

LOS PRIMEROS EDIFICIOS DEL SITIO WEB: MANIFESTACIONES INICIALES DE LAS OFICINAS DE ARQUITECTURA EN INTERNET (1995-2000)

THE FIRST BUILDINGS ON THE WEB SITE: EARLY MANIFESTATIONS OF ARCHITECTURAL OFFICES ON THE INTERNET (1995-2000)

Lluis Juan Liñán, Nicolás Maruri González de Mendoza

doi: 10.4995/ega.2021.12617

Este artículo contrasta algunos de los primeros sitios web lanzados por oficinas de arquitectura en la segunda mitad de la década de 1990. Su análisis revela no solo los condicionantes que planteó la *World Wide Web* a la exposición pública de la obra de arquitectura sino las dos estrategias que caracterizaron las primeras translaciones de la misma al territorio web, así como los tipos de representación gráfica adecuados para ello. De un lado, oficinas corporativas como SOM o Foster + Partners definieron el nuevo medio como una herramienta complementaria destinada a facilitar la difusión de su identidad. Para ello, la obra debía presentarse de forma escueta, consistente e invariable a través del uso

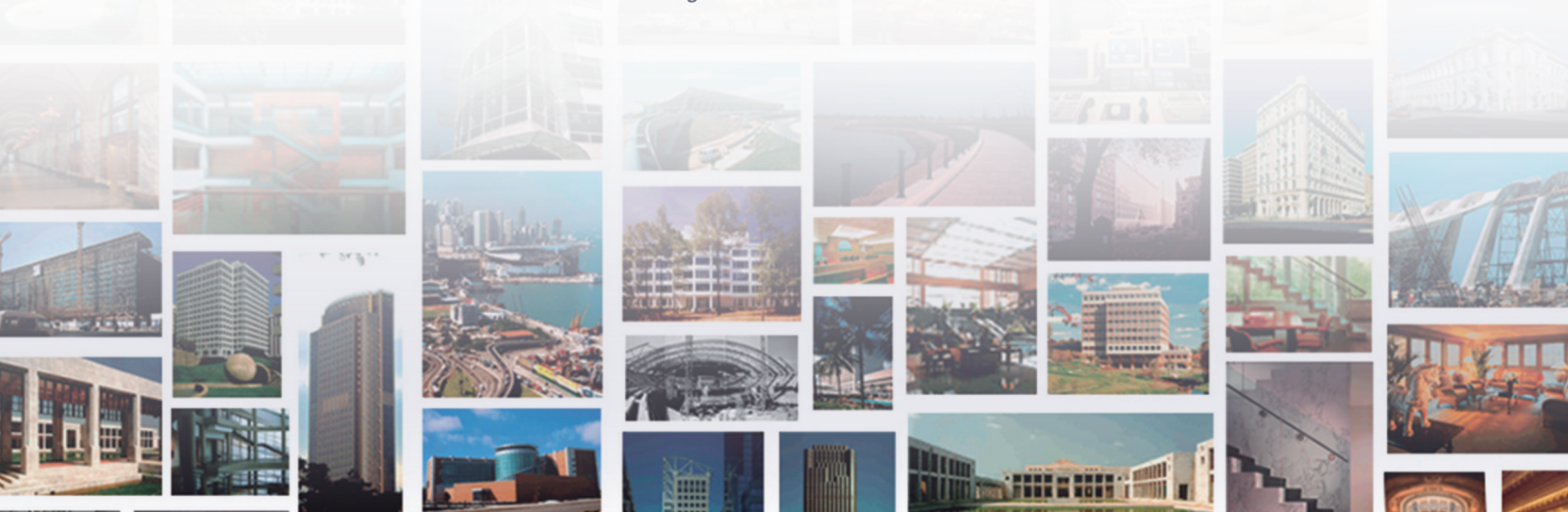
predominante de fotografías e infografías. Del otro lado, oficinas emergentes como MVRDV o Snøhetta optar por instrumentalizar el nuevo medio para someter su obra a nuevas interpretaciones y formas de expresión gráfica.

PALABRAS CLAVE: INTERNET, COMUNICACIÓN, MVRDV, SOM, SNØHETTA, REPRESENTACIÓN GRÁFICA

This paper compares some of the first websites launched by architectural offices in the second half of the 1990s. The study reveals, firstly, the main constraints posed by the World Wide Web to the public dissemination of architects' production and, secondly, the two strategies that would rule

the online communication of architecture ever since. On the one hand, corporate offices like SOM or Foster and Partners understood the new medium as a tool that would facilitate the dissemination of the office's identity. To harvest this potential, their work had to be published online in a succinct, interactive, and stable fashion by means of photographs and renderings. On the other hand, emergent offices such as MVRDV and Snøhetta decided to use the new medium to push the boundaries of their work and to test new techniques of representation and graphic expression.

KEYWORDS: INTERNET, COMMUNICATION, MVRDV, SOM, SNØHETTA, REPRESENTATION





“La historia es una fachada,” escribe Beatriz Colomina en *Privacidad y Publicidad: La Arquitectura Moderna como Medio de Comunicación de Masas* (2010, p. 23); el relato visible de un conjunto de documentos parciales que se acumulan en otro espacio, restringido y menos expuesto: el archivo. El archivo, en su condición privada, puede contener documentos de muy diversa procedencia, redundantes, inconexos y tan variados como la propia actividad que atestiguan. La historia, por el contrario, se superpone a este conjunto heterogéneo para presentarlo de manera coherente, desechando aquellos fragmentos que son incompatibles con el relato 1. Se deriva de esta distinción que la historia se produce a partir del archivo y, también, que existe una diferencia entre la privacidad del segundo y la publicidad de la primera. Explica sin embargo Colomina que “la modernidad coincide con la publicidad de la privacidad” (2010, p. 23). Esto significa que los límites entre archivo e historia se confundieron en la transición hacia un “espacio histórico” caracterizado por la irrupción de los medios de comunicación de masas y la consiguiente exposición pública de todos los confines de la vida cotidiana.

Frente al umbral de la modernidad, los dos arquitectos protagonistas del libro de Colomina optaron por ejercer acciones opuestas sobre sus archivos. Adolf Loos lo destruyó, buscando resistir que la recepción de su obra trascendiese los límites de la experiencia directa de sus edificios. Le Corbusier lo llenó con todos y cada uno de los documentos derivados de su actividad, consciente de las posibilidades creativas que ofrecían las nuevas tecnologías de comunicación. Aun-

que opuestas, estas dos maneras de tratar el archivo inauguraron una duradera relación entre los documentos generados por los arquitectos en su práctica y el alcance público de su obra en el espacio de los medios de comunicación, una relación mediada precisamente por el archivo y su capacidad para regular la producción histórica.

La irrupción de la *World Wide Web* en el año 1993 situó a los arquitectos de finales del siglo xx frente al umbral de un espacio histórico diferente, marcado de nuevo por la aparición de tecnologías de comunicación y la consiguiente transformación de las condiciones de exposición pública de su actividad. Sin embargo, este umbral no enlazaba ya dos espacios diferenciados por la respectiva ausencia o presencia de medios de comunicación de masas, sino por la irrupción de un medio que prometía nuevas formas de publicidad a una disciplina ya altamente mediatizada (Riley, 2006). Y es que, si la modernidad había supuesto la consideración de la publicidad y la circulación mediática como factores relevantes de la práctica arquitectónica (Fernández-Galiano, 2013), la segunda mitad del siglo xx extendió la relación entre arquitectura y medios más allá de la publicidad y la circulación y la convirtió en ineludible, haciendo de exposiciones y publicaciones espacios de producción tan importantes como los propios edificios (Patteeuw y Sczacka, 2018, pp. 1-21).

Es por ello que la cuestión que planteó la aparición de la *World Wide Web* a los arquitectos no fue ya la de arrancar su obra de la experiencia directa, sino más bien qué tipo de proyección pública ofrecía en su añadidura a un espacio histó-

“History is a facade” wrote Beatriz Colomina in *Privacy and Publicity: Modern architecture as a mass media* (2010, p. 9); a visible description of a set of partial documents that are gathered in another space, restricted and less exposed; the archive. In its private condition, the archive can contain documents that come from many different places. They can be superfluous, disconnected and as diverse as the activity they testify. History, on the other hand, overlaps this heterogeneous set to present it in a coherent way, discarding those fragments that are incompatible with the description 1. We can gather from this distinction that history is produced from the archive. And that the former is public, while the latter is private. Colomina explains, however, that “modernity coincides with the publicity of privacy” (2010, p. 9). This means that the boundaries between archive and history were blurred in the transition towards a “historic space” characterised by the eruption of the mass media and the resulting public exposure of most facets of everyday life.

At the dawn of modernism, the two leading architects in Colomina’s book chose to exert opposite actions with regards to their archives. Adolf Loos destroyed it, seeking to resist that the reception and interpretation of his work went beyond the limits of the direct experience of his buildings. Le Corbusier filled it with each and every of the documents that accompanied his activities, aware of the creative possibilities offered by mass media. Although opposites, these two ways to deal with the archive initiated a long-lasting relationship between the documents generated by architects in the course of their practise and the public reach of their works in the space of media, a relationship that was regulated precisely by the archive and its capacity to mediate historic production. The launching of the *World Wide Web* in 1993 placed the architects of the late twentieth century on the threshold of a different historical space, marked again by the irruption of new communication technologies and the subsequent transformation of the conditions of public exposure of their activity. However, this threshold no longer linked two spaces differentiated by the respective absence or presence of mass media, but by the emergence of a medium that promised new forms of publicity to a media-savvy discipline (Riley,



2006). The fact is, if modernity had turned publicity and media circulation into matters of architectural concern (Fernández-Galiano, 2013), the second half of the 20th century deemed the relationship between architecture and the media inevitable, turning exhibitions and publications into spaces of production as important as the buildings themselves (Patteeuw y Sczacka, 2018, pp. 1-21). Therefore, with the appearance of the World Wide Web, the question posed to architects was not that of the uprooting of their work and the demise of direct experience, but what kind of public projection was to be articulated on the new medium (Solá-Morales, 2001). In this sense, the most important trait of the internet lied in its bidirectional condition –an unprecedented opportunity for self-publication that promised to turn architects into the editors of their own digital image (Castells, 2001). Such an opportunity, however, presented three main constraints that architects had to navigate by calibrating the online exposure of their archives. First of all, it is a medium that eliminated the barriers of international dissemination, a fact that nonetheless involved a lack of definition of the audience that forced practitioners to target them through the design of their websites (Capucci, 1996, p. 87). Secondly, the tendency towards a horizontal way of organising the contents, which stemmed from the interactive and variable essence of the web format (Manovich, 2001). And thirdly, and most importantly, the possibility to publish any document that had been digitally generated or digitalised, from photographs to sketches to technical drawings, videos, and renderings (Allen, 2000). These three constraints resulted in a first repertoire of websites launched in the first five years of the World Wide Web that, seen in perspective, defined the first items of a public archive of great historical relevance, for it includes an unprecedented set of descriptions of architectural work carried out directly by architects at the dawn of a new media environment **2**. Although these descriptions cannot be detached from communication strategies based on the simultaneous management of multiple channels (Wigley, 2005), their analysis reveals at least the first answers given by architects to the conditions proposed by the net, as well

1. Cronología del lanzamiento de los sitios web de 100 oficinas de arquitectura contemporáneas según las primeras versiones almacenadas en *The Internet Archive*

rico plenamente consciente de la importancia de la comunicación (Solá-Morales, 2001). En este sentido, la particularidad del nuevo medio radicaba en su condición bidireccional o, lo que es lo mismo, en un horizonte de auto-publicación sin precedentes que prometía la conversión de los arquitectos en editores de su imagen digital (Castells, 2001). Este horizonte, no obstante, presentaba tres condicionantes fundamentales que los arquitectos habrían de navegar a través de la gestión de sus archivos. En primer lugar, la eliminación de las barreras a la difusión a gran escala, algo que conllevaba una cierta indefinición del perfil de la audiencia y obligaba por lo tanto a los profesionales a tomar un papel activo en su identificación a través del diseño y contenido de sus sitios web (Capucci, 1996, p. 87). En segundo lugar, la inclinación hacia una forma horizontal de organización de los contenidos derivada de la esencia interactiva y variable del formato web (Manovich, 2001). Y en tercer lugar y todavía más importante, la posibilidad de publicar cualquier documento generado digitalmente o digitalizado, desde fotografías a dibujos de ideación, pasando por dibujos técnicos, vídeos e infografías (Allen, 2000).

Estos tres condicionantes se tradujeron en un primer repertorio de sitios web lanzados en el lustro inaugural de la *World Wide Web* que, visto en perspectiva, constituye el segmento inicial de un archivo público de gran relevancia histórica, ya que comprende un conjunto sin precedentes de descripciones de la obra arquitectónica realizadas directamente por los arquitectos en los albores de un nuevo ecosistema mediático **2**. Si bien estas descripciones no pue-

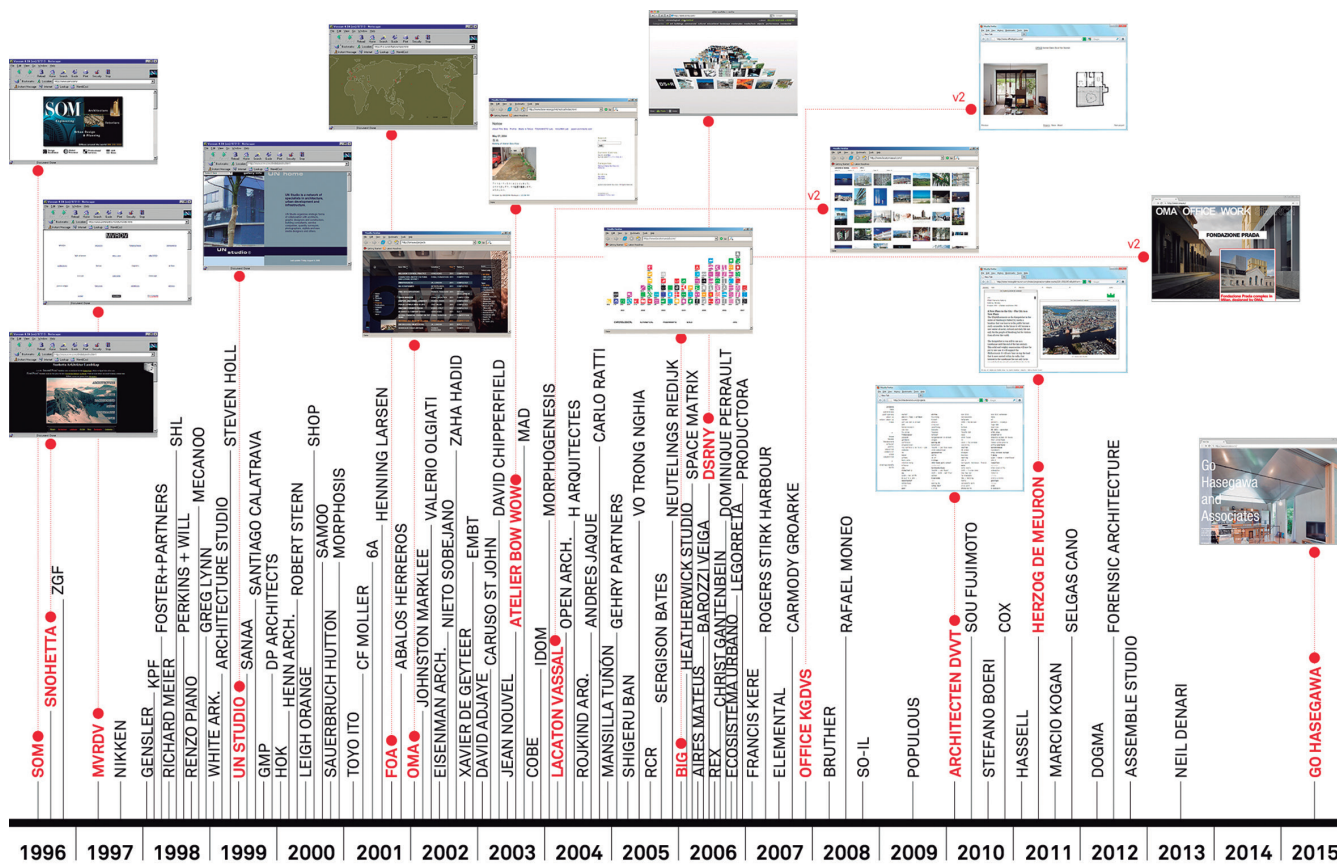
1. Timeline of the release of the websites of 100 architectural offices, according to the first versions archived on The Internet Archive

den desligarse de estrategias de comunicación basadas en la gestión simultánea de múltiples canales (Wigley, 2005), su análisis revela cuanto menos las primeras respuestas que ofrecieron los arquitectos a las condiciones impuestas por la red de redes, así como los documentos y técnicas de representación adecuados a la misma.

Estas respuestas evidenciaron de forma temprana la aparición de dos modelos de desdoblamiento digital del archivo arquitectónico claramente diferenciados. De un lado se situaron las oficinas que definieron el nuevo medio como una herramienta destinada a facilitar la difusión de su identidad. Para ello, la obra debía presentarse de forma escueta, consistente y esencialmente invariable. Del otro lado se situaron oficinas que instrumentalizaron el nuevo medio con la finalidad de someter su obra a nuevas interpretaciones y formas de expresión gráfica. Como se verá a continuación, estos dos modelos establecieron las posibilidades expresivas de un medio que, en las siguientes dos décadas, ha pasado a dominar la forma en que se presenta y se representa la arquitectura a nivel global (Carpo, 2017) (Fig. 1).

El sitio web como herramienta de difusión

El primero de los modelos de duplicación web del archivo arquitectónico fue revelado a mediados de la década de 1990 por una serie de oficinas corporativas que contaban con departamentos dedicados a la comunicación y las relaciones públicas, como era el caso de Skidmore, Owings & Merrill, Gensler o Foster + Partners. Estas oficinas no solo fueron pioneras en el lan-



1

zamiento de su sitio web, sino las primeras en optar por un formato de publicación a medio camino entre la tarjeta de visita y el portfolio que definiría a partir de entonces la estrategia dominante de traducción de la obra de arquitectura al lenguaje web, esto es, disponer frente a los usuarios la práctica totalidad de los proyectos generados por la oficina de manera panorámica, homogénea y complementada con otro tipo de informaciones de naturaleza práctica dirigidas a sectores de la audiencia no especializados.

SOM fue la primera oficina de arquitectura en hollar el territorio digital en noviembre de 1996 y su sitio web inicial, de hecho, se configuró a partir de estas informaciones prácticas como una suerte de tarjeta de visita en que se describían escuetamente la corporación, su experiencia, su presencia global y sus logros más recientes sin profundizar en proyectos particulares (Fig. 2). No fue hasta mediados de

1997 cuando la oficina norteamericana presentó una segunda versión de su sitio web en que las cuatro categorías iniciales fueron sustituidas por otras tantas para proporcionar una visión más profunda de su producción que incluía de nuevo la descripción de su filosofía y estructura profesional, una sección donde se monitorizaba la repercusión de la oficina en otros medios, un listado de enlaces prácticos y, finalmente, una selección de cincuenta proyectos (Fig. 3).

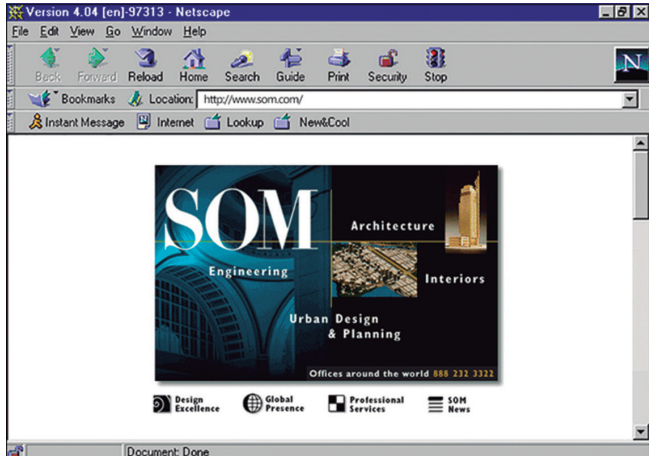
Dentro de cada categoría, los contenidos se presentaron en la forma que mejor se adaptaba a las capacidades técnicas de la *World Wide Web* en sus inicios (Mitchell, 1995, pp. 106-30), esto es, a través de columnas de texto acompañadas por documentos gráficos de baja resolución. Cabe destacar en este sentido que los 103 documentos que acompañaron las obras incluidas en esta segunda versión de *som.com* eran en su práctica totalidad

as the appropriate documents and techniques of representation to do so.

These responses rendered evident early on the appearance of two different models for the online exposure of the architects' archives. On the one hand, some offices understood the new medium as a tool that was meant to facilitate the dissemination of their identity. For this, their work had to be presented in a concise, consistent, and essentially invariable way. On the other hand, some other offices decided to use the new medium to expose their work to new interpretations and forms of graphic expression. As outlined below, these two models established the expressive possibilities of a medium that, in the following two decades, has come to dominate the way architecture is presented and represented on a global scale (Carpo, 2017) (Fig. 1).

The web as a tool for dissemination

The first model of online exposure was revealed in the mid-1990s by a number of corporate offices with entire departments dedicated to communication and public relations, such as Skidmore, Owings & Merrill, Gensler, or Foster + Partners. Not only were these offices the pioneers of online



2

communication, but also the first to opt for type of website halfway between the business card and the portfolio that would come to define the dominant form of web presence for architects in the next decades. This was a type of website that provided users with a glance of all the projects produced by the office—a panoramic view that was complemented with other types of information of a practical nature aimed at non-specialized audience sectors. In November 1996, SOM was the first architecture office to leave their mark in the digital territory. Its initial website, in fact, highlighted this practical information in a sort of online business card in which the corporation, its experience, its global presence and its most recent achievements were briefly described without delving into particular projects (Fig. 2).

It was not until the mid-1997 when the North American office launched a second version of its website in which the first categories were replaced by other four to provide a deeper vision of its production, including a new description of SOM's philosophy and professional structure, a section that monitored the impact of the office in other media outlets, a list of practical links and, finally, a selection of fifty projects (Fig. 3). Within each category, the contents were presented in the way that best fitted the technical capabilities of the World Wide Web in its early days (Mitchell, 1995, pp. 106-30). That is, through textual descriptions accompanied by low-resolution graphic documents. It should be noted in this sense that the 103 documents that accompanied the works included in this second version of *som.com* were mostly photographs and visualizations and not technical or conceptual drawings; a decision that proposed a way of representing architectural production on the internet that would become a constant in the architects' websites that followed the

fotografías e infografías y no planos o dibujos de ideación, algo que planteó una manera de representar la producción arquitectónica en internet que se convertiría en una constante de la mano de la gran mayoría de oficinas que siguieron a la corporación americana en los años anteriores al cambio de milenio. Así, al igual que SOM, oficinas como las de Norman Foster (Fig. 4), Renzo Piano o Steven Holl ocuparon tempranamente el sitio web a través de una combinación de escuetos textos y una colección gráfica dominada por fotografías e infografías, y todo ello en un espacio accesible a múltiples audiencias y fácilmente navegable a partir de la categorización de la producción y las facetas prácticas de cada firma **3**.

El uso prioritario de este tipo de documentos incidía en la intención de proyectar sobre el espacio digital una imagen perfectamente definida que resultase accesible para cualquier tipo de audiencia; una imagen que, en definitiva, promovía una visión unívoca de las oficinas y explotaba la consideración de la *World Wide Web* como un medio que ofrecía nuevos horizontes de difusión antes que nuevas formas de interpretación de los proyectos. De ahí la asimilación de un formato híbrido entre la tarjeta de visita y el portfolio; un diseño estable y fácilmente transmisible que generalizó el uso predominante de foto-



14 FOTOGRAFÍAS

grafías e infografías frente a otros tipos de representación gráfica, la utilización de descripciones breves, la organización de los proyectos en categorías para facilitar su consulta por parte de los usuarios y, finalmente, la convivencia de los proyectos con noticias e informaciones de naturaleza práctica.

El sitio web como instrumento de trabajo

El modelo de comunicación web inaugurado por las oficinas corporativas a mediados de la década de 1990 contrastó sin embargo con las exploraciones de otras oficinas de menor tamaño y trayectoria que se adentraron en el territorio digital con la misma precocidad que SOM o Foster + Partners pero con la intención de experimentar con los potenciales expresivos del nuevo medio y no solo con sus capacidades de difusión. En particular, dos oficinas emergentes europeas, MVRDV y Snøhetta, destilaron en sus tempranos sitios web las propiedades que irrigarían el enraizamiento de un nuevo repertorio de formas de expresión gráfica y de lentes de aproximación al proyecto en el terreno digital durante las siguientes dos décadas.

En la primavera de 1997, el sitio web de la joven firma holandesa se presentó ante los internautas como un mosaico compuesto por 21 elementos de texto distribuidos de ma-

2. Primera versión de som.com y contenidos gráficos del sitio web, 1996. El sitio web puede consultarse en: <https://web.archive.org/web/19961227160001/http://www.som.com/>

3. Segunda versión y contenidos gráficos de som.com. <https://web.archive.org/web/19971010230423/http://www.som.com/>

2. First version of som.com, 1996. The website can be accessed in: <https://web.archive.org/web/19961227160001/http://www.som.com/>
3. Second version of som.com. <https://web.archive.org/web/19971010230423/http://www.som.com/>

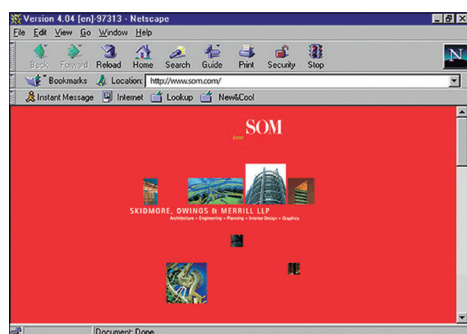
nera uniforme, pero muy desiguales en la transparencia de su significado (Fig. 5). Así, términos como “address”, “exhibitions”, o “Villa VPRO”, evidentes en el contenido que enlazaban, convivían con otros menos nítidos como “balconies”, o “virtual tour”. “Virtual tour”, por ejemplo, conducía a una secuencia de enigmáticos textos y fotografías que situaban a los usuarios en una “villa abandonada” que podía ser recorrida en las cuatro direcciones cardinales según sus acciones de ratón. Sin ninguna referencia explícita a un proyecto concreto, los usuarios se convertían en visitantes de los espacios inacabados de un edificio que solo revelaba su identidad en otros dos enlaces – “panorama” y “Villa VPRO” –. Estos últimos enlazaban con una misma página que se dividía en tres columnas para presentar el proyecto de la Villa a través de tres representaciones distintas. A la

izquierda, una presentación interactiva de fotografías de distintos espacios del edificio en construcción. En el centro, un texto animado que describía secuencialmente el proyecto. A la derecha, seis imágenes panorámicas en formato QuickTime VR que permitían a los usuarios navegar de forma interactiva el edificio en construcción.

La utilización de múltiples enlaces y formatos para describir los proyectos fue por lo tanto la estrategia implementada por MVRDV en su exploración de los potenciales del espacio web, una estrategia que cristalizó en una simultánea singularización e igualación de los contenidos publicados. Dicho de otro modo, en la primera versión de *archined.nl/mvrdv* toda la producción material y teórica de la oficina aparecía sin categorizar en la página de inicio, algo que no solo visibilizaba su equivalencia sino que permitía

American corporation in the years before the turn of the millennium. Thus, just like SOM, offices such as Foster + Partners (Fig. 4), RPBW or Steven Holl Architects moved their work to the website through a combination of short descriptions and a graphic collection dominated by photographs and visualizations. And all these in an easily navigable environment, accessible to numerous audiences thanks to the introduction of general categories and practical information **3**.

The use of this type of documents helped these offices to project an accessible and perfectly crafted image onto the digital realm; an image that, in short, promoted a univocal vision of the offices and exploited the consideration of the World Wide Web as a medium that offered new horizons of dissemination, rather than new ways of interpreting architectural design. Hence the adoption of a hybrid format between the business card and the portfolio; a stable and easily transmissible design that generalized the predominant use of photographs and visualizations over drawings, the use of brief descriptions, the organization of projects into categories and, finally, the coexistence of the projects with practical information of all sorts.





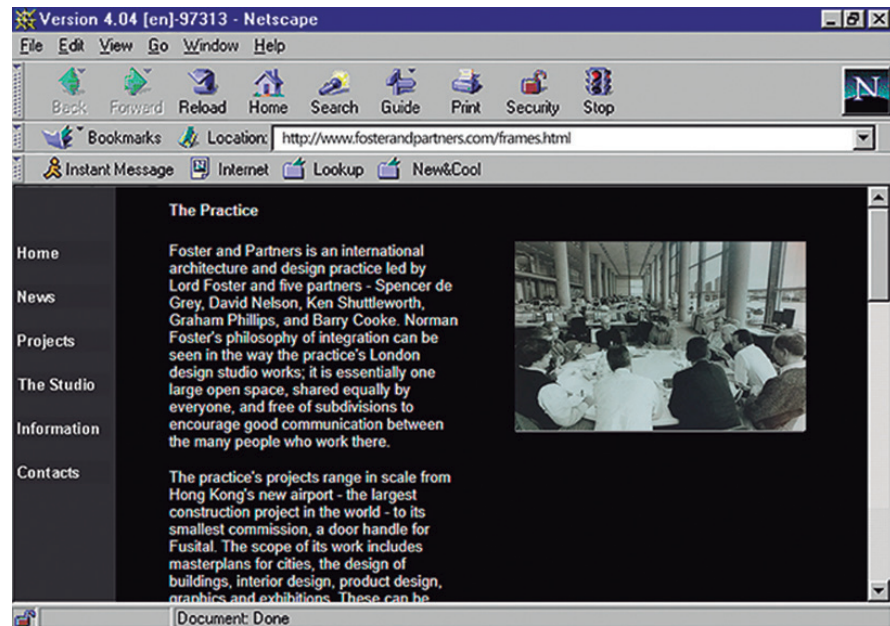
The website as a design tool

The model inaugurated by corporate offices in the mid-1990s contrasted with the explorations of a number of smaller and less experienced offices that entered the digital territory with the same precociousness as SOM or Foster + Partners, but with the idea of experimenting with the expressive potentials of the new medium, and not only with its dissemination abilities. In particular, two emerging European offices, MVRDV and Snøhetta, revealed in their pioneering websites the principles that would, for the next two decades, establish a new repertoire of techniques and formats of graphic expression in the digital field.

In the spring of 1997, the website of the young Dutch firm was presented to the users of the internet as a mosaic made up of 21 text elements distributed evenly, but very uneven in the transparency of their meaning (Fig. 5). And so, terms such as "address," "exhibitions," or "Villa VPRO," evident in the content they linked, coexisted with more ambiguous ones, like "balconies," or "virtual tour." "Virtual tour," for example, lead to an interactive sequence of enigmatic texts and photographs that placed the user in an "abandoned villa" that could be navigated in four different directions. Without any explicit reference to a particular project, the user thus became a virtual visitor of the unfinished spaces of a building that only revealed its identity in two other links: "panorama" and "Villa VPRO". Both of them linked with a webpage that was divided into three columns in order to present the Villa VPRO through three distinct representations. On the left, an interactive slideshow of different areas of the building. In the centre, an animated text that described the project sequentially. On the right, six panoramic images in QuickTime VR format that allowed the user to navigate through the building under construction. This combination of descriptions and representation techniques epitomized the strategy adopted by MVRDV in their exploration of the potentials of the web: the use of multiple links and formats to expose their production to a double move of discretization and equation. This means that, in the first version of *archined.nl/mvrdv* the built and theoretical production of the office was not categorized, something that not only

4. Página de inicio y selección gráfica de cuatro proyectos de la primera versión de *fosterandpartners.com*, 1998.. <https://web.archive.org/web/19981207021430/http://www.fosterandpartners.com/frames.html>

4. Homepage and graphic selection of four projects on the first version of *fosterandpartners.com*, 1998. <https://web.archive.org/web/19981207021430/http://www.fosterandpartners.com/frames.html>



4

representarla de manera discreta. Así, al igual que sucedía con las primeras publicaciones impresas realizadas por MVRDV en la década de 1990, cada proyecto, exposición, o publicación se sometía en el sitio web a un discurso gráfico diferenciado (González Aurignac, 2011).

Ello permitió al trío neerlandés experimentar con diversos formatos y formas de representación autóctonas del espacio digital, desde las panorámicas VR de la Villa VPRO hasta el GIF que introducía las viviendas WoZoCo (Fig. 5), pasando por el recorrido interactivo del edificio de Hilversum o el mosaico animado que recogía algunos de los contenidos del libro *Farmax*. Todos estos formatos explotaron la esencia fragmentaria, interactiva y cinemática de los primeros años de la *World Wide Web* para generar nuevas formas de aproximación a la obra de arquitectura (Bolter y Grusin, 1999, pp. 196-211). Para MVRDV, por lo tanto, el sitio web no era úni-

camente un espacio en el que volcar los documentos producidos durante su práctica, sino una superficie donde repensar sus obras a través de formas de expresión incompatibles con otros soportes (Maas, 2003, p. 143).

El sitio web de Snøhetta, lanzado unos meses antes que el de MVRDV, se diseñó con una vocación similar aunque, en su caso, fueron otras las formas de expresión que se cultivaron en la superficie de su archivo digital. Así, y en apariencia, la configuración inicial de *snoarc.no* no fue diferente a la puesta en práctica por las oficinas corporativas en ese mismo periodo: un espacio donde se presentaban en paralelo enlaces a la descripción de la oficina, a sus proyectos, y a sus últimas noticias y repercusión mediática, y todo ello conducente a páginas dominadas por fotografías y breves descripciones (Fig. 6). A estos enlaces, no obstante, se añadieron otros dos que anticiparían dos de los potenciales expresi-



RELiance CONTROLS ELECTRONICS FACTORY



HONGKONG AND SHANGHAI BANK



BILBAO METRO



CARRÉ D'ART



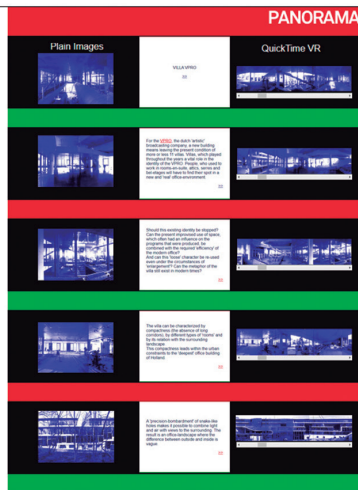
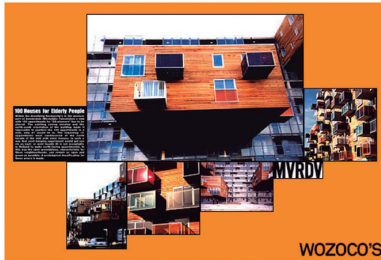
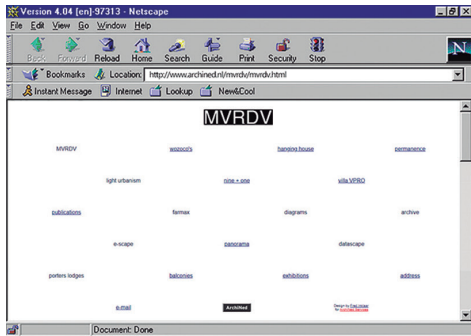
vos más importantes del sitio web: “on site” y “comments”.

En el primero, una sucesión de entradas publicadas por distintos socios de Snøhetta daban cuenta del proceso de construcción del proyecto fundacional de la oficina noruega: la biblioteca de Alejandría (Fig. 6). Como si se tratase de un libro de obra, esta página recogía periódicamente informes y fotografías de la construcción del edificio, aprovechándose de la condición inmaterial y renovable del formato web para exponer una faceta de la práctica profesional poco acostumbrada al ojo público 4. En esta embrionaria herramienta de seguimiento, Snøhetta reveló la capacidad del sitio web para sustentar una nueva forma de expresión de la obra de arquitectura, que

no se presentaba ya en su estado final como un producto empaquetado y fácilmente consumible, sino en un estado inacabado, transitorio y construido a partir de documentos –las fotografías de obra– normalmente privados.

Estos documentos, de hecho, promovían una relación más constante y cercana con la audiencia que se reflejó de manera todavía más directa en el enlace “comments”, vinculado a un formulario donde los internautas podían recoger sus dudas, opiniones y comentarios sobre la oficina noruega. Aunque su presencia en el sitio web apenas duró unos meses 5, este enlace materializó la curiosidad de los arquitectos por explorar la naturaleza bidireccional de la red de redes, estableciendo un canal que abría sus archivos

made their equivalence visible but allowed it to be represented discreetly. Thus, as it was with the first printed publications produced by MVRDV in the 90s, each project, exhibition, or publication was subjected to a distinct graphic discourse (González Aurignac, 2011). This allowed the Dutch trio to experiment with different formats and techniques of representation typical of the cyberspace at the time, from the VR animations of the Villa VPRO to the GIF that presented the WoZoCo houses (Fig. 5), to the interactive tour of the Hilversum building or the animated mosaic that revealed some contents from the book *Farmax*. These formats exploited the fragmentary, interactive, and cinematic essence of the first years of the World Wide Web to generate new ways of approaching architectural production (Bolter y Grusin, 1999, pp. 196-211). Therefore, for MVRDV, the website was not a space in which to publish unaltered the documents created during their practice, but a platform that invited them to revisit their work through formats and



5

techniques that were incompatible with other media (Maas, 2003, p. 143).

Snøhetta's website, launched a few months before MVRDV's, was created with a similar vocation in mind. However, in their case, their digital archive was used to cultivate different forms of expression. In appearance, the initial configuration of *snoarc.no* was no different from what was implemented by the corporate offices at that time: an easily navigable space where parallel links lead to the description of the office, to their projects, latest news and public repercussion, and these all leading to pages dominated by photographs and brief descriptions (Fig. 6). In addition to these links, however, were other two that would anticipate some of the most important expressive potentials of the website: "on site" and "comments."

In the first, a succession of entries published by different Snøhetta's partners covered the construction process of the foundational project of the Norwegian office: The Library of Alexandria (Fig. 6). As if it were a construction log, this page periodically gathered written and photographic reports of the process of construction of the building, taking advantage of the immaterial and renewable essence of the web format to exhibit a facet of architectural practise not used to the public eye 4. In the early stages of this monitoring tool, Snøhetta

a la acción descriptiva de agentes externos. En este sentido, *snoarc.no* anticipó una de las características más importantes del sitio web: la posibilidad de utilizarlo como un sensor que capturaba la recepción pública de los proyectos y la convertía en el combustible de nuevas interpretaciones de la obra de arquitectura. Así, si para la mayoría de oficinas el potencial de la *World Wide Web* residía en su capacidad para exponer de forma coherente su producción y ponerla al alcance de una audiencia amplia tanto a nivel geográfico como profesional, para oficinas como Snøhetta y MVRDV este potencial se localizó por el contrario en su capacidad para ofrecer una nueva lente de aproximación a su obra y, en último término, para pulsar su evolución.

Los cimientos del sitio web

La translación de la obra de los arquitectos a la red de redes a partir del cambio de milenio quedó

enmarcada por estos dos modelos de comunicación digital, oscilando entre aquellas oficinas que optaron por presentarla de manera panorámica, consistente y accesible y aquellas otras que experimentaron con los potenciales del formato web para abrir nuevas vías de expresión de la obra y proyectarla hacia nuevos horizontes de asociación. Tal y como había sucedido cien años atrás, la gestión del archivo y la regulación de su apertura a las nuevas condiciones de exposición ofrecidas por internet fue por lo tanto la herramienta que definió las respuestas iniciales de los arquitectos ante el nuevo medio de comunicación. Sin embargo, esta apertura no se pensó ya en términos de publicidad sino más bien en términos de accesibilidad o, lo que es lo mismo, en relación a la función transformadora que la naturaleza bidireccional del nuevo medio proponía a la obra de arquitectura.

La accesibilidad fue interpretada en dos sentidos opuestos. Para



5. Página de inicio y selección gráfica de cuatro enlaces contenidos en la primera versión del sitio web de MVRDV, 1997. <https://web.archive.org/web/19971015064427/http://www.archined.nl/mvrdv/mvrdv.html>

6. Página de inicio y contenido gráfico de los enlaces “comments” y “on site” de la primera versión del sitio web de Snøhetta, 1996. <https://web.archive.org/web/19961219201905/http://www.snoarc.no/>

5. Homepage and graphic selection included in four of the links of the first version of MVRDV’s website, 1997. <https://web.archive.org/web/19971015064427/http://www.archined.nl/mvrdv/mvrdv.html>

6. Homepage and part of the graphic content included in “comments” and “on site”. First version of Snøhetta’s website, 1996. <https://web.archive.org/web/19961219201905/http://www.snoarc.no/>

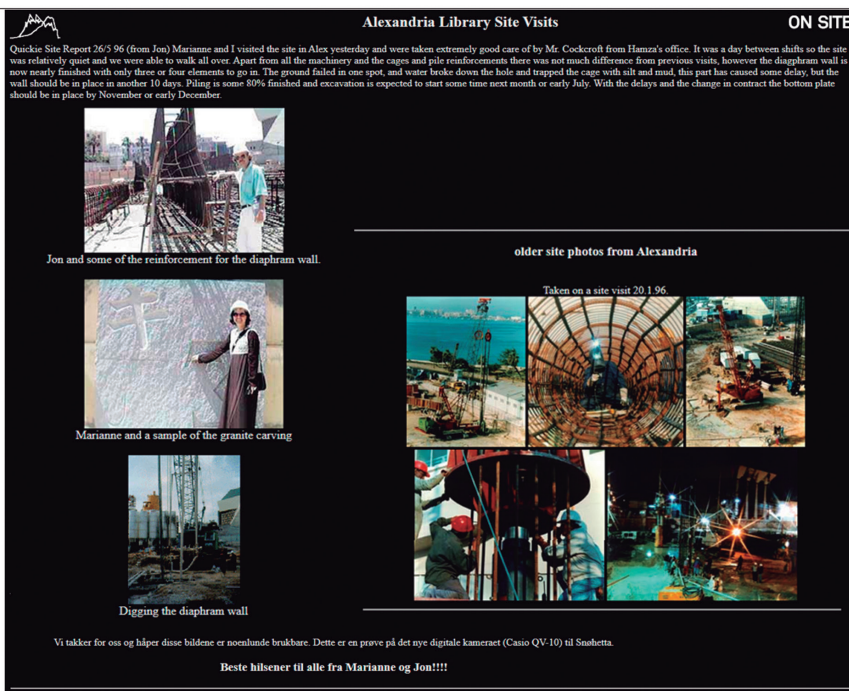
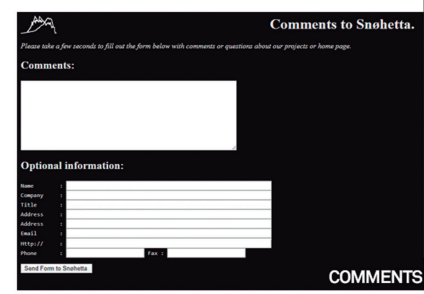
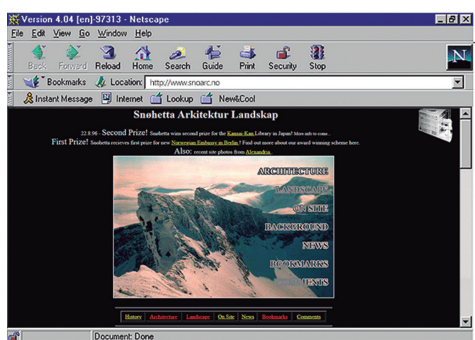
la mayoría de oficinas, la *World Wide Web* ofrecía el acceso a una audiencia de dimensiones expandidas, algo que requería de la adaptación de la expresión de su obra a las condiciones de brevedad y nitidez promulgadas por el nuevo medio. Así, el modelo inaugurado por SOM, Foster + Partners o Renzo Piano en la década de 1990, basado en la presentación panorámica, consistente y accesible de su producción y en el uso predominante de fotografías e infografías,

pronto se convertiría en el estándar de la imagen digital de las oficinas de arquitectura. A través de su progresiva adaptación a las herramientas que han marcado la evolución de la red de redes, desde Flash a las redes sociales, pasando por la popularidad de las plantillas tipo blog durante la primera década del siglo XXI, este modelo sigue dominando la manera en que los arquitectos comunican su obra en un medio, internet, que se ha erigido en un espacio propenso a la circulación acelerada de representaciones icónicas (Ferrando, 2018).

Para otras oficinas, no obstante, la *World Wide Web* se ofreció como un medio que permitía el acceso de nuevas voces y formas de representación gráfica a los confines de su archivo. En este contexto, MVRDV y Snøhetta fueron pioneras en la revelación de los potenciales expresivos que caracterizan los sitios web más in-

revealed the ability of the website to support a new form of making architectural production public, by which the work was not presented in its final state as a packaged and easily consumable product but in an unfinished, transitory state and through documents—the photographs of the construction process—which remain typically private.

These documents, in fact, promoted a more constant and close relationship with the visitors of the site. Such a relationship turned into interaction in the “comments” section of the website, a page that linked to a form where the users could gather doubts, opinions, and reflections about the Norwegian office. Although its presence on the website only lasted a few months, this section inaugurated the architects’ curiosity to explore the bidirectional nature of internet, establishing a means that would open up their archives to the descriptive action of external agents. In this sense, *snoarc.no* anticipated one of the most important characteristics of the website: the possibility of using it as sensor meant to capture the public reception of the projects and spark new interpretations of the architectural work. So, if for most offices the potential of





the World Wide Web lied in its ability to consistently exhibit their production and make it available to a wide audience both geographically and professionally, for offices like Snøhetta and MVRDV, this potential resided in turn in its ability to offer a new lens to approach their production and, ultimately, to drive its evolution.

The foundations of the web site

The translation of architectural production to the World Wide Web after the turn of the millennium was framed by these two models of digital communication, oscillating between those offices that chose to present their work in a panoramic, consistent, and accessible way and those that experimented with the potentials of the web format to unveil new ways of expressing architecture and project it towards new horizons of association. As it had happened a hundred years ago, the management of the archive and the regulation of its exposure to the new conditions of publicity offered by the internet was the tool that defined the initial responses of the architects to the website. However, this exposure was no longer thought in terms of publicity but rather in terms of accessibility or, in other words, in relation to the transformative action that the bidirectional nature of the internet proposed to architectural practice.

As a new condition, accessibility was interpreted in two opposite directions. For most of the offices the World Wide Web offered access to an expanded audience, something that required adapting the representation of their work to the conditions of brevity and clarity proposed by the internet. Thus, the model inaugurated by SOM, Foster + Partners or Renzo Piano in the 90s –based on the panoramic, consistent, and accessible presentation of their production and the predominant use of photographs and visualizations– would soon turn into the standard digital image of architectural offices. Through its progressive adaptation to the tools that have marked the evolution of the web –from Flash to blogs to social media– this model continues to dominate the way in which architects communicate their work in a medium –the internet– that has progressively

7. Fotografías publicadas en Instagram e incluidas en la segunda versión del sitio web de OMA, 2015

novadores en la actualidad, desde la utilización de representaciones dinámicas e interactivas –los sitios web de BIG y UN Studio son un buen ejemplo de ello– a la incorporación de imágenes y comentarios publicados por usuarios anónimos en las redes sociales –OMA (Fig. 7)– pasando por la publicación de la actividad cotidiana de las oficinas o la construcción de los proyectos mediante la utilización de plantillas tipo blog y redes sociales –Atelier Bow-Wow–.

Vistos en perspectiva, los pioneros sitios web analizados en este artículo no solo contribuyeron a establecer estas dos maneras de afrontar la transición el espacio histórico inaugurado por internet sino que, volviendo a Colomina, se sitúan en el origen de “un nuevo modelo espacial” (2010, p. 77) en que el archivo arquitectónico no solo ya no es privado, sino que existe permanentemente ligado a su comunicación web. ■

Notas

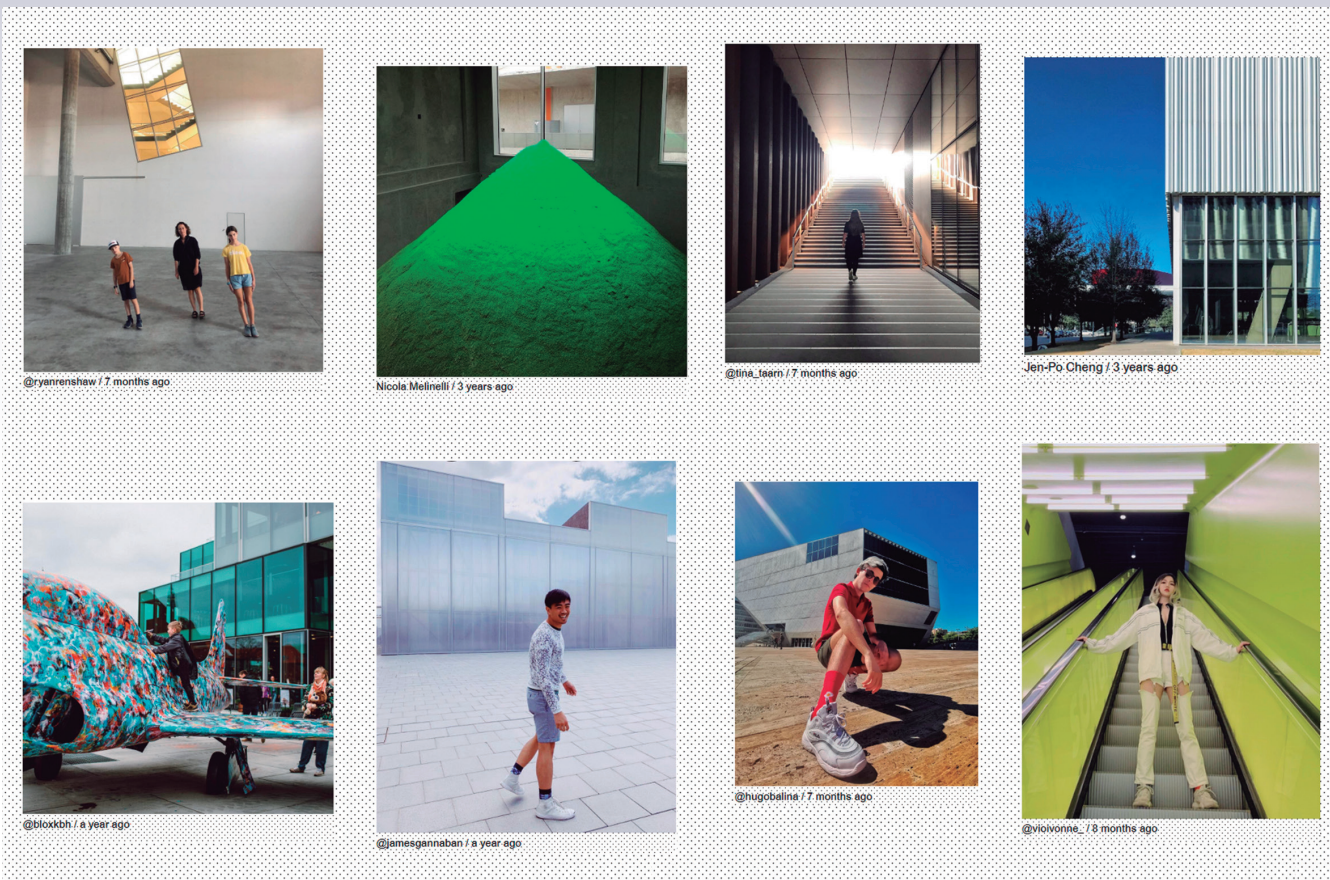
- 1 / Una distinción similar puede encontrarse en el trabajo de Paul Ricoeur y su noción de tiempo fenomenológico y tiempo narrativo (1999).
- 2 / Podríamos comparar la magnitud de dichas manifestaciones con aquellas producidas en los momentos iniciales de la aparición de otros medios, como la imprenta (Carpo, 2001).
- 3 / Las primeras versiones de los sitios web de estas oficinas pueden consultarse en los siguientes enlaces de The Internet Archive: <https://web.archive.org/web/19981207021430/http://www.fosterandpartners.com/frames.html> ; https://web.archive.org/web/20000511073119/http://www.renzopiano.com/frame_works.htm ; <https://web.archive.org/web/20001014105233/http://www.stevenholl.com/index.html>
- 4 / Es evidente la resonancia de esta sección de snoarc.no con los primeros diarios web (blogs) como Robot Wisdom o Scripting News. Estos sitios web anticiparon la popularización de este formato a partir de la aparición de servicios de gestión de contenidos como Blogger y Wordpress a comienzos de la década de 2000 (Lovink, 2008).
- 5 / La segunda versión de snoarc.no, lanzada en marzo de 1997, sustituyó el enlace “comments” por otro titulado “email.” Puede consultarse en: <https://web.archive.org/web/19980523203226/http://www.snoarc.no/>

7. Instagram posts captured by the second version of OMA's website, 2015

Referencias

- ALLEN, S., 2000. *Practice: Architecture, technique and representation*. London: Routledge.
- BOLTER, J. y GRUSIN, R., 1999. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.
- CAPUCCI, P., 1996. Worldwide Communications. *Domus*, 779, pp. 82-87.
- CARPO, M., 2001. *Architecture in the Age of Printing: Orality, Writing, Typography, and Printed Images in the History of Architectural Theory*. Cambridge: MIT Press.
- CARPO, M., 2017. *The Second Digital Turn: Design beyond Intelligence*. Cambridge: MIT Press.
- CASTELLS, M., 2001. *The Internet galaxy: reflections on the Internet, business, and society*. New York: Oxford University Press.
- COLOMINA, B., 2010. *Privacidad y publicidad: La arquitectura moderna como medio de comunicación de masas*. Murcia: Centro de Documentación y Estudios Avanzados de Arte Contemporáneo_Cendeac.
- FERNÁNDEZ-GALIANO, L., 2013. El ojo codicioso: Arquitectura y fotografía. *Arquitectura Viva*, 153, pp. 6-15.
- FERRANDO, D. T., 2018. Spreading the Word. *Architectural Review*, no. 1457, pp. 64-69.
- GONZÁLEZ AURIGNAC, E., 2011. Conversando con... MVRDV. *EGA Expresión Gráfica Arquitectónica*, n. 18, pp. 14-37.
- LOVINK, G., 2008. *Zero Comments: Blogging and Critical Internet Culture*. New York: Routledge.
- MAAS, W., 2002. ‘Architecture is a Device’, en Patteeuw, V. (ed.) *Reading MVRDV*. Rotterdam: NAI, pp. 138-47.
- MANOVICH, L., 2001. *The language of new media*. Cambridge: MIT Press.
- MITCHELL, W., 1995. *City of Bits: Space, Place, and the Infobahn*. Cambridge: MIT Press.
- PATTEEUW, V. y SZACKA, L., 2018. *Mediated messages: periodicals, exhibitions and the shaping of postmodern architecture*. London: Bloomsbury Publishing Plc.
- RICOEUR, P., 1999. *Historia y narrativa*. Barcelona: Paidós.
- RILEY, T., 2006. This will kill that: Architecture and the Media. *Hunch*, no. 10, pp. 88-97.
- SOLÁ-MORALES, I., 2001. ‘Mediations in Architecture and in the Urban Landscape’, en Hauptmann, D. (ed.) *Cities in transition*. Rotterdam: 010 Publishers, pp. 276-287.
- WIGLEY, M., 2005. Towards a History of Quantity. *Volume 2*, pp. 30-32.

El proyecto que ha generado estos resultados ha contado con el apoyo de una beca de la Fundación Bancaria “la Caixa” (ID 100010434), cuyo código es LCF/BQ/ES17/11600019



7

become a space prone to the accelerated circulation of images (Ferrando, 2018). For other offices, however, the World Wide Web provided a means to give access to new voices and representation techniques to the confines of their archives. In this context, MVRDV and Snøhetta were pioneers in revealing the expressive potentials that would characterize the most innovative architecture websites in the following two decades, from the use dynamic and interactive representations –the websites of BIG and UN Studio are a good example of these– to the incorporation of pictures and anonymous comments published in social media –OMA (Fig. 7)– to the publication of the daily activity of the offices through the use of platforms like blogs and social networks –Atelier Bow-Wow–. Seen in perspective, the pioneering websites analyzed in this article not only contributed to establishing these two ways of facing the transition to the historical space inaugurated by the internet, but, returning to Colomina, they are at the origin of “a new spatial model” (2010, p. 77) that considers that the architectural archive is no longer private, but exists permanently linked to its online exposure. ■

Notes

- 1 / A similar distinction can be found in the work of Paul Ricoeur and his notion of phenomenological time and narrative time (1999).
- 2 / We could compare the magnitude of these manifestations with those produced in the first moments of other media, such as printing (Carpo, 2001).
- 3 / The first versions of the websites of these offices can be accessed in the following links: <https://web.archive.org/web/19981207021430/http://www.fosterandpartners.com/frames.html>; https://web.archive.org/web/20000511073119/http://www.renzopiano.com/frame_works.htm; <https://web.archive.org/web/2001014105233/http://www.stevenholl.com/index.html>
- 4 / The resonance of this section of snorc.no with the first web logs (blogs), such as Robot Wisdom or Scripting News, is remarkable. These websites anticipated the popularising of this format with the appearance of content management services like Blogger and WordPress at the beginning of 2000 (Lovink, 2008).

References

- ALLEN, S., 2000. *Practice: Architecture, technique and representation*. London: Routledge.
- BOLTER, J. and GRUSIN, R., 1999. *Remediation: Understanding New Media*. Cambridge: MIT Press.
- CAPUCCI, P., 1996. *Worldwide Communications. Domus*, 779, pp. 82-87.
- CARPO, M., 2001. *Architecture in the Age of Printing: Orality, Writing, Typography, and Printed Images in the History of Architectural Theory*. Cambridge: MIT Press.
- CARPO, M., 2017. *The Second Digital Turn: Design beyond Intelligence*. Cambridge: MIT Press.
- CASTELLS, M., 2001. *The Internet galaxy: reflections on the Internet, business, and society*. New York: Oxford University Press.

- COLOMINA, B., 1994. *Privacy and Publicity: Modern Architecture as Mass Media*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- FERNÁNDEZ-GALIANO, L., 2013. El ojo codicioso: Arquitectura y fotografía. *Arquitectura Viva*, 153, pp. 6-15.
- FERRANDO, D. T., 2018. Spreading the Word. *Architectural Review*, no. 1457, pp. 64-69.
- GONZÁLEZ AURIGNAC, E., 2011. Conversando con... MVRDV. *EGA Expresión Gráfica Arquitectónica*, n. 18, pp. 14-37.
- LOVINK, G., 2008. *Zero Comments: Blogging and Critical Internet Culture*. New York: Routledge.
- MAAS, W., 2002. 'Architecture is a Device', en Patteeuw, V. (ed.) *Reading MVRDV*. Rotterdam: NAI, pp. 138-47.
- MANOVICH, L., 2001. *The language of new media*. Cambridge: MIT Press.
- MITCHELL, W., 1995. *City of Bits: Space, Place, and the Infobahn*. Cambridge: MIT Press.
- PATTEEUV, V. and SZACKA, L., 2018. *Mediated messages: periodicals, exhibitions and the shaping of postmodern architecture*. London: Bloomsbury Publishing Plc.
- RICOEUR, P., 1999. *Historia y narratividad*. Barcelona: Paidós.
- RILEY, T., 2006. This will kill that: Architecture and the Media. *Hunch*, no. 10, pp. 88-97.
- SOLÁ-MORALES, I., 2001. 'Mediations in Architecture and in the Urban Landscape', en Hauptmann, D. (ed.) *Cities in transition*. Rotterdam: 010 Publishers, pp. 276-287.
- WIGLEY, M., 2005. *Towards a History of Quantity. Volume 2*, pp. 30-32.