

# INSTITUCIONALIZACIÓN DE LA EXCEPCIÓN:

## EL CONCURSO COMO BÚSQUEDA Y PROCESO

**A través del reciente concurso de la Fundación Guggenheim para un museo en Helsinki, este texto analiza las lógicas de los concursos de arquitectura. Al entenderlos como instancias paradójicas que institucionalizan la búsqueda de proyectos excepcionales, surge la pregunta: ¿dónde queda lo excepcional cuando el concurso ya se transforma en una fábrica? ¿Es la arquitectura contemporánea una industria de la excepción?**

PALABRAS CLAVE · selección, singularidad, museo, Guggenheim, Helsinki

Los concursos de arquitectura son procesos que, dentro de un ambiente regulado, promueven el debate y la diversidad, encontrando también lo más adecuado para los intereses de los promotores. Algunos de los concursos más importantes se presentan en modalidad internacional abierta, incrementando exponencialmente la recepción de propuestas. Dentro de esta práctica, la Fundación Guggenheim se ha distinguido por promover concursos para la creación de una red de museos pidiendo diseños innovadores que funcionen como herramienta publicitaria y de recaudación de recursos. El concurso para Helsinki (2014-2015) marcó una etapa distinta para esta institución ya que por primera vez se abrió a la participación global. Con el uso de la imagen como estrategia mercadotécnica a gran escala, y apoyándose en las redes sociales para su difusión, el concurso recibió 1715 propuestas. Más allá del resultado, el proceso de búsqueda y debate resulta notable para una institución conocida por impulsar la renovación de la arquitectura.

### LA SINGULARIDAD DEL CONCURSO ARQUITECTÓNICO

No es inusual que se concurse la provisión de diferentes bienes y servicios, seleccionando mediante proporciones y relaciones de intercambio económico. En el caso de las disciplinas artísticas, sin embargo, la complejidad del sistema resulta de un criterio de selección que contiene aspectos subjetivos. Así, el concurso de arquitectura ha sido «una forma de encontrar la combinación óptima de forma, función y economía, mientras se selecciona al mejor arquitecto» (Hagelquist, 2010:430). No obstante, también es algo más: el establecimiento de una

## José Manuel Falcón

Profesor, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de  
Monterrey, México

## Carlos Domenzain

Profesor, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de  
Monterrey, México

entidad normada que permite encontrar singularidades dentro de las relaciones establecidas como «la máxima correlación entre inclusión y pertenencia» (Phelps, 2013:52).

Los concursos de arquitectura han servido como laboratorios abiertos de ideas, motores de la innovación –formal, funcional, programática, urbana o tecnológica– que han ampliado la visión y fomentado el aprendizaje. Históricamente, la singularidad en la arquitectura ha encontrado en los concursos un medio para desarrollarse. Obras icónicas como la Ópera de Sídney, el Centro Pompidou, el Parc de la Villette, el Guggenheim Bilbao y el One World Trade Center son producto de concursos que propusieron una nueva estética y una renovación tipológica (FIG. 1).<sup>1</sup>

Para el promotor de concursos el proceso resulta ventajoso, ya que en una sociedad liberal que percibe el servicio del arquitecto como un *commodity*, se incrementan sus posibilidades de éxito al multiplicar las opciones ofrecidas a un jurado que evaluará no sólo en referencia a las peticiones del programa, sino en base a sus habilidades y experiencias<sup>2</sup>. Y si bien el concurso tiene su origen en un compromiso con la calidad, también tiene beneficios para el arquitecto: le permite medir sus fuerzas y habilidades en condiciones de igualdad<sup>3</sup>, y le entrega la posibilidad de ganar y proseguir con la ejecución de la obra, obteniendo no sólo prestigio y retribución económica sino también la difusión de su trabajo.

A lo largo de la historia, el concurso arquitectónico ha servido para romper esquemas mediante nuevas soluciones, estilos o talentos (Andersson, 2010). A pesar de ser imperfecto, el concurso es una utopía democrática, tradición, debate, certificación y un campo de experimentación, propiciando «un proceso de investigación para la creación de nuevo conocimiento (...), para crear nuevas formas en el futuro» (Helal, 2015:233). La respuesta al por qué de la participación de los arquitectos en los concursos y su promoción es la noción de «*illusio*» (Bourdieu, 1995) –mantenerse en el juego de un grupo social selectivo– y las diversas posibilidades que la autonomía les ofrece (Andersson, 2010).

---

<sup>1</sup> A la par de los éxitos también hay fracasos rotundos. Véase el Concurso para la Sociedad de las Naciones de Ginebra (1926) con la célebre propuesta rechazada de Le Corbusier.

<sup>2</sup> El concepto de *expertise* se relaciona con el de experto y experiencia (*experientia*). Un jurado integra la habilidad de haber probado, intentado o arriesgado un algo consiguiendo notoriedad y justificando su importancia.

<sup>3</sup> Como comenta Farshid Moussavi: «Se podría decir que los concursos son para la arquitectura actual lo que el deporte competitivo es para el entrenamiento rutinario de *fitness*». (Chupin, et al., 2015:11).

Los museos son una de las tipologías más concursadas, pues dada su condición de espacio público y simbólico es poco probable que sea encargado directamente a un arquitecto sin un proceso de búsqueda que otorgue mayor certeza a la decisión. En 1943, cuando la Fundación Guggenheim escogió a Frank Lloyd Wright para diseñar su sede en Nueva York, previamente había analizado una amplia lista de arquitectos<sup>4</sup>. Ya para su segunda sede en Europa, en Bilbao, se realizó un concurso restringido donde Frank Gehry se impuso sobre Coop Himmelb(l)au y Arata Isozaki. Con el tiempo, se habló del milagroso «efecto Bilbao», y con ello se generaron múltiples concursos internacionales hasta llegar a un punto de agotamiento, pues el éxito requería condiciones específicas para reproducirse (Falcón, 2012:135). En la última década se ha hablado de una crisis de los museos debido al costo de los proyectos y las turbulencias económicas mundiales. Aún así, el museo puede reinventarse: «Paradójicamente, cada crisis ha terminado por reafirmar el poder del museo como institución de referencia y de síntesis, capaz de evolucionar y ofrecer modelos alternativos, especialmente adecuada para señalar, caracterizar y transmitir los valores y los signos de los tiempos» (Montaner, 2003:8).

A pesar de este clima, la Fundación Guggenheim celebró entre el 2014 y el 2015 el concurso abierto con mayor número de participaciones de la historia. Asimismo, esta institución comprobó que la difusión mediática de las miles de imágenes de las participaciones generó una gran expectativa, debate y crítica incluso antes de conseguir los recursos económicos y colocar la primera piedra.

### ENTRE LO NORMADO Y LO EXCEPCIONAL

La palabra concurso, del latín *concursum*, significa «reunión de gente» o «competencia», mientras que la palabra «competir» indica «buscar juntos». La competencia, en este caso, consiste en «elegir al mejor de los que corren juntos». Por esto, desde que el Consejo de Atenas convocó a diferentes diseñadores para proponer un memorial en la Acrópolis (448 a. C.), los concursos han sido parte inherente del desarrollo de la disciplina arquitectónica. Es célebre por ejemplo la competencia ganada por Brunelleschi para resolver el Duomo de la catedral de Florencia a mediados del siglo xv, tal como los concursos académicos –Grand Prix– dentro de la Escuela de Bellas Artes de París. Algunos autores relacionan el origen de los concursos con los ideales de la Revolución francesa, ya que tan sólo en el año 1794 se presentaron 480 proyectos a 25 concursos. Quatremère de Quincy incluyó la palabra ‘concurso’ en su *Encyclopédie Méthodique*. En su definición relacionó de forma directa el concurso con el procedimiento de crítica y juicio para «proteger a los artistas de la humillación del orgullo ignorante de sus protectores» (Quatremère, 1788:38).



**FIG 1** Centro Georges-Pompidou, París. Renzo Piano + Richard Rogers, 1977.  
Fuente / Source: Centre Beaubourg  
© Creative Commons

4 László Moholy-Nagy fue contactado para hacer una lista de los arquitectos más idóneos. Además de proponerse a sí mismo incluyó a Le Corbusier, Walter Gropius, Richard Neutra, Marcel Breuer, Mart Stam, William Lascaze, Werner Moser, Paul Nelson, William Humby, George Keck y Alvar Aalto.



**FIG 2** Centre Pompidou-Metz. Shigeru Ban + Jean de Gastines, 2010. Imagen de /  
Picture by: Jean-Pierre Dalbéra. Fuente / Source: Le centre Pompidou Metz  
© Creative Commons

A lo largo del siglo xx, el concurso se utilizó como «un instrumento para legitimar la promoción del progreso» (Hagelqvist, 2010:442). De este modo, el concurso ha representado «la fuerza de innovación más importante para el intercambio arquitectónico» (Andersson, 2010:35), ya que su proliferación expresa la necesidad de establecer un medio democrático para este intercambio, indicando la posibilidad de alcanzar un triunfo imparcial y justo. Por esto, las aspiraciones democráticas del concurso se basan en el establecimiento de un corpus normativo que garantice la individualidad de las propuestas participantes. Adicionalmente, el concurso se distingue como un proceso productor de excepcionalidades.

En un contexto más amplio, 'excepción' se refiere a aquello que permanece inconexo, a una ruptura con el deseo de lograr una teoría universal que ayude a integrar una diversidad compleja (Hlibchuk, 2008). La necesidad de buscar y encontrar excepcionalidades hace del concurso un cuerpo que funciona dentro de un estado de excepción: dada su condición, necesita un entorno y un proceso que le permita adecuarse a las circunstancias.

Farshid Moussavi –quien ha participado en más de 218 concursos– afirma que perder tiene más que ver con lo impredecible del proceso que con el desempeño profesional (Chupin, et al., 2015). Este carácter impredecible es parte de la condición del concurso: su instauración implica la convivencia paradójica de la voluntad subjetiva y su expresión externa como factor objetivo. En otras palabras, el concurso es una entidad que se desarrolla en el espacio de excepción, pero que se encuentra regida por leyes y normas específicas: «esta determinación asegura que la excepción y la norma se encuentran atadas de manera inexpugnable» (Hlibchuk, 2008:16).

Bajo este panorama, en el extremo opuesto a los arquitectos que se ciñen estrictamente al pliego de peticiones temiendo ser descalificados, se encuentran los que desde el inicio pretenden romper las reglas establecidas en las bases, tratando de sorprender al jurado y tomando su participación



**FIG 3** Panorámica del Museum Guggenheim de Bilbao, España. / *Panoramic view of the Guggenheim Museum Bilbao, Spain.*  
 Imagen de / Picture by: Mario Roberto Durán Ortiz.  
 © Creative Commons



**FIG 4** 1715 propuestas para el concurso del Museo Guggenheim Helsinki / *1715 proposals for the Guggenheim Helsinki Design Competition.*  
 Fuente / Source: Guggenheim Helsinki Design Competition,  
<http://designguggenheimhelsinki.org/stageonegallery/view/>

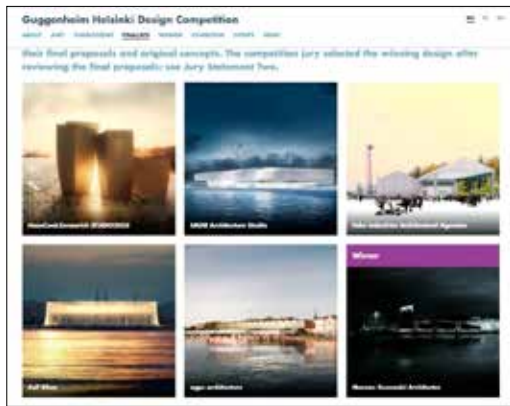
como una oportunidad para probar ideas. Esta condición se ve potenciada cuando se trata de concursos para museos.

### EL MUSEO COMO TIPOLOGÍA RENOVADORA

Dentro de la ciudad contemporánea el museo ocupa un lugar privilegiado. Se trata de un proyecto mediático, deseado y gozado –o sufrido– por los ciudadanos y turistas. Su instalación es una tendencia vigente desde la segunda mitad del siglo xx que impacta la ciudad contemporánea. Para determinadas instituciones la arquitectura ocupa un lugar primordial: Pompidou, Getty, Tate, Louvre, Whitney, MoMA y Guggenheim son verdaderas marcas culturales que han apostado por edificios de alto impacto urbano. Cuando construyen un nuevo museo esperan que asuma el rol de hito, ojalá capaz de originar un nuevo centro de peregrinación artística.<sup>5</sup> Por estas condiciones el museo es un campo fértil para la innovación expresiva de la arquitectura.

Tras un periodo de bonanza desde la década de los ochenta se afirmó que un museo con una arquitectura excepcional podía acrecentar el atractivo de una ciudad, regenerar tejidos urbanos y acaparar la mirada internacional, configurando como destinos turísticos sitios anteriormente anónimos. Un caso célebre es el «efecto Bilbao», fenómeno mediante el cual las ciudades descubrieron al museo como una oportunidad de marketing urbano. Esto provocó un movimiento expansivo en el que a Gehry se le pidió repetir la fórmula y en el que se crearon objetos singulares después de concursos internacionales como, por ejemplo, el Kunsthaus de Graz de Peter Cook o el MAXXI en Roma de Zaha Hadid. A su vez, marcas culturales como el Louvre y el Pompidou abrieron sedes en ciudades estratégicas –el Louvre Lens, diseño de SANAA y el Pompidou en Metz, obra de Shigeru Ban– y, finalmente otros, como el Whitney, renovaron sus contenedores en busca de mantener su competitividad (FIG. 2).

<sup>5</sup> En el documental *The Competition* (2013) se observa desde el interior de las oficinas de Nouvel, Hadid, Gehry y Perrault el proceso de trabajo rumbo a la participación para el concurso del Museo Nacional de Arte de Andorra. Resulta notable cómo las oficinas se enfocan en un ejercicio formalista y plástico, dejando en un segundo plano el desarrollo museológico-museográfico.



**FIG 5** 6 finalistas del concurso del Museo Guggenheim Helsinki / 6 finalist entries, *Guggenheim Helsinki Design Competition*.

Fuente / Source: Guggenheim Helsinki Design Competition, <http://designguggenheimhelsinki.org/en/finalists>



**FIG 6** Art in the City, Moreau Kusunoki Architectes. Ganador del concurso del Museo Guggenheim Helsinki / Winner *Guggenheim Helsinki Design Competition*.

Fuente / Source: Guggenheim Helsinki Design Competition, <http://designguggenheimhelsinki.org/en/finalists/winner>

Así, gran parte de la fama internacional de la que goza la arquitectura de museos se debe a instituciones como la Fundación Guggenheim. A pesar de las permanentes críticas, desde 1943 han promovido más de 20 proyectos de 'arquitectura de autor': Nueva York, Venecia, Salzburgo, Viena, Bilbao, el Soho, Las Vegas, Berlín, Tokio, Río de Janeiro, Guadalajara, Singapur, Taichung y Abu Dabi han sido consideradas para instalar una sede (FIG. 3). Por esta vasta trayectoria, diseñar un nuevo Guggenheim ha sido el deseo de arquitectos que ven en él un camino a la fama o el proyecto propicio para liberar su ímpetu experimental. El más reciente concurso en Helsinki (2014-2015), donde se presentaron numerosas propuestas utópicas que hacen pensar que sus autores no tenían la intención de ganar, es una muestra evidente.

Esta red de museos ha mantenido el modelo de arquitectura-espectáculo contra todas las condiciones desfavorables del panorama disciplinar. En los proyectos Guggenheim, la producción gráfica y de modelos busca seducir al público y conseguir la inyección de recursos. En estos diseños se ha usado la imagen con intenciones mediáticas. En algunos casos resalta la trascendencia del material de representación arquitectónica como una herramienta promocional (Bertrán, 2000). El ejemplo más próximo es el concurso Guggenheim Helsinki, el que registró una participación récord: «Sin una audiencia, no hay prestigio ni reconocimiento. La relación del prestigio como capital simbólico, el sistema de concurso y su audiencia, es recíproca» (Hagelqvist, 2010:435).

#### **CONFIGURANDO LO EXCEPCIONAL:**

##### **EL CONCURSO PARA EL GUGGENHEIM DE HELSINKI**

Al igual que en las ciudades que han querido replicar el «efecto Bilbao», Helsinki esperaba un proyecto ambicioso en su dimensión cultural, social y económica. El museo pondría a Finlandia en el panorama museístico internacional. Sin embargo, a pesar de que los números presentados mostraban una visión positiva, la ciudadanía criticó la falta de un debate

público ante un proyecto que requería de una inyección importante de fondos gubernamentales, propiciando su cancelación en 2012. Un año después se reunió un comité formado por representantes del arte, del ayuntamiento, de la Fundación Guggenheim y de la población en general. De esta forma, se inició el debate público entre expertos y futuros usuarios, y se crearon páginas en las principales redes sociales para ampliar la discusión.

En el 2013, la Fundación Guggenheim propuso un concurso abierto para el museo de Helsinki, el que estaría situado en una parcela en Eteläsatama. La convocatoria se realizó en junio de 2014 y duró un año, convirtiéndose en el primer concurso abierto de la Fundación. La respuesta internacional fue contundente, convirtiéndose en el más popular de la historia al registrar 1715 propuestas de 77 países (FIG. 4). La competencia puso a Helsinki en el centro de atención de la arquitectura internacional y, a pesar de ser reconocidos por explotar las imágenes y maquetas como herramientas mediáticas, este concurso utilizaría un despliegue gráfico sin precedentes. Construyendo un sitio web específico para mostrar todas las propuestas, la Fundación dividió el concurso en dos etapas y configuró un jurado de once miembros –Mark Wigley, Jeanne Gang y Juan Herreros, entre otros– para certificar la selección de los participantes.

Para la primera etapa se escogieron seis propuestas muy distintas, que tendrían un par de meses más para completar el proyecto y llegar a la segunda fase, sin dar a conocer sus nombres (FIG. 5).

En julio de 2015 el Comité organizador llegó a una resolución: el proyecto seleccionado fue el de Moreau Kusunoki arquitectos. Se trata de un museo diseminado que cuenta con un agrupamiento de pabellones expositivos y plazas organizadas en torno a una calle interior. El museo, compuesto de nueve volúmenes y una torre monumental –lejana en su iconicidad a la volumetría de Bilbao–, estaría recubierto de madera finlandesa con amplias zonas acristaladas. El proyecto es la representación de un cambio de ideales en la Fundación: un alejamiento de la arquitectura del *star system* y un acercamiento al diseño democrático y participativo. Todo esto concluyó en un proceso certificado y legitimado por un jurado de calidad que apagó algunas de las críticas que se podrían haber presentado (FIG. 6).

Para el visitante de la página del concurso fue posible observar las 1715 propuestas filtrando por etiquetas, *hashtags*, país o número de registro, además de poder hacer una lista de sus favoritas y compartirlas con otros usuarios en red. En este caso, la difusión de la arquitectura Guggenheim alcanzó el nivel global tanto por el interés de las oficinas –emergentes y de fama internacional– como por el público consumidor de arquitectura. Como destaca Mark Wigley: «Haciendo disponibles en el universo virtual las propuestas participantes, hemos contribuido también a producir un volumen de información de diseño sin precedentes que ahora se encuentra disponible gratuitamente para su estudio y utilización. Por esta razón, mientras que el concurso ya ha terminado, confiamos en que

su contribución al discurso arquitectónico y a la imaginación pública apenas ha comenzado» (Wigley, 2015). De esta manera, en el concurso de Helsinki el proceso se manifiesta como una fábrica de excepcionalidad en conjunción con una dinámica que hace del despliegue mediático y de la utilización de información una herramienta potente de debate.

#### **COROLARIO: LO EXCEPCIONAL COMO NECESIDAD**

Concursos y museos mantienen una relación íntima. Dada la importancia de estos edificios se requiere la certeza de obtener la máxima calidad en la selección. Incluso, en algunas ocasiones los promotores y jurados han apostado por las soluciones más arriesgadas, haciendo que la arquitectura incorpore innovaciones tipológicas.

Hoy se necesitan concursos bien diseñados, detallados, transparentes y éticos que posibiliten la evolución tipológica, disciplinar y el beneficio de los usuarios. Su versión abierta, pública y anónima es necesaria en esta época y su espíritu innovador debe alejarse de las decisiones absolutas.

Sin embargo, el concurso de arquitectura se manifiesta hoy en día como una poderosa herramienta de comunicación. Si bien es convocado principalmente para certificar la selección de una idea, también es utilizado mediáticamente para crear expectativa a medida que se acerca la premiación. El concurso del Guggenheim Helsinki representa el estado último al que se ha llevado esta expectativa, dado su éxito para mantener el interés durante un año sin tener una realidad física en la cual apoyarse. **ARQ**

---

#### **JOSÉ MANUEL FALCÓN MERAZ**

<manuel.falcon@itesm.mx>

Arquitecto, Magíster en Construcción, Tecnológico de Durango, 2000. Doctor en Arquitectura, Universidad Politécnica de Cataluña, 2008. Miembro del Sistema Nacional de Investigadores de México. Es autor de artículos y ponencias internacionales, además de ser autor de los libros *La Arquitectura del Museo Singular* (España, 2011) y *Proyectos Arquitectónicos Habitacionales* (México, 2012). Actualmente es profesor de Proyectos y de Teoría de la Arquitectura del Instituto Tecnológico de Monterrey.

#### **CARLOS DOMENZAIN**

<carlos.domenzain@itesm.mx>

Arquitecto, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, 2008. Fue parte de la oficina Estudio 3.14. Ha publicado en la revista *Architectural Theory Review* (Reino Unido-Australia, 2015) y en la revista *Horizontes* en el año 2011. Es miembro del cuerpo directivo del CCAU (Centro para la Cultura Arquitectónica y Urbana). Actualmente es profesor de Arte y Cultura del Instituto Tecnológico de Monterrey.

---

---

#### **BIBLIOGRAFÍA / BIBLIOGRAPHY**

- AGAMBEN, Giorgio. *Estado de Excepción. Homo Sacer II, I*. Buenos Aires: Adriana Hidalgo Editora, 2005.
- ANDERSON, Jonas; KAZEMIAN, Reza; RÖNN, Magnus. *The Architectural Competition: Research Inquiries and Experiences*. Estocolmo: Axl Books, 2010.
- BERTRÁN, Josep. «El Concurso de Arquitectura: Representación Sintética, Poética de Autor y Contemporaneidad de las Imágenes». Artículo presentado en el VIII Congreso de Expresión Gráfica Arquitectónica: Las Nuevas Tecnologías de la Representación Gráfica Arquitectónica en el Siglo XXI. Barcelona, 2000, 507-512.
- BORREGO, Ángel. *The Competition* (documental). Madrid: Office for Strategic Spaces, 2013.
- BOURDIEU, Pierre; WACQUANT, Lóïc. *Respuestas: por una Antropología Reflexiva*. México: Grijalbo, 1995.
- CHUPIN, Jean-Pierre; CUCUZZELLA, Carmela; HELAL, Bechara (eds.). *Architecture Competitions and the Production of Culture, Quality and Knowledge: An International Inquiry*. Montreal: Potential Architecture Books, 2015.
- FALCÓN, José Manuel. «La Arquitectura del Museo: Testigo y Evidencia de la Época». *Arquiteturarevista* 8 (2012): 135-147.
- HAGELQVIST, Stina. «The Competition System» en *The Architectural Competition: Research Inquiries and Experiences*, editado por ANDERSON, Jonas; Reza KAZEMIAN y Magnus RÖNN, 425-448. Estocolmo: Axl Books, 2010.
- HELAL, Bechara. «Competition as Laboratories. On the So-Called Experimental Nature of Architecture Competitions». En: Chupin, et al., *Architecture Competitions...* 232-253.
- HLIBCHUK, Geoffrey. *The Poetics of Exception: Contemporary North American Poetry and the Ghost of Relation*. Disertación/Tesis. Ann Arbor, Michigan: ProQuest LLC, 2008.
- LIPSTADT, Hélène. «Are Competitions Populist? A Bourdieusian Alternative Perspective». En: *What We People Want - Populism in Architecture and Design*, editado por M. Samiyeh. Basilea: Birkhauser, 2005. 77-99
- MONTANER, Josep Maria. *Museos para el siglo XXI*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003.
- PHELPS, Hollis. *Alain Badiou: Between Theology and Anti-Theology*. Nueva York: Acumen, 2013.
- QUATREMERE DE QUINCY, Antoine. *Encyclopedie Méthodique: Dictionnaire d'architecture* (vol. 3). París: Panckoucke, 1778.
- WIGLEY, Mark. 2015. «Moreau Kusunoki Architectes Wins Guggenheim Helsinki Design Competition». <<http://www.guggenheim.org/new-york/press-room/releases/6491-moreau-kusunoki-architectes-wins-guggenheim-helsinki-design-competition>> (consultada el 22 de octubre de 2015).
-