordenación Urbana de Madrid—

<sup>12</sup> María Luz Nachón Riaño nombró primero a Feduchi como autor. «Una exposición digna de verse». *Informaciones*, 28 abril 1966. p. 3.

<sup>13</sup> «En este sector privilegiado hemos de crear un ensanche que, sin más condiciones, estaría llamado a ser el elemento urbano más importante de España en los próximos cincuenta años. Pero que además entendemos que ha de situarse ahí el centro comercial de más categoría de la capital y, por tanto, en cierto modo, el centro comercial permanente más selecto de la nación». Pedro Bidagor, «Del sector de la avenida del Generalísimo de Madrid». Conferencia leída en la Sesión de crítica de Arquitectura en marzo de 1951. *RNA*, agosto 1951, n. 116. p. 35. También ver las referencias sobre esta conferencia de Pedro Bidagor tomadas por MONEO, Rafael: «Madrid. Análisis del desarrollo urbano de los últimos veinticinco años». *Información Comercial Española*, febrero de 1967, n. 4.021.

le obligó a trasladarse de Barcelona a la capital en 1956.<sup>14</sup> Entonces modifica y amplía la Ordenación (aprobada el 10 de julio de 1957), cuyo desarrollo urgía la preparación de un marco jurídico para resolver eficazmente los problemas urbanos de Madrid.

Antonio Perpiñá procuró estar informado de los avances de la arquitectura. Los debates de los CIAM, las publicaciones de José Luis Sert y Victor Gruen y la obra de arquitectos como Pietro Belluschi y Walter Gropius en EEUU marcaron intelectualmente los primeros pasos de su carrera en Madrid. También estuvo atento a las noticias de periódicos como *Informaciones*, *El Alcázar*, *Diario Madrid*, *Arriba*, *Ya*, *Pueblo*, *ABC*, *Cuadernos para el Diálogo*, *Índice*, *La Vanguardia*, y de suplementos dominicales como *Destino* y *Blanco y Negro*, entre otros, repartidos a diario (mañana y tarde) en su casa-estudio. Por otra parte, la librería Centro Press y más tarde la librería Gaudí enviaban puntualmente los últimos libros y revistas (como *l'Architecture d'aujourd'hui*, *Cahiers d'Urbanisme*, *Architectural Digest*, *Architecture Design*, *Architecture Review*, *Progressive Architecture*, *Lotus*, etc.) para que el arquitecto los consultase antes de adquirirlos.<sup>15</sup>

El Plan General de Ordenación Urbana de Madrid de 1963 legalizó finalmente la parcela del centro comercial y en 1964 el régimen para su urbanización. Azca resultó una manzana rectangular de 204.330 m<sup>2</sup>, anexa al eje de la Castellana desde Nuevos Ministerios hasta el estadio Santiago Bernabeu, y rodeada por las calles Orense, Raimundo Fernández Villaverde y General Perón. La Fundación March propuso a las autoridades promover un Teatro de la Ópera en medio de la nueva manzana (Fig. 2). Debido a la complejidad de

la red de inversores y propietarios, se constituyó AZCA para coordinar los intereses públicos y privados del nuevo complejo. Los Estatutos de la Asociación estudiaron el desarrollo de un sistema de compensación mediante una reparcelación novedosa —que Perpiñá concibió como un sistema de puntos valor suelo (PVS). Azca<sup>16</sup> actuó bajo el control del Ministerio de la Vivienda, a través de la Comisión de Planeamiento y Coordinación del Área Metropolitana de Madrid (COPLACO).

Perpiñá desarrolló la Ordenación con modificaciones venidas de presiones especuladoras que alteraron el equilibrio de los volúmenes del esquema original. La arquitectura proyectada para el centro entró en un proceso de mercantilización, un fenómeno cuyo clímax no se alcanzó en España hasta los años sesenta, cuando una clase media creció (tanto independiente como asalariada) y una nueva élite vinculada a la Banca se incorporó a la clase dominante.<sup>17</sup> Annabel Jane Wharton desarrolla este concepto en su artículo «The Commoditization of Space: Making Modernity»:<sup>18</sup> «La mercantilización es un proceso de conversión de las personas y los espacios al igual que las cosas incluso más vendibles. La desconcierto de la palabra ‘mercantilización’ sugiere oportunamente la anormalidad de la rápida invasión del capitalismo en todas las esferas de lo social desde mitad de siglo». La modernización de los sistemas de producción, la inversión financiera y la propagación del mito americano de una clase media cada vez más alcanzable a través de los anuncios de los medios de masas condujeron a la implementación de un consumismo ajeno americano<sup>19</sup> (cuyo efecto continuó hasta hoy con la «mercantilización al por mayor del entorno»<sup>20</sup>).

<sup>4</sup> Primero instalándose solo en una pensión, después en un piso en la calle Goya, más tarde con su familia en un piso en la calle Maiquet y finalmente en una casa-estudio en la calle Gutiérrez Solana en 1958.

<sup>15</sup> Diarios. Conversación con Antonio Perpiñá Carrera. Madrid, 7 de diciembre de 2005. Libros y revistas. Biblioteca COAM: Legado de Perpiñá.

<sup>16</sup> Su Consejo de Vigilancia estuvo presidido por el delegado del Gobierno en el Área Metropolitana, con otros miembros ejecutivos como el Alcalde de Madrid y los directores generales de Urbanismo, Arquitectura, Economía y Técnica de la Construcción. La Asamblea General y el Consejo de la Asociación tuvieron como vicepresidente al teniente alcalde del Ayuntamiento de Madrid, y como consejero especial al gerente municipal de Urbanismo.

<sup>17</sup> Conversación con Miguel A. Alonso del Val, September 14, 2005.

<sup>18</sup> WHARTON, Annabel Jane. «The Commoditization of Space: Making Modernity», in *Building the Cold War: Hilton International Hotels and Modern Architecture*. University of Chicago, Chicago, 2001. pp. 158-193.

<sup>19</sup> La urgencia capitalista coincidió con una despolitización social, promovida por el régimen agonizante de Franco. La combinación de ambas empresas sirvió sólo para radicalizar cada vez más una inmunización popular hacia el sistema de valores del poder.

<sup>20</sup> FRAMPTON, Kenneth: «The Work of Architecture in the Age of Commodification». *Harvard Design Magazine*, Fall 2005/Winter 2006, n. 23, p. 2.

La política del Desarrollismo<sup>21</sup> (1964-1969) golpeó la materialización del conjunto cambiando la arquitectura moderna ‘socialista’ por ‘capitalista’. Mientras la ordenación de los años cincuenta combinaba la arquitectura moderna (Sert) y la nórdica con espacios orgánicos (Aalto, Baldrich), la ordenación de los años sesenta calculaba la arquitectura capitalista (Belluschi) con espacios comerciales (Gruen). Como si se tratara de una remodelación fordiana, algunos de los que publicitaron el centro comercial de Madrid como el negocio más rentable de la ciudad se transformaron de paso en consumidores/accionistas aventajados al conocer de primera mano los mecanismos de capitalización (a pesar de la información pública de cualquier novedad legal, fiscal, financiera o urbanística a través de los boletines oficiales). Como resultado, la imagen de la ciudad fue moldeada por las autoridades e inversores (Ayuntamiento, inmobiliarias, bancos...) con el deseo de perseguir un modelo de modernización ante los demás países, mutando el centro comercial en centro financiero.

Aquel giro desde el urbanismo humanista del CIAM 8 hacia el urbanismo corporativo espectacular de rascacielos de oficinas acero y vidrio (Manhattanización) enlazó en la nueva ordenación con la implementación de la arquitectura comercial del arquitecto vienés Victor Gruen, ‘inventor’ del *shopping mall* estadounidense, que había impulsado desde 1954 con el circuito de *Shopping Centers of Tomorrow*.<sup>22</sup> Una instalación que probablemente influyó en el concepto de la exposición del primer centro comercial moderno de Madrid de 1966.

## ESPACIO DE INFORMACIÓN

La exposición de Azca se proyectó no sólo para exhibir una intervención urbana ‘futurista’, sino también para informar por duplicado sobre una imagen de progreso y una técnica de publicidad: primero, mediante la representación de un centro urbano de Madrid para el año 2000,<sup>23</sup> y segundo, mediante la demostración de su plan a través de diversos soportes técnicos y formatos mediáticos con los últimos avances tecnológicos. Con un tratamiento que precede al diagnóstico venturiniano de la arquitectura mutada en cartel ‘electrónico’,<sup>24</sup> el catálogo de la exposición (Fig. 3) se reprodujo con una vista de la maqueta de la Ordenación, velada por un color azul añil intenso (como si fuera de noche) con volúmenes contrastados en color fosforito simulando la iluminación eléctrica del interior. Los efectos visuales de la maqueta fueron cuidadosamente estudiados para favorecer su propagación exacta mediante un impreso que (re)presentaba ‘Azca’ en formato de bolsillo.

El folleto de la exposición de Azca se desdoblaba para descubrir el recorrido del montaje repartido en seis salas alineadas de tres en tres para salir por el mismo punto. Cada habitación contenía soportes diferentes con técnicas expositivas y audiovisuales muy avanzadas. La guía de la visita carecía de una agenda de actividades, sin fechas, horarios y locales. Hasta casi cuatro semanas después, sólo la prensa llegó a anunciar el programa completamente.

La primera sala de la instalación recibía a los visitantes con unos paneles de 2,60 x 0,30m, solapados en distintos planos sobre un fondo blanco y

<sup>21</sup> Dentro del Plan Decenal de Modernización 1964-1973, negociado por el régimen con el Banco Mundial.

<sup>22</sup> En el mismo año del concurso del centro comercial de Madrid, la oficina de Victor Gruen había organizado una exposición itinerante por varias ciudades de EEUU: *Shopping Centers of Tomorrow*. El catálogo de la muestra articulaba una serie de puntos, como la historia de los espacios públicos comerciales, el tráfico, el aparcamiento, la seguridad civil, el medioambiente, el clima, el ambiente comercial, el proceso del proyecto y la responsabilidad y posibilidad —analizados siguiendo algunas ideas del corazón de la ciudad del CIAM 8 (Hoddesden, julio de 1951)—, para concluir con cuatro modelos de centros comerciales. VICTOR GRUEN ASSOCIATES. *Shopping Centers of Tomorrow*. EEUU, 1954. Catálogo de 33 páginas.

<sup>23</sup> «[Donde] se estudian las posibilidades de los distintos avances previstos para Madrid hasta el año 2000, tanto en aumento de automóviles, demografía y capacidad de gasto por habitante, dentro de las distintas áreas en que técnicamente aparece representado el perímetro del Área Metropolitana y la más exterior, con radios desde el centro de 36 kilómetros». *ABC*, 27 de abril de 1966. p. 85.

<sup>24</sup> En 1972, Robert Venturi reflejó sus teorías de manera ‘arquitectónica’ sobre la portada de la primera edición de *Learning from Las Vegas*, tratándola como una interfaz capaz de comunicar y registrar cambios: un libro-anunciador. Mark Wigley, teorías sobre Robert Venturi. Columbia GSAPP, Nueva York. Invierno 2003.



Fig. 3: Izquierda: Planta de la exposición. Distribución espacial con numeración de elementos, instalaciones y acabados. Arriba centro: Fotografía de visitantes en la entrada de Expo. Arriba derecha: Tarjeta de invitación del Delegado de Gobierno del Área Metropolitana de Madrid. Abajo: Catálogo de la exposición (desplegadas tres de sus cuatro páginas; la cuarta, desde la derecha, es un plano de situación de Azca).

colgados de una retícula de color negro con tomas para focos. Los tableros tenían iluminación por detrás, dejando paso entremedias de suelo a techo y también mostrando impresiones de fotografías de personas en blanco y negro en tamaño real y en la actitud habitual de caminar por la ciudad. *ABC* describió ese espacio como «una zona de siluetas y reproducciones fotográficas de personas de gran tamaño, [como] los ‘madrileños que andan por la calle’, en [el] ambiente de agobio del peatón actual asediado por los automóviles y la prisa».<sup>25</sup> Probablemente las imágenes de estos ‘paneles de choque’ (como los llamó Javier Feduchi en la memoria de acabados<sup>26</sup>) de personas con trajes serios y con cierto aire de profesionalidad, habían sido elegidas con la intención de convencer a los especta-

dores del sople de modernidad que sobrevendría con la Ordenación (e.g. *The Man in the Gray Flannel Suit*, 1955; *The Organization Man*, 1956). El propósito general era construir una atmósfera que incitara a los visitantes a solicitar información adicional en la mesa del vestíbulo o en privado en la oficina instalada en la recepción.

En un resumen inédito de una reunión preparatoria de la exposición, Javier Feduchi había estudiado otra forma de provocar múltiples experiencias perceptivas para enfatizar este espacio, atrayendo «al espectador hacia la exposición y su contenido» mediante un panel ambientado con una secuencia de luces con aire publicitario y la sobreactivación de la percepción del visitante con autoreflexos para convertirlo en protagonista.<sup>27</sup>

<sup>25</sup> «La manzana ‘A’ de la avenida del Generalísimo y el proyecto de edificación». *ABC*, *Ibid*.

<sup>26</sup> Memoria del proyecto de la exposición de Azca de Javier Feduchi. Dossier encuadernado con caja en color naranja. Madrid, diciembre 1965. SH. COAM: Legado de Javier Feduchi.

<sup>27</sup> Resumen inédito de la reunión en Madrid el 10 de noviembre de 1965 de Javier Feduchi, Narciso Fuentes (Gerente de Azca), Julio Suárez de Peón y Luis Alemany. Archivo de Azca. p. 1.





Fig. 4: Arriba izquierda: Encuentro cruzado. La primera sala. Abajo izquierda: Javier Feduchi en primer plano. Abajo derecha: Ambiente de ansiedad. La segunda sala. Arriba centro: Visitantes escuchando a un guía. Arriba derecha: Despliegue tridimensional de paneles en la exposición «Shopping Centers of Tomorrow» en 1954. Victor Gruen Associates.

...

La segunda estancia correspondía a un escenario sombrío, con paredes y suelo en color azul marino oscuro y una retícula de color negro en el techo. Ese espacio se cubría con paredes que conducían el paso a través de un espacio similar a un 'tubo de la angustia'. Unos paneles de 2x2m, verticales, inclinados y horizontales, mostraban enormes fotografías de distintas zonas de Madrid y a diferentes cotas: puntos de atasco, coches moviéndose o frenando, grupos de peatones próximos a coches o con intención de cruzar la calle, antenas de televisión, cables telefónicos y eléctricos, árboles y perspectivas de cielos recortados por las cornisas de los edificios en forma poligonal.

La técnica de colocar los planos expositivos en tres dimensiones con tormentas de imágenes

(*Diagram of Field of Vision* de Herbert Bayer de 1930) y de reflejar la superposición de los planos con los movimientos de los espectadores, sirvió para sugestionar cierta ansiedad en el visitante ante los problemas de Madrid como ciudad moderna congestionada. Ese desconcierto se pronunciaba con una ambientación basada en destellos de luz, de faros, semáforos y anuncios de neón, y altavoces con grabaciones de sonidos propios de centros urbanos densos mezclados con 'música electrónica'.<sup>28</sup> Mediante el despliegue de contenidos y técnicas de efectos multisensoriales se confirmaba el problema del tráfico<sup>29</sup> como un factor a resolver rápidamente en la metrópoli moderna. *ABC* describió la contribución del proyecto en ese punto:<sup>30</sup> «[S]e pasa a otros departamentos en que al entrar en zonas más abiertas, en

<sup>28</sup> Punto 2.4. de la memoria de distribución y acabados de Javier Feduchi. *Ibíd.*

<sup>29</sup> Estudio de imágenes de embotellamientos en línea con los análisis de *The Heart of the City* (1951), de José Luis Sert, y *Shopping Centers of Tomorrow* (1954), de Victor Gruen.

<sup>30</sup> *ABC*. *Ibíd.*



Fig. 5: Abajo: Cabina de observación. La tercera sala. Arriba: Información pública. A la derecha, los arquitectos Perpiñá y Luis Alemany (recientemente incorporado a la Oficina Técnica de Azca) de pie detrás del monitor.

torno al eje urbano de la Castellana, el peatón encuentra un respiro por la amplitud de las calles y los árboles, que suponen un descanso».

Recorrida esta fase, una/o puede observar que las dos primeras salas funcionaron como unas enormes cajas interactivas donde personas y retratos simultanearon presencias audiovisuales que dilataban la experiencia sensorial, hasta el punto de inducir ‘naturalmente’ a la conexión mental con los medios (Fig. 4.).

A continuación se entraba en la ‘sala de datos’. La información se mostraba en seis líneas de pantallas creando arcos ligeramente cóncavos que envolvían al espectador. Cada unidad disponía de un cuadro de 1x1m, con una carcasa metálica en forma piramidal, un reflector en el vértice y un pie de material translúcido (Fig. 5). Cada grupo exponía un tema con matrices, gráficos y mapas: el primero (6 pantallas) recogía la evolución de Madrid (crecimiento, centralidad, capitalidad, centro financiero, desviación hacia el norte); el segundo (5 pantallas) relacionaba los antecedentes del centro comercial (Plan de 1941,

concurso de 1954, proyecto de 1957, Ópera Nacional, AZCA); el tercero (4 pantallas) examinaba el emplazamiento del centro (límites y extensión, alrededores, comunicaciones, comparaciones); el cuarto (6 pantallas) analizaba la proyección de Madrid-región (población residente, renta ‘per capita’, demanda de servicios y comercio, tráfico, densidad de población y demanda de suelo); el quinto (7 pantallas) describía el centro (demanda de servicios y comercio, demanda de suelo, motorización, densidad de población); y el sexto (6 pantallas) mostraba la demanda de superficie del centro (población, atracción, pérdidas, ventas, demanda de superficie) (Fig. 6).

La disposición ‘futurista’ de los datos urbanísticos respondía a cierta evolución en las técnicas de información de la arquitectura y el urbanismo. Por un lado, el diseñador de la exposición, Javier Feduchi, había utilizado ya pantallas con planos iluminados por detrás y pivotes con expositores en forma de cubo en la demostración pública del Plan de Ordenación Urbana de Madrid de 1962. Por otro lado, los diagra-

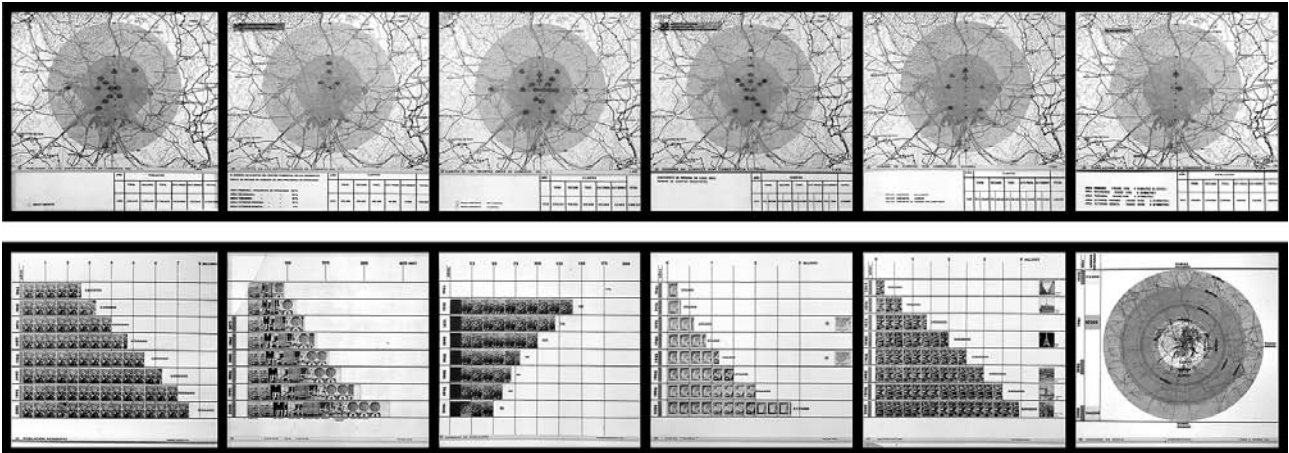


Fig. 6: Dos líneas de seis visualizaciones, correspondiendo en el informe del proyecto de la exposición a la series de pantallas cuarta y sexta respectivamente (de hecho, en la instalación, ambas se desplegaron como los primeros escenarios a la izquierda y derecha del recinto).

mas que se utilizaban en la exposición del plan para Azca diagnosticaban el futuro de Madrid a la vez que perfeccionaban modelos de representación para informar con claridad a todos los ciudadanos, proyectando un grafismo urbanístico apropiado como aquellos convenidos en las ediciones de los CIAM (1929-1959), la UIA (1947) y Ekistics (1955).<sup>31</sup>

El propósito de informar sobre el presente y el futuro de Madrid a todos los visitantes obligó a Feduchi a adaptar con eficacia los contenidos a formatos legibles. Los argumentos debían ser sencillos y atractivos para que todo el mundo los entendiera. Para facilitar la recepción pública se utilizaron gráficos tridimensionales potenciados con luz y sonido. Las técnicas efectistas se ajustaron específicamente a cada visor según el tema asignado. Aparte, seis altavoces colgados del techo modulaban la diversidad tonal para procurar una observación serena.

La representación del plan de la Ordenación del centro comercial mediante una maqueta con efectos audiovisuales fue definitivamente el reclamo de la exposición. Se colocó en el centro de la cuarta sala, sobre una base, librando espacio por un lado para ver

la silueta del conjunto en contraste con el resto de la ciudad. Por el otro lado había una pasarela perimetral, escalonada en tres niveles y con un pasamanos, para dominar la panorámica aérea desde el frente de la Castellana (Fig. 7). Desde dos ángulos de la sala se suspendían unas pantallas de tela de 200-150cm, sobre las que se proyectaban películas y diapositivas a la vez que se activaban efectos variables de luz en el interior del prototipo (manualmente entre dos técnicos). Feduchi también quiso habilitar una zona contigua como *whisky-room*.

El concepto espaciotemporal de la maqueta-espectáculo había sido proyectado en pocos meses: «Un montaje adecuado de película, sonido e iluminación de la maqueta y voz en ‘off’ con preciso diálogo, explicará la vida del Centro durante las veinticuatro horas, para dar al visitante una impresión bastante exacta de la jornada que comience en las primeras horas en que actúan los servicios para preparar las actividades; se abren y funcionan las tiendas, los grandes almacenes, las oficinas, los hoteles, los restaurantes; entran y salen los vehículos; por la tarde se animan los espectáculos, se asiste a una representación en el Teatro de la Ópera, y se va apagando la

<sup>31</sup> Antonio Perpiñá utilizó matrices estadísticas en el concurso del problema de la vivienda en Barcelona de 1949 similares a los sistemas gráficos de Otto Neurath en los primeros CIAM. Por otro lado, Perpiñá recibiría antes del congreso de la UIA de Moscú de 1958 —al que fue como representante de España en Urbanismo— una carta con una descripción para definir un sistema de representación internacional para la ocasión. En ese tiempo, la organización y la revista *Ekistics* había compilado artículos, esquemas y estudios sobre las condiciones locales de nuevos asentamientos urbanos. Sus diagramas se parecían gráficamente a las investigaciones de Antonio Perpiñá, como los análisis de su conferencia «El problema nacional de la descongestión de ciudades», en el I Congreso Nacional de Urbanismo de Barcelona en 1959, que en 1969 completaría en forma de libro con *La infraestructura del urbanismo*. Conversación con Prof. Kenneth Frampton sobre los análisis urbanísticos de Antonio Perpiñá, 27 de octubre de 2005, en Columbia GSAPP, Nueva York.



Fig. 7. Arriba izquierda: Perpiñá hablando para varios ciudadanos sobre el plan el 29 de abril de 1966. Arriba derecha: Perpiñá con las autoridades (Bidagor al fondo a su derecha). Abajo: El espectáculo cotidiano (de lo cotidiano espectacular). La cuarta sala o 'Maquetorama', como la llamaba Feduchi. La maqueta rodeada de dos estadios, dos pantallas y el logotipo de Azca.

vida del Centro hasta una nueva jornada».<sup>32</sup> Las proyecciones sincronizaban con las instrucciones de la voz grabada.<sup>33</sup> Introducían el desarrollo urbano del Madrid moderno y enseguida coincidían con las técnicas visuales de la maqueta en la descripción del centro comercial. La maqueta se realizó en el taller de Jordi Brunet. La inauguración se aplazó varias veces, quizás por la dificultad de la puesta a punto de las distintas tecnologías<sup>34</sup> y, además, por la demora de la maqueta oficial para el Teatro de la Ópera (ya que el

ganador del concurso no aceptó las últimas condiciones del encargo sobre la dirección),<sup>35</sup> ocasionando un inevitable incremento en el presupuesto de la exposición por el alquiler de los equipos de megafonía y cinematografía.<sup>36</sup>

Varias fases explicaban el espectáculo de 20 minutos (la tercera parte de la duración total estimada para la visita a la exposición).<sup>37</sup> Los pases se sucedían a distintas horas: 11.30am, 12.15pm, 13.45pm, 18pm, 18.45pm, 19.30pm y 20.15pm. Un

<sup>32</sup> Notas inéditas referentes a la exposición del centro comercial. Madrid, 30 de noviembre de 1965. Archivo de Azca. p. 2.

<sup>33</sup> Para grabar la voz del guión, la condición de los organizadores era que el presentador «hablara bien el castellano» por lo que Azca contrató a «un señor de Valladolid». Conversación con Jordi Brunet, Madrid, 28 de enero de 2006.

<sup>34</sup> Resumen inédito. *Ibid.* p. 4. Azca encargó a un técnico francés la instalación del circuito eléctrico. Pidió contactos de platino. En España no había y los que pusieron al final se fundían constantemente. Conversación con Jordi Brunet. *Ibid.*

<sup>35</sup> Por desacuerdo en compartir la dirección de obra con un arquitecto español, el arquitecto polaco Jan Boguslawski renunció al proyecto en enero de 1966. La Fundación March se lo daría a Fernando Moreno Barberá, cuya propuesta casi alcanzaba 600 millones de pesetas. El proyecto se anuló y se librería la ocupación. Información de la Fundación March. No obstante, también hubo comentarios no oficiales de que a Franco no le agradaba la intervención polaca porque habría podido influir con una ideología inconveniente para el régimen.

<sup>36</sup> Presupuesto firmado por el contratista Mariano Erdoiza García (Decoración) el 27 de junio de 1966. «A.Z.C.A. S.A. (Exposición del centro comercial de Madrid) debe...». Archivo de Azca.

<sup>37</sup> Notas inéditas referentes a la exposición del centro comercial. Madrid, 30 de noviembre de 1965. Archivo de Azca. p. 2.

guión contenía los puntos por los que el presentador reproducía la memoria del proyecto, señalando primero la maqueta y describiendo su emplazamiento, su función de capitalidad y como centro de comunicaciones, la introducción del Palacio de la Ópera, etc. Se comparaba la densidad del centro de Madrid con la del futuro centro<sup>38</sup> con un fotoplano de 1965. Después de la voz en *off*, se iniciaba un diálogo entre varios actores que descubrían la vida del centro durante 24 horas. Unas imágenes instantáneas laterales apoyaban el guión del conjunto con vistas interiores del centro, cuyas coordenadas se indicaban al mismo tiempo sobre la maqueta con una partitura de luces.<sup>39</sup>

La atracción parecía real. Materiales y luces definían los espacios que ajustarían las diversas actividades del centro comercial: plástico de colores en fachadas de oficinas, hoteles y recreaciones; madera en cubiertas, aceras y espacios libres; material sintético en zonas verdes; y tela en vías con líneas de luz por debajo en movimiento simulando el flujo del tráfico. El mérito de aquel sistema fue la aglutinación de unas técnicas de representación de arquitectura muy novedosas (conjuntamente con una carga referencial muy poderosa relacionada con la imagen utópica de Madrid), con un montaje sincrónico de imagen y sonido que dilataba la percepción del espectador en una experiencia personal sentida como ‘vívida’, a pesar de su presentación ‘virtual’. Perpiñá, Feduchi y de las Casas consideraron esta simulación cognitiva como una forma eficaz de recepción.

El impacto de la novedosa demostración también afectó a los funcionarios, como informó

un diario sobre el día de su visita: «Guiados por los autores del proyecto, visitaron las distintas dependencias que forman esta Exposición, deteniéndose particularmente en la maqueta ‘parlante’, por la que mostraron gran interés. El señor Muñoz Grandes dijo que este Centro Comercial presenta una imagen de lo que será el Madrid futuro que todos deseamos».<sup>40</sup> Entre los volúmenes del centro destacaba el edificio elevado central de 150 metros de altura y más de 40 plantas —una torre de planta rombaleada o *losangé*<sup>41</sup> parecido al rascacielos de Le Corbusier en Cap de la Marine (1938), al de Boston Back Bay Center (1953), a la Torre Pirelli (1956) y al edificio Pan Am (1963)— que el diario *Ya* comparaba en altura con la sede neoyorquina de la ONU (1950):<sup>42</sup> «[P]odemos asegurar que será tan alto como el edificio de la Secretaría General de las Naciones Unidas, de Nueva York; sobre todo, con mayor número de plantas, y que además su perspectiva semeja en general a la del inmueble neoyorquino». Además, acompañaban a la torre otros seis edificios de menor altura, entre 30-35 plantas, agrupados al sur; y uno aislado al norte, con una fila de edificios ordenando el frente de la calle Orense. Estos inmuebles contenían viviendas, hoteles, apartamentos, oficinas, locales de espectáculos y grandes almacenes. El Teatro de la Ópera se ajustaba en volumen al de la solución del equipo polaco ganador del Concurso Internacional de Ideas de 1963.<sup>43</sup> Finalmente también se asignaba al centro un helipuerto, la estación de enlaces ferroviarios (RENFE) y una terminal para las líneas aéreas (IBERIA).<sup>44</sup>

<sup>38</sup> Resumen inédito. *Ibid.* p. 2.

<sup>39</sup> Jordi Brunet perfeccionó sus maquetas con mecanismos móviles a partir de su experiencia infantil como pesebrista en Olot. *Ibid.* Durante su carrera realizó maquetas por encargo para los arquitectos Balcells, Bonet, Busquets, Coderch, Higuera, Lamela, de Miguel, Mitjans, Oiza, Soteras, etc. Catálogo Jordi Brunet, *Ibid.*

<sup>40</sup> «Muñoz Grandes inaugura la exposición sobre el centro comercial de la avenida del Generalísimo». *Madrid* (Diario de la noche), 27 de abril de 1966. p. 9.

<sup>41</sup> Término utilizado por Rafael Moneo en la descripción de este edificio en su artículo (1967).

<sup>42</sup> *Ya*, 27 de abril de 1966. p. 12.

<sup>43</sup> Para la exposición se prepara una maqueta en la que se resuelve el volumen del teatro de la Ópera atendiendo a la ocupación prevista con la forma más discreta. «Nota sobre Teatro de la Ópera». Después del 8 de enero de 1966. Archivo de Azca.

<sup>44</sup> Azca será pronto atravesada por ‘el túnel de la risa’. La tuneladora alcanzó los Nuevos Ministerios el 7 de diciembre de 2005.

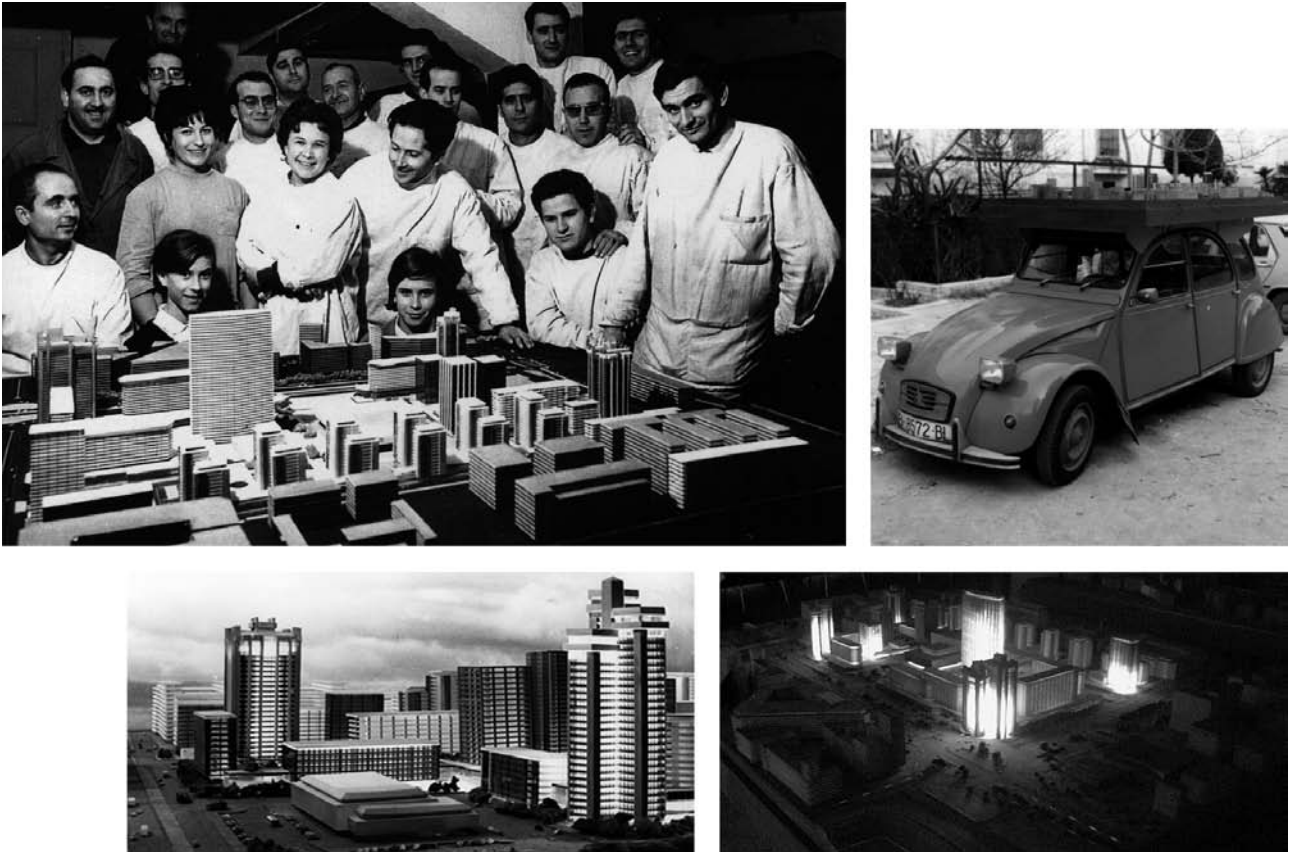


Fig. 8. Arriba izquierda: Elaboración de la maqueta en el taller de Jordi Brunet (Brunet con su mujer Pepita y sus dos hijas en el centro). Arriba derecha: Maqueta sobre la capota del Citroën de Brunet, enfrente de su taller. Abajo: Detalles de la maqueta para el centro comercial de Azca.

¿Cómo seducir a los ciudadanos para apostar por un Madrid ex-céntrico? ¿Actualizando un futuro atractivo? ¿Y cómo demostrar un proyecto para la ciudad del año 2000? Una técnica para avivar la maqueta fascinó al público: la luz del interior de los bloques y del movimiento continuo de los coches (Fig. 8). La luz se convertía en un medio de información. Apuntaba un ritmo de progreso y también un giro perceptivo que ya exploraban no sólo publicistas, sino teóricos, arquitectos, artistas y cineastas (Marshall McLuhan, Robert Venturi, Dan Flavin, Jean-Luc Godard, entre otros). El medio como mensaje se confirmaba en la sala: «La luz eléctrica es información pura. Es un medio sin mensaje, por decirlo así, a menos que se emplee para difundir un anuncio verbal o un nombre. Este hecho, característico de todos los medios, significa que el 'contenido' de todo medio es otro medio».<sup>45</sup> Marshall McLuhan

insistía en el análisis de los medios como clave para investigar el desarrollo de la inteligencia de los colectivos: «Los efectos de la tecnología no ocurren en el nivel de las opiniones o los conceptos, sino que altera las razones del sentido o las pautas de la percepción gradualmente y sin ninguna resistencia. El artista serio es la única persona capaz de encontrar la tecnología con impunidad, justamente porque es un experto de los cambios de la percepción».<sup>46</sup>

La era de la electrónica y de las telecomunicaciones corresponde con una nueva manera de percibir. Beatriz Colomina identifica ese modo diferente de ver (y sentir) en un momento revelador en la correlación entre la arquitectura y los medios. Para ella, los arquitectos Eames jugaron un papel revolucionario en la materialización de una percepción ya existente a partir de una arquitectura multipantalla y multimedia<sup>47</sup>. La ocasión de esa transferencia clave de

<sup>45</sup> MCLUHAN, Marshall. «The Medium is the Message», in *Understanding Media: The Extensions of Man*. New American Library, New York, 1964. p. 23.

<sup>46</sup> *Ibíd.* p. 33.

<sup>47</sup> COLOMINA, Beatriz. «Enclosed by Images: The Eameses' Multimedia Architecture». *Grey Room 2*, Winter 2001.



Fig. 9. Estudio en concierto. La quinta sala.

técnicas de la información fue la Exposición Americana de 1959 en Moscú. Una cita diplomática entre EEUU y URSS que se convirtió en un intercambio de estilos de vida. El matrimonio Eames colaboró en aquel escenario con un proyecto innovador que expandía el rol hasta entonces practicado (y convenido) por los arquitectos: una película, *Glimpses of USA*, proyectada en siete grandes pantallas simultáneamente. La cinta recogía la vida ‘americana’ durante un día laboral en 9 minutos y durante un día de fin de semana en 3 minutos, cuyos contenidos se modularon con unas curvas para distribuir la intensidad de los efectos visuales deseados sobre el espectador. El objetivo de la película era intensificar las emociones humanas más comunes, producir una sintonía universal que no sólo supuso el éxito en la recepción de la instalación sino que además favoreció los propósitos diplomáticos de EEUU en aquella

visita histórica.

Perpiñá publicó la memoria del Plan Parcial del centro comercial en una separata de la revista *Arquitectura* en abril de 1966 (n. 88): «No se pretende en el centro comercial la mera ubicación de unas zonas comerciales y oficinas, sino que éstas den la correspondiente ambientación para una serie de actividades propias de comunidad». De esta manera, la maqueta se proyectaba como una exposición pública que al mismo tiempo exponía al público a unos efectos ‘cívicos’ virtuales. Igualmente, servía como un laboratorio común de modos de percepción para agitar formulaciones abiertas sobre la viabilidad del centro comercial.

La consulta directa del proyecto técnico sería en la quinta galería, proyectada como una envolvente blanca con ángulos difuminados en luz (Fig. 9). El proyecto se explicaba en detalle, ofreciendo datos

<sup>48</sup> «El coeficiente medio de edificabilidad en la Av. del Generalísimo es de 12m<sup>2</sup> por metro cuadrado. El destino de los edificios tanto los de oficinas, como hoteles, comercios, salas de reunión, y espectáculos, nos obligan a una altura media del suelo a suelo, mínima de 3,40m con lo cual el índice de 12m<sup>2</sup>/m<sup>2</sup> se convierte en 3,52 metros de techo construido por cada metro de suelo disponible; en los barrios centrales se ha visto que este índice era de 5,5. La superficie disponible es 204.000m<sup>2</sup> con lo cual la superficie total será de 720.000 m<sup>2</sup>. En esta superficie total edificada no queda incluida la destinada por Decreto a Teatro Nacional de la Ópera; dicha superficie total, se

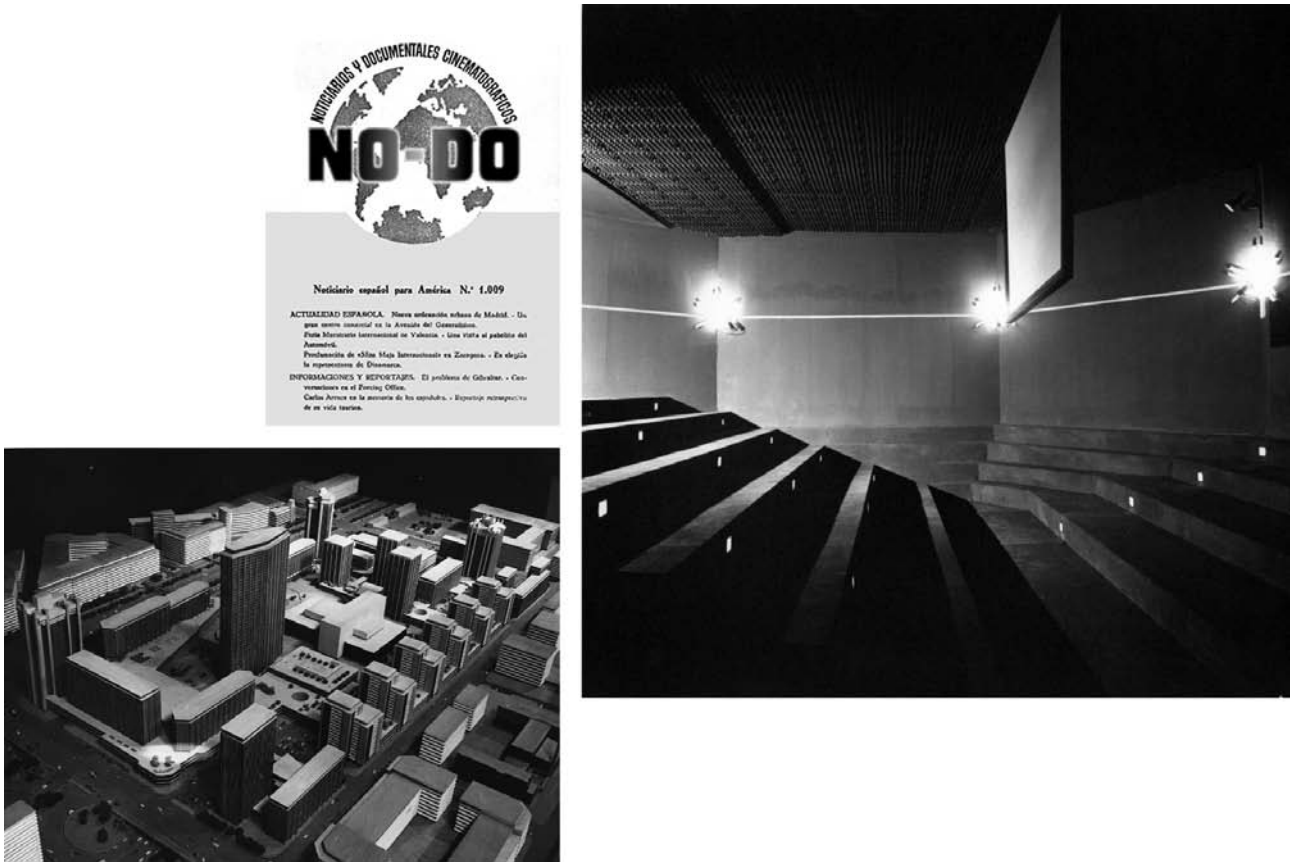


Fig. 10. Arriba izquierda: Anuncio de NO-DO, n. 1009: «ACTUALIDAD ESPAÑOLA. Nueva ordenación urbana de Madrid. Un gran centro comercial en la Avenida del Generalísimo». Izquierda: Urbanismo cinematográfico. La sexta sala. Abajo: Maqueta.

actualizados del Plan Parcial de 1965.<sup>48</sup> Contra las paredes, se orientaban oblicuamente quince mesas de dibujo de color blanco (sujetas por una estructura tubular de hierro curvado y cromado, con un flexo sobre cada plano, de plantas, secciones o alzados pegado sobre cada mesa),<sup>49</sup> con los planos siguiendo un recorrido en forma de ‘S’ ambientado con música de Bach.<sup>50</sup>

En la sexta habitación se proyectaba la película ‘Madrid futuro’. El local disponía de cuatro gradas de

20cm de altura, con una pantalla en forma parabólica flanqueada por otras dos para diapositivas (Fig. 10). El guionista Enrique de las Casas reprodujo una película tratando aspectos del centro comercial que pudieran responder a las posibles inquietudes de los visitantes sobre «la conveniencia y necesidad del nuevo Centro»,<sup>51</sup> cuya proyección se sincronizó con imágenes de otros centros comerciales (de una selección de diapositivas de Perpiñá). *ABC* comentó:<sup>52</sup> «Por último, pasamos a una salita de proyección de

reparte en 1/3 en edificios bajos, 2/3 en edificios altos. Del primer tercio, se destina a comercios un 75% y al 25% a espectáculos y varios. De los 2/3 restantes se destina un 30% a hoteles y los otros se distribuyen en oficinas, viviendas y apartamentos [...] Índice de edificación: 720.000:204.000= 3,5 m<sup>2</sup>/m<sup>2</sup>». PERPIÑÁ, Antonio. *Memoria del Plan Parcial e Ordenación del Centro Comercial en la Avenida del Generalísimo*. Mayo de 1965. p. 51-52.

<sup>49</sup> Seis perspectivas del centro en fotografías de dibujos en línea sobre fondo blanco, una planta general (papel Canson de 2,5x1,5m), siete plantas y siete secciones (2x1m), con accesos, circulaciones, aparcamientos y servicios urbanos; cifras para accesos, aparcamientos y tráfico interior; superficies para la estación ferroviaria, el Teatro de la Ópera, jardines y espacios libres; y otras superficies y usos (hoteles y apartamentos, oficinas, espectáculos, superficie comercial, grandes almacenes).

<sup>50</sup> Feduchi había imaginado «un recinto tranquilo, con música sinfónica (Bach) recreando los datos técnicos con una presentación esmerada y diáfana, dentro de una sencillez grande, y no agobiando con planos, sino ambientando el Proyecto con dibujos y fotos de la maqueta». Resumen inédito. *Ibid.* p. 3.

<sup>51</sup> «Nota sobre Exposición en el Ministerio de la Vivienda del Proyecto de Centro Comercial en la Avenida del Generalísimo de Madrid». Madrid, 5 de marzo de 1966. Archivo de Azca.

<sup>52</sup> *ABC*, *Ibid.*





Fig. 11. Perpiñá y Brunet mirando la maqueta acabada en el momento de la filmación de Movierecord para la realización de un NO-DO (en marzo de 1966).



Fig. 12. Arriba izquierda: Perpiñá mostrando algunos puntos del plan a Muñoz Grandes y a otros funcionarios. Abajo izquierda: Galería y pantallas entramadas multiformato. Arriba derecha: Secuencia de fotografías impresas ensamblándose visualmente conforme una/o avanza. Sistema de circuito cerrado de televisión. Abajo derecha: Rejilla de madera con impresión de créditos de la exposición en cada tablilla.

una breve pero admirable película, en que la habilidad y el humor de su autor, don Enrique Casas, consigue hacer divertido un tema urbanístico, lo que supone un verdadero éxito literario». La cinta consistía en un documental de cinco minutos repartido en dos secuencias que demostraban con holgura las

posibilidades del centro comercial: la primera, sobre 'Animación', y la segunda, sobre 'Imagen real'.<sup>53</sup> La película revelaba a través de la presentación de varios personajes los últimos progresos de Madrid.<sup>54</sup> El encadenamiento lineal del evento como múltiples sobreactivaciones de retina y cuerpo se transformaba

<sup>53</sup> «Escala de guión para la realización de un film en color de 5 minutos, (Imagen real-Animación), que muestre el funcionamiento del futuro centro comercial en la avenida del Generalísimo». Guionista: Enrique de las Casas. Producción: Estudios Moro. Archivo de Azca.  
<sup>54</sup> Un actor se hacía pasar por un ciudadano que llegaba a Madrid y descubría cómo la ciudad iba prosperando. Vista por segunda vez, se notaba un abuso de palabras esnob. Conversación con Jordi Brunet, 28 de enero de 2006.

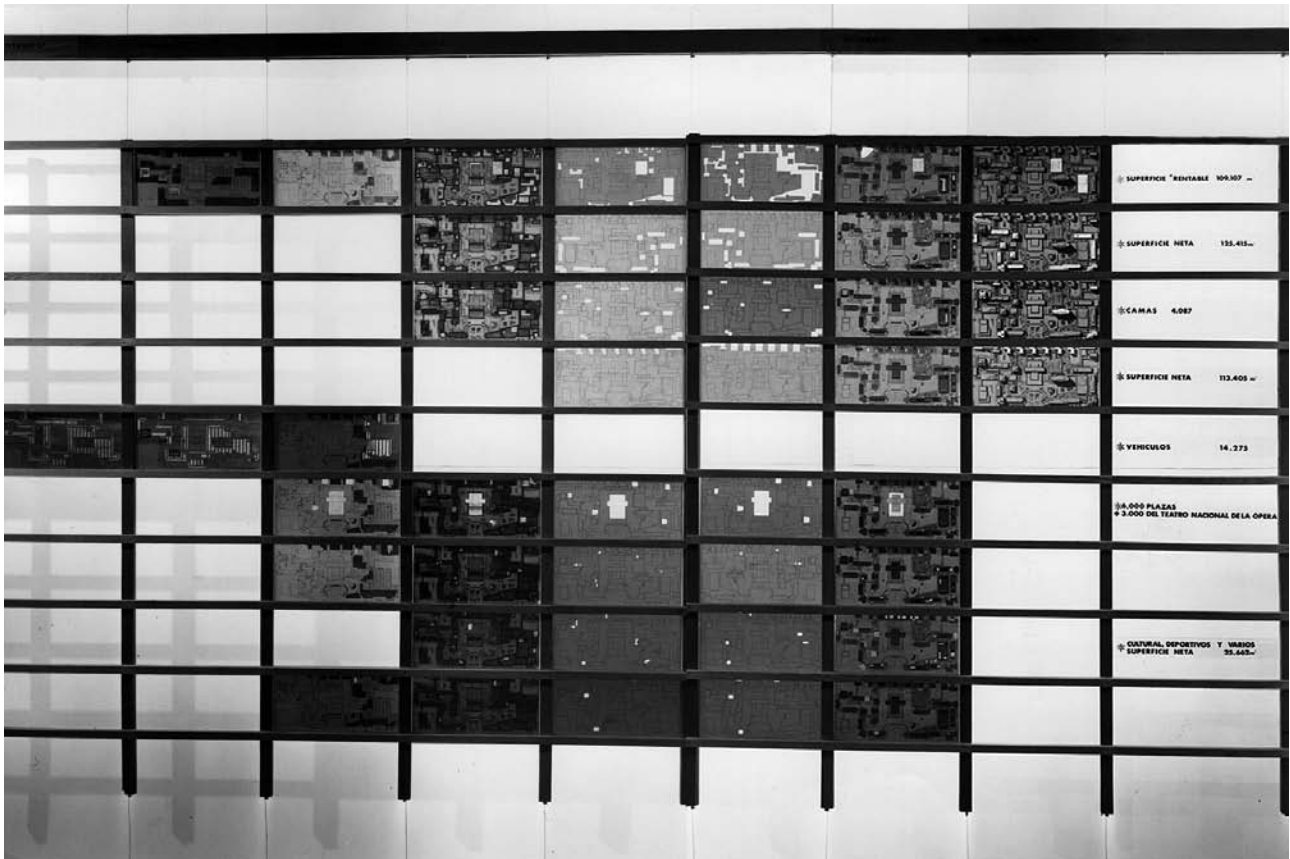


Fig. 13. Trama suspendida en la segunda pantalla.

en una configuración audiovisual continua, un filme cuya técnica respondía al guión gradual de la exposición (de la sensación a la intelección). Paralelamente a este montaje audiovisual se realizaron anuncios publicitarios del centro comercial.<sup>55</sup>

La espera a la siguiente sesión transcurría en un paso contiguo con tres paneles translúcidos iluminados por detrás con reflectores con tramas de hilo de nylon suspendidas por delante (Fig. 12), sobre las que se disponía una retícula multiformato. Este sistema servía para presentar síntesis de datos del centro comercial, a través de visualizaciones lo más diversi-

ficadas posible: volúmenes, normas, ordenanzas, zonificación, destino; accesos y circulación de peatones y vehículos; capacidad de estacionamiento de vehículos, espacios libres, superficie destinada a comercios, oficinas, hostelería, espectáculos, etc.; y comparaciones con otros centros comerciales internacionales. En este punto terminaba la exposición.

El uso discriminado de las técnicas de presentación de la información había sido proyectado tanto para enseñar contenidos que explicaban el plan como para demostrar el plan como contenedor de un modo de vida propio. En la primera Exposición Nacional de

<sup>55</sup> Punto 7.4. Memoria del proyecto de la exposición. *Ibíd.* Para la producción de la película, Movierecord había realizado tomas en el taller de Jordi Brunet con Antonio Perpiñá. Conversación con Jordi Brunet, 28 de enero de 2006. Uno de los nodos realizados, el n. 1.221-C, se proyectó del 30 de mayo al 5 de junio de 1966 en varios cines de Madrid (Avenida, Bilbao, Carlton, Coliseum, Conde Duque, Consulado, Fantasio, Mola, Muñoz Seca, Palac, Palafox, Paz, Princesa, Real, Rex, Salamanca y Vox), en 70 cines provinciales, y durante 42 semanas siguientes en otras más salas de España, con posible proyección posterior en América. «Noticia del centro comercial en 'NO-DO'». Archivo de Azca. La versión original de «Madrid futuro» desapareció del archivo de Azca. Una enorme decepción personal al descubrir que Enrique de las Casas también había realizado en 1967 con Juan I. de Cárdenas y Luis E. Torán un documental sobre urbanismo y arquitectura, «Vivir en España», realizado por Cinecorto y producido por el Ministerio de la Vivienda. El guión se basó en el libro *Resumen histórico del urbanismo en España*, de Torres Balbás, Cervera, Chueca y Bidagor y tuvo asesores como Jenaro Cristos, Rodolfo García de Pablos, Alejandro Blond, Carlos de Miguel, Javier Feduchi, Vitoria Blon y Luis Miguel (?). Jacobo Torán donó los negativos de imagen y sonido (300m de 35mm) a la Filmoteca Nacional. Animo a las escuelas de arquitectura españolas a 'positivar' la película para sus archivos históricos.

Telecomunicaciones en el Palacio de Exposiciones del Retiro, realizada por los arquitectos Javier Carvajal, José Antonio Corrales y Ramón Vázquez Molezún<sup>56</sup> (celebrada posiblemente a finales de 1955), el despliegue había acogido una recepción pública reducida. Durante aquella instalación los arquitectos dificultosamente habían iniciado —quizás por la escasez de información o entendimiento entre los distintos campos profesionales en juego— una exploración conjunta de tecnología y percepción actualizables en la inteligencia colectiva, entre unas nuevas y apenas conocidas tecnologías de comunicación y una arquitectura española que luchaba por resolver la crisis de la vivienda al mismo tiempo que ansiaba lograr el reconocimiento internacional. A pesar del poco éxito, el equipo de arquitectos recibió una Medalla por la exposición, que además celebraba el centenario de las telecomunicaciones en España en 1955.<sup>57</sup> TVE se emitió por primera vez varios meses después (28 de octubre de 1956) de la exhibición introductoria del medio, resultando un caos parecido. Por otro lado, los equipamientos de oficina del I SIMO (1961) se perfeccionaron con los primeros procesadores de información del IV SIMO (1964) (inicio de la cibernética), celebrado en el Palacio de Exposiciones de la Cámara de Comercio de Madrid en la Castellana, cerca de la plaza de Castilla, antiguo pabellón de España en la Exposición de Bruselas de 1958.<sup>58</sup>

Las tecnologías que progresaban internacionalmente tuvieron su clímax en la Feria Mundial de Nueva York en 1964-1965, donde se exhibieron los avances de ‘la era de la información’ en telecomunicaciones e informática. Antonio Perpiñá aprovechó un viaje con el equipo técnico de Galerías Preciados<sup>59</sup> del 8 al 24 de octubre de 1964 a EEUU para conocer los centros comerciales más importantes del país. Visitó también Chicago y Nueva York, donde posiblemente pudo asistir o seguir las noticias sobre la exposición. Allí IBM presentaba un espectáculo-

multimedia, ‘la máquina de la información’, al que asistieron en total tres millones de visitantes durante el evento. Empezaba subiendo 500 visitantes en una plataforma hasta el interior de un teatro en forma elipsoidal, diseñado por Eero Saarinen. Una vez dentro, un montaje de catorce proyectores y nueve pantallas realizado por Charles Eames explicaba en quince minutos el procesamiento de información en el cerebro comparándolo con el del ordenador, desde la obtención de impresiones, pasando por la clasificación de datos hasta llegar a una interpretación global para establecer un modo específico de operación. Por otro lado, también se expuso en la Feria la ‘ciudad del mañana’ (Futurama II),<sup>60</sup> una maqueta iluminada desarrollada a partir de la de la Feria Mundial de Nueva York de 1939, que representaba la metrópolis como centro de comercio, cultura y comunicaciones con aeropuertos, estaciones, polígonos industriales y otros servicios a su alrededor (Fig. 14). El conocimiento del cerebro-máquina espacial y de la maqueta de la ciudad del futuro pudo haber sido una transferencia clave para el enfoque socio-tecnológico en la presentación de la información en la instalación de Azca.

El mensaje de la exposición era persuadir a madrileños y ciudadanos españoles de la necesidad de un centro comercial para modernizar Madrid y de paso España. Las fechas de la exposición (entre el 27 de abril y el 28 de mayo) anunciaban una gran afluencia de gente, como predecía una periodista en *Informaciones*:<sup>61</sup> «Como el proyecto entra mañana en la fase de información pública, estará abierta al público durante el preceptivo mes, lo que quiere decir que cuantos nos visiten con motivo de las fiestas isidriles se encontrarán con una auténtica atracción fuera del programa oficial de festejos. Una atracción que a la vez ha de servir a los visitantes para conocer la actualidad y el futuro de la capital de España». Con cierta expectativa sobre la recepción, el folleto

<sup>56</sup> *Revista Nacional de Arquitectura*, enero 1956, n. 169.

<sup>57</sup> *Curriculum vitae* of Javier Carvajal. AA. VV. *Exposició commemorativa del Centenari de l'Escola d'Arquitectura de Barcelona 1875-76/1975-1976*. Escuela Técnica Superior de Arquitectura de Barcelona. p. 278.

<sup>58</sup> *Mi primer SIMO. Historias de la Feria de Informática de Madrid*. Libro digital, homenaje del 40º aniversario de SIMO. Edición limitada, pp. 13, 19.

<sup>59</sup> Javier Feduchi trabajó con Perpiñá como arquitecto de los espacios del centro de Galerías Preciados dos años más tarde.

<sup>60</sup> Video documental de Futurama, «To New Horizons» (archivo de Prelinger) en <http://www.archive.org/details/ToNewHor1940>. Video clip de Futurama II en <http://www.nytimes.com/specials/magazine3/futurama2.mov>.

<sup>61</sup> NACHÓN RIAÑO, María Luz. *Ibid.*

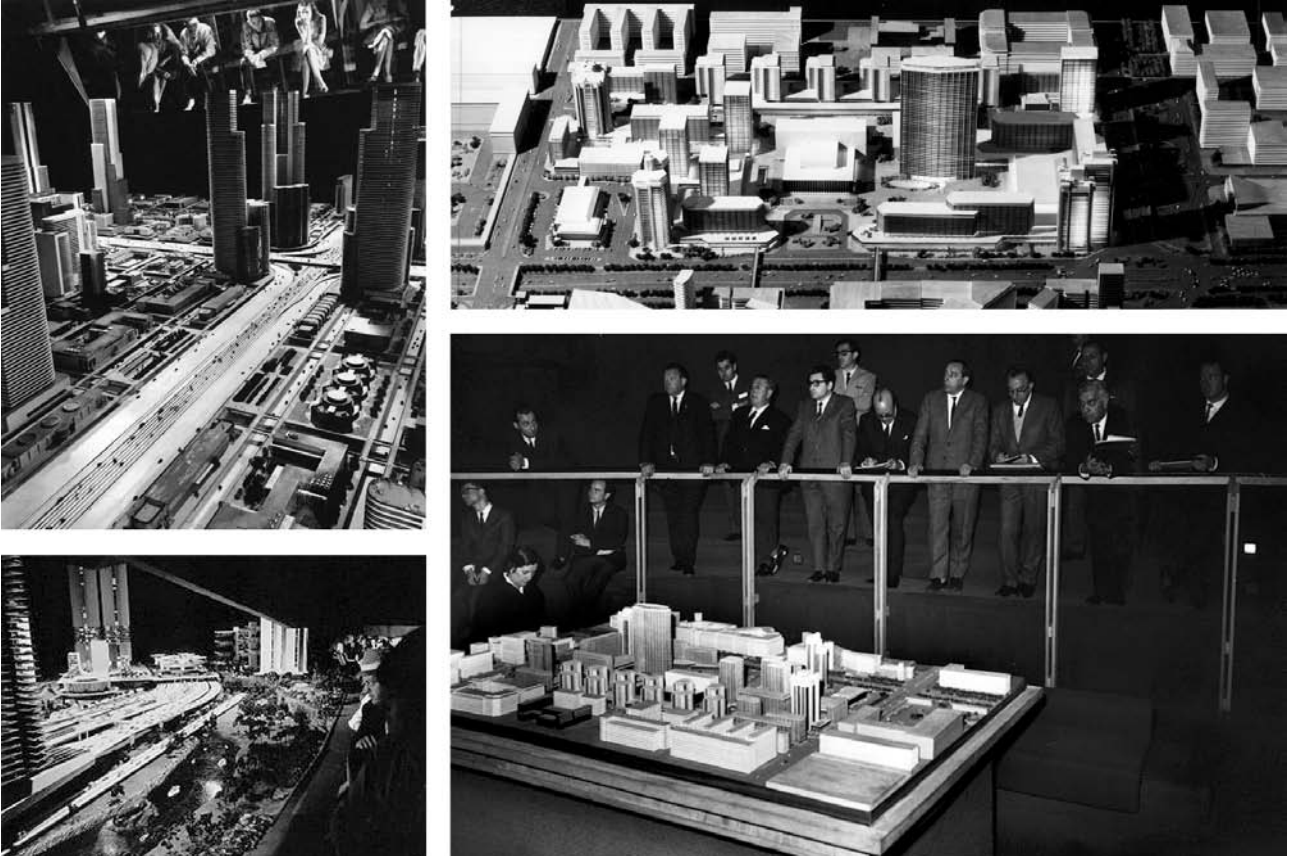


Fig. 14. Arriba izquierda: Espectadores sentados en compartimentos motorizados que giran alrededor de la maqueta de Futurama mientras una voz en 'off' ofrece indicaciones. En la Feria Mundial de Nueva York de 1939, promovida por General Motors y diseñada por Norman Bel Geddes. Abajo izquierda: Espectadores sentados en un tren de conducción mientras ven la Ciudad del Mañana (Futurama II de GM) en la Feria Mundial de Nueva York de 1964-1965. Arriba derecha: Maqueta de Azca. Abajo derecha: Asistentes ante el espectáculo del Maquetorama.

de la exposición se había repartido con dos cartones de color gris en el interior para escribir sugerencias sobre el nuevo centro comercial (Fig. 15). Uno era de color gris oscuro, con la llamada 'buscamos un nombre'<sup>62</sup> y registrado con número de serie en la esquina superior izquierda como recibo de participar en un concurso de nombres. El otro de color gris claro, con la llamada 'vd. puede ayudarnos', seguida de cinco preguntas que alentaban a proponer libremente ideas junto a los datos personales en el dorso. La tirada fue sobre unas diez mil unidades. De la misma forma, el impacto de la exposición en los medios inspiró la convocatoria de un concurso literario entre los artículos escritos durante aquel mes.

Trazar una historia de la arquitectura española de la segunda mitad del siglo pasado hace inevitable enmarcar la actividad de sus expertos en relación con las tecnologías de la información y la comunicación que surgieron en el contexto de la guerra fría y que funcionaron durante el desarrollismo de España con miras a entrar en la Comunidad Económica Europea (en junio de 1970 se firma el Acuerdo Preferencial entre España y la CEE). ¿Hasta qué punto tuvo mayor impronta modernizante la arquitectura que se relacionó con los medios?

La exposición del plan de la Ordenación de Azca produjo una arquitectura con efectos amplificadores de progreso, que podríamos llamar 'multimediatca' y

<sup>62</sup> Se eligió 'Azca' entre: Capitalia, Emporio, Madrid-Europa, Madrid Nuevo, Madrilia, Madrid Dos Mil, Europa, Eurocentro, Palacio del Comercio, Francisco Franco, etc. Archivo de Azca.



Fig. 15. Izquierda: Tarjetas sueltas dentro del folleto de la exposición, doblado y desdoblado. Arriba derecha: Carpeta de recortes de prensa de Perpiñá. Abajo derecha: Libro de la exposición de Feduchi.

‘pluriparticipativa’: retratos impresos e interacción de identidades, rincones agobiantes y demanda de espacios dignos, datos urbanísticos y claridad de visión hacia la ciudad, simulaciones de ‘modus vivendi’ y celebración de la vida diaria, tablas de síntesis y recuento de ventajas, urbanismo de celuloide y civismo de progreso. Llamamos a esta arquitectura multimediática tanto por la publicidad de las imágenes de su arquitectura en diversos canales de emisión (prensa, NO-DO, TV...) como por las múltiples formas innovadoras de comunicación de su arquitectura en entornos de información futuristas de la era espacial (cabinas multisensoriales, audio-visualizaciones sincronizadas, triple proyección de película y diapositivas...). Y pluriparticipativa tanto por el

despliegue de la información pública (secuencia sensorial-intelectual) como por la integración de los intereses de los ciudadanos en el proyecto como ‘cosa pública’ (buzón de sugerencias, concurso de nombres, concurso de prensa...). El empleo de esas técnicas adelantó un fenómeno que sorprende la (re)presentación actual de la arquitectura: un simulacro extremo de contenidos con efectos democratizantes, de dominio técnico y científico<sup>63</sup>, que convocó a funcionarios, expertos y ciudadanos a colaborar ‘por igual’ en consultas, sugerencias, nombramientos, concursos, aunque últimamente dominaría la inversión de capital. Aún y todo, fue un gran paso. Una breve democracia participativa en el proyecto del futuro de Madrid.

<sup>63</sup> «El planeamiento se convierte, además de un arte, en una ciencia, que constituye una base que trasciende a la política». Separata de *Arquitectura*, abril de 1966, n. 88. p. 2. El Plan Parcial se aprobó definitivamente el 15 de julio de 1966.

**Créditos de las ilustraciones**

- Fig. 1 Izquierda: Portada de *Gran Madrid*, 1954 [1995], n. 28. Arriba: Cortesía del archivo de la familia Perpiñá. Abajo: *Ibid.*
- Fig. 2 Arriba: Cortesía del archivo de la familia Perpiñá. Derecha: *Ibid.* Abajo: Cortesía del archivo de Azca.
- Fig. 3 Izquierda: SH. COAM: Legado de Feduchi. Arriba centro: Cortesía del archivo de la familia Perpiñá. Arriba derecha: *Ibid.* Abajo: *Ibid.*
- Fig. 4 Arriba izquierda: SH. COAM: Legado de Feduchi. Abajo izquierda: Cortesía del archivo de Azca. Abajo derecha: SH. COAM: *Ibid.* Arriba centro: *Azca, Ibid.* Arriba derecha: Victor Gruen Associates. *Shopping Centers of Tomorrow*, 1954, p. 5.
- Fig. 5 Abajo: SH. COAM: Legado de Feduchi. Arriba: Cortesía del archivo de Azca.
- Fig. 6 Cortesía del archivo de Azca.
- Fig. 7 Arriba izquierda: Cortesía del archivo de Azca. Arriba derecha: *Ibid.* Abajo: SH. COAM: Legado de Feduchi.
- Fig. 8 Arriba izquierda: Cortesía del archivo de Brunet. Arriba derecha: Cortesía del archivo de Brunet. Abajo: Cortesía del archivo de Azca.
- Fig. 9 SH. COAM: Legado de Feduchi.
- Fig. 10 Arriba izquierda: Cortesía del archivo de Azca. Izquierda: SH. COAM: Legado de Feduchi. Abajo: Cortesía del archivo de Azca.
- Fig. 11 Cortesía del archivo de Brunet.
- Fig. 12 Arriba izquierda: Cortesía del archivo de Azca. Abajo izquierda: Cortesía del archivo de Azca. Arriba derecha: Cortesía del archivo de Azca. Abajo derecha: Cortesía del archivo de Azca.
- Fig. 13 Cortesía del archivo de la familia Perpiñá.
- Fig. 14 Arriba izquierda: Foto publicada en Beatriz Colomina, «The Exhibitionist House», en *At the End of the Century: One Hundred Years of Architecture* (Los Angeles 1998), p. 145. «Bel Geddes Collection, Harry Ransom Humanities Research Center, The University of Texas at Austin. By permission of Edith Luytens Bel Geddes, Executrix. Photo by Margaret Bourke-White». Nota de foto de Beatriz Colomina. Abajo izquierda: De <http://www.nywf64.com/gm06.shtml>. Arriba derecha: Cortesía del archivo de la familia Perpiñá. Abajo derecha: Cortesía del archivo de Azca.
- Fig. 15 Izquierda: Cortesía del archivo de la familia Perpiñá. Arriba derecha: Cortesía del archivo de la familia Perpiñá. Abajo derecha: SH. COAM: Legado de Feduchi.