

CIUDADES (IM) PROPIAS: LA TENSIÓN ENTRE LO GLOBAL y LO LOCAL



CIUDADES (IM) PROPIAS: LA TENSIÓN ENTRE LO GLOBAL y LO LOCAL

**II Congreso Internacional
Arte y Entorno.
Ciudades globales,
espacios locales**

Valencia 1, 2 y 3 de Diciembre de 2009

**Salón de actos y salón de grados, edificio Rectorado
Universitat Politècnica de València**

PUBLICACIÓN

Dirección

Luis Armand

Subdirección

David Pérez

Consejo editorial

Joaquín Aldás, Luis Armand,

Constancio Collado, José Manuel Guillén,

Joan Lloveria, Eva Marín, Joan Bta. Peiró

Comité de trabajo

Juan Canales, Silvia Molinero, Dolores Pascual,

Paula Santiago

Diseño

Francisco de la Torre

Maquetación

Silvia Molinero

Apoyo redacción

Gustavo Morant

Traducción

Área de Apoyo Lingüístico a la I+D (UPV),

Redacción CIAE, Carlos García, João Bernardo

Santos, John Joseph Vélez

Imágen portada

Guillermo Aymerich

Imágenes

©Los autores

Textos

©Los autores

Edita

Centro de Investigación Arte y Entorno, (CIAE)

Universitat Politècnica de València, (UPV)

Imprime:

LA IMPRENTA

ISBN: 978-84-694-2906-8

Depósito Legal:

Valencia, Abril de 2011.

ÍNDICE

Presentación, JUAN JULIÁ IGUAL.....	11
Ciudades globales, espacios locales, JOAN LLAVERIA.....	13

CONFERENCIAS

La urgencia de pensar lo urbano: la política del habitar y el habitar de lo político, DAVID PÉREZ	19
Paisaje urbanístico orientado, LISA BABETTE DIEDRICH.....	25
A favor del espacio público, JOSEP RAMONEDA.....	41
Intervenciones en megaciudades, NELSON BRISSAC.....	55
Estancias Creativas en Albarracín: paisajes interiores, ALEJANDRO RATIA...	75

MESA REDONDA

Ecourbanismo. Estrategias locales para una ciudad habitable

Repensando la ciudad habitable, JOSÉ ALBELDA.....	95
Crisis y reconquista del espacio público, JOAN OLMOS.....	99
Notas sobre urbanismo, seguridad y tolerancia: del cero al infinito, MANUEL SARAVIA	107
Las supermanzanas: reinventando el espacio público, reinventando la ciudad, SALVADOR RUEDA.....	123

PROYECCIONES

Modelos urbanos

Presentación, PAULA SANTIAGO	135
El parque de Ibirapuera de São Paulo. La puesta en escena de un sueño, CARLOS LACALLE.....	141
El papel del arte contemporáneo en el proceso político de cambio de orden de las ciudades contemporáneas, WENCESLAO GARCÍA.....	153
El espacio público una especie amenazada. Catálogo de agresiones, decálogo para su recuperación, FERNANDO GAJA	165
Funcionalidad y estética de los entornos comerciales urbanos, EDUARDO PASCUAL.....	175
La experimentación del espacio: arte y arquitectura, MAIA ROSA MANCUSO .	187
Las exposiciones universales: innovación, arte y ciudad, LAURA LIZONDO, JOSÉ SANTATECLA, JORGE MARTÍN y BERTA PÉREZ-ACCINO	200
Cine y barrios marginales en España, ARAMIS ENRIQUE	211

Arte y paisaje cultural

Presentación, JAVIER CLARAMUNT	229
Memoria canalla, JUAN CANALES	233
El cartel desterrado, BOKE BAZÁN	241
Tipografías callejeras o la tipografía como actitud, NURIA RODRÍGUEZ.....	255
Recuperando el valor de lo sagrado en el bosque: Arte y acción de grupo en el parque Garajonay, SUSANA GUERRA, ATILIO DORESTE y PEP MATA	263
Intersticios urbanos: reflexiones a partir de un caos, ATILIO DORESTE	273

Arte, espacio público y participación ciudadana

Presentación, ALBERTO JOSÉ MARCH.....	285
Alcobendas: Un modelo de gestión de la escultura pública, JAVIER GÓMEZ ..	289
Las Ruinas de Fratelli Vita, VIGAGORDILHO.....	301
La feria de São Joaquim, en la ciudad de Salvador, Bahía, como espacio de reto creativo, GIOVANA DANTAS.....	313
EIKON: Resonancias visuales de un paisaje ausente, TINA PIMENTEL	323
De las prácticas transversales a las investigaciones extradisciplinarias: la constitución del Outsite, MIJO MIQUEL	339
Circuitos de género, roles adquiridos y economías globalizadas. Reactivando contrageografías humanas, MAU MONLEÓN.....	351
Arte, espacio público y participación ciudadana en la obra de Francis Alÿs, JESÚS SEGURA	363
Escultura pública: estímulo turístico y transgresión de fronteras. La Naturaleza y el Objeto como factores de creación artística. 2 obras concretas, FELIPE FERRER e IRMA ORTEGA	375
Arte e interacción social. Propuesta de intervención de los estudiantes de la Facultad de Bellas Artes de la Universidad de Málaga en el espacio público, ROCÍO SACRISTÁN	383
Espacio público y participación ciudadana en Valencia: los “Salvem”, INMACULADA LÓPEZ	395
Proyecto Metro Valencia 2008/2009, VICTORIA CANO	407
Arte y Salud: proyecto cuidart del Hospital de Denia, ALICIA VENTURA	413
Ciudad invadida, GUILLERMO AYMERICH.....	419

Tipografías callejeras o la tipografía como actitud / Street Typography or Fonts as Attitude.

Nuria Rodríguez

Artista, diseñadora gráfica y profesora del Departamento de Pintura de la Facultad de Bellas Artes de San Carlos, Universitat Politècnica de València. Doctora en Bellas Artes. Miembro del Centro de Investigación Arte y Entorno.

Resumen: Estudio sobre los mecanismos visuales de las letras en el entorno urbano. En la ciudad, conviven señales tipográficas elaboradas por artistas y diseñadores que concurren en la configuración de procesos comunicativos potentes y eficaces, cuya estrategia retórica aprovecha el carácter objetivo del texto frente a la subjetividad de la imagen. Elementos como la escala, el color o el nexo entre texto e imagen son recursos utilizados en los proyectos artísticos que conviven en el espacio público junto a otros mensajes de carácter publicitario, informativo o de señalización.

Palabras clave: Tipografía, espacio público, comunicación, diseño gráfico, imagen.

Abstrac: *Study of visual mechanisms of the letters in the urban environment. In the city, live typographical signals produced by artists and designers who come together in the setting of potent and effective communication processes, as a rhetorical strategy leverages the objective nature of the text in front of the subjectivity of the image. Elements such as scale, color, or the link between text and image are resources used in art projects living in public space with other messages of advertising, informative or signalling.*

Key words: *Typography, public space, communication, graphic design, image.*

La ciudad como espacio colectivo y de fusión de experiencias

A la hora de titular este breve discurso en torno al tema de la tipografía en el entorno urbano, ya me surgió la posibilidad de plantear dos territorios, en los que podría ir desplazándome, emulando el transitar ilegal de Philippe Petit sobre las Torres Gemelas del World Trade Center de Nueva York.

Esta excéntrica imagen que propone el funambulista Philippe Petit, al recorrer el acero tensado, permite que coloquemos en un extremo del alambre, el cartel luminoso *tipografías callejeras*. Este letrero hace referencia a la tipografía *flâneur*, al hervidero tipográfico de la ciudad, en el que se concentra, a través de múltiples formatos o soportes, un vastísimo archivo de letras como *formas visuales que responden al espíritu de la época* (Adrian Frutiger).

En el otro extremo del cable, una proclama inscrita en un rótulo alternativo: *la tipografía como actitud*, paradigma semántico que propone un escenario adecuado para el análisis de algunas propuestas elaboradas por artistas o diseñadores que utilizan las paredes de las calles, las fachadas de los edificios, señales, pancartas o anuncios, como instalaciones artísticas que forman parte de este particular *container* de lo público.

Cuando Abraham Moles, escribió: *Cerrad los museos. El arte está en la calle*, invocaba el espíritu de la vanguardia urbana, donde el cartel funcionaba como elemento regulador de la comunicación visual. Cabe preguntarse si una ciudad que alberga mensajes textuales diversos, ociosos y propagandísticos puede generar una actitud reflexiva en el transeúnte que marcha por calles y avenidas, o si, por el contrario, la entropía del signo produce escasas conexiones en la *zozobra del caminante* (Sergio Chejfec).

Como hemos aventurado, vamos a ir deambulando de manera intermitente, con la cadencia del tiempo que marca la luz de los carteles luminosos, a través de un recorrido febril y latente, las azoteas de la ciudad para observar, desde esta perspectiva privilegiada, la ciudad de las Vegas. Ante el asombro de su representación emblemática, nos preguntamos ¿Puede la tipografía configurar la identidad de una ciudad?, parece que en su caso, la respuesta adquiere un tono afirmativo. Esta exhibición de letreros de neón, destellos luminosos y convivencia tipográfica del caos, es el cuño tipográfico de la metrópolis capitalista.

Pero también nos surge otra cuestión que refleja el propósito inicial de la ciudad de las vanguardias: ¿Podemos proponer un escenario creativo y culto, diseñado con coherencia, bajo las promesas de la razón tecnificada?

A propósito de esta reflexión, Rafael Argullol comentaba en la conferencia *Lo que llamamos arte existirá*¹, lo extraordinariamente chocante que fue descubrir, en una exposición retrospectiva de los grandes proyectos para construir la ciudad nueva, para la sociedad nueva, para el hombre nuevo, que era el Moscú nuevo patrocinado por Stalin, *un proyecto presentado por Le Corbusier que consistía, ni más ni menos, que en destruir prácticamente todo Moscú. Como se trataba de hacer una ciudad nueva, se proponía hacer una ciudad de planta nueva para el hombre nuevo -y, añade Argullol- quizá con el elemento un tanto demoníaco (que no es ajeno a la modernidad).*

Desde que en el siglo XVIII, se comenzara con la tarea que revisa la idea de jerarquía, las formalizaciones de la ciudad, responden a una temporalidad concreta, es decir, se suceden en el espacio urbano, intervenciones, materiales, texturas y construcciones como sustratos de la memoria, como signos de la historia de la civilización.

Desde esta perspectiva, no nos inclinamos hacia la sugerencia que proponía Le Corbusier: eliminar todo rastro de la memoria colectiva para proyectar un espacio puro e irreal con el propósito de generar la imagen de una nueva ciudad. Son numerosos los ejemplos, que me vienen a la memoria, oportunidades que se han proyectado y planificado para responder a esta premisa de la reforma urbana, pero siempre, debajo de este espíritu renovador y optimista, aparece el patrón de lo humano, *eros* y *tanathos* sobrevolando el espacio.

Joan Costa, teórico del diseño, en su libro *Diseñar para los ojos*², proponía una tabla gráfica muy interesante en la que desglosaba, en función del formato de comunicación: cartel, anuncio, embalaje, catálogo o memoria anual, el tiempo de percepción que el espectador dedica a la lectura de una imagen, cuánto tiempo destina para encontrar aquella información pertinente que sacie su curiosidad. Lo cierto es, que los tiempos de percepción visual, se han reducido mucho debido a que hemos incrementado nuestra capacidad para descifrar códigos visuales, -en una operación inversa que se desplaza hacia un predominio de la imagen frente al texto-.

Es sorprendente el dato que aporta en este libro, tan sólo dedicamos entre 1 a 20 segundos para interpretar el mensaje informativo de las imágenes. Este acelerado proceso de descarte, propone un cambio de paradigma de lo textual a lo visual, que fue brillantemente expuesto por Vilém Flusser en su texto *La sociedad alfanumérica*:

*La lectura de las letras demanda un esfuerzo más grande que la lectura de ideogramas, es más incómoda. Po lo mismo, hace imposible una recepción no crítica de las informaciones. El seguimiento de las líneas es una gimnasia crítica del pensamiento*³.

Tipografía callejeras, el nuevo paradigma textual para artistas y diseñadores

Llegados a este punto, nos parece interesante, comentar dos intervenciones que han irrumpido recientemente en el espacio público y que facilitan nuestra comprensión sobre las ideas que hemos desarrollado sobre la ciudad como espacio colectivo.

Por un lado, la revista *Is not a magazine*⁴ de origen australiano que se distribuye de manera gratuita y poco convencional sobre muros y paredes, como si fuera un cartel o un anuncio publicitario de grandes dimensiones. De hecho, esta revista es una página de 100 x 70, impresa a dos colores y pegada como cualquier cartel sobre un muro en la ciudad. Su nombre ya nos indica cual es la estrategia escogida por los editores: *No es una revista*. Sin embargo, sus contenidos se adaptan al formato habitual de este tipo de publicaciones con grandes titulares y desarrollo de noticias con ilustraciones y fotografías. La otra propuesta que nos interesa destacar, es la inteligente campaña que ha realizado la agencia Saatchi & Saatchi en Polonia para sensibilizar a la población sobre el reiterado problema de la tortura. En la imagen podemos ver el retrato de un hombre amordazado cuya imagen ha sido colocada en el tronco de un árbol que, de nuevo, ha sido fotografiada. Este recurso laberíntico de la imagen, enfatiza el mensaje y provoca una actitud reflexiva sobre un problema constantemente denunciado.

Rosa Olivares comenta, a propósito de la cualidad experimental del espacio público, que la ruptura radical con los soportes tradicionales amplifica el poder comunicativo de la imagen. En esta dirección se encuentran algunos de los proyectos desarrollados por Ken Lum, cuyo discurso estético propone cuestiones sobre la identidad en vallas publicitarias que le permite alojar imágenes de grandes dimensiones. Utiliza recursos de diseño gráfico muy potentes: letra de palo para titulares, contrastes fuertes de color, en el que se favorece la legibilidad del texto. Esta intervención, en un espacio destinado y creado para la publicidad de marcas comerciales, genera un extrañamiento en la mirada del paseante que no se encuentra ante el habitual mensaje que le incita a la compra de algún producto determinado.

Otro ejemplo interesante, es el proyecto que las artistas Toril Goksoyr y Camilla Martens presentaron en la 7ª Bienal de Venecia. También aprovecharon el formato de la valla publicitaria, en el que mostraban la imagen de dos mujeres recostadas, como si fueran *la Olimpia* de Manet, y que podía visualizarse desde cualquier espacio de la calles, desde el interior de nuestro coche o en el paseo diario al trabajo. Desde este privilegiado lugar, nos otorgaban el papel *voyeur* ante la breve conversación que mantienen: *me gustaría hacer algo importante*, le comenta una a la otra, a lo que le responde: *¿algo político?* La instalación, además se completa con un inmigrante negro que han contratado las artistas, para que, cada cierto tiempo, limpie el cristal de la valla publicitaria y lo deje impoluto.

Exhibir este tipo de obras en las salas de un museo, necesita contar con la voluntad del espectador para visitar la exposición, precisa de la complicidad, el interés y el hábito de acudir a los museos o galerías para disfrutar de la experiencia estética que proporciona la obra en el interior de un museo. Existe por tanto una voluntad aproximativa al artefacto artístico. Sin embargo, algunos artistas actuales, en su interés por conectar con las multitudes, prefieren intervenir en el espacio público donde la recepción del mensaje, se realiza de manera espontánea y directa. *Es en las ciudades donde ocurren los cambios. Es en las ciudades donde todavía es posible que el espacio público ejerza de lugar para el encuentro y contacto, indispensable para el reconocimiento mutuo, que es la base de cualquier forma de convivencia realmente posible. Y son las ciudades las que hacen de nodos de conexión...*⁵

En esta dirección, también están trabajando algunos diseñadores que han desarrollado propuestas para el entorno urbano, en las que muestran su ideología personal. Una de las dificultades con las que se encuentran, en muchos casos, es poder aparecer detrás de los encargos, que en definitiva, suelen ser, el resultado de un trabajo en equipo, en el que predominan otras cuestiones. Sin embargo, su gimnasia personal para conectar con el público, es mucho mayor, ya que el éxito y la continuidad de sus proyectos depende, en gran medida, de la recepción y la acogida de los mensajes que lanzan.

Con este planteamiento, me interesa reseñar los proyectos de Stefan Sagmeister, diseñador alemán que trabaja en Nueva York, y que aborda algunos encargos comerciales desde una perspectiva diferente. Entre sus tesis de trabajo, me gustaría destacar esta frase: *Intento incorporar aquel camino donde el proyecto gráfico me permite incorporar el proceso*. Esta actitud para abordar sus proyectos, ha fomentado, que se hable de una especialidad, dentro del mundo del diseño, que se denomina: *diseño de autor*.

Sagmeister, cada siete años de trabajo inmerso en su estudio, se toma un año sabático que dedica a la investigación en otros proyectos más personales, en los que se marca premisas muy diferentes de las estrictamente comerciales y, se interroga sobre cuestiones de otra índole, como hemos podido leer en la reciente publicación de su libro *Las cosas que he aprendido a lo largo de mi vida*⁶, que recoge en 12 cuadernillos, un decálogo ideológico, a través de sus 21 máximas vitales: *El dinero no me hace feliz*, (proyecto de tipografía infográfica, impreso en lonas de dimensiones variables y que coloca en la fachada del *Casino Linz*) o *Preocuparse no resuelve nada* (proyecto que realiza con la colaboración de los estudiantes de la Facultad de Bellas Artes de Berlín y que elaboraron con perchas negras y blancas una estructura tridimensional en el que la combinación de las perchas permite leer este titular tipográfico) y, por último comentar, *Todos creen que tienen razón* (proyecto escultórico de varios hinchables con la figura de un gorila blanco que sujeta algunas partes de esta frase)⁷.

No sólo la tipografía que invade la ciudad, a través de rótulos y anuncios, tiene una función informativa que contribuye al buen funcionamiento del entorno público. La arquitectura y la planificación urbana dan configuración física al espacio colectivo. Las señales y los rótulos construyen todo un universo de detalles que ayudan al espectador a moverse por las calles de la ciudad. Desde tapas de acceso a los servicios públicos como el gas, teléfono, etc., hasta placas con los nombres de calles. Esta es la estrategia utilizada por Rogelio López Cuenca en el proyecto presentado a la VIII Bienal de Arte de Estambul en 2003. En el que aprovecha los mecanismos de la señalética para proponer un escenario controvertido sobre el centro y la periferia.

Con estas propuestas tipográfica, la palabra se convierte en imagen y mantiene una doble pugna compositiva; si la palabra pierde su significado, no puede ser leída, por lo tanto, su nivel de compresión funciona en el mismo horizonte que un signo gráfico, pero cuando este texto puede ser leído, comprendido, la operación mental que realizamos automáticamente va de un lugar a otro, de la vista al lenguaje, de la compresión al asombro, del juego a la memoria.

Por ello, tanto artistas como diseñadores han aprovechado el mecanismo visual que proporciona la tipografía en la memoria del espectador, que la hace avanzar de manera lineal y procesual. Las proyecciones de Jeeny Holzer sobre las fachadas de los edificios con reflexiones acerca del poder, la guerra, el sexo y el género, entre otros. O las esculturas tipográficas de Robert Indiana o Claes Oldenburg, junto a las esculturas de poesía visual realizados por Joan Brossa para ciudad de Barcelona, o las esculturas del artista Jaume Plensa, que se define a sí mismo como pintor de signos, y trabaja con las letras como estructuras modulares de sus esculturas a gran escala que sitúa en plazas, rotondas o parques. Esta breve enumeración son algunos de los ejemplos más emblemáticos que podemos reseñar.

Conclusiones.

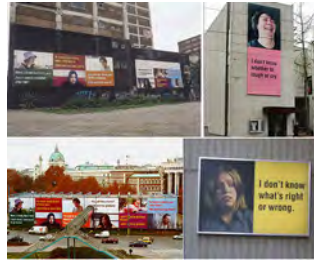
Pero el espectáculo debe continuar y en las ciudades actuales se entrelazan los signos tipográficos, las imágenes fotográficas, las proclamas que incitan al consumo o la propaganda política, aparentemente más amable y correcta pero igual de invasiva y constante. Todo ese enjambre de estímulos e iconos se amalgaman en un intertexto que desborda nuestra percepción y constituye nuestra señalética de la vida cotidiana.

La fascinación de la vida moderna que turbó a Baudelaire, a Simmel o a Benjamín, es hoy un espacio urbano con inflación de señales y reclamos que impone una actividad perceptiva y en el que cada agente visual y cada emisor compete con todo el arsenal de sus recursos para hacerse presente, para que se escuche su mensaje e imponer sus señales.

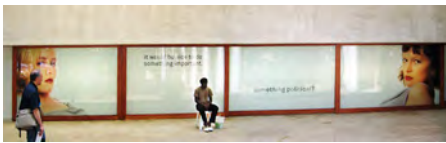
formatos de comunicación	percepción-lectura	predominio relativo imagen - texto
cartel	1-2 seg	
anuncio	2-4 seg	
embalaje	3-5 seg	
anuncio textual	5-10 seg	
folleto a dos caras	8-10 seg	
desplegable	17-20 seg	
catálogo (8páginas)	20-30 seg	
memoria anual 30-50 seg memoria de instrucciones	40-100 seg	



Tabla gráfica. Joan Costa / Revista *Is not a magazine*.



Campaña publicitaria de Saatchi & Saatchi, Polonia / Proyectos publicitarios de Ken Lum.



Proyecto de Toril Goksoyr y Camilla Martens, 7ª Bienal de Venecia.



Cuadernillos de Sagmeister / *Todos creen que tienen razón*, proyecto de Sagmeister.

Este nuevo palimpsesto colectivo es una compleja e inabarcable “avenida” cambiante y acelerada, en la que se dan cita las señales más prosaicas con invitaciones a la reflexión y a todo tipo de recursos, desde los más institucionales, hasta los privados y *amateur*, aquellos que emitimos a diario en una especie de tentativa desesperada de existir en un habitat, en el que solo existe, lo que se manifiesta en el espacio compartido. Se trata de un murmullo de alta intensidad, un fraseo constante que ha ido elevando su tono, como en las discusiones que se va levantando la voz para hacerse escuchar. Los mensajes son rápidamente sustituidos por otros nuevos, las paredes y fachadas de nuestras ciudades, alumbran constantemente nuevos iconos, nuevas fotografías que incluyen una literatura compacta: titulares concisos y asertivos que imponen conductas y exigen atención. Son dogmas cotidianos, latentes y subliminales que se ofrecen desde los cientos de pulpitos que reclaman nuestra complicidad, comprensión y obediencia.

La responsabilidad de los interventores, sus ideas, propuestas y estrategias deben contemplar esa exigencia con un criterio claro y coherente sobre lo colectivo. Con una indiscutible intención de mejorar el aspecto de nuestra ciudad, donde sea posible combinar las iniciativas individuales, la renovación de lenguajes y formas, con la viveza de nuestras calles y la aceptación de sus metamorfosis imprevisibles, como una saludable cualidad que debe escapar siempre de cualquier tentativa de control.

Notas:

¹ ARGULLOL, R. *Lo que llamamos arte existirá si existimos nosotros o el arte del futuro*. Conferencia impartida en la Fundación Juan March (Madrid, 15/12/1998).

² COSTA, J. *Diseñar para los ojos*. Barcelona, Joan Costa ediciones, 2006, págs. 12-18.

³ FLUSSER, V. “La sociedad alfanumérica”, en *Revista austral de ciencias sociales*, ISSN 0717-3202, Nº 9, 2005, págs. 95-110. Recurso en web: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2162295>>. Consultado 12/10/2010.

⁴ Recurso en web: <<http://www.isnotmagazine.org/>>. Consultado el 12/10/2010.

⁵ Esta es la tesis que Josep Ramoneda ha desarrollado recientemente en la conferencia que impartió el 3 de diciembre de 2009, en el *II Congreso de Arte y Entorno: ciudades globales, ciudades locales* y que Paco Bascuñan también recogió en su texto de ingreso en la Academia de Bellas Artes de San Carlos de Valencia, titulado *La deriva tipográfica*. BASCUÑÁN, P. *La deriva tipográfica*. Valencia: Real Academia de San Carlos, Campgràfic, 2009, pág. 49.

⁶ SAGMEISTER, S. *Things I have learned in my life so far*. New York, HNA, 2008.

⁷ También en Valencia, a través del diseñador Boke Bazán, se puso en marcha en el año 2000, un proyecto creativo que aprovechaba el soporte de las vallas publicitarias para albergar las obras de 33 artistas, diseñadores e ilustradores. En este proyecto participaron algunos miembros del Centro Arte y Entorno de la UPV. AA.VV. *Proyecto Valla. Reflexiones urbanas sobre el azar*. Edita Generalitat Valenciana, Consorcio de Museos, 2001. Más información en: <<http://www.bokebazan.com/pages/proyectos.php?id=60>>

ORGANIZACIÓN DEL CONGRESO

Director

Joan Llaveria

Secretario

Luis Armand

Comité científico

José Luis Albelda, Joaquín Aldás,
Luis Armand, José Luis Cueto, Joan Llaveria,
Vicente Mas, Blanca Rosa Pastor,
Joan Bta. Peiró, David Pérez, José Saborit,
Paula Santiago

Comité de trabajo

Javier Claramunt, Francisco de la Torre,
José Manuel Guillén, Alberto March,
Eva Marín, Dolores Pascual

Presentación ponentes

Luis Armand, José Luis Cueto,
Blanca Rosa Pastor, David Pérez

Presentación y organización mesa redonda

José Luis Albelda

Presentación áreas temáticas

Javier Claramunt, Alberto March,
Paula Santiago

Secretaría técnica

Silvia Molinero

Secretaría administrativa

Teresa López

Fotografía

Francisco de la Torre

CFP

M^a Francisca Collado, Ester Srougi

CTT

Gemma Cabrelles

Traductores

João Bernardo Santos, John Joseph Vélez

Alumnos Servipoli

Manuel Félix, Jose Cava

Agradecimientos

José Manuel Iribas, Marina Pastor y Bia Santos. Inma Aliena, Miguel Cabezas, Otavio Cabral, Luisa Cerezuela, Adelaida Frasquet, Asun García, José Ángel García, Javier Gayet, Pablo Mora, Alfredo Moreno, Ana Moreno, Montse Novellón, Ángeles Oliver, Amparo Peris, Daniel Soriano, Alicia Ventura.

Este congreso tiene la *Ayuda para la organización y la difusión de congresos, jornadas y reuniones de carácter científico, tecnológico, humanístico o artístico* de la Conselleria de Educación de la Generalitat Valenciana, con número de registro AORG/2009/094 y la *Ayuda para la organización de congresos, jornadas y reuniones de carácter científico, tecnológico y artístico* del Vicerrectorado de Investigación de la Universitat Politècnica de València con nº de registro 2587.

CIAE, UPV

Centro de Investigación Arte y Entorno

Universitat Politècnica de València

Ciutat Politècnica de la Innovació

Camino de Vera s/n,

46022, Valencia, España

Tel.: +34 96 387 92 23

www.upv.es/ciae

ciae@upvnet.upv.es

CIAE, UPV

El Centro de Investigación Arte y Entorno, CIAE, tiene como finalidad desarrollar y gestionar un programa multidisciplinar de investigación, desarrollo e innovación, referido a la interacción existente entre el Arte y el Entorno.

Este programa integral discurriría a través de disciplinas de la tradición clásica y moderna como la escultura, la pintura, y el dibujo, hasta implementar diversas tecnologías de la imagen y la reproducción con la arquitectura, el paisaje y el urbanismo.

Será misión del CIAE, tanto analizar como proyectar intervenciones plásticas que contemplen las particularidades del Entorno, potenciando su sentido cultural en beneficio de la cohesión ciudadana, y propiciando la identificación de los ciudadanos con la mejora de su ciudad o de su espacio natural circundante.

Director

Constancio Collado

Secretario

Luis Armand

Subdirector

Carlos Domingo

Comisión de proyectos

Joaquín Aldás, Luis Armand, Constancio Collado, Carlos Domingo, Joan Llaveria, Eva Marín, Dolores Pascual, Joan Bta. Peiró, David Pérez.

Investigadores

Julián Abril, José Luis Albelda, Joaquín Aldás, Luis Armand, Guillermo Aymerich, Juan Canales, Victoria Cano, Carmen Chinchilla, Javier Claramunt, Constancio Collado, Antonio Cucala, José Luis Cueto, Francisco de la Torre, Carlos Domingo, Amparo Galbis, José Galindo, Alberto Gálvez, José Manuel Guillén, Joan Llaveria, Pere Llaveria, Alberto March, Eva Marín, Rosa Martínez-Artero, Joel Ricardo, Evaristo Navarro, Dolores Pascual, Blanca Rosa Pastor, Joan Bta. Peiró, David Pérez, Nuria Rodríguez, Rafael Sánchez-Carralero, Paula Santiago, Isabel Tristán.

Técnica de apoyo a la investigación

Silvia Molinero

Becarios

Gustavo Morant, M^a Ángela Pueyrredon

