

COMUNICAR LA ARQUITECTURA

DEL ORIGEN DE LA MODERNIDAD A LA ERA DIGITAL

eug



COMUNICAR LA ARQUITECTURA

DEL ORIGEN DE LA MODERNIDAD A LA ERA DIGITAL

TOMO I

eug

COMUNICAR LA ARQUITECTURA

del origen de la modernidad
a la era digital

TOMO I

JUAN CALATRAVA
DAVID ARREDONDO GARRIDO
MARTA RODRÍGUEZ ITURRIAGA
(EDS.)

COMUNICAR LA ARQUITECTURA
del origen de la modernidad a la era digital

Granada, 2024

© Los autores

© Universidad de Granada

ISBN(e) 978-84-338-7371-2

Edita:

Editorial Universidad de Granada

Campus Universitario de Cartuja

Colegio Máximo, s. n., 18071, Granada

Tel.: 958 243930-246220

Web: editorial.ugr.es

Maquetación: Noelia Iglesias Morales

Diseño de cubierta: Francisco Antonio García Pérez (imagen de fondo: detalle de *Blue on almost white*, Nikodem Szpunar, 2022)

Imprime: Printhauss

Printed in Spain

Impreso en España

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley.

IV Congreso Internacional Cultura y Ciudad

Comunicar la arquitectura: del origen de la modernidad a la era digital

Granada 24-26 enero 2024

Comisión Organizadora

David Arredondo Garrido

Juan Manuel Barrios Rozúa

Juan Calatrava Escobar

Ana del Cid Mendoza

Francisco Antonio García Pérez

Agustín Gor Gómez

Bernardino Líndez Vílchez

Juan Carlos Reina Fernández

Marta Rodríguez Iturriaga

Manuel "Saga" Sánchez García

María Zurita Elizalde

Comité Científico

- Juan Calatrava, Universidad de Granada (Presidente)
Paula V. Álvarez, Vibok Works
- Atxu Amann, Universidad Politécnica de Madrid. MACA
Ethel Baraona Pohl, Dpr Barcelona
- Manuel Blanco, Universidad Politécnica de Madrid
Mario Carpo, The Bartlett School of Architecture
- Miguel Ángel Chaves, Universidad Complutense de Madrid
Pilar Chías Navarro, Universidad de Alcalá
- Teresa Couceiro, Fundación Alejandro de la Sota
Francesco Dal Co, Università IUAV di Venezia
Annalisa Dameri, Politecnico di Torino
Arnaud Dercelles, Fondation Le Corbusier
Ricardo Devesa, Actar Publishers
- Carmen Díez Medina, Universidad de Zaragoza
- Ana Esteban Maluenda, Universidad Politécnica de Madrid
Luis Fernández-Galiano, *Arquitectura Viva*
- Davide Tommaso Ferrando, Libera Università di Bolzano
- Martina Frank, Università Ca' Foscari Venezia. *Rivista MDCCC1800*
- Carolina García Estévez, Universitat Politècnica de Catalunya
Ramón Gutiérrez, CEDODAL
Ángeles Layuno, Universidad de Alcalá
- Marta Llorente, Universitat Politècnica de Catalunya
Mar Loren, Universidad de Sevilla
- Samantha L. Martin, University College Dublin. *Architectural Histories*
Paolo Mellano, Politecnico di Torino
- Marina Otero Verzier, Design Academy Eindhoven
Víctor Pérez Escolano, Universidad de Sevilla
- Antonio Pizza, Universitat Politècnica de Catalunya
José Manuel Pozo, Universidad de Navarra
- Eduardo Prieto, Universidad Politécnica de Madrid
Moisés Puente, Puente Editores
- José Rosas Vera, Pontificia Universidad Católica de Chile
Camilio Salazar, Universidad de Los Andes. *Revista Dearq*
- Marta Sequeira, ISCTE-IUL, DINÂMIA'CET-IUL, Universidade Autónoma de Lisboa
- Jorge Torres Cueco, Universitat Politècnica de València
- Thaïsa Way, Dumbarton Oaks, Trustees for Harvard University, Washington DC
Jorge Yeregui, Universidad de Málaga. MICA

INTRODUCCIÓN	XXIII
Juan Calatrava, David Arredondo Garrido, Marta Rodríguez Iturriaga	

TOMO I

FOTOGRAFÍA, CINE, PUBLICIDAD: LA COMUNICACIÓN VISUAL

DOS PELÍCULAS SOBRE LA COMIDA Y LA CIUDAD	29
Juliana Arboleda Kogson	
EL PAISAJE DE LA ESPAÑA MODERNA DEL <i>BOOM</i> DESARROLLISTA A TRAVÉS DE LAS TARJETAS POSTALES	37
Cristina Arribas Sánchez	
CLOTHING, WOMEN, BUILDINGS. THE ARCHITECTURAL IMAGES IN FASHION MAGAZINES.	49
Chiara Baglione	
LA PLAZA (BAQUEDANO) EN LA CIUDAD (DE SANTIAGO DE CHILE) EN DIEZ FOTOGRAFÍAS: DISCURRIR DE UN IMAGINARIO URBANO A TRAVÉS DE SU REGISTRO VISUAL	61
Pedro Bannen Lanata, José Rosas Vera	
ARQUITECTURA POPULAR Y PAISAJES SIMBÓLICOS: LA HUELLA DE FEDERICO GARCÍA LORCA EN EL CINE ESPAÑOL	75
Paloma Baquero Masats, Juan Antonio Serrano García	
ESPACIO URBANO Y ARQUITECTURA EN LA REPRESENTACIÓN CINEMATOGRAFICA DE LA MARGINALIDAD COMO TEXTO MODELIZADOR DE LA CULTURA. UNA APROXIMACIÓN DESDE LA SEMIÓTICA DE LA CULTURA	87
Diana Elena Barcelata Eguiarte, Andrea Marcovich Padlog	

FILMS AS MANIFESTO. GIANCARLO DE CARLO AT THE X TRIENNALE OF MILAN	101
Gemma Belli	
LAS CELOSÍAS DE LA ALHAMBRA: CONSTRUCCIÓN DE UNA IMAGEN	113
Bárbara Bravo-Ávila	
TRANSITAR SOBRE EL TEJADO: HACIA NUEVOS IMAGINARIOS URBANOS A TRAVÉS DEL CINE. EL MEDITERRÁNEO Y BARCELONA	125
Marina Campomar Goroskieta, María Pía Fontan	
ORIGEN Y DIAGNÓSTICO DEL <i>COLLAGE</i> POSTDIGITAL COMO EXPRESIÓN ARQUITECTÓNICA DE LA DIFERENCIA A INICIO DE LOS AÑOS 2000	137
Alejandro R. Carrasco Hidalgo	
FOTOGRAFÍA, ARQUITECTURA Y PATRIMONIO: CONSTANTIN UHDE Y LOS <i>MONUMENTOS ARQUITECTÓNICOS DE ESPAÑA (1888-1892)</i>	151
Miguel Ángel Chaves Martín	
ESCRITORES Y DIBUJANTES VIAJEROS EN LOS REALES SITIOS. EL ESCORIAL EN LAS REVISTAS ILUSTRADAS ESPAÑOLAS Y FRANCESAS DEL SIGLO XIX	163
Pilar Chías Navarro, Tomás Abad Balboa, Lucas Fernández-Trapa	
BUILDING THE IMAGE OF MODERNITY: THE INTERACTION BETWEEN URBAN ARCHITECTURE AND MONTAGE IN EARLY FILM THEORY AND PRACTICE	175
Bernardita M. Cubillos	
UTOPIA IN ARCHITECTURE AND LITERATURE: WRITING IDEAL WORLDS	191
Jana Čulek	
LA FORMA DE LA LUZ. PROYECTOS, IMÁGENES, RECUERDOS (S. XX-XXI)	205
Maria Grazia D'Amelio, Antonella Falzetti, Helena Pérez Gallardo	
LA MIRADA SOBRE LA VIVIENDA COLECTIVA CONTEMPORÁNEA EN EL CINE: DE LA DISTOPÍA A LA REALIDAD SOCIAL.	217
Rafael de Lacour, Ángel Ortega Carrasco	
ESPACIO Y TIEMPO EN LA ADAPTACIÓN CINEMATOGRAFICA DE UNA OBRA LITERARIA. <i>SOLARIS, BLADE RUNNER Y 2001: A SPACE ODYSSEY</i>	229
Juan Deltell Pastor	
LA MURALLA ROJA. ENTRE EL ESPACIO REAL Y EL VIRTUAL	243
Daniel Díez Martínez	
CRÓNICAS DE UN ARCHIVO LATENTE. LOLA ÁLVAREZ BRAVO: FOTÓGRAFA, TAMBIÉN, DE ARQUITECTURA	257
Alicia Fernández Barranco	
ARCHITECTURE AND PHOTOGRAPHY IN THE MODERN ERA. THE ITALIAN SETTING BETWEEN THE TWO WARS (1920-1945)	269
Adele Fiadino	
GEORGIA O'KEEFFE Y BERENICE ABBOTT: MIRADAS CRUZADAS DE NUEVA YORK	281
José Antonio Flores Soto, Laura Sánchez Carrasco	

REALIDADES Y FICCIONES DEL SUEÑO AMERICANO: LA CASA PUBLICITADA EN EL SUBURBIO ESTADOUNIDENSE DE POSGUERRA	293
Estibaliz García Taboada, Javier Fernández Posadas	
CARTOGRAFÍAS CINEMATográfICAS: LOS DESCAMPADOS DEL CINE QUINQUI	309
Ubaldo García Torrente	
DOCUMENTOS DE ARQUITECTURA: PASIÓN POR DOCUMENTAR	321
José Ramón González González	
COMUNICAR LA ARQUITECTURA MEDIANTE LA FOTOGRAFÍA: TRES MIRADAS SOBRE LA CASA URIACH	335
Arianna Iampieri	
GRAND HOTEL ARCHITECTURE AS DEPICTED, PHOTOGRAPHED, AND FILMED IN THE CASE OF THE CIGA: COMPAGNIA ITALIANA DEI GRANDI ALBERGHI	349
Ewa Kawamura	
THE IMAGINED AND THE LIVED: A COMPARATIVE STUDY OF KOWLOON WALLED CITY IN CYBERPUNK SCIENCE FICTIONS AND HONG KONG URBAN CINEMA	361
Zhuozhang Li	
PHOTOGRAPHED ARCHITECTURE: THE CASE OF THE VILLAGGIO MATTEOTTI IN TERNI BY GIANCARLO DE CARLO (1969-1975)	371
Andrea Maglio	
LA REPRESENTACIÓN DEL ESPACIO URBANO A TRAVÉS DE LA FOTOGRAFÍA. ESTUDIO COMPARATIVO DE LA PLAZA MAYOR DE SALAMANCA, PIAZZA SORDELLO EN MANTUA Y MOUNTJOY SQUARE EN DUBLÍN	383
María Gilda Martino	
STEEPED IN INFLUENCE: THE IMPACT OF TEA ADVERTISEMENTS ON BLACK URBAN DOMESTICITY IN THE SOUTH AFRICAN PRESS.	393
Nokubekezela Mchunu	
EXPLORING LANDSCAPES THROUGH VISUAL NARRATIVES: BETWEEN CARTOGRAPHY AND FIGURATIVENESS	407
Giulio Minuto	
LA ARQUITECTURA COMO PASARELA DE MODA	421
Marta Muñoz	
IMÁGENES QUE COMUNICAN Y SONRIÉN. EL HUMOR GRÁFICO EN LA ARQUITECTURA, DE LA CARICATURA AL MEME	431
Idoia Otegui Vicens	
EL LUGAR COMO GENERADOR DE LA IMAGEN: EL <i>STREET ART</i> COMO PATRIMONIO DE LA CIUDAD	443
Larissa Patron Chaves, Bernardino Líndez Vílchez	
LO SINIESTRO EN EL ESPACIO DOMÉSTICO. ENCUADRES Y RELACIONES VISUALES EN LA CREACIÓN DE NARRATIVAS DE SUSPENSE	455
Aina Roca Mora, Maria Pia Fontana, Juan Deltell Pastor	
GAUDÍ BAJO EL ENCUADRE: LINTERNA MÁGICA, <i>FOTOSCOPI</i>, CINE DOCUMENTAL	469
Carmen Rodríguez Pedret	

ROBERTO PANE Y EL PAPEL DE LA FOTOGRAFÍA COMO HERRAMIENTA DE INVESTIGACIÓN CRÍTICA E HISTORIOGRÁFICA	483
Raffaella Russo Spena	
EL MENSAJE DE LOS PREMIOS PRITZKER: DISCURSO OFICIAL Y REACCIONES CRÍTICAS	493
Laura Sánchez Carrasco, José Antonio Flores Soto	
ENTRE PLANOS. LA ESCALERA EN LA CONSTRUCCIÓN DEL IMAGINARIO ARQUITECTÓNICO A TRAVÉS DEL CINE	507
Juan Antonio Serrano García, Paloma Baquero Masats	
DIAPHANOUS WHITE. THE INDUSTRIAL GARDEN CITY OF ROSIGNANO SOLVAY THROUGH THE COLORS AND PHOTOGRAPHS BY MASSIMO VITALI	521
Chiara Simoncini, Giulia Gabriella Sagarriga Visconti	
CHILE EN <i>HOGAR Y ARQUITECTURA</i>, 1970. SERIES FOTOGRÁFICAS DE PATRICIO GUZMÁN CAMPOS SOBRE LA OBRA DE SUÁREZ, BERMEJO Y BORCHERS	533
Andrés Téllez Tavera	
ITALIAN SKYSCAPERS IN THE CINEMA DURING THE PERIOD OF ECONOMIC BOOM	547
Annarita Teodosio	
THE SPLENDOR (AND THE <i>SHINING</i>) OF SPACE: COMMUNICATION AND ARCHITECTURE AS STORYLINE CATALYSTS IN KUBRICK'S WORK	559
Manuel Viñas Limonchi, Antonio Estepa Rubio	
 CONSERVAR, ORDENAR, DIFUNDIR: ARCHIVOS, MUSEOS Y EXPOSICIONES	
OPEN-AIR MUSEUMS IN BORNEO AND THE DIALECTIC OF VERNACULAR FORM	575
Azmah Arzmi	
PRESERVING/SHARING/COMMUNICATING 20TH-CENTURY ARCHITECTURAL CULTURE: THE CASE OF THE IACP-NAPLES ARCHIVES.	587
Paola Ascione, Carolina De Falco	
COMMUNICATING MUSEUM ARCHITECTURE: THE ROLE OF EUROPEANA COLLECTIONS IN THE CONSTRUCTION OF ARCHITECTURAL MEMORY	599
Helena Barranha, Isabel Guedes	
TRAS LOS REGISTROS DEL CONCURSO DEL PLATEAU BEAUBOURG	609
M. Fernanda Barrera Rubio Hernández	
CATEGORIZACIÓN DEL <i>MELLAH</i> EN MARRUECOS	621
Julio Calvo Serrano, Carlos Malagón Luesma, Adelaida Martín Martín	
SOBREEXPOSICIÓN. EL MITO DE LA ARQUITECTURA CHILENA CONTEMPORÁNEA Y SUS ESTRATEGIAS DE CIRCULACIÓN	633
Felipe Corvalán Tapia	

ARCHITECTURE FILM FESTIVALS: AUDIOVISUAL NARRATIVES, PROTAGONISM AND ACTIVISM IN CONTEMPORARY URBAN SPACE	645
Liz da Costa Sandoval, Tania Siqueira Montoro	
TURÍN 1926: LA MOSTRA INTERNAZIONALE DI EDILIZIA, LA NARRACIÓN DEL CAMBIO	657
Annalisa Dameri	
ECOLOGÍAS PRODUCTIVAS: HIBRIDACIONES ENTRE LO RURAL Y LO URBANO A TRAVÉS DE TRES EXPOSICIONES RECIENTES	669
Eduardo de Nó Santos	
UNA RECOPIACIÓN DE LOS PROYECTOS DEL GRUPO NORTE DEL GATEPAC (1930-1936)	681
Lauren Etxepare Igiñiz, Leire Azcona Uribe, Eneko Jokin Uranga Santamaria	
PRODUCTIVE ARCHIVES AND ARCHITECTURAL MEMORY	691
Michael Andrés Forero Parra	
"ABOUT THE STYLE AND NOTHING BUT THE STYLE": EL ESTILO INTERNACIONAL Y LA MODERN ARCHITECTURE: INTERNATIONAL EXHIBITION DE 1932	701
Daniel Gómez Magide	
BRASIL CONSTRUYE. LA ARQUITECTURA MODERNA COMO ICONO IDENTITARIO DE BRASIL, 1943-1957	715
Ramón Gutiérrez, Ana Esteban Maluenda	
URBAN CONCERNS IN CURATORIAL ASSEMBLAGES: AN INQUIRY INTO DESINGEL'S ARCHITECTURE PROGRAMME AROUND THE 1990S	731
Alice Haddad	
LA PRODUCCIÓN PLANIMÉTRICA DE LEOPOLDO TORRES BALBÁS COMO ARQUITECTO CONSERVADOR DE LA ALHAMBRA. RESTAURACIÓN DE LA COLECCIÓN TRAS EL CONOCIMIENTO DE SUS MATERIALES	747
Rafael Lorente Fernández, Ana M ^a López Montes, M ^a Rosario Blanc García	
LA MEMORIA VIRTUAL: DOCUMENTACIÓN Y HERRAMIENTAS DIGITALES DE TRATAMIENTO Y DIFUSIÓN	761
Jorge G. Molinero-Sánchez, Concepción Rodríguez-Moreno, María del Carmen Vílchez-Lara	
DEL ARCHIVO DIGITAL AL ARCHIVO FÍSICO. LA EXPERIENCIA DEL ARCHIVO DIGITAL DE ARQUITECTURA MODERNA DEL ECUADOR	773
Shayarina Monard-Arciniegas	
ANÁLISIS DE ESTRATEGIAS CURATORIALES POR MANUEL BLANCO. MOSTRAR ARQUITECTURA PARA COMUNICAR	787
Héctor Navarro Martínez	
THE SERGIO MUSMECI ARCHIVE AS A KEY TO UNDERSTANDING HIS FORM FINDING	801
Matteo Ocone	
COMMUNICATING THE CONTEMPORARY CITY. PRACTICES AND EXPERIENCES IN A PARTICIPATORY PERSPECTIVE	811
Serena Orlandi	

“MUSEOS” DE ARQUITECTURA: UNA COLECCIÓN DE IDEAS	825
Nuria Ortigosa	
LA APLICACIÓN NAM (NAVEGANDO ARQUITECTURAS DE MUJER): RETOS Y OPORTUNIDADES DE UNA HERRAMIENTA BIDIRECCIONAL PARA LA INVESTIGACIÓN Y TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO	835
José Parra-Martínez, Ana Gilsanz-Díaz, María-Elia Gutiérrez Mozo	
VENEZIA, 1976: LA BIENNALE ROSSA DEL PABELLÓN ESPAÑOL. UNA COMPROMETIDA EXPOSICIÓN INTERDISCIPLINAR, FINALMENTE “SIN” ARQUITECTURA	847
Antonio Pizza	
ENTENDIENDO LOS PAISAJES DE DESIGUALDAD URBANA. ENFOQUES, MÉTODOS E INSTRUMENTOS PARA UN ATLAS OPERATIVO ESTRATÉGICO PARA EL SUR DE MADRID	859
Alba Rodríguez Illanes, Miguel Y. Mayorga Cárdenas	
“ASÍ VIVE EL CAMPESINO ESPAÑOL”: RECONSTRUCCIÓN, HIGIENIZACIÓN Y PROPAGANDA EN LA EXPOSICIÓN NACIONAL DE LA VIVIENDA RURAL (1939)	873
Marta Rodríguez Iturriaga	
LOS BARDI Y EL MUSEO DE ARTE DE SÃO PAULO: TRANSFUSIONES MUSEOGRÁFICAS ENTRE LO POPULAR Y LO ERUDITO, LA CALLE Y EL MUSEO.	889
Mara Sánchez Llorens	
EXPONER ARQUITECTURA. LA EXPERIENCIA DEL MUSEO MAXXI DE ROMA	901
Elena Tinacci	
URBAN STORYLINES OF CON-TEMPORARY MURALS IN MINOR ARCHITECTURES	913
Luca Zecchin	

TOMO II

REVISTAS, LIBROS, TEXTOS: LA COMUNICACIÓN ESCRITA

CRÍTICA Y DIFUSIÓN DE LOS TRABAJOS DE RESTAURACIÓN DEL ARQUITECTO LEOPOLDO TORRES BALBÁS EN LA ALHAMBRA A TRAVÉS DE SUS PUBLICACIONES	927
Fernando Acale Sánchez	
EL MANIFIESTO DE LA ALHAMBRA YA ESTABA ESCRITO. LA ARQUITECTURA ESPAÑOLA EN DEUTSCHE BAUZEITUNG (1915-1920)	939
Pablo Arza Garaloces, José Manuel Pozo Municio	
BUILDERS AND DEVELOPERS IN 17TH-CENTURY LONDON	953
Gregorio Astengo	
LA REVISTA HERMES (1917-1922) Y LA NUEVA IMAGEN DE LO VASCO. DEL CASERÍO AL CHALÉ NEOVASCO	967
Ana Azpiri Albistegui	

FOR A REFOUNDATION OF MODERN ARCHITECTURE: <i>METRON</i> IN THE FIRST YEARS (1945-1948) . . .	979
Guia Baratelli	
LA REVISTA <i>ARQUITECTURA</i> Y EL DEBATE TEÓRICO EN UN PERIODO DE DESCONCIERTO (1918-1933): LA APORTACIÓN DE LEOPOLDO TORRES BALBÁS	997
Juan Manuel Barrios Rozúa	
LA GUÍA DE ARQUITECTURA MODERNA ANTES DE 1951: TRES PUBLICACIONES PIONERAS	1009
Ángel Camacho Pina	
RONDA, VISIONES DE UNA CIUDAD Y SU ARQUITECTURA POR CRONISTAS Y VIAJEROS (SIGLO XII AL XIX)	1023
Ciro de la Torre Fragoso	
<i>FABRICATIONS</i>. 35 AÑOS DE LA REVISTA DE LA SOCIEDAD DE HISTORIADORES DE LA ARQUITECTURA DE AUSTRALIA Y NUEVA ZELANDA (1989-2024)	1035
Macarena de la Vega de León	
LA VIVIENDA SOCIAL ANDALUZA DE LA SEGUNDA MITAD DEL SIGLO XX EN LAS REVISTAS DE <i>ARQUITECTURA</i>	1045
Rafael de Lacour, Alba Maldonado Gea, Ángel Ortega Carrasco	
RESACA MODERNA: LA TRANSCRIPCIÓN DEL “AFTER MODERN ARCHITECTURE DEBATE” PARA LA CONSTRUCCIÓN DE UN CORPUS TEÓRICO ESPAÑOL	1057
Jorge Díez Estellés, Pablo Marqués Orero, Raúl Castellanos Gómez	
THE DIFFUSION OF ARCHITECTURAL CULTURE THROUGH TREATISES AND MANUALS ON THE ART OF BUILDING IN DENMARK BETWEEN THE 18TH AND 19TH CENTURIES	1069
Monica Esposito	
HISTORIAS GRÁFICAS: “EL ALOJAMIENTO MODERNO EN ESPAÑA” DE FOCHO	1083
Héctor García-Diego Villarías, Jorge Tárrago Mingo, María Villanueva Fernández	
VISIONES CRUZADAS: HACIA NUEVAS PERSPECTIVAS DISCIPLINARES EN LA COMUNICACIÓN DE <i>ARQUITECTURA</i> (1959-1973)	1095
Eva Gil Donoso	
LAS PRIMERAS MICROESCUELAS DE RAFAEL DE LA HOZ. ARTÍCULOS EN PRENSA 1958-1959	1109
Alejandro Gómez García	
<i>PIVOTAL CONSTRUCTIONS OF UNSEEN EVENTS: FIVE ARCHITECTURAL NARRATIVES FROM UNITED STATES HISTORY, 1871-2020</i>	1121
Irene Hwang	
<i>HOUSE BEAUTIFUL: INTRODUCING AMERICAN WOMEN TO THE WORLD</i>	1131
Kathleen James-Chakraborty	
A BERLIN CATALOGUE. A REPERTOIRE OF ARCHITECTURAL FIGURES FROM MICHAEL SCHMIDT’S PHOTOBOKS	1141
Marco Lecis	
EL SOPORTE PAPEL Y LO DIGITAL. DESVELANDO LA VIDA Y OBRA ARQUITECTÓNICA DE MILAGROS REY HOMBRE	1153
Cándido López González, María Carreiro Otero	

LAS PIRÁMIDES DESPUÉS DE LE CORBUSIER. <i>THE NEW ARCHITECTURE IN MEXICO</i> DE ESTHER BORN, 1937	1165
Cristina López Uribe	
THE ROLE OF ILLUSTRATIVE PHOTOGRAPHY IN THE EARLY MODERN HISTORIOGRAPHY	1183
Fabio Mangone	
SINERGIAS Y DIVERGENCIAS: LA REPRESENTACIÓN DE LA ARQUITECTURA BARCELONESA EN <i>ILUSTRACIÓ CATALANA Y ARQUITECTURA Y CONSTRUCCIÓ</i> (1897-1908)	1191
Pilar Morán-García	
THE HERALD OF A NEW WORLD. ALDO ROSSI AND <i>THE ADVENTURES OF PINOCCHIO</i>: AN ARCHITECTURAL THEORY	1205
Vincenzo Moschetti	
DEL <i>LIKE</i> AL <i>BYTE</i> PARA LLEGAR A LO “ECO”: LAS REDES SOCIALES COMO <i>INFLUENCERS</i> DE OTRA ARQUITECTURA EN LA ERA DIGITAL	1219
Francisco Felipe Muñoz Carabias	
REVISTAS COLEGIALES DEL COAM (ESPAÑA) Y EL COARQ (CHILE). DE BOLETINES GREMIALES A ENTORNOS DE PUBLICACIONES	1229
Gonzalo Muñoz Vera, Paz Núñez-Martí, Roberto Goycoolea Prado	
A THICK MAGAZINE: MANUEL GRAÇA DIAS' <i>JORNAL ARQUITECTOS</i> AND THE CONSTRUCTION OF THE CULTURALIST ARCHITECT	1243
Vitor Manuel Oliveira Alves	
ANÁLISIS COMUNICATIVO DEL LIBRO <i>PLUS</i> DE FRÉDÉRIC DRUOT, ANNE LACATON & JEAN-PHILIPPE VASSAL	1257
Ángel Ortega Carrasco, Rafael de Lacour	
LA EXTRAÑA PARADOJA: LAS REVISTAS GARANTES DE LA VERDAD	1271
José Manuel Pozo Muncio	
CUANDO LA CONSTRUCCIÓN DE UNA CIUDAD PASA POR LAS PÁGINAS DE UN PERIÓDICO: <i>LA CIUDAD LINEAL. REVISTA DE URBANIZACIÓN, INGENIERÍA, HIGIENE Y AGRICULTURA</i>	1285
Alice Pozzati	
LA DIVULGACIÓN Y ANÁLISIS DE LA ARQUITECTURA HABITACIONAL FUNCIONALISTA A TRAVÉS DE <i>ESPACIOS. REVISTA INTEGRAL DE ARQUITECTURA Y ARTES PLÁSTICAS EN MÉXICO, 1948-1957</i>	1301
Claudia Rodríguez Espinosa, Erika Elizabeth Pérez Múzquiz	
DISCURSOS PATRIMONIALES EN LA REVISTA <i>ARQUITECTURA</i> Y LA CONSTRUCCIÓN DE UN RELATO HISTÓRICO NACIONAL	1313
Elina Rodríguez Massobrio	
THE MAKING OF ARCHITECTURAL IMAGERY IN THE AGE OF UNCERTAINTY AND DISEMBEDDING	1329
Ugo Rossi	
ARCHITECTS AND THE LAY PUBLIC IN AN AGE OF DISILLUSIONMENT: SOME NOTES ON ACTIVISM, SATIRE AND SELF-CRITICISM IN BRITISH ARCHITECTURAL PUBLISHING	1341
Michela Rosso	

ESCAPARATE PÚBLICO DE UNA NUEVA ARQUITECTURA. LA COMUNICACIÓN DE LAS EXPOSICIONES UNIVERSALES	1357
Alberto Ruiz Colmenar, Beatriz S. González-Jiménez	
GEOMETRÍA, UNA REVISTA PARA COMUNICAR EL URBANISMO DE LOS ARQUITECTOS	1369
Victoriano Sainz Gutiérrez	
ESTADOS UNIDOS EN LOS BOLETINES DE ARQUITECTURA ESPAÑOLES. 1945-1960	1381
María del Pilar Salazar Lozano	
ARQUITECTURA Y ANSIEDAD EN LA OBRA DE ISAAC ASIMOV	1393
Mario Sánchez Samos	
MIES Y EL PERIÓDICO <i>TRANSFER</i>	1407
Rafael Sánchez Sánchez	
FROM DOMESTIC INTERIORS TO NATIONAL PLATFORMS. MODERN ARCHITECTURE AND INDIAN WOMANHOOD IN THE <i>INDIAN LADIES' MAGAZINE</i>	1417
Pooja Sastry	
COMMUNICATING THE WELFARE ARCHITECTURE FOR WOMAN AND CHILD IN FASCIST ITALY	1427
Massimiliano Savorra	
MOBILIARIO Y DISEÑO INTERIOR EN EL MÉXICO MODERNO EN TIEMPO REAL: LAS PUBLICACIONES ESPECIALIZADAS EN LA PRIMERA MITAD DEL SIGLO XX	1441
Silvia Segarra Lagunes	
<i>SUN AND SHADOW</i> Y LA TRANSICIÓN DEL PROGRAMA DOMÉSTICO A LA OBRA MONUMENTAL DE MARCEL BREUER	1453
Erica Sogbe	
EL REGISTRO FOTOGRÁFICO DEL <i>PLAYGROUND</i> COMO CONSTRUCCIÓN DE LOS IMAGINARIOS MODERNOS DE ESPACIOS DE JUEGO URBANOS	1463
Nicolás Stutzin Donoso	
<i>LES PROMENADES ET LE PAYSAN DE PARIS</i>. EL PARQUE DE BUTTES-CHAUMONT ENTRE LA LÍRICA Y LA TÉCNICA	1471
Diego Toribio Álvarez	
EL PROYECTO URBANO EN LAS PUBLICACIONES DE ARQUITECTURA EN CHILE: UNA SECUENCIA ANALÍTICA (1930-1980)	1483
Horacio Enrique Torrent	
LE CORBUSIER, 1933. UN LIBRO Y UNA <i>CRUZADA</i> CONTRA LA ACADEMIA	1495
Jorge Torres Cueco	
OTRA <i>ARQUITECTURAS BIS</i>: LA APORTACIÓN CRÍTICA DE MADRID	1511
Alejandro Valdivieso	
LA ARQUITECTURA DEL CONOCIMIENTO	1523
Ruth Varela	
LA CASA EN EL MAR Y EL JARDÍN: LA COLABORACIÓN DE LINA BO EN EL DEBATE PROPUESTO EN LA REVISTA <i>DOMUS</i> DE 1940	1535
Carla Zollinger, Eva Álvarez, Carlos Gómez	

LA ARQUITECTURA EN LA ERA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL

LA DIFUSIÓN DE LA ARQUITECTURA EN LA ERA DE LA POST-FOTOGRAFÍA: EXCESO Y ACCESO	1547
Luisa Alarcón González, Mar Hernández Alarcón	
UNA MIRADA DESDE EL METAVERSO A LA CIUDAD	1557
Mónica Alcindor, Alejandro López	
MANIERISMO <i>ON STEROIDS</i>: REFLEXIONES EN TORNO A LOS PROCESOS CREATIVOS EN LA ERA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL	1565
Serafina Amoroso	
APLICACIONES DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL EN ARQUITECTURA. CLASIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE OBRA EN LA ERA DIGITAL	1577
Guido Cimadomo, Vishal Shahdarpuri Aswani, Jorge Yeregui Tejedor	
FROM PHYSICAL TO DIGITAL: THE IMPACT OF TWENTY YEARS OF WEB 2.0 ON ARCHITECTURE	1587
Giuseppe Gallo	
NIKOLAUS PEVSNER EN LA BBC: LA COMUNICACIÓN ORAL DE LA HISTORIA DEL ARTE Y LA ARQUITECTURA	1599
David García-Asenjo Llana, María Pura Moreno Moreno	
<i>CREAFAB APP</i>: HERRAMIENTA DIGITAL PARA LA INVESTIGACIÓN Y GESTIÓN DE PROCESOS DE REINDUSTRIALIZACIÓN CREATIVA EN CIUDADES HISTÓRICAS	1613
Francisco M. Hidalgo-Sánchez, Safiya Tabali, María F. Carrascal-Pérez	
REPRESENTACIÓN Y DIFUSIÓN DIGITAL DEL PATRIMONIO MONÁSTICO: EL PROYECTO <i>DIGITAL SAMOS</i>	1627
Estefanía López Salas	
ARQUITECTURA PARA REDES O ARQUITECTURA PARA LA VIDA	1639
Ángela Marruecos Pérez	
ENSEÑAR EL PROYECTO (Y TRANSFORMAR LA CIUDAD) EN LA ERA DE LA COMUNICACIÓN DIGITAL	1649
Paolo Mellano	
REVISTAS DE ARQUITECTURA LATINOAMERICANAS: EXPERIENCIAS Y RESULTADOS DE ARLA	1661
Patricia Méndez	
LA MUTACIÓN DEL DIBUJO PLANO A LA REALIDAD AUMENTADA. UNA NUEVA FORMA DE COMUNICAR EL ESPACIO Y SU CONSTRUCCIÓN EN LA ARQUITECTURA	1673
Alejandro Muñoz Miranda	
¿INVESTIGACIÓN O ACTIVISMO? EL CASO DEL <i>MAPA INTERACTIVO DIGITAL DE ARQUITECTURAS IDEADAS POR MUJERES EN ESPAÑA, 1965-2000</i>	1683
Lucía C. Pérez Moreno, David Delgado Baudet, Laura Ruiz-Morote Tramblin	

Realidades y ficciones del sueño americano: la casa publicitada en el suburbio estadounidense de posguerra

Realities and Fictions of the American Dream: The Advertised Home in the Postwar American Suburb

ESTIBALIZ GARCÍA TABOADA

Universidad Politécnica de València, taboada.es@gmail.com

JAVIER FERNÁNDEZ POSADAS

Universidad Politécnica de València, jaferpo@upv.es

Abstract

Este artículo examina el papel de la industria de la publicidad en la creación del imaginario doméstico de los suburbios estadounidenses de posguerra, a través de las ilustraciones e imágenes de revistas, catálogos y libros de patrones de la época. La narrativa publicitaria de esta literatura, de larga tradición en Estados Unidos, es un testimonio extraordinario de la configuración de la vivienda unifamiliar como elemento central del “sueño americano” y desvela la relación entre la comunicación de la arquitectura y el consumo de masas, al tiempo que también cuenta otras realidades. La idealización de la vida suburbial reflejada en estas publicaciones descubre otros aspectos de la memoria social, como la imposición de un modelo estereotipado de familia, la limitación del rol de la mujer, y la segregación racial residencial, evidenciando el papel de la publicidad como institución de control y generadora de ficciones.

This article examines the role of the advertising industry in shaping of the domestic imagery of postwar American suburbs, through the illustrations and images from magazines, catalogs, and housing pattern books of the era. The advertising narrative of this literature, with a long-standing tradition in the United States, is an extraordinary testimony of the configuration of single-family housing as a central element of the ‘American dream’, and reveals the relationship between the communication of architecture and mass consumption, while it also tells other realities. The idealization of suburban life portrayed in these publications uncovers other aspects of social memory, such as the imposition of a stereotypical family model, the limitation of women’s roles, and residential racial segregation, highlighting the role of advertising as an institution of control and creator of fictions.

Keywords

Publicidad, suburbio, vivienda unifamiliar, sueño americano

Advertising, suburb, single-family home, American dream

La tradición de los libros de patrones en la construcción de la identidad nacional estadounidense

Fuertemente arraigados en la cultura estadounidense desde mediados del siglo XVIII, los libros de patrones de vivienda eran una forma popular de publicación que ofrecía planos, detalles constructivos y vistas de casas suburbanas, así como otros servicios relacionados con la arquitectura que los lectores podían solicitar por correo. Funcionaban como guías útiles y accesibles que estandarizaban y simplificaban el proceso de la construcción, ofreciendo una amplia variedad de propuestas arquitectónicas derivadas de la arquitectura europea, especialmente de la británica, así como diseños verdaderamente eclécticos fruto de la interpretación libre de sus autores¹. Además, la influencia del movimiento romántico se refleja en los libros por el carácter idílico de las imágenes, que presentaban las viviendas en entornos naturales y tranquilos (fig. 1), impulsando en la clase media el ideal estadounidense de que poseer una vivienda suburbial era un síntoma de progreso y estatus social.

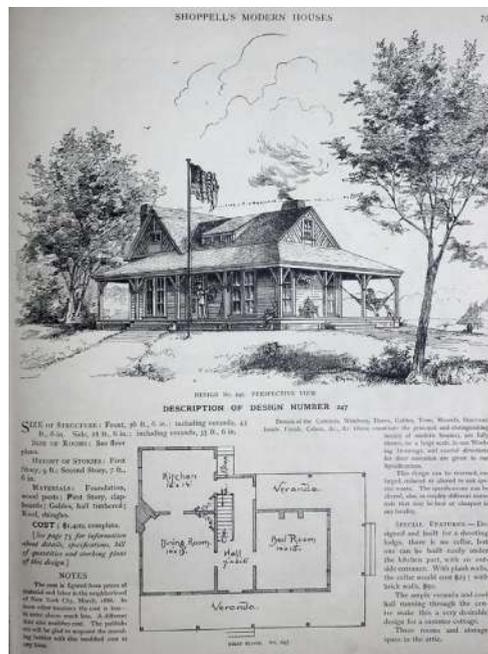


Figura 1. Propuesta de vivienda suburbial. *Shoppell's Modern Houses*, 1887. Fuente: Internet Archive, Colecciones Canadian Centre for Architecture.

El éxito de este tipo de divulgación arquitectónica en Estados Unidos fue paralelo al auge del sentimiento nacionalista experimentado tras la independencia del país en 1776. La búsqueda de una identidad nacional y la influencia desde finales del siglo XVIII de las ideas

¹ La mayoría de los autores provenían del ámbito artesanal y se apoyaban en la tradición y la experiencia para la elaboración de los diseños debido a la todavía escasa profesionalización de la arquitectura.

derivadas del determinismo medioambiental y de los teóricos del arte y la arquitectura europeos desde mediados del siglo XIX, convirtió en un reto nacional lograr configurar una arquitectura que constituyera la manifestación física de la identidad y el carácter de la nación². Así, estos libros, no sólo funcionaron como apoyo para desarrollar la incipiente industria de la edificación³: también adquirieron una función pedagógica, introduciendo comentarios y ensayos educativos junto a los diseños que incluían notas y directrices sobre ornamentación, sentido de la belleza, paisajismo, urbanismo y construcción⁴. Comprometidos con la búsqueda de un “estilo” propiamente estadounidense, los libros de patrones desvelaron un potencial político y propagandístico utilizado con decisión para fomentar un sentido nacional en torno a la construcción de viviendas, que se hacía más intenso conforme se acercaba la celebración del Centenario de la Nación en 1876⁵. Un notable ejemplo es el libro del arquitecto Isaac H. Hobbs titulado *Hobbs's Architecture* (1876), que incluía planos de casas de campo, villas y residencias suburbanas, definidas como específicamente estadounidenses⁶. Sin embargo, estos diseños no dejaban de ser propuestas eclécticas y la alusión a su “carácter estadounidense” se hacía utilizando expresiones patrióticas en una vaga referencia la adaptación de sus comodidades a un indeterminado “espíritu americano”. También se utilizaban locuciones adjetivas compuestas como “Franco-American” o “American-Gothic style” para intentar distinguir supuestas peculiaridades nacionales⁷. Al mismo tiempo, la

² La difusión de las ideas de autores como Eugène Viollet-le-Duc o John Ruskin, sirvió para dividir este debate entre los partidarios de una metodología basada en la función arquitectónica, la estructura y el uso de nuevos materiales, y aquellos que daban prioridad al valor de las artes visuales, el trabajo manual o la importancia de la belleza en los detalles. La corriente de pensamiento de Ruskin, que estuvo acompañada del éxito editorial de *Seven Lamps of Architecture* (1849) y su visión de la arquitectura como encarnación de la política, la historia y la fe religiosa de las naciones, fue predominante, encajando mucho más con las aspiraciones estadounidenses. Sobre esto, ver: Linda E. Smeins, *Building an American Identity: Pattern Book Homes and Communities, 1870- 1900* (Walnut Creek: AltaMira Press, 1999), 36–37.

³ El crecimiento empresarial de los libros de patrones aumentó los esfuerzos de la American Institute of Architects, fundada en 1857, por definir y profesionalizar la práctica arquitectónica.

⁴ Ejemplos exitosos que incluyeron estas secciones son *Cottage Residences* (1842) de Andrew Jackson Downing, *The Model Architect* (1852) de Samuel Sloan, o *Villas and Cottages* (1857) de Calvert Vaux.

⁵ Sobre el papel clave de este evento y de la Exposición Universal de Filadelfia de 1876 en la búsqueda de una arquitectura nacional estadounidense, ver: Smeins, *Building an American Identity...*, 28–31.

⁶ Hobbs cita, por ejemplo, el estilo “American-Ovo Gamber”, una corriente inspirada en la arquitectura italiana y victoriana y empleada en iglesias, edificios públicos, casas de campo y bungalows. Isaac H. Hobbs, *Hobbs's Architecture Containing Designs and Ground Plans for Villas, Cottages, and Other Edifices, Both Suburban and Rural, Adapted to the United States with Rules for Criticism, and Introduction* (Filadelfia: J. B. Lippincott, 1876), 76.

⁷ Hacia finales del siglo XIX, la búsqueda de una arquitectura nacional trascendió los intereses formales basados en modelos arquitectónicos del pasado. En este sentido, la Escuela de Chicago, representada por Louis Sullivan, William Le Baron Jenney, Dankmar Adler, o a la corriente “Prairie School”, de Frank Lloyd Wright y Walter Burley Griffin, quienes exploraron nuevas formas de expresión arquitectónica incorporando la funcionalidad y la integración con la naturaleza, sentarían así las bases para la arquitectura moderna estadounidense. Thomas S Hines. “Review: The Prairie School, Frank Lloyd Wright and His Mid-West Contemporaries by H. Allen Brooks”, *Journal of the Society of Architectural Historians* 31, n.º 4 (1972): 332–335. <http://www.jstor.org/stable/988816>.

literatura estadounidense orientada a la mujer sirvió como canal de difusión de las normas sociales de género, educando en el concepto victoriano de las “esferas separadas”⁸. La arquitectura publicitada en los libros también empezó a incluir imágenes que representaban el ideal nacional de vida familiar según estos principios. Los exitosos libros de Catherine Beecher, tales como *A Treatise on Domestic Economy* (1841) o *The American Woman's Home* (1869), y revistas como *Godey's Lady's Book* (1830-1898) y *The Ladies' Repository* (1841-1876), trataban temas domésticos y estaban destinadas a mujeres blancas de clase media y alta, reforzando esta idea y moldeando durante décadas el ideal de femineidad estadounidense⁹.

La rápida expansión de las ciudades durante la segunda mitad del siglo XIX y el aumento de barrios pobres e insalubres donde se aglutinaban los inmigrantes, así como las crisis financieras o la proliferación de organizaciones laborales y sindicales, dio lugar a una inestabilidad social marcada por conflictos y disputas durante las últimas décadas del siglo. El miedo de la clase dominante a una desaparición de los valores heredados del pasado colonial, tales como los principios cristianos, la concepción del trabajo como fuente de dignidad personal, la defensa del capitalismo, o la familia nuclear, hizo que, a través de los canales de difusión cultural más populares, estos valores se defendieran como genuinamente estadounidenses. Los promotores de vivienda capitalizaron la creciente aversión hacia la vida urbana. Siguiendo el modelo de la “ciudad jardín” inglesa, incrementaron la mitología sobre la vida en los suburbios resaltando la sofisticación de las casas y la serenidad de sus entornos naturales en contraste con la congestión, el ruido y la suciedad de las urbes. Así, la popularidad de la casa suburbana moderna se construyó bajo el principio de movilidad social asociada al desplazamiento de los residentes de los suburbios hacia las ciudades. En este sentido, el arquitecto Bruce Price, explicaba en *Homes In City And Country* (1893):

The American must inevitably show his national traits in his home. Scattered apart or grouped together [...] for encircling miles about our great cities, have sprung up, and are still rising, the true homes of the American of to-day. From them and to them [...], there is nothing so impressive in the city's life as this daily coming and going through. It is a vivid expression of that American trait which inspires every man, no matter how subordinate his position in the business world, to assert his individuality and independence by owning a home which is the outgrowth of his special tastes and needs.¹⁰

⁸ Según esta idea, el hombre debía ocupar un papel predominante en la esfera pública, mientras que las cualidades de la mujer las hacían superiores en la esfera privada, siendo idóneas para la administración del hogar y la crianza de los hijos. Franklin Cary. “Separate Spheres” *The Yale Law Journal* 123, n.º 8 (2014): 2878– 2905. <http://www.jstor.org/stable/43617009>.

⁹ Es importante destacar que, en un contexto de gran desarrollo industrial, la representación de la mujer blanca en estas publicaciones ocultaba la realidad del resto de mujeres trabajadoras, incluidas aquellas de otras etnias, cuyas experiencias y contribuciones a la sociedad eran ignoradas o minimizadas.

¹⁰ [El estadounidense debe inevitablemente mostrar sus rasgos nacionales en su hogar. Dispersos o agrupados [...] rodeando millas alrededor de nuestras grandes ciudades, han surgido y todavía se están levantando, los verdaderos hogares de los estadounidenses de hoy. De ellos y hacia ellos [...], no hay nada tan impresionante en la vida de la ciudad como este ir y venir diario. Es una vívida expresión de ese rasgo estadounidense que inspira a cada hombre, sin importar cuán subordinada sea su posición en el mundo de los negocios, afirmar su individualidad e independencia al poseer una casa que es el resultado de sus gustos y necesidades especiales] Bruce Price, “The Suburban House”, en *Homes in City and Country*, ed. por Russell Sturgis (Nueva York: C. Scribner's sons, 1893), 98.

De la misma forma, se desarrollaron suburbios industriales de viviendas destinadas a la clase trabajadora alrededor de fábricas en la periferia urbana y asentamientos en zonas rurales con una población más diversa en términos de clase y afiliación étnica, provocando una segregación residencial propiciada por un racismo sistémico e institucional que se reflejaba en la vida cotidiana. Ser propietario de una vivienda suburbana se convirtió en un imperativo moral para el estadounidense blanco de clase media y alta. No sólo simbolizaba el éxito económico a través del trabajo, sino que era la manifestación inequívoca del derecho a la propiedad, estableciendo una conexión afectiva y simbólica con la historia y el espíritu de los primeros colonos. Así, los libros de patrones de finales del siglo XIX y principios del siglo XX, contribuyeron a la inclusión definitiva de la casa suburbana dentro de la narrativa cultural del “sueño americano”, destacándolas como el lugar idóneo para experimentar un estilo de vida auténticamente estadounidense. Paralelamente, el surgimiento de los grandes almacenes y las estrategias novedosas de publicidad y marketing, como el concepto de “tendencia”, hicieron del espacio doméstico un lugar que debía renovarse y actualizarse constantemente a través de la compra de bienes y productos decorativos. Finalmente, durante las primeras décadas del siglo XX, el surgimiento de la arquitectura moderna y la influencia de la producción en masa de mobiliario y productos del hogar, condujo a la intelectualización del concepto de “casa ideal”, convirtiendo al espacio doméstico en un objeto de investigación constante que será exhibido en ferias y exposiciones, explorando nuevas ideas y conceptos en torno a ella y nutriendo con fuerza el contenido de la nueva literatura arquitectónica y su publicidad.

Demanda de vivienda y expansión suburbana en el periodo de posguerra

En los años posteriores a la Segunda Guerra Mundial, la construcción de suburbios en áreas interurbanas se convirtió en uno de los motores para la recuperación de la economía nacional estadounidense. Factores como el aumento de la natalidad¹¹, la concentración de población migrante alrededor de fábricas e industrias armamentísticas y la necesidad de proveer de vivienda a los veteranos de guerra, hicieron necesaria la promulgación de leyes destinadas a satisfacer la alta demanda habitacional. Así, leyes como la Servicemen's Readjustment Act¹² (1944) o la Housing Act¹³ (1949), que incluyó la subvención pública inicial para la construcción de 810.000 viviendas, sentaron las bases para el modelo de finan-

¹¹ Sobre el impacto del “Baby Boom” (1944-1964) en la economía estadounidense, ver: Cynthia Clark, ed., *The American Economy: A Historical Encyclopedia*, 2 vols, 1 (Santa Barbara: ABC-CLIO, 2011), 31.

¹² La ley Servicemen's Readjustment (1949), conocida popularmente como “GI Bill” contemplaba beneficios para veteranos de guerra, tales como préstamos hipotecarios a bajo interés para la compra de vivienda. Ver: Price V. Fishback y Douglass C. North, *Government and the American Economy: A New History* (Chicago, Ann Arbor, Michigan: University of Chicago Press; ProQuest, 2014), 524.

¹³ La ley Housing Act (1949) se promulgó bajo la idea de la renovación urbana de las áreas marginales para ofrecer “un hogar digno y un entorno de vida adecuado para cada familia estadounidense”. Ver: Harry S. Truman, “Statement by the President Upon Signing the Housing Act of 1949”, *The American Presidency Project*, coord. por Gerhard Peters y John T. Woolley, <https://www.presidency.ucsb.edu/node/229714>.

ciación y planificación de los nuevos desarrollos urbanos¹⁴. Al mismo tiempo, la inversión en redes de autopistas incrementó la difusión del automóvil, facilitando la movilidad desde los suburbios al centro de las ciudades y propiciando gradualmente la dispersión urbana. Las grandes empresas del sector de la construcción asumieron un papel protagonista y, en connivencia con agencias estatales como la Federal Housing Administration y la Veterans Administration, que gestionaban las ayudas a familias y veteranos, levantaron a lo largo de las décadas de 1950 y 1960, enormes suburbios de miles de viviendas por todo el país, tales como Levittown (Nueva York), Rollingwood (California), o Park Forest (Illinois). La aplicación de técnicas de producción en masa, estandarización y prefabricación permitió construir a un ritmo anual frenético¹⁵. Solo en la década de 1950 se construyeron alrededor de 13 millones de viviendas unifamiliares, lo que llevó a que la tasa de propiedad de vivienda pasara de 43.6% en 1940 al 61.9% en 1960¹⁶. Esto convirtió a la industria privada de la construcción en la responsable del 64% del mercado inmobiliario en 1960, en comparación con el 24% de 1949¹⁷. Compañías como Levitt & Sons, The Rouse Company o National Homes Corporation, cambiaron para siempre el paisaje de los Estados Unidos a través de promociones urbanas caracterizadas por su localización periférica con respecto a los centros urbanos, una fuerte separación de los usos del suelo residencial y comercial, la baja densidad, la homogeneidad arquitectónica, y un precio económico para el propietario¹⁸. Este cambio de paradigma provocó una transformación profunda en el mecanismo de adquisición de una propiedad. Con ella se produjo una innovación en la literatura arquitectónica destinada a la promoción, venta, y equipamiento de viviendas. Si bien una forma común de construir una casa siguió siendo a través de contratistas que actuaban como constructores personalizados a los cuales el propietario¹⁹ entregaba planos obtenidos de libros de patrones, el auge de la industria privada estimuló sobremanera la compra directa a través del promotor, proliferando la literatura destinada únicamente al equipamiento y modernización de las viviendas. Así, junto a los libros de patrones de nombres genéricos como “Select Home Plans”, “Beautiful Homes” o “Low Cost Suburban Homes” (fig. 2), se popularizaron los “Home Owners’ Catalogs”: verdaderas herramientas de marketing para

¹⁴ Sobre la importancia de las disposiciones de esta ley, ver: “Provisions of the Housing Act of 1949”, *Monthly Labor Review* 69, n.º 2 (1949): 156. <http://www.jstor.org/stable/41831843>.

¹⁵ Sobre este tema, ver: Kenneth T. Jackson, *Crabgrass Frontier: The Suburbanization of the United States* (Nueva York, Ann Arbor, Michigan: Oxford University Press, 1985), 233

¹⁶ F. John Devaney, *Tracking the American Dream: 50 Years of Housing History from the Census Bureau: 1940-1990* (Washington D.C.: DIANE Publishing, 1998).

¹⁷ Adam Rome, *The Bulldozer in the Countryside: Suburban Sprawl and the Rise of American Environmentalism* (Cambridge: Cambridge University Press, 2013), 44.

¹⁸ Un efecto general del bajo coste de la vivienda fue la alteración de la percepción de la relación entre propiedad y estatus social, favoreciendo el sentimiento de pertenencia a una clase media amplia.

¹⁹ En el caso de ser una vivienda modesta, la supervisión de la construcción era realizada por el propietario mismo, ya que solo las familias más adineradas podían permitirse contratar a un arquitecto. También era habitual adquirir casas prefabricadas, las cuales se entregaban localmente, y el propietario podía participar en el montaje de la misma una vez que la recibía.

vender todo tipo de materiales, electrodomésticos, y productos de decoración y jardinería, ofreciendo también opciones de crédito y financiación.

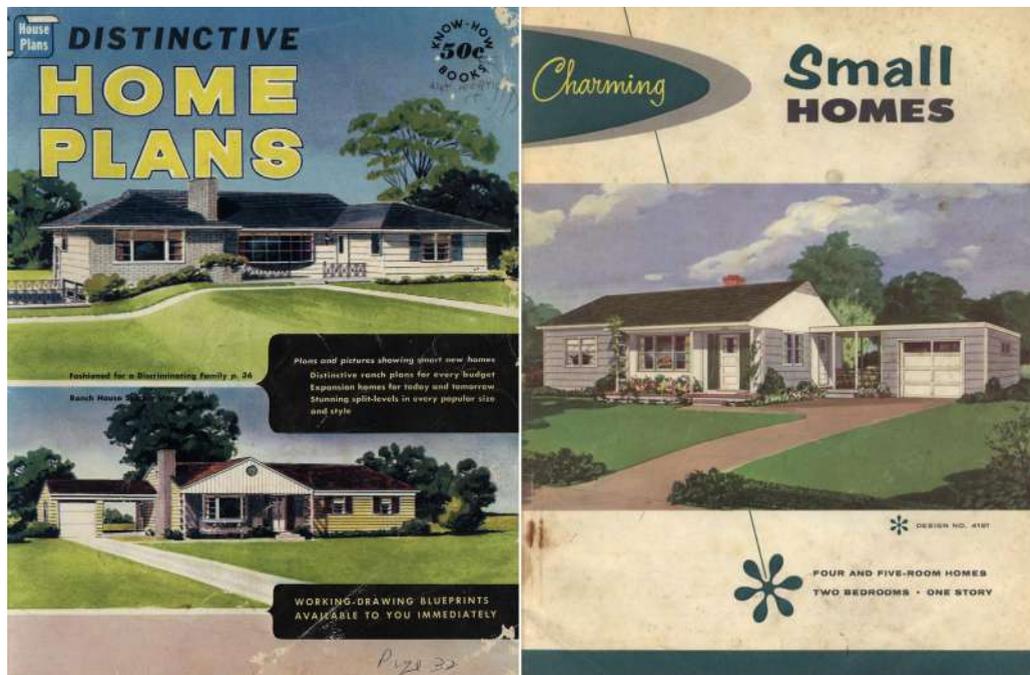


Figura 2. *Distinctive Home Plans* (1957) y *Charming Small Plans* (1958), revistas populares de planos de viviendas. Fuente: Internet Archive, FM Collection y JD Collection.

Estos catálogos y revistas implementaron las nuevas formas publicitarias de la “cultura de masas”, adoptando un lenguaje más visual y directo. Utilizaban representaciones humanas y eslóganes para convencer a los propietarios de la eficiencia de las innovaciones tecnológicas y su repercusión en la calidad de vida doméstica, convirtiéndose en parte esencial del proceso que convirtió a la casa suburbial en un elemento central para la dinamización general del consumo en Estados Unidos.

El exitoso modelo de Levittown, construido en Long Island²⁰ entre 1947 y 1951, fijó el prototipo de expansión suburbana en América del Norte basada en viviendas idénticas y asequibles. Se publicitó como un icono y un logro empresarial sin precedentes²¹. La utilización de materiales de construcción estandarizados y económicos para reducir costos y la implementación de técnicas de ensamblaje en cadena, permitieron la construcción de 16.000

²⁰ Siguiendo el modelo original, otros desarrollos del mismo nombre surgieron en 1951 en Pensilvania y en 1958 en Nueva Jersey.

²¹ William Levitt, presidente de Levitt & Sons, apareció en la portada de la revista Time en julio de 1950 aclamado como un héroe nacional.

unidades de vivienda en un área de 24 km² en un tiempo récord²². Miles de familias jóvenes y soldados encontraron su hogar en estas casas, que se caracterizaban por tener entre una y tres habitaciones y cuyo estilo era conocido popularmente como “Cape Cod”²³. Las grandes ganancias obtenidas por Levitt & Sons hizo que la empresa construyera rápidamente otros Levittown en Pensilvania (fig. 3) y Nueva Jersey. Con este precedente, los desarrolladores construyeron suburbanizaciones más grandes y uniformes, presentando casas más amplias y modernas, adaptadas a más comodidades. Ejemplo de ello es el conjunto Lakewood Park, en California, que se diseñó para albergar a 70.000 personas, incluyendo otros servicios como iglesias, escuelas, gasolineras y áreas de recreación.

En estos nuevos suburbios, el ideal nacional y la noción de “sueño americano” vinculado a la vida doméstica de la casa unifamiliar, volvió a reinterpretarse en torno a la industrialización de los bienes de consumo asociados, los valores de género tradicionales, la familia nuclear y el automóvil.



Figura 3. Vista aérea de Levittown, Pensilvania, 1959. Fuente: Wikimedia Commos.

Realidades y ficciones de la representación publicitaria del sueño suburbano

Este ideal doméstico, se proyectó a través de los medios de comunicación de masas como un símbolo de éxito económico y felicidad en un contexto de adaptación a un nuevo marco social tras la guerra. La publicidad de la literatura dedicada a la adquisición y equipamiento de viviendas utilizó la imagen idealizada de la vida suburbana para fomentar las ventas. Apoyados por el cine y la televisión, las publicaciones incluían imágenes de familias interpretando roles específicos asociados al trabajo profesional y doméstico, el ocio, la crianza de los hijos o las relaciones vecinales, y asociando el papel del consumismo a un estilo de

²² La compañía publicitaba con orgullo la velocidad de construcción de los suburbios, afirmando a la prensa que podían erigir una casa en, aproximadamente, 16 minutos.

²³ Este término fue adoptado de un estilo de vivienda tradicional de Massachusetts conocido con ese nombre y caracterizado por su sencillez y su cubierta a dos aguas.

vida “nacional” diferenciado que fomentaba la idea de la comunidad planificada como un lugar seguro para las familias de clase media.

Las revistas y libros de patrones que ofrecían planos, destacaban las virtudes y cualidades arquitectónicas generales de la vivienda mostrando, por medio de fotografías o ilustraciones a color, y siempre acompañadas de una planta de la vivienda, vistas aisladas exteriores de la misma o en su entorno más inmediato, subrayando la vegetación exterior y su disposición a lo largo de amplias calles. La inclusión de jardines traseros y delanteros en los que realizar actividades recreativas, creaba la sensación de independencia en un espacio abierto, convirtiéndose rápidamente en un elemento esencial del paisaje suburbano que se explotaba en la publicidad.

La necesidad del medio de transporte para desplazarse desde los suburbios a los lugares de trabajo o hacia otros servicios, hizo que la presencia del garaje fuese otro elemento importante en estas vistas. Tener un automóvil era símbolo de independencia, éxito económico y movilidad. Las revistas de viviendas remarcaban a los futuros propietarios que podían permitirse una casa con garaje, su idoneidad para salvaguardar el automóvil y su capacidad para funcionar como lugar de almacenamiento adicional. En general, estas imágenes exteriores funcionaban para resaltar la conexión de la vivienda con la naturaleza, remarcando la idea arquitectónica del gran ventanal y las vistas panorámicas desde el interior, así como la ausencia de vallas entre casas, persuadiendo del carácter de comunidad pacífica a través de una transparencia en el control de la vida cotidiana entre vecinos y el sentido de pertenencia y solidaridad.

Esta nueva idea de modernidad de los espacios interiores puede observarse de la misma forma en los “Home Owners’ Catalogs”, publicaciones de corte técnico donde se especificaban las características de sistemas de refrigeración y calefacción, automatización, sistemas eléctricos, tuberías, vidrios, iluminación, etc. Las figuras humanas se representaban interactuando y disfrutando de los productos ofertados, transmitiendo la sensación de ambiente contemporáneo, comodidad, conveniencia y calidad de vida, una idea resaltada por medio de textos y viñetas destinados a despertar el deseo de compra a través de imágenes estereotipadas de familias sonrientes disfrutando de la vida en el hogar.

Sin duda, la gran protagonista de esta publicidad es la mujer, que aparece como esposa y usuaria principal de la vivienda, en una estrategia de marketing orientada a convencerla del beneficio de los productos ofertados para la eficiencia de las tareas domésticas y la confortabilidad general de la familia (fig. 4). Es por ello, que en ocasiones aparece como sujeto persuasor, indicando al marido la conveniencia de adquirir un determinado elemento. En otras ocasiones se presenta como sujeto persuadido por el marido y un tercer personaje masculino, que puede ser un arquitecto, un constructor o el representante de una empresa de cocinas (fig. 5). De la misma forma, las marcas de los productos publicitados recurrían al uso de testimonios que interpelaban de forma directa a los valores familiares del lector, enfatizando la aspiración a una vida cómoda y moderna que favoreciera la seguridad y la estabilidad familiar.



Figura 4. La figura de la mujer en un *Home Owner's Catalogs* de 1949. Fuente: Internet Archive, MBJ Collection.



Figura 5. Representación de dinámicas de género. *Home Owner's Catalogs*, 1949. Fuente: Internet Archive, MBJ Collection.

La idea de seguridad y felicidad, así como la representación de sociedad idílica que se proyectaba en las publicaciones, pone de manifiesto la base ficticia sobre la que estaban construidas y el desinterés desde el punto de vista institucional y empresarial de afrontar a través del urbanismo los desafíos y problemas reales de la sociedad. Cuidadosamente seleccionadas para atraer a un determinado grupo demográfico, es prácticamente imposible

localizar en estas revistas representaciones de individuos de otras etnias distintas a la blanca. La evidencia respalda que la narrativa de homogeneidad y exclusividad blanca a través de la publicidad fue una estrategia política fundamental en los proyectos suburbanos de posguerra. Vivir el “sueño americano” en estos asentamientos fue una forma insostenible de ocultar la violencia manifiesta e inherente a las prácticas de segregación residencial, cuyo propósito era restringir el crecimiento de la población afroamericana y mejorar únicamente las condiciones de vida de la sociedad blanca²⁴.

Millones de afroamericanos se desplazaron hacia el norte del país durante la Segunda Gran Migración Afroamericana (1940-1970) motivados por la perspectiva de mejorar sus condiciones de vida y de la acuciada discriminación racial del Sur²⁵. Esto les condujo a enfrentar los desafíos asociados con la integración y la adaptación también en las comunidades del Norte, aunque la respuesta generalizada fue el surgimiento de suburbanizaciones específicamente segregadas²⁶. En estos desarrollos, el activismo afroamericano tuvo que hacer considerables esfuerzos para obtener servicios municipales y conseguir la aprobación de seguros hipotecarios procedentes de la FHA²⁷. En este contexto, los promotores comenzaron también a captar el mercado afroamericano construyendo lugares como Ronek Park, una subdivisión de mil viviendas en la ciudad de North Amityville (Nueva York) surgida en 1950, o Hamilton Park (Dallas) con 730 viviendas, en 1953. Dirigidos a este público, la publicidad fomentó aquí el estilo de vida suburbano replicando las mismas técnicas que se empleaban para atraer a los blancos de clase media, especialmente en lo relativo a la seguridad familiar²⁸.

²⁴ Sobre esta afirmación, ver Richard Rothstein, *The Color of Law: A Forgotten History of How Our Government Segregated America* (Nueva York: Liveright, 2018); Becky M. Nicolaides y Andrew Wiese (eds.), *The Suburb Reader*, Second Edition (Nueva York: Routledge Taylor & Francis Group, 2016); Charles M. Lamb, *Housing Segregation in Suburban America Since 1960: Presidential and Judicial Politics* (Cambridge: Cambridge University Press, 2005); Khalil Gibran Muhammad, *The Condemnation of Blackness: Race, Crime, and the Making of Modern Urban America* (Cambridge: Harvard University Press, 2019).

²⁵ El fomento de estereotipos negativos sobre la población negra, históricamente utilizado en Estados Unidos a través de los medios de comunicación para contribuir a una percepción pública pesimista sobre los afroamericanos, condujo a una criminalización y discriminación racial y a una estigmatización todavía muy severa hacia mediados del siglo XX.

²⁶ La discriminación racial residencial siguió existiendo a pesar de que, desde 1948, la Corte Suprema anuló la validez de convenios privados que impedían la venta de propiedades por parte de promotores y propietarios a minorías para favorecer la “blanquitud” de ciertos barrios, al igual que el *blockbusting*. Esta práctica consistía en favorecer la entrada de propietarios afroamericanos en viviendas para provocar la huida de población blanca y provocar una caída del precio de la vivienda. Después, las casas eran ofrecidas a precios inflados a la población afroamericana. Rothstein, *The Color of Law...*, 114.

²⁷ La población negra fue excluida de los programas gestionados por la Federal Housing Administration, encontrando trabas para obtener hipotecas a bajo interés y otros beneficios que los blancos sí tenían, tales como acceso a educación universitaria o ayudas para la creación de pequeñas empresas.

²⁸ Para información sobre la publicidad de suburbanizaciones segregadas, ver: Andrew Wiese, *Places of Their Own: African American Suburbanization in the Twentieth Century* (Chicago: University of Chicago Press, 2004).



Figura 6. Multitud congregada frente a la casa de la familia Myers mostrando su rechazo ante su llegada a la comunidad. Fuente: Courtesy of the Special Collections Research Center, Temple University Libraries, Philadelphia.

La población afroamericana también realizó esfuerzos por mudarse a las suburbanizaciones que destacaban por su exclusiva “blanquitud”. Un ejemplo de ello es el caso del veterano William Cotter y su familia, pioneros en desafiar la segregación residencial en el Levittown de Nueva York. Tras conseguir alquilar una casa en 1952, tuvo que enfrentar un desalojo cuando la empresa Levitt & Sons rehusó renovar el contrato. Gracias a su experiencia como activista en la NAACP²⁹ y a la protesta de vecinos comprometidos con su causa, desafió las cláusulas discriminatorias del lugar, abriendo camino para la justicia social en la emblemática comunidad. Otro dramático caso es el de la familia Myers, quienes, tras conseguir mudarse al Levittown de Pensilvania en 1957 y enfrentar las habituales trabas

²⁹ La NAACP (National Association for the Advancement of Colored People) fue una organización fundada en 1909 surgida para combatir la discriminación y garantizar la igualdad de derechos civiles de las personas afroamericanas en los Estados Unidos.

burocráticas, se encontró con una multitud que asedió y causó destrozos en su casa durante su primera noche en el suburbio (fig. 6). Tras meses de hostigamiento, y a pesar de la insistencia de algunos vecinos para que permanecieran en el lugar, la sensación de soledad hizo que los Myers terminaran marchándose más tarde³⁰.



Figura 7. Marcha por los derechos civiles, Washington, 1963, Warren K. Leffler. Fuente: Library of Congress.

La denuncia de estos y otros acontecimientos durante las décadas de 1950 y 1960 fue determinante en el surgimiento del Movimiento por los Derechos Civiles, que cuestionó de manera contundente los ideales de democracia e igualdad de oportunidades y su publicidad por parte de las instituciones como pilares de la historia y el sistema político estadounidense (fig. 7). Aun así, la segregación residencial en los suburbios de nueva construcción hizo que la población afroamericana estuviese por debajo del 5% en estas áreas durante la década de 1960³¹. De este modo, la publicidad de las revistas del hogar y la popularidad de los canales

³⁰ Para más información sobre otros casos similares, ver Richard Rothstein, "State-Sanctioned Violence," en Rothstein, *The Color of Law...*

³¹ Wiese, *Places of Their Own...*, 5.

generales de difusión cultural contrastaba con la realidad cotidiana, cuestionando el mito del sueño residencial americano. Solo a partir de 1964 con la Ley de Derechos Civiles y la Ley de Vivienda Justa, de 1968, esta cuestión empezó a mitigarse muy tímidamente³². Sin embargo, tal y como ha explicado Dolores Hayden, la segregación racial y de género en suburbios y ciudades ha tenido un enorme impacto para la construcción de la memoria social y la identidad colectiva, que sigue afectando a la manera en la que la sociedad estadounidense se comprende a sí misma en la actualidad:

In the past half-century three federal programs -urban renewal, interstate highway building, and home ownership supported by mortgage subsidies- have obscured large sections of the natural landscape and blotted out the cultural landscape of varied human activities in many American urban places. These projects use taxpayers' dollars to muffle history, pave geography, standardize social relationships.³³

Otra de las ficciones favorecidas por la publicidad de esta literatura fue aquella relacionada con la mujer y los roles de género, claramente definidos³⁴. Si bien, y al igual que en otros países, las mujeres estadounidenses supusieron un activo imprescindible durante la Segunda Guerra Mundial como fuerza laboral³⁵, reemplazando a los hombres en fábricas, industrias y otros ámbitos, al finalizar la contienda hubo cierto repliegue hacia el hogar. Muchas de ellas volvieron a adoptar su tradicional papel basado en la crianza de los hijos y el mantenimiento del hogar, siendo presentadas, como hemos visto, como las principales usuarias de las viviendas suburbanas³⁶. Se representaban como amas de casa perfectas, encargadas de las labores domésticas, mientras que la figura masculina era retratada como hombres de negocios, protectores y proveedores exitosos. Esta estereotipación de los roles familiares reforzaba una visión extremadamente conservadora y limitada de la vida suburbial. La realidad era que, a diferencia de aquellas que

³² Basada en el libro homónimo de Lisa Belkin, una muestra de la persistencia de la discriminación racial residencial es la miniserie *Show Me a Hero*, dirigida por David Simon. Ambientada en la época de 1980, la serie narra los desafíos de la implementación efectiva de políticas de vivienda justa en la ciudad de Yonkers (Nueva York).

³³ [En el último medio siglo, tres programas federales (renovación urbana, construcción de carreteras interestatales y propiedad de vivienda respaldada por subsidios hipotecarios) han oscurecido grandes secciones del paisaje natural y borrado el paisaje cultural de diversas actividades humanas en muchos lugares urbanos estadounidenses. Estos proyectos utilizan los dólares de los contribuyentes para silenciar la historia, allanar la geografía, estandarizar las relaciones sociales] Dolores Hayden, *The Power of Place: Urban Landscape* (Cambridge: MIT Press, 1995), 99.

³⁴ Para un estudio detallado de esta cuestión, ver: Beatriz Colomina, Annmarie Brennan y Jeannie Kim, *Cold War Hothouses: Inventing Postwar Culture, from Cockpit to Playboy* (Nueva York: Princeton Architectural Press, 2004).

³⁵ Ver: Nancy F. Cott, ed., *History of Women in the United States: Historical Articles on Women's Lives and Activities* (Berlín, Boston: K. G. Saur, 1993).

³⁶ Durante la década de 1950, las mujeres casadas que combinaban las tareas del hogar con un empleo remunerado representaron la mayor parte de la expansión del empleo femenino, pasando del 22% a un 31% en 1960. Ver: Jean A. Wells, "Women Workers in 1960: Geographical Differences", *U.S. Department of Labor, Women's Bureau Bulletin 284* (Washington: U. S. Government Printing Office, 1962).

vivían en las ciudades, las mujeres del suburbio de posguerra debían hacer frente a una lista de tareas que se percibía interminable. Esto condujo a un sentimiento generalizado de falta de realización, sensación de acorralamiento en una vida monótona e insatisfacción.

A pesar de que las mujeres desempeñaron un papel muy importante para el mantenimiento y la cohesión comunitaria en los vecindarios, el carácter aislado de los suburbios suponía un aislamiento aun mayor de la vida social y familiar. Los problemas derivados de esta situación se convirtieron en un tabú. La escritora y activista feminista Betty Friedan calificó este fenómeno en su libro *The Feminine Mystique* (1963) como “El problema que no tiene nombre”. En su argumento, Friedan señaló que muchas mujeres no podían expresar abiertamente la causa de su malestar, e incluso tenían dificultades para identificar su origen, siendo calificadas a menudo como víctimas de problemas personales o matrimoniales. Su libro fue un llamado a la acción para las mujeres de la época, que eran instadas a luchar por la igualdad, a buscar una mayor realización personal y a desafiar los roles de género que restringían y limitaban su vida. Se convirtió así en una obra clave enmarcada en el movimiento feminista de la década de 1960 y el cambio social y político en los Estados Unidos.

Nuevas perspectivas publicitarias: reinventando la casa publicitada

Durante las décadas de 1960 y 1970, el impacto generado por los movimientos sociales comenzó a manifestarse en el cine, la televisión y la publicidad estadounidense. Influenciada por estas corrientes de cambio, la industria de la comunicación audiovisual permitió que las aspiraciones colectivas fueran asimiladas y encontraran un lenguaje propio en la retórica de la comercialización de la cultura popular. Se fomentaba así un cambio progresivo de la representación de las mujeres y de la comunidad afroamericana, exhibiendo una gama más amplia de dinámicas y estructuras familiares. Estos cambios contribuyeron significativamente a una comprensión más profunda de la posición de la mujer en la sociedad y a que la diversidad étnica estadounidense empezara a percibirse, muy gradualmente, de forma más positiva y alejada de estereotipos negativos. De igual manera, la publicidad de los catálogos de viviendas, así como de las revistas dedicadas a la decoración, mobiliario y productos del hogar, también se vio afectada por este cambio de paradigma. La narrativa publicitaria que aborda y promueve hoy el “sueño americano” en estas publicaciones, refleja una visión más diversa de lo que significa ser parte del tejido social de los Estados Unidos, que ha trascendido la asociación histórica entre vida suburbial e “identidad nacional”. Aunque hoy en día sigue predominando el uso del modelo convencional de la familia nuclear para promocionar productos y proyectar un entorno doméstico idealizado, en la actualidad pueden hallarse entre sus páginas una diversidad de figurantes que buscan conectar con un espectro social mucho más amplio. Los lectores pueden identificarse con otras elecciones habitacionales y contextos comunitarios y familiares distintos, reconociendo una idea de hogar en sintonía con una sociedad cada vez más pluralista.



S O B
R E -
L A B



UNIVERSIDAD
DE GRANADA