

EL MUSEO: ARTE EN UN ESPACIO PROYECTADO

Laura Orellana Martín

Universitat Jaume I

Miquel Andreu Castelló

Universitat Rovira i Virgili

Resumen

En este artículo reflexionamos sobre el aspecto multisensorial de la visita al museo. Abordando tanto la visita física, en la que la experiencia del arte ocurre en el contexto no únicamente de la obra, sino también, en el espacio proyectado que la rodea, preparando psicológicamente al individuo a través de la *promenade architecturale* y la psicogeografía urbana; como la visita virtual, donde la atención se centra únicamente en la obra de arte y la simulación del entorno en el que se ubica. De este modo la realidad que el usuario recibe es sesgada, ya que lo percibido ha sido manipulado por diversos medios de captura, representación y comunicación antes de llegar a los sentidos. Durante el texto analizamos diversos casos que ejemplifican por qué el espacio contextual forma un papel activo al experimentar una obra de arte.

Palabras-clave: ARQUITECTURA; ARTE; MUSEO; ESPACIO ARQUITECTÓNICO; ESPACIO URBANO

Abstract

In this article we reflect on the multisensory aspect of the museum visit. Talking about the physical visit, in which the experience of art occurs in the context, not only of the work, but also projected in the space that surrounds it, psychologically preparing the individual through the *promenade architecturale* and urban psychogeography; and also the virtual tour, where the focus is only on the artwork and the environment simulation in which it is located. Thus the fact that the user receives is biased, since what is perceived has been manipulated by various means of capture, representation and communication before reaching the senses. In the text we analyze some cases that illustrate why the surrounding space takes an active role when experiencing an artwork.

Keywords: ARCHITECTURE; ART; MUSEUM; ARCHITECTONIC SPACE; URBAN SPACE

.....
Orellana Martín, Laura; Andreu Castelló, Miquel. 2014. El museo: arte en un espacio proyectado. *AusArt Journal for Research in Art* 2 (2) (December): 112-125

Últimamente muchos de nosotros hemos oído hablar de los nuevos formatos de museo que están surgiendo con los cambios, que a su vez, se están produciendo también en la sociedad. En los últimos tiempos, el enorme desarrollo y evolución de las nuevas tecnologías de la información y comunicación (TIC), ha producido numerosos cambios en la sociedad, tanto económicos, como sociales, éticos, etc. En este sentido, las TIC, permitieron en gran medida el cambio de rol del museo, si bien es cierto, ayudadas por cambios sociales, políticos, económicos e intelectuales. M. Fátima Cofán (2003) comenta en su tesis que “los museos, a mitad del siglo XX dejaron de ser sólo contendedores del patrimonio para convertirse en transmisores de cultura e identidad”.

Al igual que se actualizan las tiendas de ropa, alimentación, electrónica, música, etc., vendiendo todos sus productos de manera on-line; los museos, en un nuevo esfuerzo por actualizarse y atraer a un mayor número de visitantes, así como de acceder al sector de la sociedad más joven, también se han apuntado a esta nueva tendencia.

En el museo sigue desarrollándose una función fundamental de conservación y divulgación del patrimonio cultural. [...] Pero, al mismo tiempo, se desempeñan funciones de entretenimiento y consumo. Se puede asistir a conciertos; actuaciones; reading de poesía; dj-set de música electrónica; cocktail party, etc. Así mismo, se pueden comprar catálogos, libros, merchandising, y reproducciones kitsch de obras de arte. [...] Hasta se puede consumir “realidad aumentada” a través de apps para smartphones y tablets u otros tipos de servicios (en ocasiones de pago) pensados para un espectador que cada vez más tiende a ser definido como “visitante” y “consumidor” de cultura o de experiencia (Mariani 2014).

Dentro de los llamados museos no formales, definidos como aquellos que no son edificios permanentes ‘contenedores’ de obras de arte, se encuentran una gran variedad de formatos: museos sin paredes, museos urbanos, pabellones temporales, museos imaginarios, museos on-line, etc. En concreto, estos últimos, los llamados museos on-line o virtuales ofrecen visitas habitualmente gratuitas de sus catálogos de obras, donde podemos encontrar, tras un minucioso trabajo de digitalización de las mismas, todas estas en la web; a través de la cual podemos disfrutarlas donde queramos y cuando queramos desde diferentes plataformas con acceso a internet. La experiencia virtual va más allá todavía, e incluso algunos de estos museos nos ofrecen recorridos virtuales por sus salas (*Google cultural institut, Art Project*, imagen 1) del mismo

modo que en los últimos años podemos hacer con los espacios públicos de nuestras ciudades (con *Google Street View*, imagen 2).



Imagen 1. Google Art Project: Metropolitan Museum of Art Nueva York.

Con esta actualización los museos nos permiten ver sus obras como nunca antes lo habíamos podido hacer, disfrutando hasta del detalle más minúsculo, llegando a ver incluso la pincelada más discreta, y todo sin movernos de nuestro sofá.



Imagen 2. Google Street View.

Además de ello, este tipo de museos realizan la función de preservar las obras de arte que en ellos se guardan. De esta manera, las obras ya no sólo están presentes en las galerías y sus almacenes y reproducidas en libros, sino que también se conservan de manera digital, quedando así mejor archivadas.

Todas estas ventajas tienen una aplicación didáctica muy relevante. Las visitas on-line de los museos pueden ser utilizadas por los educadores como herramienta de enseñanza donde los propios estudiantes pueden sumergirse en un ambiente en el que participar y aprender desde un escenario tecnológico. A su vez, también la realidad virtual está emergiendo como herramienta educativa de gran alcance que tiene el potencial de proveer a los centros de nuevas herramientas, experiencias y aplicaciones que faciliten una educación más diversa y enriquecedora en un ambiente educativo eficaz y multiplataforma (Zapatero 2007). Según Gurri y Carreras (2003), “una de las últimas incorporaciones de la realidad virtual es precisamente el mundo de los museos, en donde esta nueva tecnología informática permite solucionar algunos de los problemas de didáctica y comunicación que hasta ahora tenían sus responsables”. Entendiendo este tipo de realidad virtual, como una representación de la realidad cuyo fin es producir una apariencia de realidad que permita al usuario tener la sensación de estar presente en ella. Construyendo de esta manera una hiperrealidad (Baudrillard 1978) en la que, en los museos siempre es de día, están vacíos de gente, y las obras pueden ser vistas hasta el gigapíxel. Según Kalawsky (1999), la educación a distancia también se beneficia de estos entornos virtuales, creando espacios de aprendizaje compartido para proyectos de educación.

De esta manera, ya sea mediante la realidad virtual o las visitas on-line se consigue aproximar los museos a cualquier persona con los medios accesibles mínimos casi como si estuviese presente en ellos. Ahora podemos visitar virtualmente La Gioconda sin necesidad de viajar a París.

EL ARTE COMO VIVENCIA MULTISENSORIAL

Llegados a este punto, nos planteamos si con todas estas nuevas incorporaciones tecnológicas sigue teniendo sentido visitar un museo físicamente. Nuestra respuesta es un sí. Al igual que no es lo mismo ver un partido de fútbol en la televisión de nuestra casa que en el estadio o ver una película en nuestro sofá que en la butaca de un cine, es diferente ver una galería de arte desde un dispositivo digital que visitar una galería de arte.

Asumimos que la realidad en términos absolutos se encuentra fuera del alcance de los sentidos del ser humano, puesto que entre esta y el individuo intervienen nuestras capacidades sensitivas, que nos permiten capturarla de una manera parcial, aunque suficiente para nuestra vida cotidiana. Según Permezziani (2000) Nietzsche pretende demostrar con su teoría hermenéutica que los contenidos de la experiencia interior no son datos inmediatos, sino mediatos o contruidos y que aun siendo contruidos, no guardan correspondencia adecuada alguna con el *sí mismo*, por lo que son superficiales. Esto ya ocurre cuando nos encontramos ante la obra de forma física, pero es más pronunciado con la visita virtual, en la que el sesgo de la realidad es mayor debido a las múltiples interferencias o filtros que se interponen entre el usuario y la obra de arte, tales como la toma de las fotografías o videos, edición, composición por software y comunicación de las mismas, dispositivos receptores... entre posiblemente muchas otras.

Por otra parte, y hablando en términos propios de la obra, más allá de cómo esta es reproducida, la escala a la que se produce es otro factor determinante, únicamente se puede disfrutar del tamaño de una obra estando delante de ella. Actualmente no existe ninguna otra forma. El ejemplo más claro podría ser el Guernica (Imagen 3), pues no transmite las mismas sensaciones siendo visto desde el ordenador que visitado de manera real en el Museo Reina Sofía de Madrid, frente a él. Pues su tamaño (776.6 cm x 349 cm) es un aspecto

importante en esta obra. Así como sus características espaciales, algunas esculturas y video-performances contemporáneas requieren de la inmersión del visitante en su interior o la exploración minuciosa desde diferentes ángulos para poder ser disfrutadas. También por la materialidad de la misma; el poder tocar y sentir la obra de otra manera más allá de la audiovisual es una característica que difícilmente puede ser reproducida por otros medios.



Imagen 3. Guernica. Picasso, P.

De forma similar, la arquitectura, en cuanto a la proyección del espacio donde se disponen las obras y exploran los visitantes, se convierte en un elemento inseparable de la vivencia del arte, y aún más con las experiencias difusas e interdisciplinarias que nos ofrece el arte contemporáneo.

A través de la historia, el hombre ha construido espacios utilizados para la transformación espiritual, en forma de cámaras que le preparaban para entender lo inexplicable. En la mayoría de casos, el acceso a estos espacios estaba restringido y reservado para los buenos o la élite mística en su respectiva sociedad. Tanto en las cuevas primitivas, salas de catedrales o los primeros museos, el sentido del misterio era reservado en lugares que solo podían ser accedidos a vía un camino de transición. Después de pasar a través de ellos, uno podía ejercer el derecho de la contemplación epifánica de los objetos guardados en su interior. De la misma manera, el hombre ultra-democrático contemporáneo sigue necesitando una anticipación mental para llevar a cabo una percepción apropiada de la experiencia artística. Como resultado de las diversas especificidades en los espacios a lo largo del camino de transición, la mente se libera de la rutina cartesiana, entrando en resonancia con las sorprendentes propiedades de las diferencias (Arroyo 2014).

La experiencia de visitar un museo empieza, habitualmente en un entorno familiar, y poco a poco vamos pasando por diversos filtros: espacio privado, comunitario, semi-público, público... hasta llegar al lugar de exposición y finalmente ante la obra expuesta. Así pues, son innumerables las sensaciones que recibimos hasta llegar allí, pero de todas ellas, las más importantes son las del momento del disfrute de la obra, sea cual sea el espacio, entorno y las condiciones ambientales, tanto si es interior como exterior, si es un día lluvioso y frío o uno tranquilo y soleado, si es un espacio controlado o no, estanco o difuso. De estas sensaciones forman parte todos nuestros sentidos y sentimientos; un olor a perfume, una mirada furtiva, un diálogo con un/a desconocido/a, un reencuentro con un viejo amigo, un grupo de turistas ruidosos, el sonido de la lluvia sobre las claraboyas, el sol entrando tímidamente por un patio..., y siendo tan importante ese momento de descubrimiento de la obra, es necesario que el espacio donde se encuentra sea proyectado previamente en mayor o menor medida, bien por el diseñador, procurador o arquitecto o por el artista, eligiendo el lugar de creación/exposición en el caso del Street Art. Por ello encontramos que el espacio de muestra es de suma importancia al visitar obras de arte, ya que la percepción de estas no se limita a un aspecto audiovisual sino que requiere de todos nuestros sentidos, aunque habitualmente no seamos conscientes de ello. Las visitas virtuales permiten, gracias a las nuevas tecnologías, hacer llegar las obras de arte a más gente y ámbitos de estudio, complementando el ámbito didáctico, documental y divulgativo. Pero este tipo de visitas son incompletas, frías e impersonales, por lo que se tratan de experiencias complementarias pero no sustitutivas de las visitas físicas, donde la experiencia es completa.

Según la intencionalidad y el origen de las obras artísticas podemos diferenciar dos tipos de espacios en los que se muestran: los pensados para contener obras de arte, normalmente muy valiosas y sabiendo de antemano qué obras serán expuestas; y aquellos en los que el arte ha intervenido espontáneamente o esporádicamente, cambiando el valor estético y/o formal del lugar.

EL ESPACIO PARA EL ARTE

En el primer caso, nos encontramos ante la idea clásica del museo como un edificio contenedor, bien sea en origen su programa principal (Imagen 4) o este haya sido readaptado (Imagen 5), en el que las obras se encuentran con unas



Imagen 4. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. Madrid, 1986.



Imagen 5. Rijksmuseum. Amsterdam, 1885.

características climáticas y ambientales (temperatura, humedad, soleamiento, polvo,...) muy concretas y constantes que impiden el deterioro de las mismas. Por lo que, en esencia, estamos en un contenedor estanco intervenido por un técnico que diseña un sistema de instalaciones de control y actuación, lo que hace que el edificio se desvirtúe del entorno, y donde juega un papel importante el diseño de los espacios interiores y el recorrido interior, tanto visitable como privado.

A pesar de ello, a lo largo del siglo XX y hasta nuestros días, nos encontramos con ejemplos de otro tipo de museos, que normalmente contienen obras de menor valor monetario, más contemporáneas o más etéreas, como es el caso de los pabellones, donde normalmente no se sabe el contenido antes de su diseño. Un ejemplo es el Crown

Hall del MIT en Chicago (Imágenes 6 y 7) o la National Gallery en Berlín, (1968) de Mies van der Rohe (Imágenes 8 y 9), donde el diseño arquitectónico no solo busca el servir al objeto contenido sino al usuario último, el visitante, que descubre estos edificios como si de templos griegos se trataran, haciendo que el descubrimiento del edificio sea parte de lo que está ocurriendo dentro. La arquitectura, a través de los recorridos y las diferentes visuales, guía al visitante y provoca unas sensaciones en él, que le preparan psicológicamente y anímicamente para lo que va a suceder momentos después en el interior. Esta tipología de museos intenta integrar el interior con el exterior, actuando en ambos. El ir a visitar una exposición ya no es solo una actividad reservada a un grupo concreto de la sociedad, sino que se convierte en algo público, en un paseo, un paseo casi paisajístico, pero un paseo guiado.



Imagen 6. Vista del Crown Hall. Mies van der Rohe. MIT Chicago, 1956.

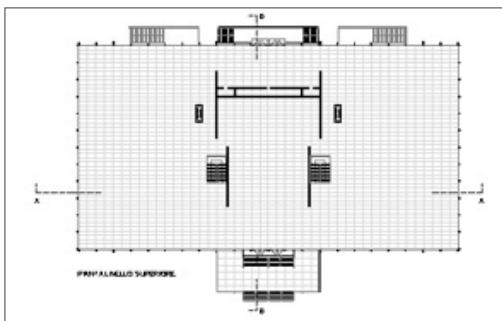


Imagen 7. Planta del Crown Hall. Mies van der Rohe. MIT Chicago, 1956.



Imagen 8. Nueva galería nacional. Mies van der Rohe. Berlín, 1968.



Imagen 9. Nueva galería nacional. Mies van der Rohe. Berlín, 1968.

Durante las últimas décadas, algunos museos se han proyectado para potenciar la importancia de este paseo, la *Promenade architecturale*¹ lecorbusieriana. Los recorridos a través del museo o galería así como entre las diferentes salas tienen una importancia primordial en la visita del mismo. Como sucede en el Kunsthal de OMA en Rotterdam (Imágenes 10 y 11), el cual se sitúa en un espacio residual de la ciudad, entre un parque y una carretera muy transitada. El edificio se descubre tras pasear por el parque, y este sirve de conexión entre el parque y el resto de la ciudad; después del paseo por el entorno natural se accede al museo por una rampa que atraviesa el edificio, que simula un desnivel natural, y divide su programa. La importancia de este singular gesto es de primera magnitud en la relación entre los visitantes del museo y los viandantes o futuros visitantes; los límites se difuminan y el entorno se recompone con el nuevo orden del edificio, el museo es un elemento contenedor, pero también prepara su entorno para la exposición de otras obras y elementos.



Imagen 10. Vista del Kunsthal. OMA Rotterdam, 1992.

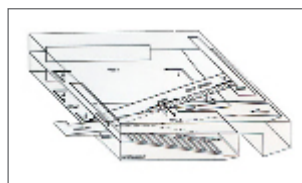


Imagen 11. Esquema de recorridos del Kunsthal. OMA Rotterdam, 1992.

Aunque la idea de transición y movimiento en los museos se viene tratando desde mediados del siglo XX, un ejemplo de ello es el Guggenheim de F. L. Wright en Nueva York (Imágenes 12 y 13), en el que se proyecta la visita del museo como un recorrido en espiral, que maneja el flujo de visitantes y los guía,

y donde se disfruta tanto de las pinturas a un lado, expuestas en las paredes, como del edificio en el otro, que genera un espacio central a modo de patio cubierto. Según Hildebrand (1910), existe una “dicotomía entre lo cinestésico y lo visual”. Intentando una relación entre forma con apariencia, el concepto de espacio se vincula con la visión dinámica, cercana, analítica, científica, tridimensional, que recorre la obra con el constante movimiento ocular propio del estudioso y puede alcanzar una visión tectónica y táctil. En cambio la percepción visual se basa en la visión lejana, bidimensional y sintética, propia del artista. De manera que se consigue dotar al espacio de un sentido sensorial. Claramente esta idea de generar movimientos y filtros para los visitantes está íntimamente relacionada con la idea de ocio en la visita de los museos y por tanto de la predisposición y gozo ante la obra en última instancia.



Imagen 12. Guggenheim. Frank Lloyd Wright. Nueva York, 1959.



Imagen 13. Guggenheim. Frank Lloyd Wright. Nueva York, 1959.

Quizás en alguna ocasión nos encontremos ante alguna exposición con intervención mínima, bien sea en interiores o exteriores, pero debemos ser conscientes de que hasta el más mínimo detalle ha sido proyectado y estará controlado por el diseñador del espacio y el procurador o artista en su caso que hará que la experiencia sea diferente para cada obra. Por ejemplo, si la obra transmite serenidad normalmente se encontrará en una posición protegida del sol o en un espacio muy abierto y luminoso; mientras que si la sensación que se quiere transmitir es de agobio o sufrimiento, estará en un lugar muy caluroso o con el techo muy bajo, o estrecho, un lugar sin luz... Por eso todo espacio, aunque parezca banal y simple, ha estado diseñado en la medida de lo posible o necesario para la óptima y subjetiva relación entre visitante y obra.

En ejemplos de edificios actuales, como el Guggenheim de Bilbao, donde lo más revelador y estimulante para el público general es la arquitectura, nos encontramos con un museo que no es solo sirviente de las obras de arte sino que toma un carácter narcisista y egocéntrico. En este caso las obras de arte pierden la importancia que les corresponden y pasan a ser un interés en segundo plano. Este hecho se acentúa al ver que en realidad no es un museo sino un pabellón, que contiene en su mayoría exposiciones temporales.

EL ARTE PARA EL ESPACIO

Durante las últimas décadas han surgido gran variedad de actuaciones artísticas derivadas de la metrópolis y la vida postmoderna, entre ellas destacamos el Land art (Imagen 14), y Street art (Imagen 15), o más actualmente la era post-graffiti en cualquiera de sus manifestaciones. En ellas encontramos la paradoja de que la obra no se sitúa en un espacio proyectado para ello, sino que surge esporádicamente



Imagen 14. Land art. Robert Smithson.

modificando el espacio en el que se encuentra (Imágenes 16-21). El factor sorpresa y las emociones son más intensas que en los museos tal y como los concebimos hasta ahora, no somos nosotros los que vamos en busca del arte sino es la propia obra la que nos asalta, nos aborda de manera desprevénida. Los espacios no se han proyectado para ello, la mente no ha sido preparada previamente para observarlas, casi se convierten en anónimos 'voayers' que espían la vida que los rodea.



Imagen 15. Graffiti. Banksy.



Imagen 16. Arte urbano usando tizas. Lava. Edgar Mueller. Geldern. Alemania.

Los espacios que antes creíamos inservibles y sin importancia se llenan con un nuevo significado; ahora a las distintas capas de la ciudad (arqueológica, arquitectónica, topográfica, historia...) se suma la del valor estético actual o en potencia. Nos encontramos ante obras en su mayoría efímeras, y en una situación cultural en donde casi cualquier cosa es susceptible de ser material artístico (Matta-Clark, imágenes 22 y 23) o un lienzo para trabajar en él o modificar con todo tipo de materiales y elementos. Estamos ante una arqueología no horizontal, sino vertical, donde unas cosas se confunden y cubren con otras. Nos encontramos en un momento donde la creación artística es más rápida que la adaptación del espacio urbano en que se dispone. Descubrimos cierto arte que no se puede exponer, no podemos controlar, y no por ello es menos interesante. De manera que ahora el urbanismo cobra un papel protagonista en nuestro día a día, es ahora el espacio urbano el elemento preparatorio, el que nos tiene que, psicológicamente, encaminar y proporcionar espacios suficientemente interesantes, adaptables y metamórficos como para estar preparados en cualquier momento para encontrarnos con una actuación artística en él. En cuanto al Land Art, ocurre algo parecido, pero en el paisaje, tras producirnos la primera sorpresa al verlo, el entorno menos cambiante sí que permite su adaptación a él, y por lo tanto es más susceptible de perdurar; en este caso la obra de arte es la que reivindica un espacio para ella, dando un nuevo significado del lugar donde se encuentra.



Imagen 17. Arte urbano. Scratching the surface. Vhils. Palais de Tokyo. Paris.



Imagen 18. Arte urbano usando Cintas adhesivas.

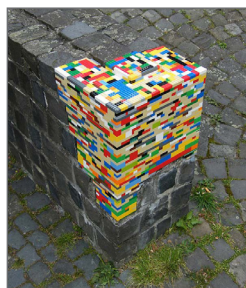


Imagen 19. Arte urbano usando piezas de un juego infantil.



Imagen 20. Arte urbano usando objetos cotidianos.



Imagen 21. Arte urbano usando deshechos diminutos.



Imagen 22. Gordon Matta-Clark.



Imagen 23. Gordon Matta-Clark.

Tras lo expuesto, podemos afirmar que el visitar obras de arte es una actividad íntimamente ligada con todos los sentidos y resulta una experiencia intensa, tanto si las vamos a visitar a museos como si las encontramos por sorpresa en nuestras calles y paisajes. No negamos el uso de la tecnología para disfrutar de ciertas obras con mucho detalle desde cualquier lugar, aunque reivindicamos el lazo urbanismo-arquitectura-arte como algo inseparable y a tener en cuenta en la sociedad actual. Así pues animamos a los lectores a vivir intensamente sus experiencias cercanas al arte, a convertirse en caminantes a la *'deriva'*, en auténticos *'flâneurs'* como los nombró Baudelaire (1857) paseando por la *'psicogeografía urbana'* situacionista (Debord 1999). Se debe dar más importancia a las experiencias sensoriales y a

cómo estas se producen, tener en cuenta que el arte que se produce en los museos no se encuentra únicamente en la obra expuesta, sino en el conjunto con el lugar donde ésta se sitúa.

Referencias

- Arroyo Rodríguez, Eduardo. 2014. *Create!* New York: Actar
- Augé, Marc. 1993. *Los no lugares. Espacios del anonimato. Antropología sobre la modernidad*. París: Gedisa
- Baudelaire, Charles Pierre. 1857. *Les Fleurs du Mal*. París: Poulet-Malassis et De Broise
- Baudrillard, Jean. 1978. *Cultura y simulacro*. Barcelona: Kairós.
- Cofán Feijóo, M. Fátima. 2003. "Integración y difusión del museo a través de la red Internet : propuesta interactiva del museo pedagógico de arte infantil (MUPAI)". Tesis doctoral, Universidad Complutense de Madrid
- Debord, Guy. 1958. "Théorie de la dérive". *International Situationiste 2*: 19-22
- Gurri Costa, Josep y Cèsar Carreras Monfort. 2003. *Realidad virtual en nuestros museos: experiencias de la colaboración entre Dortoka y el grupo Òliba*. Internet Interdisciplinary Institute Working Paper WP03-004. Barcelona: UOC. <http://www.uoc.edu/in3/dt/20312/20312.pdf>
- Hildebrand, Adolf Ritter von. 1910. *Das Problem der Form in der bildenden Kunst*. Strassburg: Heitz
- Kalawsky, Roy S. 1999. *Exploiting virtual reality techniques in education and training: technological issues*. London: AGOCG. <http://www.agocg.ac.uk/reports/virtual/vrtech/title.htm>
- Mariani, Nicola. 2014. "Espacios para el arte hoy en día : del museo como templo al espacio multifuncional". *Nicola Mariani Arte y Sociedad* (blog), 10 de junio. <http://nicolamariani.es/2014/06/10/espacios-para-el-arte-hoy-en-dia-del-museo-como-templo-al-espacio-multifuncional/>
- Nietzsche, Friedrich (1882) 1982. *Nachgelassene Fragmente 1880-1882*. Pp.107-08 (vol. 9) de Sämtliche Werke-Kritische Studienausgabe. Berlin: Walter de Gruyter
- Parmeggiani, Marco 2000. "Vivencias, instintos y emociones: Nietzsche y la génesis de la experiencia interior". *Thémata* 25, número especial *Emociones*: 305-312
- Zapatero Guillén, Daniel. 2007. *Aplicaciones didácticas de la realidad virtual al museo pedagógico de arte infantil*. Madrid, Universidad Complutense de Madrid

Notas

- ¹ En 1923-1924 el arquitecto Le Corbusier plasma en su obra casa Roche una manera distinta de recorrer un espacio, iniciando un concepto que trabajaría en todas sus obras posteriores, la *Promenade architecturale* (paseo arquitectónico).

(Artículo recibido 04-11-14; aceptado 21-11-14)