

# FACHADAS Y PANTALLAS LO REAL TRANSFORMADO EN FICCIÓN

FACADES AND SCREENS  
THE REAL TRANSFORMED IN FICTION

JORGE GOROSTIZA\*

## RESUMEN

En *La estrategia del caracol* los inquilinos de un edificio lo vacían por dentro, vuelan su fachada y la dibujan en su interior, estas acciones anticipan la tendencia de mantener las fachadas y reconvertirlas. Históricamente, se desarrollan espectáculos delante de las fachadas, después se convierte en pantalla, en la que estos espectáculos se proyectan, como si fueran películas cinematográficas, o desde las que se ven, como si fueran televisores, pero además entre ellas se elevan nuevas figuras virtuales, convirtiendo a la ciudad en una ficción y logrando que esa ficción invada completamente lo real.

**PALABRAS CLAVE:** Ciudad, pantalla, ficción, realidad, arquitectura, cine.

## ABSTRACT

In *La estrategia del caracol* the tenants of a building empty it, blow up its facade and draw it inside, these actions anticipate the tendency to maintain the facades and reconvert them. Historically, shows are developed in front of the façades, then it becomes a screen, in which these shows are projected, as if they were cinematographic movies, or from which they are seen, as if they were televisions, but also among them are new virtual figures turning the city into a fiction and achieving that that fiction completely invades the real.

**KEYWORDS:** City, screen, fiction, reality, architecture, cinema.

---

\* Doctor arquitecto, escritor e investigador cinematográfico. Correo electrónico: jgorostiza@arquired.es

## 1. INTRODUCCIÓN

Unos inquilinos con pocos recursos económicos, que viven desde hace muchos años en una gran casa, van a ser desahuciados, por lo que deciden atrincherarse en ella, levantar barricadas y defenderse con pistolas y carabinas; pero las fuerzas policiales terminan derrotándolos. Cuando los arrendatarios de un edificio cercano son amenazados por otro desahucio, deciden que la mejor táctica no es una oposición frontal y violenta, sino plegarse a las circunstancias y, como es imposible que ganen un pleito que reconozca sus derechos, tomarse la justicia por su mano, vengándose del malvado propietario del inmueble. Uno de ellos, un antiguo luchador antifascista, anarquista y tramoyista de teatro, plantea una táctica consistente en ir desmontando poco a poco y por las noches, todos los elementos del interior del edificio: ventanas, puertas, marcos, cercos, peldaños, barandillas, piezas sanitarias... incluso los ladrillos de los tabiques que separan las habitaciones, trasladándolos a otro edificio cercano, gracias a cuerdas, poleas y dos torres de madera, para después llevarlos a un terreno situado en un cerro, donde los reutilizarán para

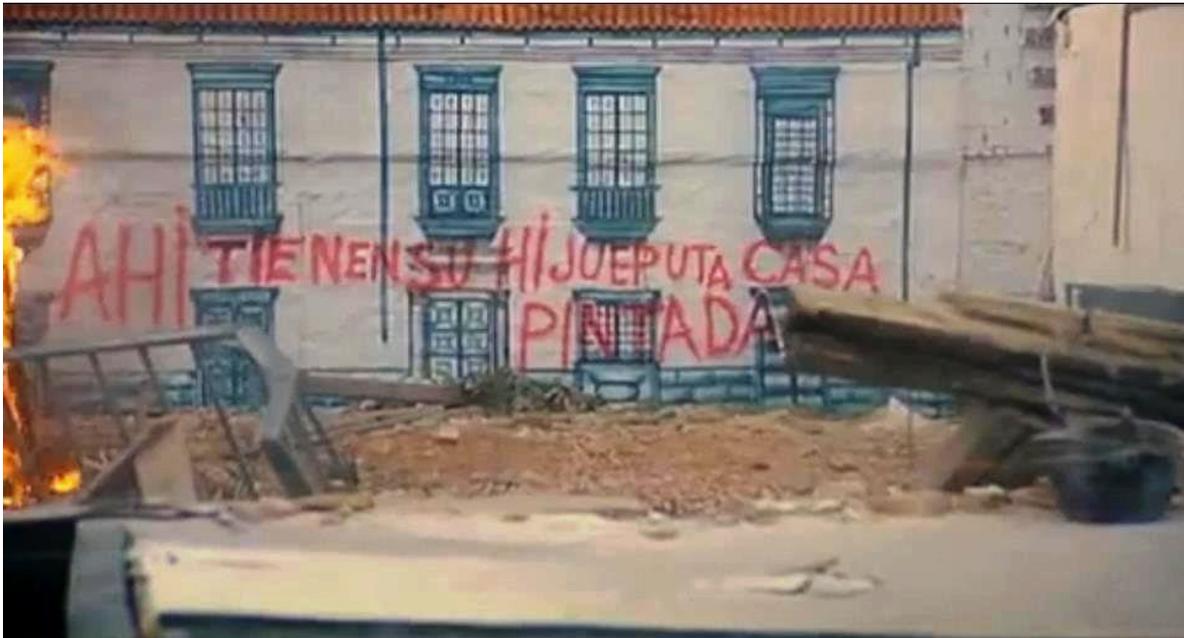
construir otro edificio. El día que por fin han de abandonar la casa, ya han logrado vaciarla completamente por dentro, ponen unas cargas de dinamita y vuelan la fachada; cuando se derrumba, los servidores de la ley y el propietario descubren asombrados que ya no hay edificio, sino solo un solar, y además en la pared medianera del fondo los inquilinos han dibujado la recién destruida fachada a tamaño natural, sobre la que hay un grafiti en el que puede leerse: “Ahí tienen su hijueputa casa pintada”.

Evidentemente, este es el argumento de la extraordinaria película colombiana *La estrategia del caracol*, dirigida por Sergio Cabrera en 1993. Al volver a verla, después de muchos años, surge una duda, saber si la imaginativa acción de los protagonistas tendría el mismo efecto hoy en día, porque teniendo en cuenta que el edificio es bastante valioso desde el punto de vista arquitectónico, tanto por su tipología, como por sus elementos constructivos y estructura compositiva, probablemente habría sido incluido por la normativa urbanística dentro de los catálogos de protección, impidiendo su demolición, por lo que su valor inmobiliario sería muy inferior al de un solar, en el que se pudiera construir una edificación de nueva planta con más aprovechamiento urbanístico; si así fuera, los inquilinos le

habrían hecho un gran favor al propietario al demoler su inmueble, no logrando consumir su venganza, sino más bien favoreciendo sus intereses económicos. No cabe la menor duda

que los argumentos de las películas son inseparables a su momento histórico y como le sucede a *La estrategia del caracol*, responden a ese tiempo determinado.

**FIGURA 1. FACHADA PINTADA EN LA ESTRATEGIA DEL CARACOL**



Fuente: Fotograma de la película

Evidentemente, este es el argumento de la extraordinaria película colombiana *La estrategia del caracol*, dirigida por Sergio Cabrera en 1993. Al volver a verla, después de muchos años, surge una duda, saber si la imaginativa acción de los protagonistas tendría el mismo efecto hoy en día, porque teniendo en cuenta que el edificio es bastante valioso desde el punto de vista arquitectónico, tanto por su tipología, como por sus elementos constructivos y estructura compositiva,

probablemente habría sido incluido por la normativa urbanística dentro de los catálogos de protección, impidiendo su demolición, por lo que su valor inmobiliario sería muy inferior al de un solar, en el que se pudiera construir una edificación de nueva planta con más aprovechamiento urbanístico; si así fuera, los inquilinos le habrían hecho un gran favor al propietario al demoler su inmueble, no logrando consumir su venganza, sino más bien favoreciendo sus intereses

económicos. No cabe la menor duda que los argumentos de las películas son inseparables a su momento histórico y como le sucede a *La estrategia del caracol*, responden a ese tiempo determinado.

Dejando a un lado las suposiciones, se pueden destacar muchos aspectos de esta película y hay dos de ellos que son los más notables desde el punto de vista arquitectónico: el primero, que en el interior de los edificios pueden producirse las más extrañas transformaciones, sin que los viandantes sepan qué está sucediendo, mientras no se alteren sus fachadas, y el segundo, que las fachadas, como el resto de las edificaciones, pueden reproducirse con muchos medios, en este caso pintándolas, para lograr un simulacro ficticio de lo real.

## 2. FACHADA

Las fachadas son superficies planas casi siempre verticales, que se perforan para hacer puertas y ventanas, a las que a veces se le añaden elementos decorativos; al ser lo primero que se percibe de los edificios desde el exterior, normalmente desde el espacio público, se convierten en un lugar adecuado para la experimentación de sus creadores, permitiendo que demuestren sus habilidades compositivas y don el diseño arquitectónico, pu-

diendo también ser a veces un manifiesto estético y siempre un avance de lo que puede encontrarse en el interior de los edificios, porque se supone que sus formas se deben a los espacios que hay en esos interiores.

Lo cierto es que esa suposición no es siempre cierta, porque muchas veces las fachadas se han ideado antes que los propios edificios, por ejemplo en París, donde este hecho ha ocurrido varias veces, en el siglo XVII, cuando Jules Hardouin-Mansart diseñó sólo las fachadas de las plazas Des Victoires y Vendôme, y luego los arquitectos de los propietarios particulares se preocuparon de construir los edificios adecuándolos a esas fachadas; lo mismo que hizo en el siglo siguiente Ange-Jacques Gabriel en la plaza de la Concordia, con las dos fachadas que enmarcan la calle Royale, y sucedió de nuevo en el siglo XIX en la calle Rivoli cuyas fachadas fueron diseñadas por Charles Percier y Pierre-François-Léonard Fontaine, y además fue una práctica habitual impuesta por el barón Haussmann en su reforma de la ciudad. No se debe olvidar que en otros países también hay ejemplos parecidos, como Queen Square y el Royal Crescent diseñados en Bath respectivamente por John Wood, padre e hijo, en el siglo XVIII.

**FIGURA 2. PLAZA DES VICTOIRES**



Fuente: Wikipedia

**FIGURA 3. ROYAL CRESCENT**



Fuente: Wikipedia

Dando un salto en el tiempo hasta la actualidad, se puede comprobar que la fachada sigue siendo un elemento plano que configura y limita calles y plazas, y que en las actuaciones en que se protegen los ámbitos de algunas ciudades, a menudo, se salvaguardan de modo exclusivo los frentes de los edificios, pudiendo demoler todo su interior, llegando a vaciarlos totalmente, como hacen los protagonistas

de *La estrategia del caracol*, para después volverlos a construir, incluso con tipologías completamente diferentes a las que tenían en sus orígenes, no importa que, por ejemplo, unas viviendas decimonónicas se conviertan en un gran centro comercial, porque al parecer lo único importante es ese plano que separa la edificación de la calle, el límite entre el interior y el exterior.

Un plano que cuando no tiene elementos, en España se dice que está “ciego”, como sucede en las fachadas medianeras a la vista, parece que es obligatorio que se intervenga en él, como si existiera un “horror vacui”, un temor a lo vacío, y toda la ciudad hubiera de estar llena; intervenciones pintadas que, como la de *La estrategia del caracol*, son menos molestas cuando reproducen fachadas que ya no existen o inventadas, muchas veces mediante trampantojos visuales y perspectivas, que engañan a los viandantes, pero otras veces son terribles por su falta de gusto estético y el grado de soberbia del posible artista, que suele pretender pasar a la posteridad con enormes dibujos sin sentido y, peor aún, sin relación con el entorno urbano. Intervenciones también espontáneas y anónimas, mediante dibujos y grafitis, como el de *La estrategia del caracol*, que han sido tanto una forma de ex-

presar consignas antigubernamentales, como una gamberrada juvenil propia de quienes quieren reafirmar su personalidad, pasando a ser una forma de arte, casi siempre reivindicativa. Recuérdese que una fachada sería un muro cuando no tuviera huecos y no por casualidad se usa la arquitectónica palabra “muro” para denominar en donde se escribe, para dejar mensajes en Facebook.

La fachada se convierte en un telón delante del que se desarrollan sucesos y detrás de la que no importa lo que haya, de este modo muchas partes de las ciudades se han convertido en complejos decorados, consustanciales

a los sucesos, porque, como escribe Pardo: “el sentido habitual de un edificio, de la fachada de una casa o de una carretera es el de ser precisamente escenarios donde suceden las cosas y por los cuales pasan las personas; paisajes de una historia, ocupando por tanto el lugar de un fondo más o menos inadvertido” (1991, p.12). En definitiva son el decorado de hechos que pertenecen a lo real, porque, como ha escrito Virilio (1997) “la ciudad ha sido siempre un dispositivo teatral con el ágora, el atrio, el foro, la plaza de armas, etc” (p.447).

**FIGURA 4. EL TRAMOYISTA DE LA ESTRATEGIA DEL CARACOL**



Fuente: Fotograma de la película

Hay que recordar que en *La estrategia del caracol* todo el vaciado del edificio lo planea un tramoyista teatral, un especialista en crear ficciones y precisamente los decorados teatrales más antiguos fueron imitaciones de fachadas, primero en el teatro griego y después en el romano, donde toda la acción se desarrollaba delante de estos elementos, que tenían tres puertas por las que salían y entraban los actores, siendo importante la elección de cada una de

ellas; en la época romana además estas fachadas se ornamentaron con diversos elementos arquitectónicos, como columnas, frisos, cornisas, etc.

Tanto en esas obras teatrales como en las que se representaron muchos siglos después en los corrales de comedias, “el plano vertical del fondo podía servir como fachada exterior de una edificación o como el interior de una casa, adosándole elementos y muebles domésticos” (Gorostiza, 2016, p. 42).

**FIGURA 5. CORRAL DE COMEDIAS DE ALMAGRO**



Fuente Wikipedia

Esta ambivalencia podía haberse producido en el Teatro Olímpico de Vicenza, construido por Vincenzo Scamozzi, según el proyecto de Andrea Palladio, cuyo fondo también imita a una fachada, pero con cinco puertas; este último dibujó en un plano de alzado una perspectiva de una calle, detrás de la puerta central; la primera

obra que se representó fue *Edipo Rey* de Sófocles y Scamozzi se atrevió a ampliar y mejorar la idea de Palladio, construyendo cinco perspectivas acelerada de cinco calles detrás de cada una de las puertas, que serían las de Tebas alrededor del siglo cuatrocientos antes de Cristo, pero el arquitecto las diseñó como si fueran de una urbe

de su momento histórico, afortunadamente este magnífico decorado, construido con madera y estuco, jamás se demolió, impidiendo que esa pudiera

ser la exterior de un edificio al verse a través de sus puertas unas calles, en vez de las habitaciones de esa edificación.

**FIGURA 6. ESCENARIO DEL TEATRO OLÍMPICO**



Fuente: Wikipedia

**FIGURA 7 TEATRO OLÍMPICO, PERSPECTIVA ACELERADA TRÁS UNA DE LAS PUERTAS**



Fuente: Wikipedia

Esto demuestra ante todo, que los decorados son inseparables de los espectáculos, debiendo ser diferentes para cada uno de ellos y además que aunque una edificación esté construida con materiales efímeros o menos duraderos y “nobles” que otros, no implica que desaparezca, si bien es cierto que los decorados tanto teatrales, como cinematográficos y televisivos se levantan con ese tipo de materiales fácilmente desmontables, que suelen imitar a otros más longevos.

Sin embargo, en la realidad también se emplean materiales considerados efímeros para construir edificaciones, y quizás la nación donde esto sucede con más frecuencia sea Estados Unidos y no se trata de una particularidad reciente, ya en 1831, cuando Tocqueville (1984) llegó por primera vez a Nueva York, escribió:

Me quedé sorprendido al divisar, a lo largo de la ribera y a cierta distancia de la ciudad, buen número de palacetes de mármol blanco, muchos de ellos de antiguo estilo. Al día siguiente, cuando fui a contemplar de cerca uno que me había llamado la atención en particular, encontré que sus muros eran de ladrillo encalado y sus columnas de madera pintada. Otro tanto sucedía con todos los monumentos que había admirado la víspera. (p 49)

Al popularizarse el cine, Hollywood se convirtió en un modelo de este tipo de

construcción, el director francés Renoir (1975) escribió que una

Fortaleza, cuyos muros nos impresionan por su grosor, es de hecho una especie de caja de paredes huecas. Una buena capa de yeso oculta el papel alquitranado y el enrejado de gallinero que constituyen los elementos esenciales de esas murallas. Poco falta para que los habitantes de esta pieza histórica se vistan de compañeros de Juana de Arco para degustar su hamburguesa. (p 160)

Una visión que también se apreciaba desde la ficción literaria, Nathaniel West (1992) escribía:

En la esquina de La Huerta Road había un castillo del Rin en miniatura con torreones de papel embreado horadadas para los arqueros. Junto a él había una choza pequeña y altamente coloreada, con cúpulas y minaretes sacados de *Las mil y una noches*. De nuevo fue caritativo. Ambas casas eran cómicas, pero no se echó a reír. Su deseo de llamar la atención era tan vehemente y cándido... Es difícil reírse de la necesidad de belleza y romanticismo, por horribles y sin gusto que sean los resultados de tal necesidad. Pero es fácil suspirar. Hay pocas cosas más tristes que lo realmente monstruoso. (p 10)

Con razón West asocia las edificaciones con las pretensiones ridículas de sus propietarios, recordando que la arquitectura siempre ha estado cargada de sentido y significado.

En esa ciudad la relación entre ámbito urbano y espectáculo era intensa, porque “no existía una separación entre las historias que se estaban representando dentro de los estudios cinematográficos y la vida cotidiana, entre la ficción y la realidad. Era como si aquellos edificios no tuviesen muros, se extendían por toda la ciudad llenándola con una arquitectura construida con materiales efímeros y en la que podía ocurrir cualquier extraño salto en el tiempo y en el espacio” (Gorostiza, 1991, p. 4). Hoy en día Hollywood, como otras ciudades de este siglo, está aún más relacionada con un espectáculo audiovisual que se puede encontrar y está muy presente en todos sus ámbitos urbanos.

Volviendo a las fachadas, como se decía antes, el vaciado de los edificios no le afecta al viandante, ni tampoco a quien está dentro de los nuevos edificios, construidos detrás de las fachadas conservadas, quien incluso puede ignorar la antigüedad de lo que le separa del exterior, aunque sea de varios siglos anteriores, porque la superficie plana interior de esa fachada no tiene relación con la exterior, tal como sucede con los decorados en el teatro, el cine y la televisión.

Actualmente en todas las ciudades hay edificios protegidos en los que se ha permitido su vaciado interior, conservando sólo

la fachada; dentro podrían estar vacíos y esa fachada tener una estructura que la sustentase, como se hace con los decorados, mientras que viéndolos por fuera esto no se sabe, sólo se puede intuir. La pregunta es saber si se está seguro de que se camina entre edificaciones reales o tan sólo son superficies planas que no esconden nada dentro. (Gorostiza, 2016, p. 201)

### 3. PANTALLA

La segunda acepción de la palabra pantalla, según el *Diccionario de la Lengua Española* de la Real Academia Española, es: “Superficie que sirve de protección, separación, barrera o abrigo”, lo que se puede aplicar directamente al término “fachada”; su décima acepción, empleada en Bolivia, El Salvador y Perú, es: “Apariencia falsa que da alguien para impresionar”, efectivamente, esta acepción se puede emplear también para esos planos casi siempre verticales, como las fachadas, que son un medio para mostrar ficciones que suelen ser falsas para “impresionar”, la actitud de las personas se asimila al objeto ligado inseparablemente a la ficción.

Una de las primeras pantallas que se colocaron en el exterior de un edificio tenía quinientos metros cuadrados, ocupaba casi toda una fachada curvada del Pavillon de l'électricité et de la lumière en la Exposition internationale des arts et techniques, celebrada

en París en 1937, diseñado por el interesante arquitecto y escenógrafo cinematográfico Robert Mallet-Stevens.

**FIGURA 8. PANTALLA EN LA FACHADA DEL PAVILLON DE L'ÉLECTRICITÉ ET DE LA LUMIÈRE.**



Fuente: Wikipedia

A partir de entonces, se situaron en muchos otros edificios. Algunos cines, como el Callao de Madrid, añadieron pantallas en sus cubiertas para proyectar películas al aire libre, habitualmente instaladas en muros medianeros con los edificios colindantes; también se han de mencionar las pantallas de los “drive-ins” o “autocines” donde los espectadores veían las películas sentados en sus automóviles, mientras se proyectaban en grandes superficies planas, algunos ejemplos de las mayores son las de uno que existía en Rochester de doscientos cincuenta metros cuadrados para 1250 coches,

pero estas edificaciones no pueden considerarse fachadas porque detrás no había un edificio.

En el ámbito doméstico también se han construido grandes pantallas que ocupan fachadas, por ejemplo, en la Skyline Residence, de Belzberg Architects, construida en Los Ángeles en 2007, en la que se proyectan películas sobre una pared de la fachada lateral de uno de los dos edificios que conforman la casa, mientras los espectadores están al aire libre en la cubierta del otro edificio. La Skyline Residence “es un caso paradigmático, donde una de sus fachadas ya no es un paramento

inmóvil y fijo, sino que, al convertirse en una enorme pantalla, sobre la que se hacen proyecciones al aire libre, ad-

quiere movimiento y profundidad ficticia, albergando todos los mundos posibles” (Gorostiza, 2008, p. 23).

**FIGURA 9. LA GRAN PANTALLA DOMÉSTICA DE LA SKYLINE RESIDENCE**



Fuente: Wikipedia

Desde hace unos años, ya no hace falta destinar una parte específica de una fachada o adosarle una pantalla superpuesta, gracias al denominado “Vídeo Mapping”, un sistema controlado por ordenador que consiste en proyectar imágenes en movimiento sobre el frente entero de las edificaciones. En muchas fuentes se menciona que este procedimiento surge a finales de los años sesenta en la Haunted Mansion de Disneylandia, donde se proyectaban películas sonoras en 16 mm sobre esculturas de cabezas para imitar que movían los ojos y las bocas mientras se oía lo que decían; un inicio muy ci-

nematográfico, no solo por Walt Disney, sino porque además se rodó una película, *The Haunted Mansion* (Rob Minkoff, 2003), sobre esa atracción. Otro precedente, este más directo, son los espectáculos “Son et Lumière”, de sonido y luz, que se remontan a Louis XIV, y que desde principios de la década de los cincuenta se popularizaron en Francia proyectando sobre los castillos del Loira y otros monumentos, al mismo tiempo que se oían textos y música creadas especialmente para la ocasión, de escritores como Marcel Achard, Jean Cocteau y André Maurois, así como de músicos entre los que estaban Maurice Jarre y

George Delerue, al que se recordará por sus bandas sonoras para el cine.

El “Vídeo Mapping” tiene unas características especiales, mientras que sobre una pantalla blanca y lisa no hay algo que condicione lo que se va a proyectar, sobre una fachada hay preexistencias, elementos arquitectónicos, como ventanas, cornisas, puertas, voladizos... con los que se debe contar y que han de ser utilizados, a veces modificándolos, así mismo, detrás de una pantalla de un cine o dentro de un televisor tampoco hay algo que tenga interés, se puede obviar, pero detrás de estas proyecciones hay edificaciones que muchas veces son fundamentales en la historia de la cultura, por ejemplo, el Museo Guggenheim de Nueva York, obra de Frank Lloyd Wright en la *YouTube Play – A Biennial of Creative Video*, celebrada en 2010, obviando su espléndido y espectacular interior circular.

Se suele proyectar sobre edificaciones y monumentos que son iconos importantes de nuestra civilización, usando esos soportes como símbolos, creando una manifestación artística efímera, pero aplicada sobre algo permanente, dándole otros significados o añadiéndoles elementos o contenido de los que carecían según el creador. Se trata en el fondo de una reinterpretación del monumento y la arquitectura, que incluso llega a suponer su reinención.

El monumento tradicional que, como ha escrito Venturi: “expresaba una cohesión de la comunidad mediante elementos arquitectónicos de grandes dimensiones, unificados y simbólicos”, se modifica y al mismo tiempo surgen otros, por ejemplo la Estación Pensilvania en Nueva York, que si “conserva su carácter monumental se debe principalmente a su grandiosa conversión en un vehículo publicitario” (1978, p 76).

Se debe reconocer que normalmente las sesiones de “Vídeo Mapping” tienen poco interés y solo suelen servir para que los espectadores se asombren ante apariciones más o menos fantásticas, pero como en toda manifestación artística, ese interés depende de las capacidades de sus creadores y lo han utilizado conocidos artistas y cineastas, como Peter Greenaway, realizando funciones memorables. Además de su condición de espectáculo de masas, otro aspecto interesante es su posibilidad de reproducir edificaciones que no existen, porque se demolieron o se proyectaron para un lugar determinado y nunca llegaron a construirse, aunque solo se reproduzca su fachada, porque permite conocer como fue o hubiera sido el aspecto de la ciudad en ese lugar.

Hasta ahora se ha hablado de pantallas superpuestas o las propias fachadas, sobre las que se proyectan contenidos

audiovisuales, pero desde hace unos años existe otra modalidad, las pantallas que ellas mismas emiten los contenidos, sin necesidad de colocarles delante aparatos que emitan esos contenidos. Haciendo un símil, las primeras usan el mismo procedimiento que el cine, y las segundas de la televisión, como si fuera un segundo escalón en la evolución audiovisual.

Las cuatro primeras pantallas por orden de creación, son la cinematográfica, la del televisor, la del ordenador y la del teléfono móvil, por eso a las más grandes, situadas en las fachadas, se las ha denominado la “quinta pantalla que no es la protagonista de los hogares ni del entretenimiento, sino de la ciudad” (García Carrizo, 2017, p 173)

**FIGURA 10. PANTALLA GUBERNAMENTAL EN *ZERO POPULATION GROWT***



Fuente: Fotograma de la película

**FIGURA 11. HITLER TAMBIÉN EN EL FUTURO DISTÓPICO DE *EQUILIBRIUM***



Fuente: Fotograma de la película

La tecnología de estas últimas pantallas ha ido evolucionando y cada vez se pueden hacer con mejor resolución de imagen, mayor tamaño y con materiales que aguantan las inclemencias meteorológicas, por lo que pueden instalarse al aire libre, incluso en países con climas extremos. Esto ya lo había predicho el cine de ciencia ficción y quizás una de las primeras películas en la que aparece una enorme pantalla adosada a un edificio es *Zero Population Growth* (Michael Campus, 1972) que sirve para transmitir las consignas totalitarias de un Estado represivo, también se lanzan mensajes autoritarios desde otra gran pantalla en *Equilibrium* (Kurt Wimmer, 2002), que en realidad se superpuso digitalmente sobre una fachada del Palacio de Congresos del E.U.R. en Roma, del arquitecto Adalberto Libera, iniciado durante el régimen fascista. A partir de los primeros años ochenta las grandes pantallas se han podido ver, pero casi siempre transmitiendo mensajes publicitarios, quizás las más famosas son las de Los Ángeles en 2019 de *Blade Runner* (Ridley Scott, 1982), donde se muestran anuncios de empresas como Bell Telephone, Pan-Am y RCA, que hoy han desaparecido, pero es curioso que a pesar de que ya no existen, algunas vuelven a aparecer en *Blade Runner 2049* (Denis Villeneuve, 2017).

Las grandes pantallas también se han visto en el Pekin de 2021 de *Johnny Mnemonic* (Robert Longo, 1995), en Rouge City de *A.I. Artificial Intelligence* (Steven Spielberg, 2001), en Coruscant de *Star Wars: Episode II, Attack of the Clones* (George Lucas, 2002), en Nueva York de *Babylon A. D.* (Mathieu Kassovitz, 2008), en una de las pirámides de Egipto en *Gamer* (Mark Neveldine y Brian Taylor, 2009) y en 2025 en *Repo Men* (Miguel Sapochnik, 2010). Estas pantallas también intervienen en la narración, como en *her* (Spike Jonze, 2014) en la que se ven tanto en interiores, como en exteriores y en una secuencia el solitario protagonista está sentado en un bordillo en la calle y detrás de él hay una pantalla en la que puede verse a una amenazadora ave rapaz que parece querer atraparlo con sus garras.

Debido al gran tamaño de las pantallas y figuras, a su escala monumental, la mejor forma de verlas es desde el aire, volando entre ellas, se supone que en cualquiera de los vehículos aéreos que circulan por las megalópolis, algo que siempre ha sucedido, ya que el punto de vista y la velocidad del observador, influyen en las dimensiones del mensaje.

Es significativo que en el cine de ciencia ficción las fachadas con pantallas no sean inherentes a un mundo del futuro más avanzado tecnológicamente

y hay muchas películas estrenadas en los mismos años y posteriormente a

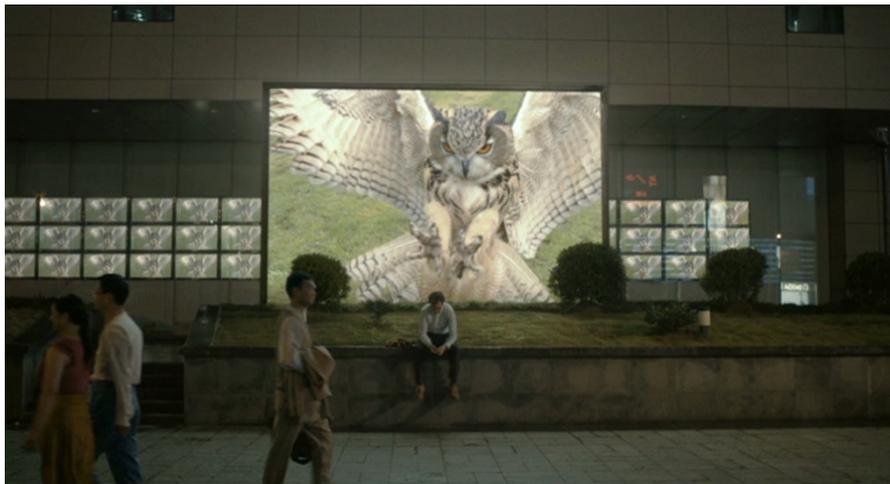
las antes citadas, en las que no aparecen.

**FIGURA 12. PANTALLAS PUBLICITARIAS EN *BLADE RUNNER***



Fuente: Fotograma de la película

**FIGURA 13. LA RAPAZ DETRÁS DEL PROTAGONISTA DE *HER***



Fuente: Fotograma de la película

Desde hace años, estas pantallas ya se instalaron en muchos lugares, los más conocidos son Piccadilly Circus en Londres y la neoyorquina Times Square, así como posteriormente en otros sitios como Shibuya en Tokio y

la Yonge-Dundas Square de Toronto. Pantallas que se adosan a edificaciones ya existentes, anulando completamente sus características estéticas y funcionales.

**FIGURA 14. YONGE-DUNDAS SQUARE**



Fuente: Wikipedia

Sin embargo, hay otros edificios que se han diseñado pensando ya en esta fachada pantalla, por lo que se ha podido controlar su integración estética y sus funciones relacionadas con la edificación en su conjunto, entre ellas están aquellas donde puede verse contenido digital creado por vídeo artistas como las del Kunsthaus de Graz diseñado por los arquitectos Peter Cook y Colin Fournier en 2003, con su fa-

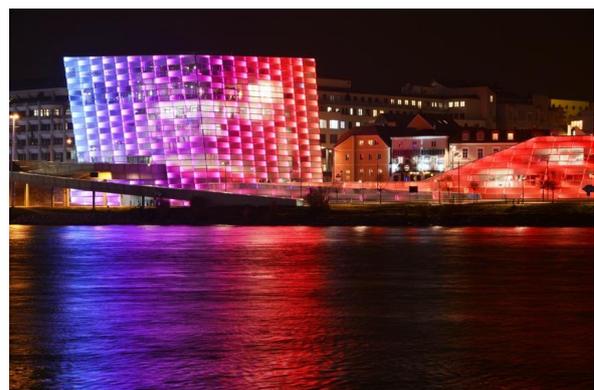
chada BIX, término que mezcla las palabras “big” y píxel, formada por 930 anillos de luminarias, cada una de ellas controlada de forma independiente por ordenadores, de modo que se puedan crear y reproducir contenidos digitales, otros edificios son el Schaulager en Münchenstein, de Herzog y de Meuron (2003) y el Ars Electronica Center en Linz de Treusch architecture ZT (2009).

**FIGURA 15. KUNSTHAUS, GRAZ**



Fuente: Wikipedia

**FIGURA 16. LINZ ARS ELECTRONICA CENTER**



Fuente: Wikipedia

Los contenidos que se muestran en las pantallas también pueden ser de otro tipo, por ejemplo en las tres pantallas de la Federation Square de Melbourne diseñadas por Lab Architecture Studio en 2002, la Big Screen, la Upper Square Screen y The Atrium Screen, en las que emite la denominada Fed TV, con videoarte, pero también con noticias, películas y deportes en directo, estos últimos son los más populares, como los que se verán por fuera del Arena Al-Rayyan de Doha, que se está construyendo para el Mundial de Fútbol de Qatar en 2022, cuya fachada será toda una gran pantalla, de hecho, en uno de sus vídeos promocionales se puede leer “Football inside in and out”, por lo que, según parece, los espectadores ya no necesitarían estar dentro del edificio para ver los eventos deportivos que se celebran en directo en el interior.

Según García Carrizo, las pantallas digitales publicitarias exteriores tienen “una triple función estética, cultural-simbólica y social en la ciudad”; respecto a la primera, la autora menciona que tienen esta función “en la ciudad al envolverla y atreazar su paisaje urbano”, es significativo que emplee este verbo, que procede de la palabra atrezo, el conjunto de objetos y enseres que se utilizan en un escenario en el teatro, el cine y la televisión, relacionando espectáculo y ciudad; la autora

continúa: “se puede afirmar que la publicidad exterior embellece la ciudad atreazándola al ocultar, por ejemplo, viejas fachadas en remodelación a través de lonas” (2016, p.283); respecto a las pantallas, no siempre cumplen con esta función estética que mejora a las urbes, teniendo en cuenta que la relación entre ciudad y belleza es bastante problemática y subjetiva, todo depende de a qué edificación se adosen y su calidad arquitectónica, si el edificio es interesante, será muy difícil intervenir en su fachada con rotundidad, ocultando sus elementos y transformándolo radicalmente.

En cuanto a la segunda función, la cultural y simbólica, la investigadora escribe: “gracias a ella se pueden establecer espacios de interés turístico que se erigen como símbolos y puntos de referencia en las grandes ciudades” (2016, p 283), es evidente que las zonas con pantallas son lugares que se han convertido en iconos urbanos, muy visitados y, sobre todo, muy reproducidos en fotografías y vídeos en los que se incluye el rostro o el cuerpo de esos visitantes.

Por último, respecto a lo social, García Carrizo especifica que “es una de las funciones que más legitimidad otorga a esta. Es especialmente a través del mobiliario urbano como el medio exterior colabora con los organismos o administraciones de las diferentes

ciudades donde se desarrolla, además de satisfacer un objetivo mercantil” (2016, p. 284), no se debe olvidar que la autora se está refiriendo a la publicidad, ya sea en pantallas u otros soportes, y las primeras también servirían para transmitir mensajes institucionales que podrían ser de interés para los ciudadanos.

La segunda función, la simbólica, ha provocado que algunos anuncios publicitarios se hayan protegido legalmente, evitando su destrucción, el caso más conocido en España es la gran silueta negra de un toro, que anunciaba el brandy de Jerez Veterano de Osborne, situado casi siempre en lo alto de cerros a los lados de muchas carreteras; también hay otros grandes anuncios que se han protegido, como los letreros publicitarios de Monarch y Valdivieso en Santiago de Chile. Actualmente hay museos y archivos de los elementos más extraños y dispares, incluso de los anuncios publicitarios de neón de Las Vegas, The Neon Museum, pero no tendría mucho sentido crear un museo de pantallas, porque en sí mismas no tienen interés estético y si tuvieran alguno sería solo tecnológico, porque en sí mismas solo son instrumentos y soportes de lo verdaderamente importante, de lo que se muestra en ellas; si acaso podrían conservarse estos contenidos en mu-

seos de la imagen en movimiento o filmotecas, pero en la mayoría de los casos tampoco tendría sentido, porque interactúan con lo real, sobre todo, con los ámbitos donde están situadas las pantallas y sin estos su visionado pierde la mayor parte de su función.

“¿Qué es la ciudad sino la gente?” exclama Sicinio en el *Coriolano* de William Shakespeare (acto 3, escena I) porque no se debe olvidar que las personas son sin duda la base de las urbes, de las poblaciones, denominadas así por sus habitantes, tanto como a estos se les llama ciudadanos por su pertenencia a una ciudad.

Actualmente las pantallas de los dispositivos móviles como los teléfonos inteligentes, tabletas y portátiles, “han generado una brecha entre las personas y sus alrededores, tornando el espacio público de la calle en un espacio que ya no es compartido con otros, sino que se entiende como una extensión del entorno privado. Las pantallas digitales contribuyen a la encapsulación del espacio virtual del viandante” (García Carrizo, 2017, p.174). El “flâneur”, el paseante, sobre el que escribía Baudelaire, se ha convertido en lo que algunos autores denominan el “phoneur”, el “telefoneante”, que ya no pasea contemplando la ciudad, sino la pantalla de su dispositivo. Por lo que “ante esta actitud, surgen las

pantallas digitales publicitarias, buscando llamar la atención de ese *phoner* adormilado y absorbido en la pantalla de su *smartphone*” (García Carrizo, 2017, p.174), la gran pantalla colectiva ha de competir con la pequeña individual, como ya le ocurrió al cine con la televisión, atrayendo la atención del viandante, intentando que levante su cabeza y mire hacia las fachadas, para ello ya se han inventado argucias que permiten al ciudadano conectar su pequeño artefacto individual con el colectivo. La ciudad, “a través de la implementación de estas nuevas tecnologías, consigue interactuar con sus públicos apareciendo, de este modo, ciudades centradas en la comunicación” (García Carrizo, 2016, p.282).

No se puede hablar sobre la relación entre los ciudadanos y las pantallas, teniendo en cuenta solo a aquellos que están en el exterior delante de ellas, sino además hay que plantear esa relación con las personas que trabajan o viven detrás de ellas, es decir, dentro de edificios cuyas fachadas están cubiertas por pantallas y cuya percepción del espacio público se ha modificado de un modo radical.

Volviendo al cine, en películas de ciencia ficción estrenadas hace poco tiempo, además de las enormes pantallas sobre las fachadas, han surgido entre las

edificaciones imágenes tridimensionales gigantes casi siempre de seres humanos, una de las primeras veces fue en *Autómata* (Gabe Ibáñez, 2015) y después en *Ghost in the Shell* (Rupert Sanders, 2017) y *Blade Runner 2049* (Denis Villeneuve, 2017). En *Ghost in the Shell*, “para mejorar a sus habitantes les han sustituido parte de sus órganos por elementos artificiales, algo parecido sucede en sus edificios, a los que les han añadido prótesis virtuales, unas enormes imágenes en movimiento que parecen cobrar vida, logrando tener más importancia que el propio soporte arquitectónico” (Gorostiza, 2017, p. 154), lo inerte de lo arquitectónico queda oculto y se pierde frente al movimiento del espectáculo, que además en *Blade Runner 2049* interactúa con los seres humanos, como en la secuencia en que una gran figura, con las facciones de la mujer virtual a la que ama el protagonista, se le acerca y parece estar viva, un protagonista que además es un “replicante”, un ser que aunque haya sido construido en un laboratorio, tampoco puede sus- traerse a la imagen virtual.

A finales del siglo pasado, Paul Virilio escribía que “la ciudad entera es la que bascula en lo virtual y, con ella, los individuos que se preparan a vivir en ella” y concluía: “creo que lo que se cuestiona tras el problema del espacio virtual es la pérdida de la ciudad real”

(1997, p. 447). En cuanto a la posible “pérdida” de la ciudad actual y “real”, habría que saber si esta tiene más valor que una ficticia, una desaparición que posiblemente no le importará a

muchas personas que malviven en urbes mal planificadas y peor gestionadas, de hecho preferirán estar en otro tipo de urbe más humana.

**FIGURA 17. ENORMES FIGURAS VIRTUALES EN LA CIUDAD DE *GHOST IN THE SHELL***



Fuente: Fotograma de la película

**FIGURA 18. LO VIRTUAL INTERACTÚA CON LO REAL EN *BLADE RUNNER 2049*.**



Fuente: Fotograma de la película

Hoy en día, la afirmación de Virilio se hace cada vez más patente “la ficción le gana terreno a lo real y el cine ya ha mostrado en el distópico y cercano futuro que esa ficción ha triunfado,

siendo más importante que la arquitectura” (Gorostiza, 2017, p. 154). Como se ha visto, muchas fachadas se han convertido en pantallas que, se-

gún García Carrizo, permiten a la ciudad “audiovisualizarla y hacer que mute de forma constante” (2016, p. 289); las urbes están vivas y han ido evolucionando con la tecnología, todo depende de cómo se resuelve esa evolución, un ejemplo, es del que se ha estado hablando, de las propias pantallas que deberían integrarse en las edificaciones de un modo inteligente y no superponerse ocultándolas, al mismo tiempo que tendrían su razón de ser si sus contenidos fueran realmente útiles e interesante para el ciudadano y no solo mensajes ficticios para atraer su atención hacia mercancías.

En el futuro la distinción entre ficción y lo real se hará aún más tenue y aumentará, no habiendo casi diferencia entre ambas, la ciudad se transformará, convirtiéndose en una inmensa “multipantalla”, una enorme productora de imágenes que por su misma naturaleza son efímeras, por ello, la megalópolis del futuro será efímera y en su mayor parte ficticia,

Una ficción que preocupa a algunos pensadores más bien apocalípticos, quizás porque la asocian a la mentira, pero que solo es peligrosa para quienes se sumergen en ella abandonando lo real, para soñar y vivir otros mundos, algo que no es reciente, recuérdese que ya Alonso Quijano al leer libros de caballerías se convirtió en un caballero andante recorriendo un

mundo que ya no era aquel que había asimilado en esos libros ficticios, que no lo enloquecieron, sino solo desataron su locura latente. Era una de esas personas que pretenden cambiar lo real para amoldarlo a las ficciones en las que creen. La ficción no es, ni puede ser un sustituto de lo real, sino su complemento, el lugar de aprendizaje para poder afrontar lo real, ese lugar donde vive el ser humano.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- García Carrizo, J. (2016). Ciudad y pantallas digitales publicitarias: Motivos, funciones y efectos de su implantación. En Chaves Martín, M. A. (ed.), *Ciudad y comunicación*. Madrid: Universidad Complutense.
- García Carrizo, J. (2017). Pantallas digitales publicitarias en la ciudad: Un nuevo idioma visual para interactuar con las audiencias en publicidad digital. En VV. AA., *Reality and screen, a postmodern mirror*. Barcelona: Universitat Ramon Llull.
- Gorostiza, J. (1999). Pueblos de tela y cartón. *Circo*, 69.
- Gorostiza, J. (2008) Casa Skyline, cerca de las estrellas, *Vonhaus*, 4.
- Gorostiza, J. (2016). *La construcción de la ficción: Espacio ar-*

- quitectónico - espacio cinematográfico. Tesis doctoral inédita.
- Gorostiza, J. (2017). Visiones del espacio urbano: *Metrópolis* vs. *Ghost in the Shell*. En Navarro, A. J. (ed.), *Distopía y cine: Futuro(s) imperfecto(s)*, San Sebastián: Donostia Kultura.
- Pardo, J. L. (1991). *Sobre los espacios: Pintar, escribir, pensar*. Barcelona: Serbal.
- Renoir, J. (1974) *Ma vie et mes films*, París: Flammarion [trad. esp.: *Mi vida, mis films*, Valencia: Fernando Torres, 1975].
- Tocqueville, A. de (1840). *De la démocratie en Amérique, Tome 2*. París: Librairie de Charles Gosselin [trad. esp.: *La democracia en América II*. Madrid: Sarpe, 1984].
- Venturi, R., Izenour, S. y Scott Brown, D. (1977). *Learning from Las Vegas: The Forgotten Symbolism of Architectural Form*. Massachusetts: MIT. (trad. esp.: *Aprendiendo de las Vegas: El simbolismo olvidado de la forma arquitectónica*. Barcelona: Gustavo Gili, 1978).
- Virilio, P. (1996). *Cybermonde, la politique du pire*. París: Textuel, [trad. esp.: *El cibermondo, la política de lo peor*. Madrid: Cátedra, 1997].
- West, N. (1939). *The Day of the Locust*. Nueva York: Random House [trad. esp.: *El día de la langosta*. Madrid: Debate, 1992].

#### PARA CITAR ESTE ARTÍCULO:

Gorostiza, J. (2018). Fachadas y pantallas. Lo real transformado en ficción. *Collectivus, Revista de Ciencias Sociales*, 5(1), 40-62.

DOI: <http://dx.doi.org/10.15648/Coll.1.2018.4>

**Recibido: 21/10/2017**  
**Aprobado: 24/11/2017**