

Cultura de masas, simulacros y concursos de arquitectura: una aproximación al mosaico global de imágenes para Notre-Dame de París¹

Mass Culture, Simulacra and Architecture
Competitions: An Approach to the Global
Mosaic of Images for Notre-Dame de Paris

★

Asunción Díaz-García²
Universidad de Alicante
Alicante, España

> Cómo citar este artículo: Díaz García, A. (2022). Cultura de masas, simulacros y concursos de arquitectura: una aproximación al mosaico global de imágenes para Notre-Dame de París. *Revista I80*, (50), 32-45. [http://dx.doi.org/10.32995/revI80.Num-50.\(2022\).art-I057](http://dx.doi.org/10.32995/revI80.Num-50.(2022).art-I057)

DOI: [http://dx.doi.org/10.32995/revI80.Num-50.\(2022\).art-I057](http://dx.doi.org/10.32995/revI80.Num-50.(2022).art-I057)

Resumen: Este artículo aborda un estudio visual del fenómeno mediático acontecido tras el incendio de la catedral de Notre-Dame de París y el improvisado anuncio de un concurso internacional de arquitectura para su reconstrucción por parte del gobierno francés. Se muestra el inventario de las publicaciones encontradas en redes sociales con propuestas para el monumento que comenzaron a circular viralmente en todo el planeta a través de medios digitales de difusión y divulgación. A partir de este inventario, se plantea una aproximación en mosaico basada en el enfoque de McLuhan, la cual revela las principales líneas de intereses que todas estas imágenes comenzaron a trazar de forma heurística. Este documento analítico, cualitativo y cuantitativo, permite estudiar el funcionamiento del complejo ensamblaje de elementos virtuales, materiales y simbólicos en el que las propuestas hicieron aparición. Junto con la discusión de sus resultados, se valora el papel que aquella anomalía viral pudo haber desempeñado en el desenlace que transformó el procedimiento del concurso de arquitectura en mero simulacro. Finalmente, el artículo evidencia el consecuente cambio de paradigma que los medios de comunicación introducen en el método de consulta tradicional, y cómo este se ha convertido en un espacio diverso de producción cultural para la aldea global.

Palabras clave: concursos de arquitectura, medios de masas, imagen viral, Notre-Dame de París, simulacro

Abstract: *This paper addresses a visual study of the media phenomenon that occurred after the fire at Notre-Dame de Paris cathedral and the impromptu announcement of an international architecture competition for its reconstruction by the French government. It provides an inventory of posts found worldwide on social networks with figurations of the monument that began to circulate virally through digital media. From this inventory, a mosaic approach based on McLuhan's approach is proposed, which reveals the main lines of interest that all these images began to draw heuristically. This analytical document, both qualitative and quantitative, allows us to study the operations behind the complex assembly of virtual, material and symbolic elements in which the proposals appeared. Together with the discussion of its results, the role that this viral anomaly could have played in the outcome that transformed the procedure of the architecture competition into a mere simulacrum is assessed. Finally, the article evidences the consequent paradigm shift that the media introduces in the traditional consultation method, and how this has become a diverse space of cultural production for the global village.*

Keywords: Architecture competitions, mass media, viral image, Notre-Dame de Paris, simulacrum

Notre-Dame de París: de la letra impresa a la imagen viral

El 15 de abril de 2019 todas las miradas se dirigieron a la catedral de Notre-Dame envuelta en llamas. El mundo parecía contemplar la misma imagen que Víctor Hugo describiera dos siglos antes: "sobre la cima de la galería más alta, más arriba del rosetón central, había una gran llama revuelta y furiosa" (2008, p. 585). Nadie mejor que el escritor francés y su inmensa novela para comenzar a mostrar la influencia de los mass media en el curso de determinados acontecimientos. Aunque, paradójicamente, en sus páginas auguraba que la imprenta mataría a la arquitectura, fue su relato romántico el que salvó al monumento del derribo y consolidó la catedral en el imaginario colectivo como portadora de un valor nacional cuya génesis se podría rastrear en la Francia revolucionaria³. Efectivamente, a principios del siglo XIX la catedral estaba en malas condiciones, tanto que, en 1842, se propuso un concurso para su restauración. Tras un largo proceso fue elegida la propuesta de Eugène Viollet-le-Duc y Jean-Baptiste-Antoine Lassus y ambos asumieron la responsabilidad de las obras. El monumento se transformó así en un espacio de experimentación para las teorías de Viollet-le-Duc, quien consideraba que la restauración y la creación eran actividades convergentes.

Casi dos siglos después de aquella gran intervención, Notre-Dame volvía a encontrarse en una encrucijada y, de nuevo, los medios de comunicación parecían influir en su devenir. Transcurridos dos días desde el incendio, el primer ministro, Edouard Philippe, anunciaba informalmente en una rueda de prensa un inminente concurso internacional de arquitectura para su reconstrucción; unas declaraciones que el presidente de la república, Emmanuel Macron, acompañó con un acelerado deseo a cumplir en un lustro: "qu'un geste architectural contemporain puisse être envisagé" [que se pueda contemplar un gesto arquitectónico contemporáneo] (Equy, 2019, s. p.)⁴. Estas palabras abrirían un debate en el que la imagen con la que recuperar la catedral restauración a origen o no comenzó a esbozarse como una cuestión de Estado. No obstante, anticipándose a cualquier tipo de convocatoria oficial, fueron necesarias tan solo veinticuatro horas para que las imágenes de numerosas propuestas comenzasen a circular viralmente en internet. Estos contenidos, compartidos inicialmente en las redes sociales, fueron amplificados tanto por medios de difusión como de divulgación y su crecimiento fue exponencial, lo que dio inicio una discusión global ajena a todo procedimiento reglado. A esta corriente viral le siguió un segundo movimiento, esta vez impulsado por convocatorias lanzadas desde plataformas web independientes y orientadas mayoritariamente a la promoción de concursos de arquitectura para estudiantes y jóvenes profesionales, las cuales prolongaron con menos intensidad el fenómeno.

En Francia, sin embargo, paralelamente a todos estos acontecimientos virtuales, la

reconstrucción de la catedral Patrimonio de la Humanidad desde 1991 tomaba un camino distinto, pues ya se preparaba un proyecto de ley a propósito de la intervención en el monumento que regulaba, entre otras cuestiones formales, su financiación y sus plazos. A esto se sumaban reacciones de distintas organizaciones: el 29 de abril de 2019, a través de una carta abierta dirigida a Macron Monsieur le président, ne dessaisissez pas les experts du patrimoine!, suscrita por más de 1.170 expertos internacionales, se apelaba a la prudencia y al sentido de la responsabilidad (Guay, 2019); una invitación a la serenidad y a la confianza en los agentes patrimoniales a la que, un día después, se unió el Consejo Internacional de Monumentos y de Sitios Históricos (ICOMOS) con un comunicado oficial. Asimismo, el 3 de junio de 2019, el arquitecto jefe de Monumentos Históricos, Philippe Villeneuve, declaraba: "Le gouvernement veut lancer un concours international. Déjà, on voit fleurir des dizaines de projets d'architectes... Je vais dire ce que j'ai à dire et, ensuite, le gouvernement tranchera" [El gobierno quiere lanzar un concurso internacional. Ya estamos viendo florecer docenas de proyectos arquitectónicos... Diré lo que tengo que decir y luego el gobierno decidirá] (Bomme-laer, 2019, s. p.), haciendo alusión directa al posible concurso y refiriéndose, indirectamente, al fenómeno viral de imágenes con propuestas para la catedral⁵. Finalmente, transcurridos tres meses y medio desde el incendio, el presidente promulgaba la ley para la conservación y restauración de la catedral. Un año más tarde, la Comisión Nacional del Patrimonio y de la Arquitectura anunciaba su conformidad con el informe y el proyecto de restauración presentado por Villeneuve: la catedral sería sometida a una "reconstruction à l'identique", es decir, una restauración a origen, al menos al último estado formal conocido antes del incendio incluida la aguja de Viollet-le-Duc (Sauvaget, 2020). Al amparo de la Carta de Venecia de 1964, actualmente vigente, las posibilidades de un concurso internacional de ideas con carácter oficial quedaban diluidas. Aun así, no quedó cerrada la discusión mediática, pues la principal particularidad de los mass media es que son capaces de propagar la comunicación sin interacción entre emisor y receptor, ya que esta es excluida por la interposición de la técnica. Esta es la condición que los hace masivos, desde la imprenta hasta internet; una técnica en la que la repetición en serie que ampararía el texto de Víctor Hugo ha derivado en intercambio viral de imágenes.

Marco teórico: mosaicos, campos y sistemas

En sus orígenes los medios de masas estaban condicionados por la reproductibilidad mecánica, pero actualmente han sido ampliados por las nuevas tecnologías. Marshall McLuhan (1989) ya analizó los efectos que, a lo largo de la historia, las tecnologías habían tenido en la cultura de las sociedades, y anticipó cuestiones con relación a los

medios del mundo hiperconectado presente. Los sucesivos progresos de reproducción y transmisión de la información han favorecido la actual organización visual del conocimiento. La hegemonía de las imágenes en internet despliega ante la mirada una navegación en mosaico que las dispone simultáneamente obviando operaciones sintácticas más complejas. Abordar su estudio requiere sumergirse en su remolino caótico con el mismo espíritu del marinero del cuento de Edgar Allan Poe que inspiraría a McLuhan en su *The Mechanical Bride*. En esta obra precursora no solo planteó su enfoque "mosaic approach" sino que, también, anticipó la fluida alegoría baumaniana de la modernidad (2011)⁶.

Ciertamente, la aproximación en mosaico que McLuhan (2011) proponía para la lectura de sus libros remite al concepto de navegación de internet. Evidencia, además, cómo el tratamiento de indexación visual que se hace sobre las imágenes en el espacio virtual sigue teniendo una base fundamentada en el texto (hashtags, keywords, etc.), por lo que, operativamente, estos iconos continúan siendo verbales. Cada una de las imágenes virales asociadas a la reconstrucción de la catedral que circularon en la red contenía una intencionalidad que planteaba relaciones entre lo visible y lo legible. Ello permitía establecer conexiones entre sí y, de este modo, esbozar sus intereses en la discusión pública. Tanto este carácter viral como su impulso permite assimilarlas a organismos vivos, a los que W. J. T. Mitchell animaba a interrogar (2017). Las preguntas y respuestas que se desprenden del trabajo de este estudioso de la cultura visual y la iconología tratan de ahondar en el aforismo "el medio es el mensaje" de McLuhan (1989, p. 29) para analizar más detenidamente, tal y como propone Mitchell, el funcionamiento del "complejo ensamblaje de elementos virtuales, materiales y simbólicos" en el que hicieron su aparición (2017, p. 13).

En el caso concreto del fenómeno mediático de Notre-Dame, el ensamblaje oculto del mosaico de imágenes virales configura un campo de la cultura visual en un momento determinado. A su vez, muestra una de las formas actuales en las que la arquitectura se relaciona con las prácticas basadas en la imagen y con los medios de comunicación. En esta concepción visual de la cultura, la palabra campo enlaza con la "teoría de los campos" de Pierre Bourdieu (1995, p. 189), un modelo analítico que, aplicado a la sociedad, la observa como un conjunto de microcosmos relacionados entre sí y a la vez relativamente autónomos. Cada uno de estos campos sería un espacio social dinámico de influencia y acción en el que confluyen una red de relaciones entre las posiciones de poder de los agentes que los ocupan. Estas relaciones quedan definidas por la producción de un capital específico —propio del campo en cuestión— y los agentes compiten por conseguir poder mediante la apropiación de dicho capital, cuya posesión determina el acceso a beneficios específicos inherentes a cada campo.

La mayor parte del trabajo de Bourdieu (1995) orbitó en torno al desarrollo de la propia lógica autonomía del campo cultural durante el siglo XIX y a su capital característico: el simbólico. No obstante, su modelo teórico se centró en el análisis de la alta cultura para dejar en un segundo plano la autonomía de la cultura de masas. En este sentido, Mitchell (2019) de nuevo en línea con McLuhan sostiene que, actualmente, la cultura visual es un campo multidisciplinar, así como que su análisis no puede seguir basando su objeto de estudio en nociones como *genio creador* u *obra maestra*, sino que ha de abrir sus fronteras a los medios masivos. Estos planteamientos también guardan estrecha relación con teorías sociológicas posteriores a la de Bourdieu, como las de Niklas Luhmann, cuyo modelo poshumanista concibe la sociedad como un sistema autopoietico en el que el ser humano es totalmente periférico.

Luhmann se apoya en el concepto de autopoiesis tomado de la biología de Humberto Maturana y Francisco J. Varela, esto es, en una organización consistente en "procesos concatenados de una manera específica tal que los mismos producen los componentes que constituyen y especifican al sistema como una unidad" (2004, p. 70). Por lo tanto, para Luhmann, un sistema social queda definido como una red de producción de elementos que produce con su operar los elementos que la integran; un sistema en el que ese operar es entendido como comunicación, evidenciando su importancia en las sociedades actuales: "lo que sabemos sobre la sociedad, y aun lo que sabemos sobre el mundo, lo advertimos a través de los medios de comunicación de masas" (Luhmann, 2000, p. 1).

Ambas nociones, *campo*, de Bourdieu, y *sistema*, de Luhmann, tratan de elaborar teorías de la sociedad y, por lo tanto, las dos presentan sinergias epistemológicas. Sus aparatos teóricos permiten observar la complejidad de las estructuras sociales que marcan las sociedades contemporáneas donde la dominación simbólica de la imagen a través de los mass media juega un papel decisivo. En relación con la génesis y estructura de un posible campo o sistema de la arquitectura, historiadores y teóricos arquitectos como Hélène Lipstadt (2003) o Patrik Schumacher (2011) han puesto de relieve la importancia del concurso como elemento estructural para ambos modelos Bourdieu y Luhmann, respectivamente, ya que, como espacio de experimentación, propicia la autonomía disciplinar mediante la comunicación pública de sus resultados en medios de difusión y divulgación.

En el presente interconectado donde el orden visual imperante es la imagen, se plantea el objetivo de dirimir hasta qué punto las comunicaciones producidas en el seno del procedimiento de un concurso de arquitectura quedan restringidas a lo arquitectónico o, por el contrario, estas se abren a la cultura de masas convirtiéndose en un espacio global de producción cultural.

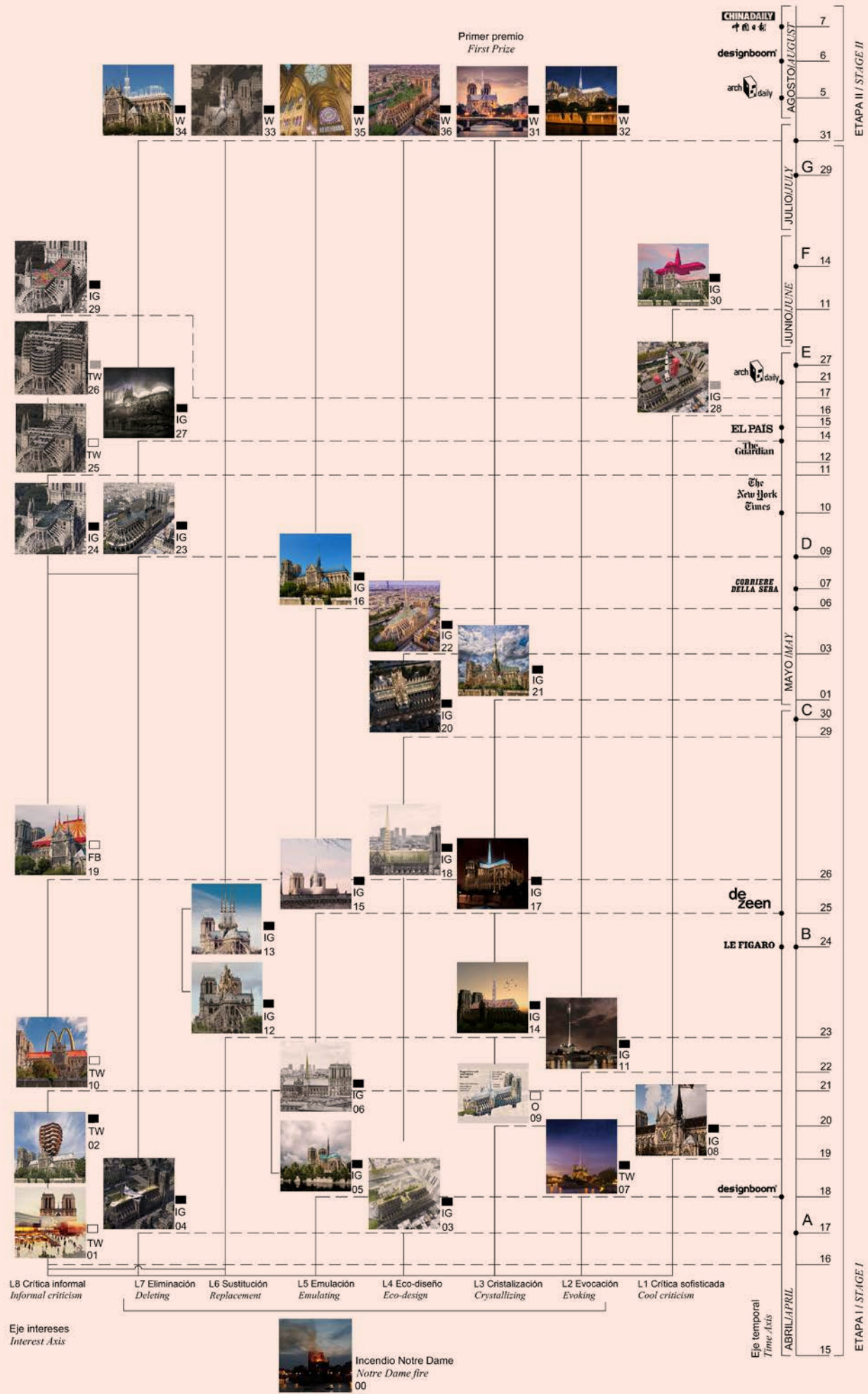


Figura I
Mosaico de imágenes con datos cualitativos Etapas I-II

Tabla 1
Legenda datos cualitativos Etapas I-II

ETAPAS I-II
AUTORÍA: 01. Desconocido (C:\temp\); 02. Oliver Wainwright (<i>The Guardian's architecture and design critic</i>); 03. Clément Willemin (Willemin Architecture Landscape Design); 04. Who Cares Design; 05. Alexander Nerovnya; 06. Godart Roussel Architectes; 07. Anthony Séjourné; 08. Pedro Ribs; 09. Jonathan Morrison (The Times´ architecture correspondent) Apócrifo Norman Foster; 10. Desconocido (u/szentgyorgyicsabi); 11. Vizum Atelier; 12. Mathieu Lehanneur; 13. Kiss The Architect; 14. Alexandre Fantozzi (AJ6); 15. David Deroo; 16. DRIFT + The Ocean Cleanup; 17. Fuksas Architects; 18. Studio Nab; 19. Desconocido (Trust me I am an Architect); 20. Miysis Studio; 21. Taras Zheltyshev; 22. Vincent Callebaut Architectures; 23. Ulf Mejergren Architects (UMA); 24. Ulf Mejergren Architects (UMA); 25. Desconocido (Brendan); 26. Rob Cross; 27. Valentino Gareri; 28. Sebastián Errázuriz; 29. Desconocido (oh em ayy); 30. Shepherd Studio. [concurso de la plataforma web]: 31. Zeyu Cai & Sabei Li (Primer Premio); 32. Rogerio Carvalheiro (RCDF Studio) (Finalista); 33. NAK Design Strategies, Ron Barid (Finalista); 34. Dr. Cuong Phu Nguyen & Mrs. Nga Thi Hang Nguyen (Finalista); 35. Niklas Brockmann-Smith (Finalista); 36. Kotaro Horiuchi, Kumiko Yamamoto, Clarissa Maharani Hartanto, Itoko Yamazaki, Supreetha Sudheer, Maho Nagasaka, Yuki Kanazawa, Atsuko Watanabe (Finalista).
PAÍSES: Francia (03, 06, 07, 12, 15, 18,); Reino Unido (02, 09, 30+ Baréin, 34, 35); Suecia (23, 24); Países Bajos (16); Bélgica (20, 22); Italia (17); Chipre (13); Austria (04); Eslovenia (11); Rusia (05, 21); Brasil (08, 14); EE.UU. (27, 28, 32); Canadá (33); China (31); Japón (36); Desconocido (01, 10, 19, 25, 26, 29).
PERFIL: ■ Arquitecto ■ Artista □ Desconocido
MEDIO ORIGINAL: TW (<i>Twitter</i>) IG (<i>Instagram</i>) FB (<i>Facebook</i>) O (Otros) W (<i>www.godesignclass.com</i>)
MEDIOS DIFUSIÓN PRINCIPALES: <i>Design Boom</i> (18 abril 2019); <i>Figaro Immobilier</i> (24 abril 2019); <i>Dezeen</i> (25 abril 2019); <i>Corriere della Sera</i> (7 mayo 2019); <i>The New York Times</i> (10 mayo 2019); <i>The Guardian</i> (14 de mayo de 2019); <i>El País</i> (15 mayo 2019); <i>Archdaily</i> (21 mayo de 2019); <i>Archdaily</i> (5 agosto 2019); <i>Design Boom</i> (6 agosto 2019); <i>China Daily</i> (7 agosto 2019); etc.
ACONTECIMIENTOS: A. Macron anuncia un posible concurso internacional de ideas; B. Se presenta el proyecto de ley para la conservación y restauración de Notre-Dame; C. Comunicado de ICOMOS; D. Call of proposals for The People's Notre-Dame Design Competition; E. Aprobado proyecto de ley; F. Call of proposals for Rethinking Notre-Dame Competition. G. Ley No 2019-803 promulgada.

Tabla 2
Legenda datos cuantitativos Etapas I-II [Acceso 15 de febrero de 2021]

ETAPA I-II [Acceso 15 febrero 2021]	
	R = RESULTADOS - Resultados de búsqueda: ○ Imágenes con autoría: motor “Google España” configurado en inglés; palabras clave: “Notre-Dame” + “nombre del autor” ○ Imágenes sin autoría: motor “Google Imágenes”; palabras clave: N/A
	RT = RETWEETS - Número de veces que la publicación ha sido referenciada por otro perfil
	LK = LIKES - Número de veces que cada usuario ha dado un ‘me gusta’ a la publicación

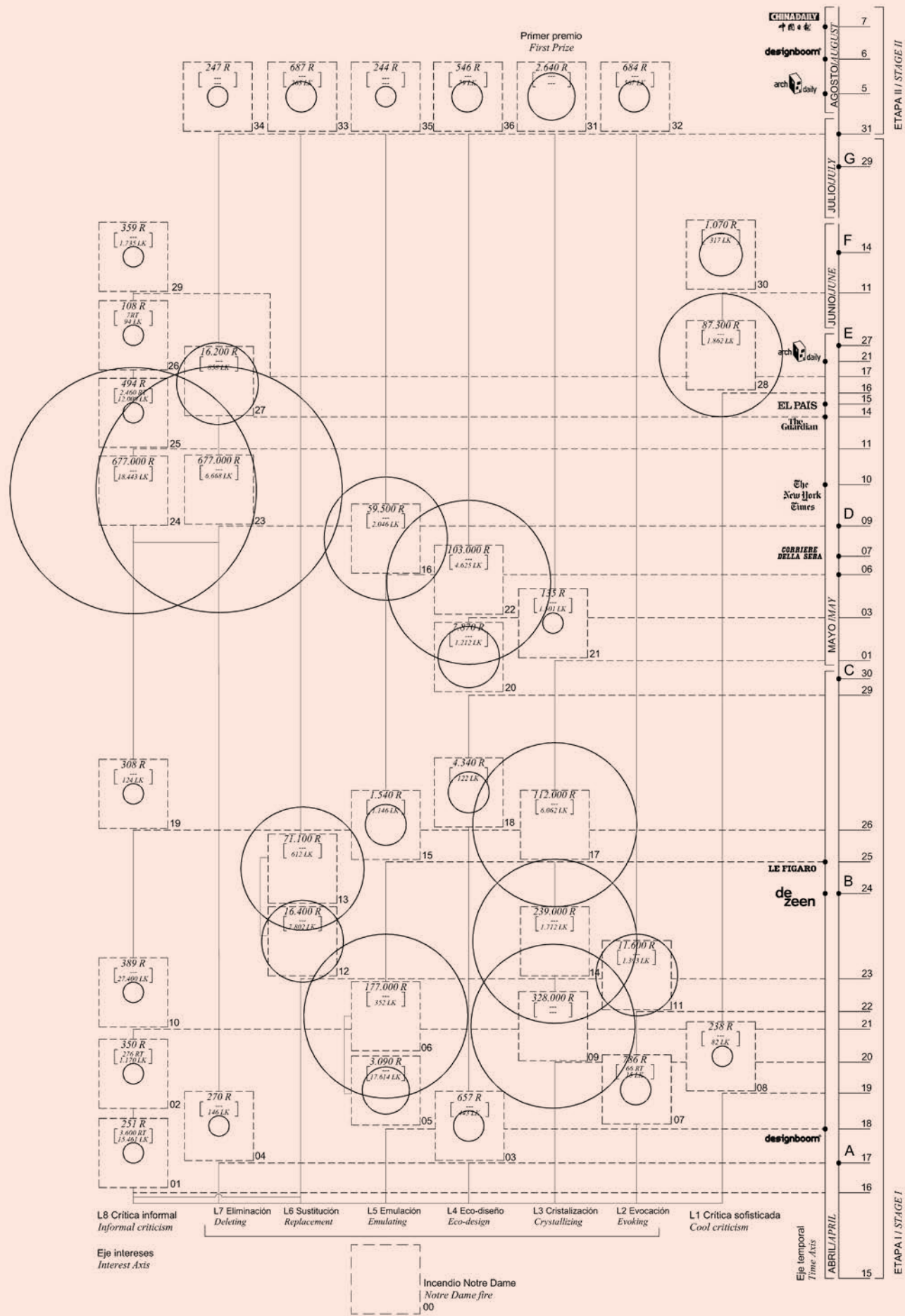


Figura 2
Diagrama de datos cuantitativos
Etapas I-II [Acceso 15 de febrero de 2021]

Por ello, el fenómeno viral de las imágenes para la reconstrucción de Notre-Dame constituye un interesante caso de estudio que, dada su base empírica, permite abrir una discusión a través de un análisis basado en el enfoque "mosaic approach" de McLuhan. Además, este conecta conceptualmente con las metáforas espaciales de las teorías sociológicas mencionadas: campo y sistema.

Metodología: aproximación al mosaico de imágenes virales

A partir del inventariado de las publicaciones con propuestas para la catedral que acabaron adquiriendo una condición viral, se realiza una aproximación al mosaico de ideas que todas estas imágenes comenzaron a trazar heurísticamente sin estar precedidas por el axioma de un resultado específico. Tras su análisis cualitativo, se establece una clasificación organizada según un eje horizontal con ocho líneas de intereses distintos con relación al monumento y las intenciones expresadas por tales imágenes: L1-Crítica sofisticada, L2-Evocación; L3-Cristalización, L4-Ecodiseño, L5-Emulación, L6-Sustitución, L7-Eliminación y L8-Crítica informal. Esta categorización viene dada tanto por los hashtags asociados a cada publicación como por el discurso disciplinar subyacente en el texto del post en torno a las estrategias de intervención en el monumento. Asimismo, en el diagrama, las imágenes se ubican de forma cronológica según un eje vertical en orden de aparición pública, indicando el medio original de partida. En dicho eje temporal también se sitúan los medios que se hicieron eco de dichas publicaciones. Igualmente, se marcan los sucesos políticos, institucionales, etc. que fueron aconteciendo durante el fenómeno.

Tras esta composición preliminar de base cronológica, se detectan dos etapas claramente diferenciadas. La primera comprendió un período de dos meses a partir del incendio en el que las ideas fueron expresadas mediante un formato post en redes sociales: una diminuta configuración visual asociada a unas palabras clave en la que todo quedaba situado en un solo golpe de vista. La segunda etapa comenzó el 31 de julio de 2019 y estuvo impulsada por las plataformas web de concursos, aunque no logró alcanzar la misma repercusión mediática, pues sus fallos estaban precedidos por la ley que blindaba la catedral frente a cambios sustanciales. Por lo tanto, la etapa inicial, más libre e intensa, duró aproximadamente dos meses, mientras que la siguiente, más fugaz y dispersa, experimentó un rápido un agotamiento visual.

La presentación conjunta de las principales imágenes correspondientes a cada período permite analizar el sistema de relaciones no evidente a través de la tramoya de elementos en las que hicieron aparición (Figura 1) (Tabla 1). En el primer análisis cualitativo, las imágenes se entienden como signos visuales, y es la asunción de su capacidad simbólica e icónica la que otorga a la composición construida una cualidad de

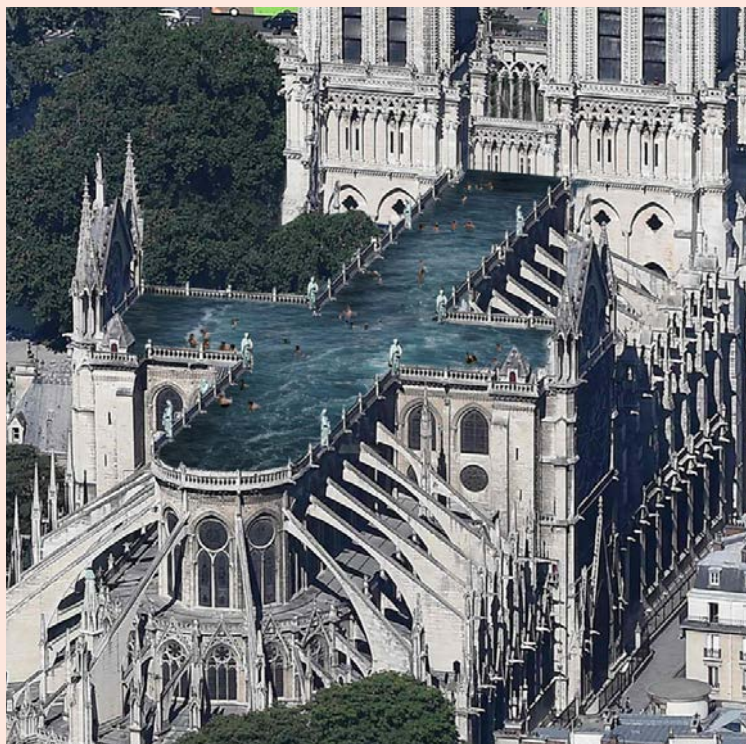
documento analítico iconográfico e iconológico. Complementariamente, se realiza una evaluación cuantitativa en términos de resultados de motor de búsqueda en internet desde su publicación original hasta el momento actual, así como un registro de la tasa de interacciones en las redes sociales (Tabla 2) (Figura 2). Con todo ello, se intenta esbozar el papel que el fenómeno pudo haber desempeñado en el devenir de la valoración operativa del concurso por parte del gobierno francés, así como los cambios de paradigma producidos en el procedimiento habitual de competencia, tal y como se conoce tradicionalmente.

Análisis de las etapas I-II: catedral, meme, icono y símbolo

La primera etapa comprendió un período de tiempo acotado entre el 15 de abril y el 15 de junio de 2019. El primer análisis cualitativo permite establecer el orden de aparición de las ocho líneas de intereses en relación con el monumento y las ideas expresadas por las propuestas. Tras el improvisado anuncio en prensa del concurso por el gobierno, la más inmediata fue la aparición de la crítica informal representada mediante fotomontajes sin autoría y memes; estos últimos definidos como grupos de elementos digitales con una característica común de forma, creados con conciencia unos de otros a través de distintos usuarios (Nissenbaum & Shifman, 2018). Su medio endémico fue la red social *Twitter* y, si bien carecían del valor tradicionalmente asociado a la disciplina, trascendieron su dimensión lúdica hasta adquirir una innegable presencia en la discusión pública, tal y como ha evidenciado Hamish Loneragan (2020).

En su conjunto, estos memes señalaban tanto las derivas que pudieran tomar las donaciones del empresariado francés (LVMH, L'Oréal, Kering, etc.) como el oportunismo mostrado por algunas firmas de arquitectura, las cuales, en determinados casos, fueron ampliamente parodiadas. El ejemplo más paradigmático se encuentra en las dos versiones planteadas por el estudio de arquitectura sueco Ulf Mejergrén Architects (L7-23 y L8-24) en las que la aguja quedaba borrada para transformar el crucero en una lámina de agua. Su última versión, con una manufactura más accesible, fue rápidamente transfigurada a través del meme en un aparcamiento (L8-25) o en un parque de bolas infantil (L8-29) (Figura 3). Fue en este último caso donde las capacidades de apropiación y reinterpretación inherentes al meme alcanzaron su cénit. A partir de este punto quedaron agotadas, pues no lograron traspasar el último tramo de la primera etapa.

Paralelamente, esta crítica informal fue adquiriendo cierta sofisticación y pasó a generar imágenes de autoría totalmente definida con carácter artístico y reivindicativo (Figura 4). Tal es el caso de la obra de Sebastián Errázuriz (L1-28) o de la de *Shepherd Studio* (L1-30), que abogaban por una no intervención en el monumento. Estas dos obras artísticas venían motivadas por



la inflación de propuestas en redes y por la aprobación del proyecto de ley. Concretamente, la imagen de Errázuriz estaba especialmente diseñada para agotar la paciencia del público: transformaba la catedral en una base de lanzamiento espacial con un claro guiño al cohete lunar de Tintín, en ella la ruina se ofrecía abierta al cielo como sacrificio del ego artístico de arquitectos y diseñadores. Indudablemente, la crítica de Errázuriz estaba justificada, pues, en su mayor parte, las seis líneas de intereses restantes estaban formadas por propuestas de estudios de arquitectura y diseño de diferentes países en las que se podía llegar a adivinar un trasfondo ventajista que pretendía rentabilizar la coyuntura. Estos se significaban mediante la publicación de imágenes en redes sociales de las que los medios de difusión especializada y de divulgación general se hacían eco alimentando el fenómeno. No obstante, esta repercusión mediática también venía legitimada por su discurso disciplinar en torno a las posibles estrategias de intervención en el monumento: la presencia o no de la aguja, la nueva materialidad, la sostenibilidad o la participación ciudadana.

En todos los casos se asumía una tecnología constructiva más avanzada alejada del falso histórico (Figura 5). Estas intervenciones se planteaban desde la evocación llevada al límite de Vizum Atelier (L2-II) hasta la cristalización de crucero y aguja

que propuso el estudio italiano Fuksas Architects (L3-I7). En algunas propuestas también se podían percibir valores sociales y/o medioambientales, como el empleo de materiales reciclados teñidos de color corporativo propuesto por el colectivo de artistas del estudio DRIFT en colaboración con The Ocean Cleanup (L5-I6), o la experta eficiencia energética del estudio de arquitectura belga Vincent Callebaut Architectures (L4-22).

En este momento central de la primera etapa, en el que las propuestas más disciplinares eran protagonistas, las imágenes utilizaban como instrumento para el diseño y la comunicación de la arquitectura un modelo digital insertado en una fotografía de la catedral. Estas imágenes aumentaron su grado de elaboración en las propuestas más tardías, pero, en su mayoría, trataban de promocionar un producto y, por lo tanto, su expresión gráfica operaba en términos de branding y publicidad. El formato impuesto por esta competencia improvisada hacía posible reconstruir Notre-Dame con tan solo una imagen de 1.080 x 1.080 píxeles asociados a unos concisos hashtags. Guiadas por las lógicas de la seducción y el consumo, estas imágenes de arquitectura comenzaron a operar en un "campo cultural-especulativo" (León-Casero y Cámara-Menoyo, 2015, p. 460). La catedral quedaba convertida en un soporte sobre el que aplicar la marca, posibilitando el incremento del engagement

Figura 3
Propuestas para una crítica informal

Nota: Izquierda: (L8-24). Ulf Mejergren Architects (UMA) [@ulfmejergrenarchitects] (9 de mayo de 2019). *Our proposal for a new roof for Notre-Dame (...)*. Instagram. <https://www.instagram.com/p/BxPNQNLpBru/> Reproducido con permiso del autor (2021).

Derecha: (L8-29). oh.em.ayy [@oh.em.ayy] (17 de mayo de 2019). *We won!* Instagram. https://www.instagram.com/p/Bxkd26QJ_bO/ Reproducido con permiso del autor (2021).



Figura 4

Propuestas para una crítica sofisticada

Nota. Izquierda: (LI-28) Sebastián Errázuriz [@sebastianstudio] (16 de mayo de 2019) *Only a country of France's incredibly vast cultural heritage could afford to voluntarily loose of one of its most cherished monuments (...).* Instagram. <https://www.instagram.com/p/BxidjnPhX9L/> Reproducido con permiso del autor (2021). Derecha: (LI-30) Shepherd Studio [@sheperd.studio] (11 de junio de 2019) *Divine Intervention As a response to Notre-Dame's tragic fire, 'Divine intervention' stands as an inflatable balloon-like protective layer (...).* Instagram. <https://www.instagram.com/p/Bykr9IPhEmN/> Reproducido con permiso del autor (2021).

de usuarios de redes sociales, el cual, a su vez, ampliaba el radio de acción promocional al captar la atención de otros medios.

Todas estas imágenes tuvieron la facultad de originarse, replicarse y difundirse por sí mismas. En este sentido, al aplicar una evaluación cuantitativa despojada de matices, se puede comprobar, transcurridos casi dos años desde su publicación original, su capacidad de supervivencia en términos de resultados de motor de búsqueda en internet. En esta valoración también es significativa la tasa de interacciones que cada imagen generó en las redes sociales *likes* y *retweets*, aunque se hace mucho más compleja de cuantificar en términos de impacto, ya que este no depende exclusivamente de su alcance, es decir, del número de seguidores directos. Resultados e interacciones son una clara muestra de cómo la supervivencia anacroniza la base cronológica del diagrama, y, por lo tanto, lo aproxima a un modelo warburgiano, ya que las imágenes continúan en el presente de forma sintomática del mismo modo que lo hacen en este artículo. Ello permite encontrar en dicha supervivencia un valor diagnóstico, pero, en ningún caso, valor pronóstico (Didi-Huberman, 2018, p. 58). Asimismo, junto con el tiempo, también la noción de autoría se disuelve, pues, en su sentido más amplio y flexible, un *like* o un *retweet* a una imagen equivalen a una apropiación con la que se reconoce de manera pública un

determinado valor simbólico: con un simple clic, cada usuario pudo otorgar un carácter oficial y dar visibilidad a su propia lectura de aquellos mensajes icónicos (Fontcuberta, 2016).

Al examinar la retórica de estas imágenes se evidencia su eficacia en el discurso social, su capacidad de persuasión en la articulación de la discusión pública y su influencia en la consolidación de determinadas posiciones en relación con la convocatoria abierta para la reconstrucción de la catedral. Aquel gesto contemporáneo convocado improvisadamente por Macron fue sustituido por una firme postura conservadora para su reconstrucción, alineada con Villeneuve; un cambio en absoluto ajeno al fenómeno mediático generado en esta primera etapa. El mosaico recoge las imágenes que dieron respuesta inmediata a aquella posible consulta por parte del gobierno francés. Todas ellas mostraban cualidades retóricas distintas, pero ligadas según su relación con lo representado. La catedral como símbolo de lo colectivo se significaba también como icono para las firmas de autor; un icono que, al mismo tiempo, a través de los memes, se transformaba en indicio febril del creciente recelo ante este tipo de convocatorias en las que, inevitablemente, resonaban ecos de polémicas precedentes en la historia de los *chantiers du president*. No por casualidad, el término remite a como se conoce comúnmente en Francia a este



tipo de grandiosos proyectos para París promovidos por las élites de la clase política y, en su mayoría, vinculados con concursos de arquitectura internacionales con una larga tradición que se remonta los *grands travaux* del Barón Haussmann (Ramírez, 1992, p. 174): el Beaubourg (1970), el Parc de La Villette (1976–82), La Grande Arche de La Défense (1982), etc.

El imaginario asociado al concurso como arquetipo civilizatorio occidental basado en el Mito de Agón de la competencia griega, con profundas significaciones culturales igualdad de oportunidades devenidas en construcción social institucionalizada garante de calidad y distinción, acabó disolviéndose en su propio entramado de representación virtual. Durante este período, el proyecto de ley fue aprobado con enmiendas por el Senado, y continuó el camino hacia su promulgación final. El concurso se descartó como método y los agentes patrimoniales se inclinaron por una reconstrucción a origen para el templo. La etapa más efervescente del fenómeno viral de imágenes quedó cerrada y dejó paso a la siguiente en la que los concursos promovidos por plataformas web independientes tomaron, más tímidamente, el relevo visual, dando por terminado el fenómeno una semana después⁹. Estas convocatorias populares contaban con los precedentes de la etapa anterior, así como con las decisiones del gobierno, por lo que, probablemente, muchas posturas ya discutidas fueron asimiladas en sus procesos. Concretamente, en el concurso con el lema "The People's Notre-Dame Design Competition de Design Class", aunque los seis finalistas operaron siguiendo las estrategias de intervención del período previo,

la propuesta ganadora mantenía la presencia de la emblemática aguja (L3–31). El hecho de que el equipo ganador fuese de origen asiático expandió todavía más el fenómeno al ser publicado en nuevos medios de divulgación (*China Daily*).

Discusión: concursos, simulacros y cultura de masas

El concurso de ideas de arquitectura es habitualmente interpretado como un método de investigación para la disciplina. Implica un procedimiento relativamente preciso que permite establecer paralelismos con los tiempos de la actividad científica: observación–convocatoria, hipótesis–bases, experimentación–anteproyectos, conclusiones–fallo y difusión–publicación. Estudios llevados a cabo por historiadores como Hélène Lipstadt (2003) o Barry Bergdoll (1989) este último signatario de la mencionada carta a Macron han calificado este tipo de consultas abiertas como cruciales en la evolución de la profesión de la arquitectura; la propia historicidad del procedimiento del concurso lo ratifica como espacio tradicional de experimentación en el que plantear líneas de trabajo innovadoras. Lipstadt, apoyándose en la teoría sociológica de Bourdieu, ha puesto de relieve la autonomía implícita en el proceso de proyecto asociado a un concurso, y cómo cuando los arquitectos participan en una convocatoria, su práctica deja de ajustarse a la de otras profesiones (médicos, abogados, etc.) para aproximarse a la de los artistas, algo que permite asimilarlo a un campo de producción cultural (2003). Específicamente, Lipstadt sustenta su tesis en la teoría de los campos culturales que Bourdieu aplicó

Figura 5
Propuestas de intervención mediante cristalización y emulación

Nota. Izquierda: (L3–17) Fuksas Architects [@fuksas_architects] (25 de abril de 2019). *Massimiliano and Doriana Fuksas' proposal for Notre-Dame de Paris, France. "I imagine a crystal pinnacle of Baccarat for the new Notre-Dame" (...).* Instagram. <https://www.instagram.com/p/BwrDFZ8AbBy/> Reproducido con permiso del autor (2021).
Derecha: (L5–16) DRIFT [@studio.drift] (6 de mayo de 2019). *Let the Notre-Dame become a monument of the future instead of the past (...).* Instagram. https://www.instagram.com/p/BxIA_Itdrgq/?hl=en Reproducido con permiso del autor (2021).

a las artes puras y propone esta traslación al asimilar a dichas artes la práctica arquitectónica desarrollada en una competición.

No obstante, la teoría de campos culturales de Bourdieu (1995) también admite su aplicación al campo científico. Esta cuestión conecta con el inicio de esta discusión, pues los lugares y las prácticas arquitectónicas, desde la Ilustración hasta la revolución digital presente, han evolucionado de tal modo que, aquellos inicialmente descritos en términos tomados de la Academia (estudio, creación, obra), cada vez más son referidos en términos científicos (laboratorio, experimentación, investigación). Aparentemente, el dilema de si la arquitectura es un arte o una ciencia comienza a conceder un mayor peso a la segunda proposición. En cualquier caso, sea artística o científica, esta autonomía referida a la labor del arquitecto que participa en una consulta propicia que existan propuestas tan influyentes como la vencedora y que el capital simbólico ganado por sus autores, en su condición de participantes distinguidos, pueda convertirse, a su vez, en otra forma de capital. En este sentido, como sostiene el arquitecto y teórico Patrik Schumacher en su propuesta de teoría general de la arquitectura, la autonomía relevante en los concursos no es la autonomía individual del arquitecto, sino la autonomía de la disciplina de la arquitectura como sistema autopoietico (2011).

Schumacher se apoya en el concepto de autopoiesis tomado, como se ha apuntado, de los biólogos Humberto Maturana y Francisco J. Varela (2004) y, a su vez, trasladado por Niklas Luhmann a su teoría sociológica. La teoría de los sistemas sociales de Luhmann proporciona un constructo completo de la sociedad sobre la base de que tales sistemas son concebidos como sistemas de comunicaciones. La aplicación de este aparato teórico a la arquitectura ofrece un marco coherente que permite que esta se analice a sí misma en comparación con otros subsistemas de la sociedad como el arte, la ciencia y la política. Según esta teoría, las comunicaciones funcionarían solo dentro de los sistemas de comunicaciones que delimitan su horizonte de comprensión y restringen su conectividad (Luhmann, 2000, p. 17). Por lo tanto, la disciplina de la arquitectura podría teorizarse como un sistema de comunicaciones diferenciado, y su la autopoiesis residiría en su proceso de comunicación en curso: un infinito proceso que produce una formación en enjambre de elementos con referencias cruzadas (Schumacher, 2011).

Sin embargo, aunque en esta teoría es axiomático que las comunicaciones solo existan dentro de cada sistema, la cuestión sustancial de si la arquitectura constituye un sistema unificado se abre a una discusión a través de un análisis y un argumento con base empírica como es el ejemplo presentado de Notre-Dame. Su estudio de caso demuestra cómo el concurso de arquitectura y la comunicación de sus resultados han pasado de estar en manos de una decisión

derivada de un procedimiento reglado y circunscrito, a lograr su emancipación gracias a los mass media. Mediante la difusión de las imágenes con relación al caso, la masa total de comunicaciones se conectó a una escala global y con una velocidad insólita. Esta virilidad fue posible porque dicha comunicación operó sometida al orden visual dominante de la era de la imagen electrónica.

Así pues, el no-concurso de arquitectura se transformó en una atalaya mediática desde la que diversos emisores pudieron lanzar sus propuestas a través de proyectos cuya expresión gráfica quedaba condensada en imágenes con formato post y, aunque estas se podrían seguir considerando a priori autónomas y desprendidas de la lógica del beneficio económico, cabría pensar hasta qué punto la presunción de esa factible dimensión pública y sus capitales derivados terminaron por afectar a la pureza de dicha autonomía. Esta perversión pudo alimentar ciertas dinámicas mercantiles fundamentadas en el consumo de contenidos. El análisis cualitativo y cuantitativo sugiere que las imágenes con resultados más significativos no sedujeron por la mediación que la representación suponía entre el modelo simulado y el futuro potencial construible, sino en cuanto a productos capaces en sí de revalorizarse socialmente según una lógica simbólica.

El fenómeno viral del no-concurso para Notre-Dame y la consecuente inflación icónica de propuestas no contaban con un procedimiento evidente; las imágenes carecían de conexión reglada con su referente y simulaban una discusión intrínsecamente mediada como consecuencia de dicha desconexión. Aplicando la teoría luhmanniana, Schumacher entiende los concursos públicos de arquitectura como un mecanismo específico de acoplamiento estructural entre dos subsistemas complejos como son la arquitectura y la política (2011). Esto invita a reflexionar en qué medida el fenómeno viral acontecido podría haber condicionado dicho acoplamiento, precipitando la evasión de una convocatoria oficial por parte del gobierno y el blindaje de los términos de la intervención. Se trataría, pues, de una anomalía que, de haber sido transformada en subterfugio, hasta cierto punto sería asimilable a la idea de "simulacro" desarrollada por Jean Baudrillard para la posmodernidad, la cual insiste en atravesar las sociedades contemporáneas, imponiendo una constante confusión entre sentido y signo; una simulación tal que, llevada hasta el extremo, conduce a eliminar el primero por el segundo (1978)⁹.

En el caso de la reconstrucción de la catedral, el sentido de una consulta de arquitectura oficial como posible campo de discusión acabó representado por los signos derivados del concurso como simulacro. Esto validaría a Baudrillard en su hipótesis: "la evolución lógica de la ciencia consiste en alejarse cada vez más de su objeto hasta llegar a prescindir de él" (1978, p. 17). Un alejamiento que ya evidenciaba Thomas Weaver

para la investigación en arquitectura, y que conlleva enfrentarse a la "alarmante consecuencia de que los edificios sean irrelevantes para los arquitectos", hasta el punto de que, "en lugar de hacer cosas finitas en el mundo real, solo especulemos sobre conexiones abiertas en un mundo virtual" (2018, p. 37). No obstante, aún cabría pensar si realmente una ciencia que pierde así su objeto de estudio desaparece como tal o, como afirmaría Thomas S. Kuhn, solo está aconteciendo en ella una revolución con sus consiguientes cambios de paradigma (1990). Si la autonomía de la arquitectura reside en el concepto de autopoiesis tomado de la biología, como sostiene Schumacher (2011), este podría llegar a unificar los componentes real y virtual a través de un concepto más abstracto: la comunicación. En este sentido, ningún sistema vital de comunicación autopoietica puede permitirse quedarse atrás cuando se trata de actualizar su sofisticación comunicativa de acuerdo con los avances logrados en otras partes de la comunicación social (Luhmann, 2000). En efecto, si el concurso de arquitectura continúa presentándose como un mecanismo de acoplamiento estructural entre sistemas que propicia la autonomía de la disciplina ¿sería posible que la anomalía del fenómeno viral de Notre-Dame esté señalando un cambio de paradigma en su procedimiento?

Esta última posibilidad es la que incita a interrogar este torbellino de imágenes desde una actitud crítica integradora en lugar de apocalíptica (Eco, 1995). De este modo, en lugar sucumbir a su cómoda banalización, ello permitiría entender sus ensamblajes e impulsos y, así, ofrecer nuevos elementos de discusión a un campo de debate todavía mayor dentro y fuera de la disciplina. Es decir, indagar en su permeabilidad con otras áreas donde este tipo de estrategias de comunicación propias de la cultura de masas cobran cada vez más protagonismo. Como afirma Joan Fontcuberta, "estamos instalados en el capitalismo de las imágenes y sus excesos, más que sumirnos en la asfixia del consumo, nos confrontan al reto de su gestión política" (2016, p. 9). Las bases de su manifiesto postfotográfico son fácilmente extensibles al ámbito del no-concurso de arquitectura esto es, del simulacro en la medida en la que estas consultas, atendidas cada vez más a través de la inmediatez de la imagen, sigan presentándose como un espacio diverso de producción y discusión global no solo arquitectónica, sino también artística, científica, social y cultural.

Conclusiones

El estudio visual del mosaico de imágenes que conformaron el fenómeno viral acontecido tras el incendio de la icónica catedral francesa, junto con la exploración del complejo engranaje en el que estas hicieron su vertiginosa aparición, han permitido armar un marco de interpretación de las ideas más reconocibles y recurrentes en las diversas figuraciones con las que, durante aquellos meses de 2019, se puedo especular

libremente sobre el futuro de Notre-Dame. En este acercamiento, aunque se han detectado dos etapas, destaca especialmente la efervescencia visual la primera. En su conjunto, las imágenes mostraron su capacidad para articular un campo cultural abierto al debate público en torno al posible concurso, al monumento y a su reconstrucción; una discusión hasta ahora reservada a unos saberes expertos y circunscritos.

Aunque es evidente que todas estas imágenes vehicularon el pensamiento y la acción, resulta difícil precisar en qué medida el fenómeno pudo condicionar la decisión del gobierno francés de blindar la catedral a cambios sustanciales. Por el contrario, sí puede afirmarse con rotundidad que la anomalía acontecida ha fisurado el hermético procedimiento del concurso de arquitectura tradicional, invalidándolo como tal para el objeto de estudio en cuestión, pero, al mismo tiempo, abriéndolo a diversos órdenes visuales propios de la cultura de masas. Se trata de un nuevo paradigma en el que el contorno mediático asociado al modelo de consulta arquitectónica abierta se atisba como un constante flujo de emisiones sin fronteras que lo acoten. Negar dicha anomalía o asimilarla como el preludio de una *nueva normalidad* abre otra discusión que trasciende la presente investigación.

El pensamiento contemporáneo aún trata de absorber toda esta serie de fenómenos mediáticos fundamentados en la lógica de la instantaneidad; un contexto en el que lo líquido continúa siendo la mejor metáfora. En efecto, suspendida, ingravida en esa liquidez, queda la cuestión sobre cómo los antiguos paradigmas asociados al método del concurso de arquitectura serán reemplazados, o si estos acabarán reduciéndolo a un mero simulacro. Hasta entonces, la aguja de Viollet-le-Duc, la catedral de Víctor Hugo, el monumento de la Humanidad permanece a la espera de nuevas revoluciones.

Referencias

- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y simulacro*. Kairós.
- Baudrillard, J. (1980). *El intercambio simbólico y la muerte*. Monte Ávila Editores.
- Bergdoll, B. (1989). Competing in the Academy and Marketplace: European Architecture Competitions 1401-1927. En H. Lipstadt (Ed.). *The experimental Tradition. Essays on Competitions in Architecture* (pp. 21-51). Princeton Architectural Press.
- Bommelaer, C. (3 de junio de 2019). L'architecte en charge de Notre-Dame: Il faut refaire la flèche à l'identique». *Le Figaro*. <https://www.lefigaro.fr/culture/philippe-villeneuve-architecte-de-notre-dame-une-partie-de-moi-s-est-effondree-avec-notre-dame-20190603>
- Bourdieu, P. (1995). *Las reglas del arte: génesis y estructura del campo literario*. Anagrama.

Didi-Huberman, G. (2018). *La imagen superviviente. Historia del arte y tiempo de los fantasmas según Aby Warburg*. Abada.

Eco, U. (1995). *Apocalípticos e integrados*. Lumen.

Equy, L. (18 de abril de 2019). Notre-Dame: chez les politiques, le concours de flèches. *Libération*. https://www.liberation.fr/france/2019/04/18/notre-dame-chez-les-politiques-le-concours-de-fleches_1722225

Fontcuberta, J. (2016). *La furia de las imágenes. Notas sobre la postfotografía*. Galaxia Gutenberg.

Guay, B. (18 de abril de 2019). Notre-Dame: Monsieur le président, ne dessaisissez pas les experts du patrimoine! *Le Figaro*. <https://www.lefigaro.fr/vox/societe/notre-dame-monsieur-le-president-ne-dessaisissez-pas-les-experts-du-patrimoine-20190428>

Hergé (1981). *Les Aventures de Tintin. Objectif Lune*. Casterman.

Hugo, V. (2008). *Nuestra Señora de París*. Alianza Editorial.

Kuhn, T. S. (1990). *La estructura de las revoluciones científicas*. Fondo de Cultura Económica.

León-Casero, J. y Cámara-Menoyo, C. (2015). La arquitectura de la seducción: un análisis de las arquitecturas digitales en la sociedad de consumo. *Arte, Individuo y Sociedad*, 27(3), 447-462. https://doi.org/10.5209/rev_ARIS.2015.v27.n3.46485

Lipstadt, H. (2003). Can art professions be bourdieuean fields of cultural production? The case of the Architecture Competition. *Cultural Studies*, 17(3-4), 390-419. <https://doi.org/10.1080/0950238032000083872>

Loneragan, H. (2020). Pools, Carparks and Ball-Pits: Or why the Notre-Dame Restoration Competition is a Meme. *Footprint*, 4(1), 126-136. <https://doi.org/10.7480/footprint.14.1.4301>

Luhmann, N. (2000). *La realidad de los medios de masas*. Anthropos; Universidad Iberoamericana.

Maturana, H. R. y Varela, F. J. (2004). *De máquinas y seres vivos: autopoiesis, la organización de lo vivo*. Editorial Universitaria; Lumen.

McLuhan, M. (1989). *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*. Diana.

McLuhan, M. (2011). *The Mechanical Bride: Folklore of the Industrial Man*. Duckworth Overlook.

Mitchell, W. J. T. (2017). ¿Qué quieren las imágenes? *Una crítica de la cultura visual*. Sans Soleil.

Mitchell, W. J. T. (2019). *La ciencia de la imagen. Iconología, cultura visual y estética de los medios*. Akal.

Nissenbaum, A., & Shifman, L. (2018). Meme Templates as Expressive Repertoires in a Globalizing World: A Cross-Linguistic Study. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(5), 294-310. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmy016>

Ramírez, J. A. (1992). La persistencia de los «grands chantiers» y los nuevos edificios rituales. (Una crónica de París), En J. A. Ramírez. *Arte y Arquitectura en la época del capitalismo triunfante* (pp. 173-182). Visor.

Sauvaget, B. (9 de julio de 2020). Notre-Dame: vers une restauration à l'identique. *Libération*. https://www.liberation.fr/france/2020/07/09/restauration-de-notre-dame-un-retour-a-son-dernier-etat-connu-serait-privilege_1793709

Schumacher, P. (2011). *The autopoiesis of architecture. Vol. I: A New Framework for Architecture*. Repredn, John Wiley & Sons.

Weaver, T. (2018). *Contra la investigación*. Ediciones ARQ.

Notas

- 1 Recibido: 2 de diciembre de 2021. Aceptado: 7 de julio de 2022.
- 2 Grupo de Investigación GIA-EDE (Grupo de Investigación en Arquitectura: Experiencias del Entorno). Universidad de Alicante. Contacto: asuncion.diaz@ua.es
- 3 En el capítulo II "Esto matará a aquello" del Libro V, Claude Frollo —infame archidiácono— mostraba su desconfianza hacia los efectos de la imprenta moderna.
- 4 El plazo de cinco años propuesto por Emmanuel Macron estaba cargado de intencionalidades, pues haría coincidir la inauguración del templo con los Juegos Olímpicos de París de 2024.
- 5 En efecto, Phillipe Villeneuve, partidario de devolver Notre-Dame a su estado anterior, expuso su postura ante la Comisión Nacional del Patrimonio y la Arquitectura. Finalmente, Emmanuel Macron se posicionó a su favor.
- 6 En su prefacio a *The Mechanical Bride*, McLuhan hacía referencia al cuento corto *A Descent into a Maelstrom* de Poe, en el que un marinero al verse atrapado en un huracán salva su vida cooperando con la acción de los remolinos. Su método "mosaic approach" implica una forma de escritura y lectura no lineal.
- 7 Inspirado en el cohete lunar de la portada de *Les Aventures de Tintin. Objectif Lune* de 1953 de la serie de cómics de Hergé.
- 8 Destacan la convocatoria de la plataforma *Design Class* bajo el lema "The People's Notre-Dame Design Competition" con lanzamiento el 9 de mayo y fallo en julio, y la de *reThinking* bajo el lema "Rethinking Notre-Dame" con lanzamiento el 14 de junio y fallo en octubre, ambas en 2019.
- 9 Se alude al "tercer orden de simulacro" en el que la "simulación" es el esquema dominante caracterizado por la precesión del

modelo sobre el hecho (Baudrillard, 1980, p. 59). En este sentido, simulacro es, por un lado, no-realidad y, por otro, hiperrealidad (más real que lo real). Aplicado al caso de estudio, si bien el concurso no se llegó a convocar oficialmente (no fue real), sí hubo una declaración de intenciones por parte del gobierno que propició la génesis de un no-concurso en el que distintos emisores lanzaron propuestas a través de los mass media en clave de competición. Su propagación fue tal, que la simulación de lo real (el no-concurso), acabó siendo más real, tanto, que la supuesta realidad (el concurso real oficial) no fue necesaria.