

JOÃO FILIPE MIRALDO CRISÓSTOMO

AGOSTO DE 2009

# ARQUITECTURA TRAFICADA

Uma história da arquitectura entre a imagem e a mercadoria, 1932-2008



**DISSERTAÇÃO DE MESTRADO INTEGRADO EM ARQUITECTURA**

APRESENTADA AO

DEPARTAMENTO DE ARQUITECTURA DA FCTUC

SOB A ORIENTAÇÃO DO PROFESSOR DOUTOR NUNO GRANDE

Aos meus Pais  
tão só pelo sempre tudo.

Ao meu Avô Celestino  
por navegar ilustre na minha memória.



# **ARQUITECTURA TRAFICADA**

Uma história da arquitectura entre a imagem e a mercadoria, 1932-2008





## AGRADECIMENTOS

Quero agradecer profundamente ao Professor Doutor Nuno Grande a infinita disponibilidade, paciência e empenho na orientação deste trabalho e, sobretudo, a enorme confiança depositada. Com ele tenho afortunadamente aprendido e espero sempre aprender.

Espreito por cima do ombro e tremo feliz ao ver os que me têm acompanhado ao longo de todos estes anos. Sinto que hoje o dia é meu, e sei que por isso será vosso também.

Envio um profundo e orgulhoso obrigado aos meus Pais, sem razão específica porque tudo é motivo suficiente. É bom ver-vos navegar incessantemente a meu lado.

Agradeço ao meu irmão Pedro pelo carinho de sempre e, neste trabalho, pela preciosa ajuda na revisão do texto.

Aos meus Avós reconheço o cuidado e a paixão. À restante família agradeço pelo constante incentivo. Quero ainda agradecer a singular ternura da minha prima Joana.

À Filipa deixo um beijo especial e à minha outra família, Carlos Azevedo, Luís Loureiro, Vânia Saraiva, Luís Sobral, Margarida Leitão, Sofia Coutinho, Ana Coelho, e aos amigos de sempre, Edgar Brito, Rui Cunha, João Castanheira, Guida Gonçalves, Filipe Madeira, Inês Correia, Joana Alves, Leonor Remédio, Daniel Beirão, Pedro Canotilho, Carlos Guimarães, Mário Carvalhal, Pedro Gama, Joana Wanderlei, Sara Martins, Alberto Mata, Tiago Lambuça, não será nunca possível agradecer nem as perfeitas gargalhadas nem o tom reverente do vosso conhecimento.

Sei ainda que a Ana Varela, a Ana Carolina, a Filomena Ferreira, a Rosária Fachada e a Cíntia Vargas estiveram sempre também a puxar para o meu lado.

O Ivo Lapa saltou do grupo de amigos para lhe poder agradecer individualmente a ajuda preciosa na paginação da prova.

Por último, não posso deixar de agradecer à Alexandra Grande o carinho com que me tem acolhido e as comodidades facultadas para a realização deste trabalho.

# SUMÁRIO

INTRODUÇÃO  
(p. 9)

**1. TRANSFORMAÇÃO**  
o caminho para a imagem e mercadoria  
(p.17)

**2. CONSAGRAÇÃO**  
arquitectura como imagem e mercadoria  
(p.65)

**3. MASSIFICAÇÃO**  
imagem e mercadoria na terra de um sonho qualquer  
(p.115)

CONCLUSÃO  
(p.151)

BIBLIOGRAFIA  
(p.161)



## INTRODUÇÃO

Olhamos para Oriente e vemos através da mente as silhuetas distintas de uns quantos edifícios.

Paramos para pensar e percebemos que não nasceram ali. Como tantos outros espalhados pelo mundo, por lá terão *aterrado*, vindos de além-fronteiras.

Alguém estendeu a mão à arquitectura, arrastando-a, hoje, pelos continentes. Damos conta de que a arquitectura deixou de ter um carácter estático e local. Passou a ser produzida à escala mundial; é um fenómeno internacional e intercontinental. Neste vaivém de arquitectos e edifícios, temos uma actividade de troca, de transferência. Temos, por isso, *arquitectura traficada*.

Ao mesmo tempo, percebemos que se nos lembramos das silhuetas dos edifícios será porque os temos cravados na memória. E, se os temos na memória, é porque estão a cumprir a sua missão. São, de facto, erigidos para serem lembrados, planeados para serem absorvidos visualmente, mesmo por quem não os conhece ao vivo, concebidos para seduzir. Entendemos que o tráfico terá a ver, assim, com as leis de consumo visual e com o crescente poder da imagem no quotidiano das cidades e do mundo. A imagem ganha força na produção arquitectónica e, profundamente estetizada, a arquitectura é automaticamente



tratada como mercadoria.

Assim, este trabalho projecta o olhar sobre a mercantilização da arquitectura. Centrando-se na produção arquitectónica contemporânea, reconhece que as forças da globalização e do consumo têm consagrado grande parte da arquitectura em mera mercadoria, em mera imagem, e os edifícios e as cidades em meros objectos de consumo visual. Reconhece-se, ainda assim, que a atitude, agora amplificada e evidente, não é recente – levando-nos a averiguar o seu percurso para trás na História. Não se procura uma luta entre o optimismo e o pessimismo da imagem e da mercadoria. Procura-se perceber, por um lado, até que ponto este ambiente redefiniu a arquitectura e, por outro, indagar como a sua importação e exportação é instrumentalizada ao serviço do investimento individual ou do progresso capitalista.

Em suma, pretende-se, em primeiro lugar, perceber historicamente, no século XX, os processos que levaram à transformação da arquitectura em imagem e mercadoria, o seu uso pelo sistema capitalista e decifrar como respondeu às exigências da sociedade de consumo estetizada, aqui apoiados pelas leituras de obras de Guy Debord, Jean Baudrillard e Fredric Jameson. Em segundo lugar, ambiciona-se perceber os mecanismos, os objectivos e os resultados da adaptação da arquitectura ao mercado, bem como os processos associados à criação da sua imagem e, acima de tudo, interpretar que tipo de redefinição assiste a arquitectura. Por último, indaga-se sobre o papel de um Oriente a capitalizar-se e a sua relação com o velho Ocidente na massificação da tendência em causa e, mais uma vez, tentamos perceber os objectivos e os resultados dessa massificação.

Entende-se, assim, o trabalho em três partes ou capítulos, cronologicamente encadeados e correspondentes a três fases, que se consideram distintas no tráfico de arquitectura e no tratamento da disciplina como imagem e mercadoria. Os três capítulos estão temporalmente balizados entre a Exposição «*Arquitectura Moderna – Exposição Internacional*», organizada em 1932 no Museu de Arte Moderna em Nova Iorque, e os Jogos Olímpicos de Pequim, realizados em 2008. Estes dois episódios marcam, um, o momento em que a Arquitectura Moderna é traficada e estetizada, abrindo um claro precedente para o completo tratamento



da arquitectura enquanto imagem e mercadoria, o outro, a forma como, hoje, a arquitectura é massivamente instrumentalizada.

O primeiro capítulo corresponde, assim, à primeira fase, a qual designamos por *transformação*. Considera-se que se assiste a um processo contínuo em que a arquitectura é transformada em imagem e mercadoria, isto é, assistimos a um crescente e veemente desequilíbrio entre o papel da imagem e os restantes encargos da arquitectura, operado principalmente após a importação ou tráfico por parte da América de uma linguagem moderna europeia, aí enraizada definitivamente pela referida exposição de 1932. Este capítulo abrange um lapso temporal alargado, que medeia entre essa data significativa e a década de 80, do século XX, avaliando a evolução do processo.

No segundo capítulo, designado por *consagração*, admite-se que, a partir dos anos 80, por força da globalização e da digitalização, se consagra definitivamente a arquitectura como imagem e mercadoria. A reprodução e a proliferação digital de imagens traficam visualmente a arquitectura pelo mundo – a arquitectura é consumida pelo olhar. Ao mesmo tempo, a exigência ou luta do mercado, potenciada pela globalização, faz crescer a ‘dança’ de arquitectos à escala mundial, faz a arquitectura adaptar-se ao mercado e impele empresas e cidades de usar a arquitectura como arma visual de poder. A partir daí, interpretamos as novas definições da arquitectura e a forma como esta opera sobre o observador.

Finalmente, no terceiro capítulo, discute-se, no processo, um passo ainda mais além – o da *massificação*. Para tal, recorre-se à China e aos seus Jogos Olímpicos de 2008 como exemplo paradigmático, deixando, assim, para trás outros possíveis exemplos no actualmente ‘explosivo’ Médio e Extremo Oriente (como são os casos do Dubai ou da Malásia).

Do lado de lá, espreita uma China que quer ser nova, uma China que explode diariamente e se renova, que cresce e se transforma. Rapidez, capital, realização, mercantilização. São estas as demandas contemporâneas, são estas as demandas de uma China a querer ganhar o seu espaço no panorama internacional. A China urge industrializar-se. Fala-se, aqui, claramente, numa China candidata a potência mundial. Considera-se que durante a última década se assistiu a uma



massificação do tráfico de arquitectura, mas também, com todas as implicações urbanas, ao uso da arquitectura como imagem e mercadoria. Aí, e tendo o Ocidente como referência, a arquitectura é, mais uma vez, instrumentalizada económica e politicamente.

Esta é, finalmente, uma breve história sobre o modo como o *think tank* arquitectónico europeu nutriu esse *tráfico* de imagens e mercadorias arquitectónicas, primeiro, no seio do imaginário moderno da América; mais tarde, no *simulacro* pós-moderno da nova China.



# 1. TRANSFORMAÇÃO

o caminho para a imagem e mercadoria

O século XX alterou um paradigma. Marcou uma mudança, marcou um desequilíbrio entre o papel da imagem e as restantes tarefas da arquitectura. A arquitectura deixa de *conter* imagem, para *ser* imagem, acima de tudo imagem, mercadoria num jogo regulado pelos *olhos do mundo*.

Dois fenómenos operaram essa mudança. Por um lado, a crescente mercantilização à escala mundial da arquitectura, transformada num produto imagético. Por outro, o desenvolvimento do sistema capitalista<sup>1</sup> e a consequente sociedade consumista, manipuladores dos seus poderes iconográficos, a exigir cada vez mais da imagem arquitectónica.

A existência de imagem em arquitectura é tão histórica quanto a prática da disciplina. A *venustas* de Vitruvius, na tríade clássica que definia a arquitectura, é testemunha do seu lado sedutor intrínseco. Essa beleza sedutora resulta

<sup>1</sup> O *capitalismo* é um sistema essencialmente económico (com influência social e política) à base de transacções de ordem monetária e caracterizado pela propriedade privada dos meios de produção, sendo propiciado rendimento sem trabalho, já que a produção e a distribuição são comandadas pelo mecanismo dos mercados. O *capitalismo* é, hoje, adoptado por quase todos os países do mundo e funciona à base de uma rede global de mercados. Cf. *Verbo: enciclopédia luso-brasileira de cultura*, vol. 4, p. 908.



essencialmente de uma harmonia espacial encontrada pelo sentido da visão na arquitectura. A arquitectura seduz pela imagem.

Quando Miguel Ângelo corrige perspectivas espaciais, associa a percepção do espaço ao sentido da visão e, por isso, está a associar automaticamente a arquitectura à imagem, está a trabalhar sobre a imagem da arquitectura. Percebemos, assim, que a sedução pela harmonia compositiva é um trabalho cuidadoso sobre a imagem dos edifícios.

Além disso, a imagem na arquitectura associada ao poder nega a verosimilhança de uma posição idealista que recuse o papel que a arquitectura sempre cumpriu no mercado imagético do espaço construído. Basta pensarmos no poder iconográfico das pirâmides do Clássico Egípcio, na importância da iconografia das Catedrais cristãs, na comunicação com as massas, no crédito iconográfico dos monumentos para a hierarquização das cidades ou nas comissões arquitectónicas da família Medici, como instrumento visual no estabelecimento do seu *status* em Florença.

Mais: todos os objectos têm capacidade comunicativa de acordo com códigos denotativos ou conotativos<sup>2</sup>. Roubando um exemplo a Umberto Eco, o arco redondo ou o arco ogival denotam uma função estrutural. Pela sua diferença formal, conotam diferentes maneiras de conceber essa função e ganham, assim, funções simbólicas. Da mesma forma, um conjunto de janelas tanto denota a sua função de abertura como, de acordo com o seu formato, número e disposição na fachada, conota usos e maneiras de habitar (por exemplo, *fachadas-em-cortina* conotam normalmente um edifício organizado burocraticamente).

Todos estes jogos com a capacidade estética da arquitectura não eram, contudo, um fim em si mesmo. A par com as restantes tarefas da arquitectura, tinham como objectivo final a construção coerente de espaço físico e social.

Mesmo a consagração da arquitectura nos diversos estilos que a História nos mostrou não correspondeu a uma transformação da arquitectura em

<sup>2</sup> ECO, Umberto – «Function and sign: the semiotics of architecture». In LEACH, Neil – *Rethinking Architecture: a reader in cultural theory*, p. 193.



imagem pura. Os estilos foram maneiras de fazer, sistemas ou instrumentos que garantiam, no final, a existência harmoniosa de um espaço arquitectónico. E a essa harmonia correspondia também o equilíbrio entre a imagem e as restantes tarefas da arquitectura, mesmo as políticas e sociais.

No entanto, a arquitectura mercantilizou-se e mercantilizou consigo a sua imagem.

Na Europa, quando os braços dos pensadores do Movimento Moderno se ergueram gritando o espírito de uma nova Era, mais do que uma reforma estética, traziam um programa filosófico, social e político<sup>3</sup>. Livros como *Vers une architecture*<sup>4</sup> não proclamavam apenas um golpe no gosto de uma burguesia historicista, não eram apenas uma ode ao espírito estético de um tempo novo – o da técnica industrial –, o espírito da beleza perfeita e racional da máquina automóvel, do barco, do avião – representantes da alma da metrópole. Não era uma apologia apenas da beleza escondida de uns tais silos de volumetrias puras, de uma estética da razão, de um espírito compositivo rigoroso<sup>5</sup>. Proclamavam a razão como novo conceito para o espaço doméstico, funcional como uma máquina, e para o espaço urbano, mais verde, mais livre, preparado para um Homem mais social e para as suas tarefas quotidianas: o trabalho, o habitar, o lazer e a mobilidade. E proclamavam a razão num programa ainda mais alargado: no palco político-social, acreditando na *arquitectura* como *revolução*.

Escolas como a Bauhaus ou acções como os CIAM (Congressos Internacionais de Arquitectura Moderna) eram prova de um *think tank* que comandava um pensamento crítico sobre os desígnios da arquitectura. Existia um fôlego *avant-garde*, na medida em que se propunha uma «*lógica da destruição e construção*»<sup>6</sup>,

<sup>3</sup> Não sendo o objectivo deste texto uma interpretação exhaustiva sobre a definição de Movimento Moderno, este termo é aqui aplicado de forma ampla, sem uma profunda atenção a todas as excepções, desvios, heterodoxias, cunhos pessoais e revisões que a História da Arquitectura mostrou.

<sup>4</sup> Texto compilado a partir de artigos publicados pela mão de Le Corbusier na revista *Esprit Nouveau*, entre 1920 e 1921. Cf. LE CORBUSIER – *Hacia una arquitectura*.

<sup>5</sup> Curiosamente, os silos que Le Corbusier ilustra no livro são americanos e canadianos, mostrando que essa estética existia também na América. Mas de estética não se fazia só o Movimento Moderno. Na América, faltava, como vamos ver, toda a sua profundidade ideológica.

<sup>6</sup> HYNEN, Hilde – *Architecture and modernity: a critique*, p. 28. (Tradução do autor).



ou seja, um abanão sobre o sistema e a imposição de uma nova ordem, tanto estética como social. Existe a vontade de usar a arquitectura como arma benigna para o estabelecimento de uma nova sociedade europeia: «(...) *todos em todo o lado, naquele tempo, os alemães, 'Corb'* [Le Corbusier], *argumentavam que a arte moderna e a arquitectura tornariam o mundo um lugar melhor*»<sup>7</sup>.

A ressaca da Primeira Guerra Mundial, durante os anos 20, terá aguçado mais veemente «(...) *o desejo de uma forma de sociedade mais igualitária e balanceada socialmente, na qual os ideais de igualdade de direitos e emancipação se verificariam*»<sup>8</sup>. Numa Europa devastada fisicamente e com desequilíbrios sociais provocados pela Grande Guerra, a questão da *casa para todos*, apoiada numa construção racional, estandardizada e, por isso, mais eficaz, e a melhoria da qualidade dos edifícios, através da aposta em novos materiais, foi um dos testemunhos do trabalho social da arquitectura.

Assim, percebe-se a existência de um contexto específico europeu, a presença de um determinante *zeitgeist*<sup>9</sup>, que garantia à arquitectura uma profundidade que ia além da sua nova linguagem. Para novos desafios domésticos, urbanos e sociais, a arquitectura acreditava e propunha uma solução. A arquitectura continuava a sentir-se capaz de concretizar, no espaço físico e social, a tarefa do Homem.

Contudo, o ambiente americano é, à partida, diferente do ambiente europeu. A América dos anos 20 e 30 é um país estável no seu ambiente conservador e historicista e, como paradoxalmente jovem na identidade, não abre o peito às vanguardas<sup>10</sup>, não sente necessidade de mudança. A discussão de utopias está longe

<sup>7</sup> Philip Johnson em entrevista. In KIPNIS, Jeffrey – «A conversation around the avant-garde». In SOMOL, R. E., ed. – *Autonomy and ideology: positioning an avant-garde in America*, p. 44. (Tradução do autor).

<sup>8</sup> HYNEN, Hilde – *Architecture and modernity: a critique*, p. 28. (Tradução do autor).

<sup>9</sup> Do alemão, *zeitgeist* identifica-se como sendo o espírito do tempo, ou seja, o sentimento da época, conceito que alimenta e se reflecte na acção de todo o Movimento Moderno (apesar de não lhe ser exclusivamente específico). A nova era que teria nascido, segundo as palavras de ordem de Le Corbusier, essa força de uma nova realidade, de novos costumes, materiais, necessidades, não é mais do que o *zeitgeist*.

<sup>10</sup> As opiniões de diversos autores não são coincidentes, mas o conceito de vanguarda não terá existido sequer naquele país até pelo menos aos anos 30 do século XX. Cf. SOMOL, R. E., ed. – *Autonomy and ideology: positioning an avant-garde in America*.



do espírito americano. Não se questiona o espaço doméstico, não se põe em causa o espaço urbano, não existe motivo extraordinário para qualquer metamorfose social nem política. O sentido da arte (e mais tarde da arquitectura) não se instala como uma ferramenta interventiva, não vai além do seu entendimento estético. Por outras palavras, o combate da arte restringe-se às mutações no campo do gosto.

As primeiras três décadas do século XX testemunharam nos E.U.A. um esforço para introduzir no território americano as novas tendências europeias, primeiro, na arte e, finalmente, na arquitectura. Esse momento coincide com uma crescente concentração de intelectuais, críticos de arte, investidores e mecenas, principalmente na região de Nova Iorque, capazes de estabelecer e de reforçar uma ampla rede de contactos culturais e incrementar a organização de eventos<sup>11</sup>. Aqui, podem invocar-se, entre outros eventos, uma exposição de aquarelas de Matisse, organizada logo em 1908 por Alfred Stieglitz, que a considerou «o primeiro sopro de Modernidade na América»<sup>12</sup>.

Esse empenho acabou por atingir a sua maior actividade já durante os anos 20, tendo como principal força motriz a *The Harvard Society of Contemporary Art* (HSCA) e a revista *Hound & Horn*, dois projectos nascidos da determinação de Lincoln Kirstein, ainda como estudante de Harvard, em querer quebrar, dentro daquela Universidade, as barreiras cépticas em relação à arte moderna e combater o historicismo dogmático que caracterizava a sociedade americana.

Ao mesmo tempo, Philip Johnson<sup>13</sup> estabelece contacto com um grande número de *figuras* influentes no círculo de intelectuais nova-iorquino, entre elas o próprio Kirstein, Alfred Barr, tutor na Universidade de Harvard e personagem com uma ampla cultura artística, Henry-Russell Hitchcock, historiador de arte e

<sup>11</sup> LAMBERT, Phyllis – «Kirstein's circle – Cambridge, Hartford, New York, 1927-1931». In SOMOL, R. E., ed. – *Autonomy and ideology: positioning an avant-garde in America*, p. 34.

<sup>12</sup> *Apud* LAMBERT, Phyllis – «Kirstein's circle – Cambridge, Hartford, New York, 1927-1931». In SOMOL, R. E., ed. – *Autonomy and ideology: positioning an avant-garde in America*, p. 34. (Tradução do autor).

<sup>13</sup> Jovem arquitecto, também graduado em Filosofia pela Universidade de Harvard.



aceso colaborador da *Hound & Horn*, e a mecenas família Rockefeller<sup>14</sup>.

Sempre com os olhos postos na Europa enquanto modelo de renovação, a actividade deste grupo é intensa, tendo produzido 27 exposições em cerca de três anos<sup>15</sup>, da mesma forma que *Hound & Horn* põe amplamente em discussão os mais diversos temas relativos à arte. Mesmo assim, toda a energia dos últimos 20 anos não eleva a trivialidade da discussão da arte para fora das suas balizas estéticas<sup>16</sup>. A produção europeia, tida como vanguardista, era inconscientemente na América descontextualizada e transformada em simples tendência estética. A exposição sobre a Bauhaus que Philip Johnson apresenta na HSCA é sintomática disso mesmo. Por recomendação de Alfred Barr, Johnson visita Dessau no final de 1929 e, de volta a Nova Iorque, organiza, logo no início do ano seguinte, a exposição que introduziu a Bauhaus na América. Contudo, ele próprio foi o primeiro a reconhecer, mais tarde, que, apesar de fascinado pelo que tinha observado na Bauhaus, não lhe apreendeu o sentido vanguardista no campo social<sup>17</sup>.

O dinamismo do grupo continua a crescer e é nesse mesmo ano de 1929 que vê um das suas maiores ambições concretizada. Finalmente com o MoMA fundado, tendo Alfred Barr como director, têm o «primeiro museu pensado explicitamente»<sup>18</sup> para acolher arte moderna – e as exposições multiplicam-se.

Mas mais uma vez, agora pela voz de Colin Rowe, aparece uma descrição amplamente irónica do ambiente quotidiano que circunscreve o círculo de

<sup>14</sup> Grupo que estará estreitamente ligado à fundação do Museu de Arte Moderna de Nova Iorque (MoMA).

<sup>15</sup> Cf. LAMBERT, Phyllis – «Kirstein's circle – Cambridge, Hartford, New York, 1927-1931». In SOMOL, R. E., ed. – *Autonomy and ideology: positioning an avant-garde in America*, p. 34.

<sup>16</sup> Apesar de Kirstein se ter interessado profundamente pelo comunismo por volta de 1931 e de isso se ter reflectido obsessivamente na sua revista *Hound & Horn* durante algum tempo, o empenho do humanismo da política com reflexo na arte e na arquitectura não perdurou. Cf. LAMBERT, Phyllis – «Kirstein's circle – Cambridge, Hartford, New York, 1927-1931». In SOMOL, R. E., ed. – *Autonomy and ideology: positioning an avant-garde in America*, p. 38.

<sup>17</sup> Philip Johnson em entrevista. In KIPNIS, Jeffrey – «A conversation around the avant-garde». In SOMOL, R. E., ed. – *Autonomy and ideology: positioning an avant-garde in America*, p. 44. (Tradução do autor).

<sup>18</sup> MONTANER, Josep Maria – *Depois do Movimento Moderno*, p. 13.



pessoas intimamente ligado aos primeiros tempos do MoMA. Denunciando a preocupação do grupo mais com a capacidade imagética da arte e da arquitectura do que com qualquer impulso de acção revolucionária, o autor solta a adjectivação e, implacável, carimba o grupo de «*opulento*» e «*estetizado*»<sup>19</sup>.

Ainda das próprias palavras de Philip Johnson subtraímos que, nessa altura, nenhum deles estava consciente do significado real da vanguarda moderna: «*ninguém nos tinha dito que era um movimento intelectual e artístico devotado à revolução. (...) No Museu de Arte Moderna éramos ignorantes da dimensão política da arte; para nós aquilo era revolucionário mas apenas esteticamente*»<sup>20</sup>. E prossegue: «*A nossa função, tal como a víamos, era advogar, vender estas inovações culturais aos ricos e poderosos, aos Rockfellers e outros. (...) Nunca pensámos em nós como uns servos do sistema mercantil, o mesmo sistema a que essa vanguarda se opunha. Porém, claro que o éramos*»<sup>21</sup>.

A frase «*para nós aquilo era revolucionário mas apenas esteticamente*» não poderá passar aqui em claro. É precisamente neste contexto que mais uma exposição é apresentada no MoMA, mas, desta feita, uma exposição de arquitectura que marcaria determinadamente os desígnios da sua prática além século XX.

De facto, quando em 1932 Philip Johnson e Henry-Russell Hitchcock, sob a supervisão de Alfred Barr, apresentam em Nova Iorque uma exposição sobre a arquitectura Moderna europeia, retirando-a do seu contexto específico, do ambiente filosófico, político e social que lhe deu origem, irão transformá-la numa outra coisa. Irão transformar as experiências do Movimento Moderno numa outra coisa e irão transformar a arquitectura e o mundo numa outra coisa também: a arquitectura em mercadoria estetizada e o mundo num palco para a sua exploração.

<sup>19</sup> Cf. ROWE, Colin – «The avant-garde revisited». In SOMOL, R. E., ed. – *Autonomy and ideology: positioning an avant-garde in America*, p. 60-6.

<sup>20</sup> Philip Johnson em entrevista. In KIPNIS, Jeffrey – «A conversation around the avant-garde». In SOMOL, R. E., ed. – *Autonomy and ideology: positioning an avant-garde in America*, p. 42. (Tradução do autor).

<sup>21</sup> *Ibidem*.

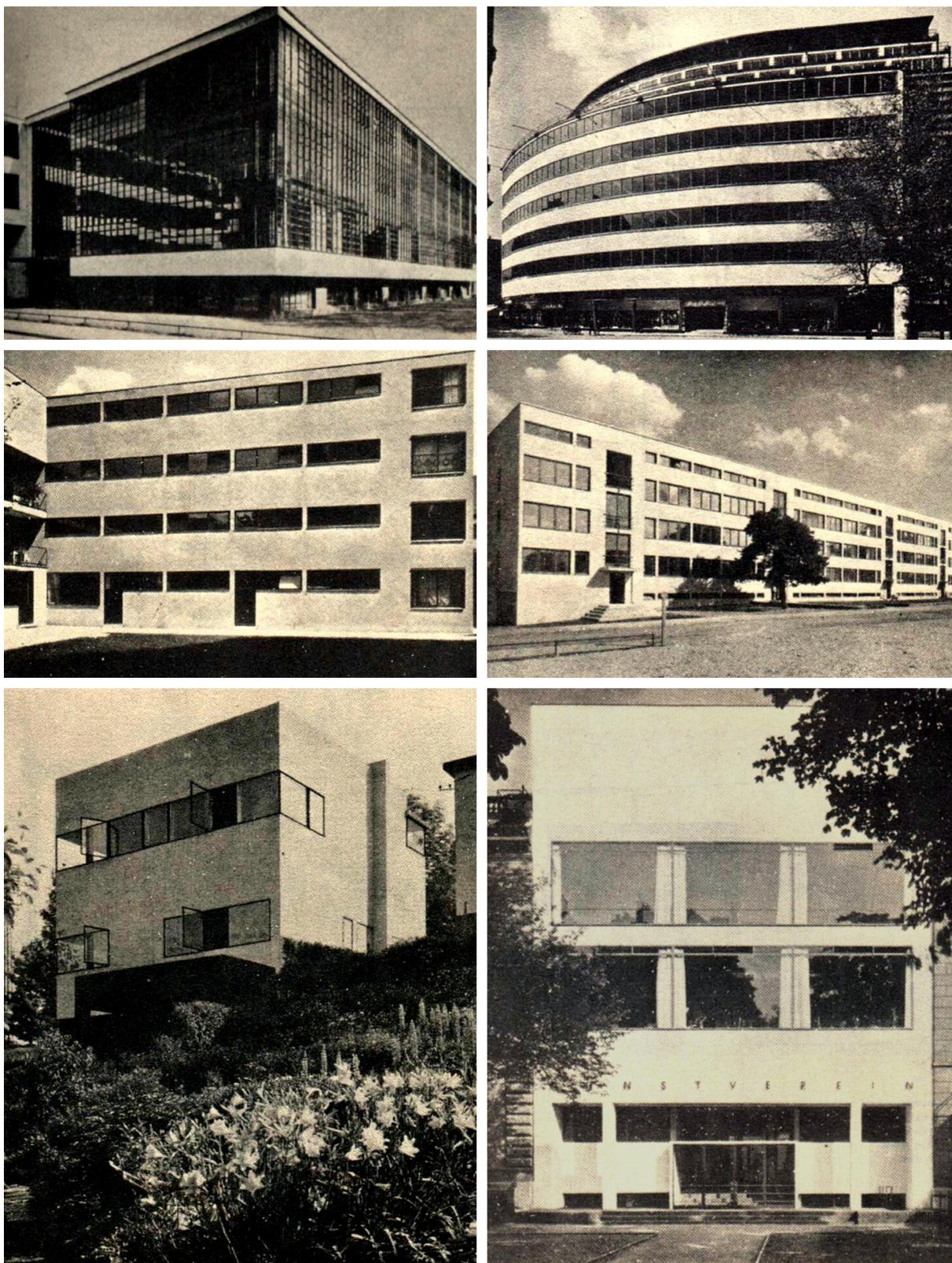


FIG. 1 Seleção de fotografias apresentadas na *Arquitectura Moderna – Exposição Internacional*, MoMA, Nova Iorque, 1932.

Da esquerda para a direita e de cima para baixo: **Escola Bauhaus**, Walter Gropius, Dessau Alemanha, 1926; **Armazéns Schocken**, Erich Mendelsohn, Chemnitz, Alemanha, 1928-30; **Residência de Mulheres**, Hans Schmidt e Paul Artaria, Basileia, Suíça, ca 1930; **Bloco de Apartamentos**, Mies van der Rohe, Weissenhof, Estugarda, ca 1927; **Casa Lenglet, H. L.**, De Koninck, Uccle, Bruxelas, 1926; **Kunstverein**, Karl Schneider, Hamburgo, Alemanha, 1930.

Esta exposição, com o nome de «*Arquitectura Moderna – Exposição Internacional*», associou as obras de uma meia centena de arquitectos modernos de 16 países, num total de cerca de 70 projectos apresentados essencialmente através de plantas e fotografias a preto e branco<sup>22</sup>. Todavia, tal como na arte, as estratégias mais profundas da arquitectura Moderna são negligenciadas. O propósito da exposição acaba mesmo por passar por «*estabelecer um cânon: uma determinada arquitectura cúbica, lisa, de fachadas brancas ou revestidas de metal e vidro, de propostas funcionais e simples*»<sup>23</sup>. Aos olhos de Johnson e Hitchcock, a arquitectura Moderna era uma imagem.

Além disso, para aumentarem a validade dessa imagem, os trabalhos expostos foram minuciosamente escolhidos para que, em conjunto, construíssem a ideia falsa de uma arquitectura Moderna com modos de operar e resultados unitários entre os diferentes arquitectos<sup>24</sup>. Na verdade, os autores da exposição dotaram como ausentes todos os projectos que apresentassem desvios ou reinterpretações perante a arquitectura que queria ser ali mostrada, melhor, que queria ali ser canonizada<sup>25</sup>.

Mas terá sido o catálogo que acompanhou a exposição, também escrito por Johnson e Hitchcock, que verdadeiramente descontextualizou e empacotou o espírito Moderno. *Estilo Internacional*, o nome que deram ao catálogo e que serviu para designar *aquela* arquitectura, é, desde logo, um termo formalista<sup>26</sup>. Nas mãos

<sup>22</sup> Cf. HITCHCOCK, Henry-Russell; JOHNSON, Philip – *El estilo internacional: arquitectura desde 1922*.

<sup>23</sup> MONTANER, Josep Maria – *Depois do Movimento Moderno*, p. 13. (Tradução do autor).

<sup>24</sup> Philip Johnson e Henry-Russell Hitchcock afirmam no catálogo terem consciência de que o «*estilo internacional*» não era unidireccional e, assim, reconheciam-lhe variadas personalidades correspondentes a diferentes arquitectos, o que prova o seu objectivo forçado de querer vender *uma arquitectura*.

<sup>25</sup> Josep Maria Montaner aponta, por exemplo, a ausência das «*experiências dos futuristas, dos construtivistas russos, do expressionismo alemão, a Escola de Amesterdão, ou arquitectura organicista*». E previsivelmente, o próprio Frank Lloyd Wright, com o seu cunho tão pessoal na arquitectura Moderna, viu-se também fora desta exposição. Cf. MONTANER, Josep Maria – *Depois do Movimento Moderno*, p. 13. (Tradução do autor).

<sup>26</sup> O título completo e original do catálogo era «*International Style – architecture since 1922*».



de Johnson e Hitchcock, a arquitetura Moderna viu-se reduzida a um estilo<sup>27</sup>. Como comprova Josep Maria Montaner, a exposição, ao pôr de parte os «*critérios urbanos, as propostas metodológicas e ideológicas*», simplificava deliberadamente a «*amplitude das experiências modernas*»<sup>28</sup>, banindo a quimera europeia da arquitetura como serviço ao progresso social. No catálogo, utilizando os chavões como «*arquitetura como volume*», «*regularidade*» e «*ausência de decoração*»<sup>29</sup>, Johnson e Hitchcock circunscrevem a arquitetura Moderna apenas a uma maneira de fazer e, acima de tudo, estetizam-na. Transferida da Europa para os E.U.A., a arquitetura Moderna perde as suas mais importantes dimensões. Por outras palavras, à América chegou apenas uma linguagem<sup>30</sup>. Na verdade, o interesse de ambos centrava-se nas capacidades estéticas de um estilo que eles próprios fabricaram e nas suas potencialidades enquanto modelo universalmente aplicável.

«*É importante encontrar um nome, um rótulo, para o trabalho de Le Corbusier,...etc. A procura de um termo para a tendência está constantemente nas suas cabeças*»<sup>31</sup>.

É esta ideia de rotulagem da arquitetura, numa operação quase de *marketing*, que importa reforçar. Na exposição e catálogo de 1932, estamos perante uma manobra que abre um precedente indelével no tratamento da arquitetura. Da exposição sobrou a ideia de arquitetura como mercadoria e como imagem. Os

<sup>27</sup> Henry-Russell Hitchcock terá escrito já acerca do «Estilo Internacional de Le Corbusier, Oud, Gropius, Luçat, Rietveld e Mies van der Rohe», primeiro, em 1928, num artigo da revista *Hound & Horn*, e, logo depois, no seu livro de 1929, *Modern architecture: romanticism and reintegration*. Cf. HITCHOCK, Henry-Russell; JOHNSON, Philip – *El estilo internacional: arquitectura desde 1922*, p. 61.

<sup>28</sup> MONTANER, Josep Maria – *Depois do Movimento Moderno*, p. 13. (Tradução do autor).

<sup>29</sup> Três princípios com que, em três capítulos correspondentes, o catálogo «Estilo Internacional – arquitetura desde 1922» apresentava a Arquitetura Moderna.

<sup>30</sup> Na verdade, como os próprios escrevem no catálogo da exposição (Cf. HITCHOCK, Henry-Russell; JOHNSON, Philip – *El estilo internacional: arquitectura desde 1922*, p. 30), não estarão a fazer mais do que aquilo que os estilos revivalistas do século XIX já teriam feito, ou seja, Johnson e Hitchcock não estarão a dar mais do que uma nova roupagem à arquitetura. A grande questão é que fazem com força tal que tornam essa atitude uma prática internacional.

<sup>31</sup> Palavras proferidas por Margaret Scolari Barr em 1987. *Apud* BEE, Harriet S.; Elligott, Michelle – *Art in our time: a chronicle of the museum of modern art*, p. 37. (Tradução do autor).



autores mercantilizaram a arquitectura, operando como se de um produto se tratasse: importado, embalado e pronto a ser redistribuído universalmente.

E esse produto foi a imagem da arquitectura. Foi enquanto imagem que a arquitectura foi transformada em mercadoria e vendida.

Por outras palavras, da Europa aproveitam uma matéria-prima que, depois de preparada, se transformou num bem passível de ser vendido. O *tráfico* da arquitectura entre continentes, neste caso Europa-América, arrastou consigo uma descontextualização dos programas arquitectónicos, favorecendo o realce daquilo que é mais visível e com impacto mais imediato – a sua imagem<sup>32</sup>.

A velha ambição da arquitectura Moderna de construir um Homem novo vê-se convertida num produto transferível e aplicável em qualquer lugar e, ao mesmo tempo, numa imagem capaz de apregoar mensagens de poder, progresso e democracia

Fixando a arquitectura numa imagem forte, Philip Johnson e Henry-Russell Hitchcock aproximaram-na da moda, algo sedutor, um selo de actualidade que convém pela fragrância de prestígio, pelo sabor de distinção.

Como tal, parecia desejável que as cidades americanas acompanhassem essa *moda* e que cobiçassem uma paisagem urbana em *Estilo Internacional*, e que se especulasse também esse produto, essa marca, essa etiqueta, pelas múltiplas cidades do mundo.

Estava, pois, decididamente criado um clima de euforia em torno da *nova coisa*. Os trabalhos expostos tiveram um impacto brutal e a verdade é

<sup>32</sup> A arquitectura do Movimento Moderno já tinha conhecido outras formas de transferência intercontinental, como são as viagens do próprio Le Corbusier, por exemplo, à Argentina e ao Brasil, em 1929 (onde profere conferências e participará mais tarde, em 1936, no Brasil, em projectos enquanto consultor). Mas quando Le Corbusier leva a arquitectura Moderna, neste caso, à América latina, leva-a acompanhada de todo o espírito moderno. Não transporta consigo apenas uma imagem, transporta um conceito. Os desenhos que faz no Rio de Janeiro propõem uma linguagem menos rígida e mais de acordo com a arrebatante paisagem carioca, mas não deixam de conter, por exemplo, os preceitos modernos do *habitar, trabalhar, lazer e circular*. Se recuarmos no tempo, o mesmo se pode dizer, por exemplo, dos romanos clássicos. Quando Roma constrói ao largo de toda a extensão do Mediterrâneo, transferem-se globalmente para esses lugares. Não descarregam aí apenas uma maneira de fazer arquitectura – com essa arquitectura é implantado um entendimento integral do universo humano. Não é, portanto, uma arquitectura *traficada*.



FIG. 2 Casa de Saúde Lovell, Richard Neutra, Los Angeles, 1927-29.



FIG. 3 Casa de Praia de Lovell, Rudolf Schindler, Newport Beach, Califórnia, 1925-26.

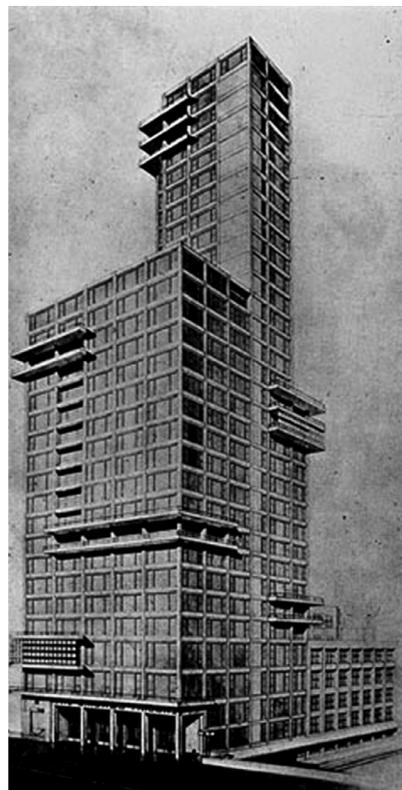


FIG. 4 Walter Gropius e Adolf Meyer, concurso para a torre do Chicago Tribune, 1922.

que a construção de um tal *Estilo Internacional* correspondeu a um dos mais importantes momentos para o definitivo enraizamento da linguagem moderna nos E.U.A.<sup>33,34</sup>.

Importa referir que a exposição não coincide exactamente com a introdução da arquitectura Moderna nos E.U.A., que, aliás, já contava em meados da década de 20 com trabalhos de europeus emigrados, como é o caso de Richard Neutra e Rudolf Schindler, cujos trabalhos, inclusivamente, espelhavam toda a extensão filosófica do Movimento Moderno. Também Walter Gropius e Adolf Meyer tinham participado, em 1922, num concurso internacional para a torre do Chicago Tribune.

Da mesma forma, é verdade que o *New Deal*, programa de recuperação do país após a derrocada da bolsa nova-iorquina, aproximou, no princípio, o espírito americano dos ideais sociais europeus, fomentando algumas obras de referência<sup>35</sup>. A construção em série, apoiada por uma standardização dos elementos construtivos, especialmente de vilas operárias, garantia um cruzamento significativo da arquitectura e das novas tecnologias com os interesses da população. Contudo, a maioria dessas demonstrações não aspirava a muito mais do que à eficácia suficiente para a resolução de um problema. Não procurava propriamente um fundamento filosófico, um propósito alargado, um alicerce programático sólido capaz de gerar um movimento: «*o facto de tal movimento praticamente não ter sido tão consciente de si mesmo ou polémico quanto seu equivalente europeu deve-se à inexistência de uma base ideológica comparável*»<sup>36</sup>.

<sup>33</sup> A exposição «Arquitectura Moderna – exposição internacional» foi posteriormente apresentada em 11 outras cidades americanas e, de regresso a Nova Iorque numa versão mais reduzida, aí se manteve durante mais 7 anos. Cf. KHAN, Hassan-Uddin – *Estilo internacional: arquitectura modernista de 1925 a 1965*, p. 61.

<sup>34</sup> No seguimento da importância da exposição «Arquitectura Moderna – exposição internacional», foi fundado, no MoMA, o Departamento de Arquitectura e Desenho, cuja direcção foi assumida por Philip Johnson.

<sup>35</sup> É o caso do povoado de New Kensington, construído na Pensilvânia, em 1940, de acordo com o projecto de Walter Gropius e Marcel Breuer, entretanto emigrados para os E.U.A.. Cf. FRAMPTON, Kenneth – *História crítica da arquitectura moderna*, p. 290.

<sup>36</sup> *Ibidem*.



FIG. 5 Edifício da Philadelphia Savings Fund Society (PSFS), George Howe e William Lesce, Filadélfia, 1929-32.



FIG. 6 Edifício McGraw Hill, Raymond Hood, Nova Iorque, 1928-30.



FIG. 7 Torre do Chicago Tribune, Raymond Hood e John M. Howells, Chicago, 1923-25.

Até porque as aspirações de recuperação nacional do *New Deal* acabariam por converter-se num empenho generalizado na construção de monumentalidade, própria a um país que quer garantir internacionalmente uma imagem de economia fluorescente e com a marcha apontada para potência mundial.

As cidades americanas já tinham recebido, antes da exposição, as primeiras imagens da linguagem moderna – como é o caso de Filadélfia com o Edifício da Philadelphia Savings Found Society (1929-32), de George Howe e William Lescaze, e que fez parte dos trabalhos expostos na exposição de Arquitectura Moderna de 1932 – embora importando também elas um produto. O exemplo mais paradigmático (também presente na exposição) é o Edifício McGraw Hill (1928-30), de Raymond Hood. Ao compararmos este edifício com os anteriormente desenhados por Raymond Hood (por exemplo a torre do Chicago Tribune, de 1923-25, vencedor do concurso onde tinham participado, como referido, Walter Gropius e Adolf Meyer), percebemos a rápida transformação gramatical operada por este arquitecto. De um gótico revivalista, adaptou facilmente os seus edifícios à linguagem moderna como se a tivesse comprado num qualquer mercado e, portanto, apostando claramente na imagem da arquitectura.

Perante a ascendência económica do país, o *Estilo Internacional*, como *nova coisa*, é automaticamente conotado com uma imagem de progresso e é aplicado no desenvolvimento em altura dos centros económicos das cidades<sup>37</sup>. Portanto, sem qualquer outro uso, é apenas um produto que vem responder a esse impulso para uma monumentalidade que expressasse optimismo exigido por essa América com «*status de potência mundial*»<sup>38</sup>.

De outra forma, o produto vendido na América vem fazer o papel de «*um vulgar álibi estético para um ainda nascente novo tipo de instituição cultural burguesa: a corporação industrial e administrativa*»<sup>39</sup>.

<sup>37</sup> O poder económico e o poder tecnológico caminham quase sempre de forma justaposta. Especialmente no caso americano, a concretização desses poderes correspondeu à construção de CBDs (Central Business District) de *skyline* identificável, com arranha-céus e uma envolvente urbana de materialidade e execução abastadas.

<sup>38</sup> FRAMPTON, Kenneth – *História crítica da arquitectura moderna*, p. 291.

<sup>39</sup> KWINTER, Sanford – «The fallacy of misplaced concreteness and the avant-garde in America». In



Confirmando a ideia de que a América trabalhou a imagem do Movimento Moderno europeu, o crítico Sanford Kwinter amplia ainda o campo de discussão sobre a forma como essa imagem foi utilizada. Refere que, nos E.U.A., a força revolucionária do Movimento Moderno foi suplantada pela imagem de rigor que marca a sociedade burocrática, que se equilibra entre um mundo real e visível e uma matriz mental que o organiza de forma restrita e racional<sup>40</sup>.

Em vez de um programa de ideias à semelhança europeia, na América, operou-se mentalmente a arquitectura: ali, o rigor da imagem da arquitectura Moderna era o que faltava à imagem de uma sociedade administrativa e crescentemente burocratizada pelo sistema económico. Por outras palavras, não vindo alterar a sociedade, a imagem da arquitectura Moderna veio, pelo contrário, dar ênfase à imagem de uma sociedade burocrática<sup>41</sup> organizada por um rigor abstracto.

O sistema capitalista confere, assim, conotações à arquitectura, o mesmo sistema que abusará dessas conotações e que exigirá mais e mais da imagem arquitectónica. É o jogo do poder de representação da arquitectura.

Neste contexto, o trabalho de Mies van der Rohe na América, entretanto ali imigrado, veio reforçar esta ideia de arquitectura enquanto produto mercantilizável, no caso ao serviço de um capitalismo crescente. Aparentemente, a árdua luta de Mies numa busca pelo essencial, pela pureza de uma arquitectura intemporal, querendo ignorar as metamorfoses nos gostos, querendo ignorar as pressões do espírito do tempo, manifestar-se-á traída pela consciência pública, que a tratará, afinal, como uma «*impecável imagem de poder e prestígio*»<sup>42</sup>.

Como nos mostra Colin Rowe, Mies cedo descarta da arquitectura a força

SOMOL, R. E., ed. – *Autonomy and ideology: positioning an avant-garde in America*, p. 274. (Tradução do autor).

<sup>40</sup> Herança de um Iluminismo e de uma Revolução Científica que a partir dos séculos XVI e XVII organizam o mundo mental de forma cartesiana e matemática.

<sup>41</sup> Por Max Weber, sociólogo alemão, inicialmente a burocracia correspondeu a um instrumento de progresso das sociedades ocidentais, revelando-se pela organização abstracta e racionalização das relações sociais e económicas e é uma condição fundamental da eficácia do Estado. À burocracia corresponde o trabalho especializado, a hierarquia de cargos e a documentação escrita dos actos. Cf. *Verbo: enciclopédia luso-brasileira de cultura*, vol. 4, p. 229.

<sup>42</sup> FRAMPTON, Kenneth – *História crítica da arquitectura moderna*, p. 288.



FIG. 8 Edifício Seagram, Mies van der Rohe, Nova Iorque, 1954-58. A pureza 'perfeita' do desenho do edifício deixa um indelével marca na imagem da cidade.

do *zeitgeist*. De uma ideia muito *hegeliana* e recuperada pelos arquitectos modernos<sup>43</sup> – de que a arquitectura seria «*a vontade da época traduzida para o espaço*»<sup>44</sup> –, Mies rapidamente transporta o seu discurso para uma aposta maior nos «*nossos valores*»<sup>45</sup>, aqueles mais estáticos e, por isso, mais intemporais e universais. Afastando-se do *espírito do tempo*, Mies preocupa-se mais com o *espírito da lei*. Definindo-se quase por oposição ao *espírito do tempo*, o *espírito da lei* será a ordem imutável de concepção do mundo, o que é perene, o que sustenta a organização da realidade para além do tempo. O *espírito da lei* é, em suma, a esfera dos valores<sup>46</sup>. Do *tempo*, deixa apenas a irrecusável marca dos novos materiais e técnicas construtivas, executando-a de forma exímia sob o poder da esfera dos valores. E, para Mies, esses valores seriam os da razão.

Assim, *pelo espírito da lei*, os edifícios de Mies encerram todo um esquema espacial regido por um rigor universal, por uma lógica matemática própria das sociedades científicas ocidentais. Mas o resultado do tratamento tão puro e rigoroso das volumetrias e das fachadas é, ao olho do utilizador comum, uma fortíssima imagem no espaço urbano.

Essa imagem é uma construção exterior aos projectos; resulta não do lápis de Mies, mas antes da mão, ou melhor, do olho da cidade capitalista americana, que vê na embalagem arquitectónica um ponto de glória.

Querendo refinar os valores estáticos e generalizáveis da razão, Mies acaba por manipular uma monumentalização da técnica. Afinal, a sedução dos novos materiais (o vidro, as esbeltas estruturas de perfis de aço ou as lâminas de betão) veio servir directamente as cidades capitalistas na sua ânsia de progresso, e os valores da razão (escritos nas límpidas *fachadas-em-cortina*, nas simetrias clássicas e na pureza das formas) converteram-se na imagem abstracta de uma sociedade burocratizada. Por outras palavras, o *espírito da lei* de Mies foi entendido como o

<sup>43</sup> ROWE, Colin – «The avant-garde revisited». In SOMOL, R. E., ed. – *Autonomy and ideology: positioning an avant-garde in America*, p. 60-6, e FRAMPTON, Kenneth, *ibidem*, p. 282.

<sup>44</sup> *Ibidem*, p. 51. (Tradução do autor).

<sup>45</sup> *Ibidem*, p. 52.

<sup>46</sup> *Ibidem*, p. 55.



FIG. 9 Apartamentos Lake Shore Drive, Mies van der Rohe, Chicago, 1948-51.



FIG. 10 Campo Universitário do IIT, Mies van der Rohe, Chicago, 1939-56.

espírito do rigor tecnocrata da burocracia capitalista.

Sem querer, Mies apurou de tal forma o conceito arquitectónico que apurou exponencialmente a sua imagem. A pureza dos edifícios de Mies destacava-se enquanto objecto arquitectónico com poderes iconográficos. Desta forma, na América, uma vez mais, a arquitectura vê-se julgada pela sua imagem e mercantilizada como produto. O edifício perfeito que Mies tanto procurou tornou-se um produto, uma marca, uma assinatura reconhecível na malha urbana. Na América, Mies trabalha irreversivelmente para o «establishment imobiliário e institucional»<sup>47</sup>, podendo-se, aqui, invocar a biografia do Edifício Seagram (Mies van der Rohe, Nova Iorque, 1954-58): a escolha de Mies para a execução desta torre foi o reflexo de um desejo de Samuel Brofman e Phyllis Lambert de erguerem em Manhattan um edifício solidamente nobre e que se demarcasse pela sua elegância<sup>48</sup>. Os investidores sabiam, portanto, que produto compravam. Na mente, teriam a imagem dos pavilhões do campo universitário do IIT (Mies van der Rohe, Chicago, 1939-56) ou, mais concretamente, as torres de apartamentos Lake Shore Drive (Mies van der Rohe, Chicago, 1948-51). E, assim, a América torna-se um campo de escravidão da forma arquitectónica.

Esse produto, aplicável ao espaço doméstico, institucional ou empresarial, foi (ou tinha já sido) também explorado por outros arquitectos, como é o caso de Skidmore, Owings e Merrill (SOM)/Gordon Bunshaft na Lever House (Nova Iorque, 1950-52) ou Wallace K. Harrison e Max Abramovitz com Le Corbusier e outros, no Secretariado das Nações Unidas (Nova Iorque, 1947-50). O sucesso na exploração desse produto tornou-o facilmente exportável internacionalmente, principalmente no após Segunda Guerra Mundial, aliando-se à imagem da liberdade e do poder da democracia capitalista. A própria Europa voltou a importar um produto para o qual teria fornecido a matéria-prima. Isto é visível nos casos, por exemplo, do edifício da Administração da Phoenix-Rheinrohr, de Helmut Hentrich e Hubert Petschnigg (Dusseldorf, 1956-60), e da Torre Pirelli de

<sup>47</sup> FRAMPTON, Kenneth – *História crítica da arquitectura moderna*, p. 288.

<sup>48</sup> HAYS, K. Michael – «Abstraction's appearance (Seagram Building)». In SOMOL, R. E., ed. – *Autonomy and ideology: positioning an avant-garde in America*, p. 280.

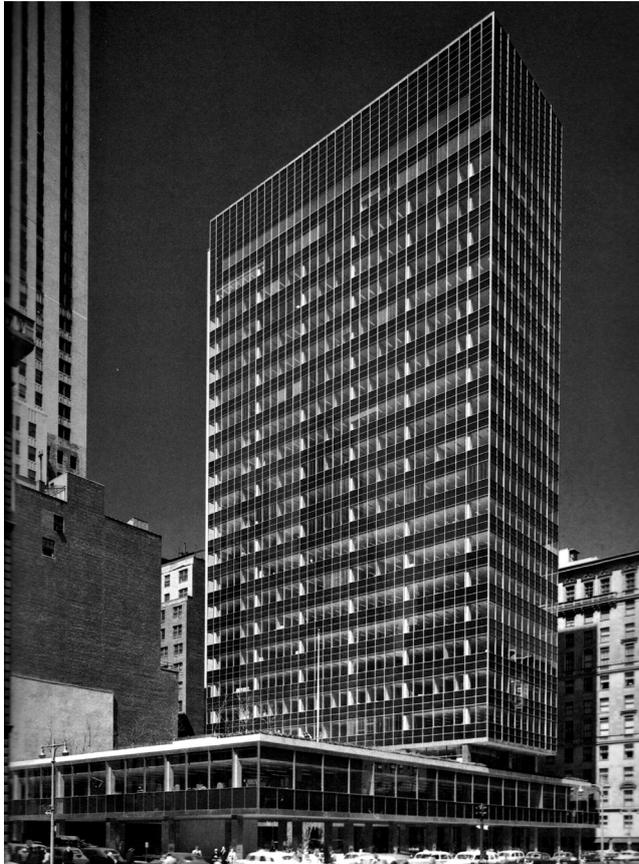


FIG. 11 **Lever House**, Skidmore, Owing e Merrill (SOM)/Gordon Bunshaft, Nova Iorque, 1950-52.



FIG. 12 **Secretariado das Nações Unidas**, Wallace K. Harrison e Max Abramovitz com Corbusier, e outros, Nova Iorque, 1947-50.



FIG. 13 Construção dos edifícios dos **Ministérios** segundo os projectos para Brasília de Lúcio Costa e Óscar Niemeyer, 1965-63.

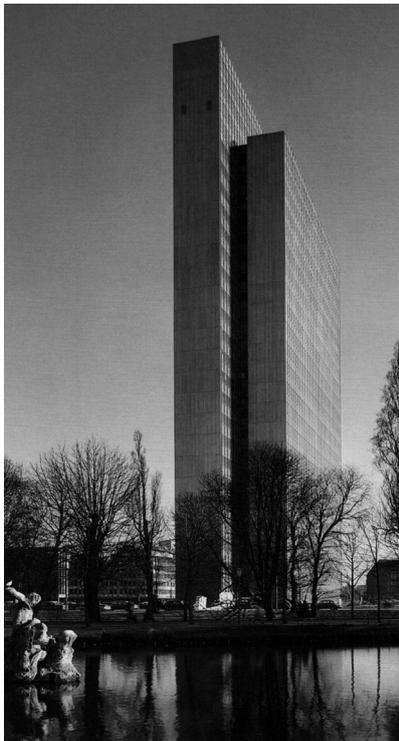


FIG. 14 **Edifício Phoenix-Rheinrohr**, Helmut Hentrich, Dusseldorf, 1955-60.

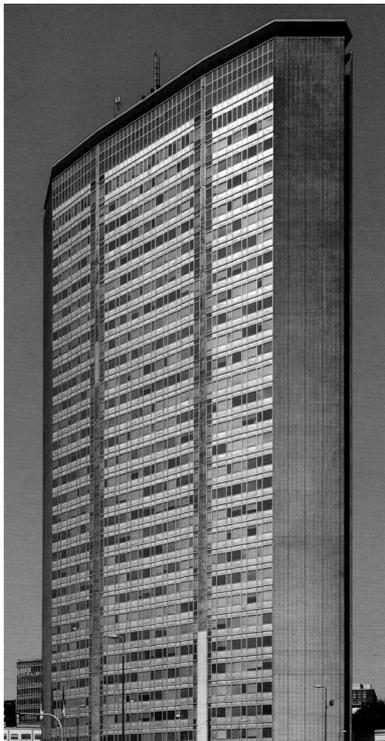


FIG. 15 **Torre Pirelli**, Gio Ponti com Pier Luigi Nervi e outros, Milão, 1956-60.

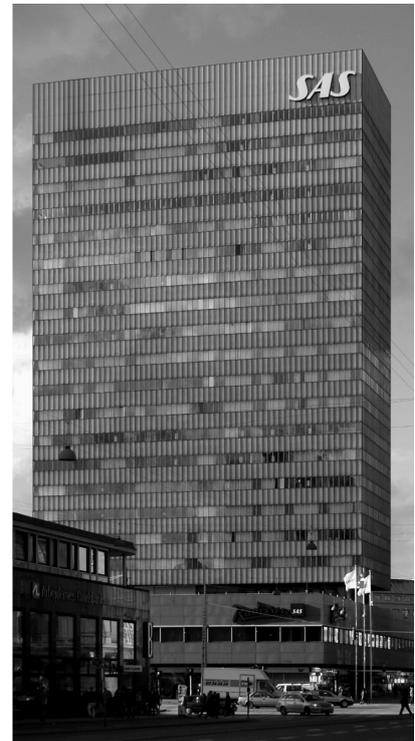


FIG. 16 **Edifício da SAS Royal Hotel**, Arne Jacobsen, Copenhaga, 1956-69.

Gio Ponti (Milão, 1956-60), ou do Edifício da SAS Royal Hotel, de Arne Jacobsen (Copenhaga, 1956-69), que associaram definitivamente o poder iconográfico da arquitectura à imagem da empresa. A força da imagem dos objectos puros exportou-se também para Brasília. Os edifícios dos Ministérios exploraram dentro dos limites dos seus imaculáveis paralelepípedos um formalismo platónico.

Despreocupadamente revestidos a vidro e lançados ao Sol, sem um qualquer *brise-soleil*, dos que a arquitectura brasileira já tinha utilizado para domesticar a linguagem moderna no seu território, dão mais um sinal de que, internacionalmente, a imagem está a apoderar-se da arquitectura.

Estamos nos meados do século XX e esta questão da imagem, especialmente no ambiente americano, não é matéria relativa apenas à arquitectura. De facto, a imagem marca o quotidiano de uma sociedade absorvida por um consumismo<sup>49</sup> absoluto instalado pelas leis capitalistas. A cultura *pop* viria a ser a mais forte crítica e, ao mesmo tempo, alimento energético desse mesmo consumismo, muito regulado pela superficialidade da imagem. O alerta de uma obsessão emergente pela imagem fora já dado nos anos 60 por autores críticos como Guy Debord<sup>50</sup>.

No tecido urbano, o reflexo da mesma cultura visualista ganha força. A estratégia da arquitectura como produto e como imagem dá um passo em frente. A comunicação dos edifícios apura-se na luta para chamarem à atenção. Sentem a necessidade, imposta pelo mercado, de não serem semelhantes. Não se desenham só com rectas e procuram, acima de tudo, analogias formais. Perante a nova dinâmica da cidade, perante uma cultura da informação, a imagética e

<sup>49</sup> *Consumismo* é essencialmente um fenómeno da sociedade dos séculos XX e XI e que corresponde à utilização de um bem mercantilizável ou de um serviço, muitas vezes de forma inconsciente e na satisfação de uma necessidade não directa, ou seja, não básica. O consumismo é impulsionado pelo capitalismo, na forma de propaganda, numa procura de aumento de rendimento para os investimentos.

<sup>50</sup> Pensador, artista e crítico francês, Guy Debord publicou, em 1967, o seu livro *A Sociedade do Espectáculo*. A obra, uma manifestação teórica ligada à Internacional Situacionista (grupo revolucionário e independente de artistas e intelectuais fundado em 1957), corresponde essencialmente a uma crítica perspicaz ao capitalismo avançado, que faz na vida quotidiano tudo relacionar-se com imagens e mercadoria, revelando com acuidade os sintomas da obsessão pela imagem que já na altura marcava a sociedade e que se veio a desenvolver por completo com a sociedade mediática e a era digital.



FIG. 17 Terminal da TWA, Eero Saarinen, Nova Iorque, 1956-62.

o nobre poder da forma pura de Mies já não bastam: cresce a ideia de edifício enquanto logótipo, facilmente consumível e capaz de transportar consigo *figuras*, metáforas, ideias mentais vendidas aos utilizadores e que vão construindo uma tal realidade paralela de que falará Jean Baudrillard<sup>51</sup> e renunciada por Guy Debord de uma sociedade quase embriagada pelo consumo das imagens.

O edifício do terminal da TWA no aeroporto J.F. Kennedy, em Nova Iorque (1956/1962), de Eero Saarinen, deixou para trás o racionalismo moderno, deixando-se vender, comentar e consumir como um produto. As formas curvilíneas das quatro abóbadas, suportadas unilateralmente por quatro pilares em Y e agrupadas a um centro, invocam imagens: sejam elas o ‘bico de um pássaro’, ‘asas’, ‘uma de trajectória de voo’ ou mesmo ‘os fluxos dos passageiros’. Na altura, Nikolaus Pevsner<sup>52</sup> tece o seguinte comentário: *«porque é que um edifício de partidas e chegadas de uma linha aérea chega a este ponto de expressão? Seguramente a função espiritual, por assim dizer, de um terminal de uma linha aérea não é nem a de extasiar nem a de edificar. Alguém quererá recolher informação do Voo 230 da menina bem-parecida, atarefada dentro de um recife de coral?»*<sup>53</sup>. A memória descritiva inicial deste edifício, escrita pelo próprio Saarinen, revela sem rodeios que um dos seus objectivos terá sido a criação de um terminal com uma assinatura que funcionasse de maneira a criar uma identidade própria para a companhia aérea e que o distinguisse entre as outras estruturas aeroportuárias<sup>54</sup>. Ainda, Saarinen explica que teve a oportunidade de desenhar um edifício que se relacionasse com o meio circundante, mas que, ao mesmo tempo, conseguisse *«declarar uma expressão teatral»*<sup>55</sup>. As ordens de um consumismo incauto, principalmente caracterizado pela superficialidade, obrigam os edifícios a serem sedutores ao primeiro contacto.

Eero Saarinen foi, de facto, um dos primeiros arquitectos a responder de

<sup>51</sup> Sociólogo e filósofo francês (1929 – 2007).

<sup>52</sup> Historiador de arte e arquitectura, inglês de origem germânica (1902-1983).

<sup>53</sup> *Apud* JENCKS, Charles – *The Iconic Building: the power of enigma*, p. 30. (Tradução do autor).

<sup>54</sup> ROMAN, Antonio – *Eero Saarinen: an architecture of multiplicity*, p. 43.

<sup>55</sup> *Apud ibidem*. (Tradução do autor).



FIG. 18 Interior do Terminal da TWA.

forma directa às exigências da cultura de consumo visual. No alastramento do cansaço das propostas Modernas, Saarinen põe à prova as potencialidades do betão armado, explorando jogos expressivos e dinâmicos da forma<sup>56</sup>. As curvas, como elementos de composição de um dinamismo anti-moderno, suportadas por impressionantes estruturas de betão armado, não passam de linhas que desenham esculturalmente a forma do edifício. Não são expressão de uma estrutura, não são um resultado – são um ponto de partida. São o desenho de alguém que procura uma estética determinada para um determinado edifício, são o desenho de um simbolismo que subjugava qualquer fundamento funcional, racional e matemático às leis da estética, da expressão, da forma e da *figura*. Eero Saarinen «foi um dos arquitectos posteriores ao Movimento Moderno que tentou incorporar a metáfora na arquitectura contemporânea, situando as exigências funcionais numa posição

<sup>56</sup> A metodologia do Movimento Moderno fora já posta em causa pela chamada terceira geração, com a qual Le Corbusier andou a par nos últimos anos da sua carreira. Na verdade, a capela de Ronchamp é a prova da existência de «novos padrões formais para responder a uma nova realidade» (Cf. MONTANER, Josep Maria – *Depois do Movimento Moderno*, p. 46). Essa revisão formal acompanha uma cada vez maior tomada de consciência das fraquezas de uma arquitectura universalista, propondo em troca uma aproximação mais local, uma arquitectura mais referencial, com linguagens menos austeras e mais carregada de sugestões vernáculas. Assim, a quebra das premissas cartesianas e racionalistas do Movimento Moderno aparece numa tentativa de uma consciência humanizante da arquitectura. Quando, em Ronchamp, Le Corbusier olha em torno, sente as árvores, o cimo do monte, o céu, o poder do lugar. As formas côncavas e convexas e a textura da capela ganham sentido ali, da mesma forma que complementam aquele lugar sublime. Embora Charles Jencks refira que as metáforas que envolvem a capela de Ronchamp serão tantas que saturam o próprio edifício, podemos afirmar que a diferença estará no facto de Ronchamp se envolver nessas metáforas não em prol da sua mercantilização, mas de domesticar a abstracção numa tentativa de criar um espaço humanamente afável.

Da mesma forma, quando o ‘vigor formal’ dos brutalistas japoneses, entre outros, se começa a expressar, esse formalismo conjuga-se com a ‘forma’ tradicional japonesa. Ainda, as mega-estruturas dos metabolistas, como Kenzo Tange e Kurokawa ou as experiências dos Archigram, ou mesmo a cúpula geodésica sobre Manhattan, de Buckminster Fuller, são experiências arquitectónicas expressivas, mas cuja investigação se centra sob as necessidades humanas. Tange explora os problemas da sobrelotação e as possibilidades de expansão de Tóquio (por exemplo, no Projecto para a Baía de Tóquio, 1960) e Kurokawa estuda o mesmo problema da sobrelotação com a exploração dos limites do habitáculo humano (na sua torre capsular, 1971). Os Archigram estudam relações entre a tecnologia e o *habitat* humano, e Fuller propõe com a gigantesca cúpula uma protecção contra a poluição ou as radiações nucleares. Como os seus epicentros nos interesses do Homem, os formalismos destas estratégias estão, assim, longe de uma arquitectura enquanto estratégia de *marketing* ou outro qualquer serviço puro de imagem.



FIG. 19 Auditório Kresge do MIT, Eero Saarinen, Cambridge, Massachusets, 1953-55.

*secundária*»<sup>57</sup>, dando resposta, assim, à nova realidade do consumo.

Já um edifício anterior, o Kresge Auditorium do MIT (Cambridge, Massachussets, 1953-55), revela a força com que Saarinen passa a trabalhar a forma<sup>58</sup>. Projectada em betão, a cobertura em concha, a par com a fachada curvilínea, que é, ao mesmo tempo, cobertura e alçado, ao tocar o chão em dois vértices opostos, desfere um golpe no espaço recto e cartesiano, explorado ao limite pela arquitectura nas décadas precedentes. Esta inofensiva contusão começa a abrir, definitivamente, a arquitectura a um vocabulário formal mais *espectacular*, algo que desequilibra a percepção habitual que o olho tem do espaço. Opta-se por soluções arquitectónicas que estabeleçam com o utilizador uma relação de estranheza e, a partir do que se observa, uma relação expectante entre o espaço físico construído e a imaginação. É necessário, acima de tudo, ou em primeiro, estabelecer uma relação comunicativa entre edifício e utilizador. É necessário que o edifício seja consumido pelo sentido da visão.

Da acta do júri do concurso para a Ópera de Sidney, do qual Eero Saarinen fez parte, subtrai-se com evidência todo crédito conferido à criatividade arquitectónica julgada na expressão formal e na silhueta dos projectos<sup>59</sup>.

Essa expressão formal, essa silhueta torna a arquitectura um produto, um logótipo, neste caso não de empresas ou instituições, mas mesmo de cidades – e já não só a nível local como a nível internacional. A Ópera de Sidney (1956/1973), do dinamarquês Jørn Utzon, importa da América para o território australiano o conceito de *imagem forte* (que Mies ajudou a preconizar), cruzado com o formalismo escultural que alimenta a urgência consumista da sociedade ocidental.

Da Ópera de Sidney, sobra, acima de tudo, não o edifício em si, sobra não o espaço do edifício, mas a iconografia do edifício, a sua capacidade de sustentar a criação de *figuras*, de sugerir histórias, de ser um logótipo. E este produto

<sup>57</sup> MONTANER, Josep Maria – *Depois do Movimento Moderno*, p. 60. (Tradução do autor).

<sup>58</sup> Compare-se, por exemplo, a diferença entre o tratamento da forma pura do Centro Técnico da General Motors (Waren, Michigan, 1948-56) e o referido Kresge Auditorium (1953-55).

<sup>59</sup> Cf. ROMAN, Antonio – *Eero Saarinen: an architecture of multiplicity*, p. 191.

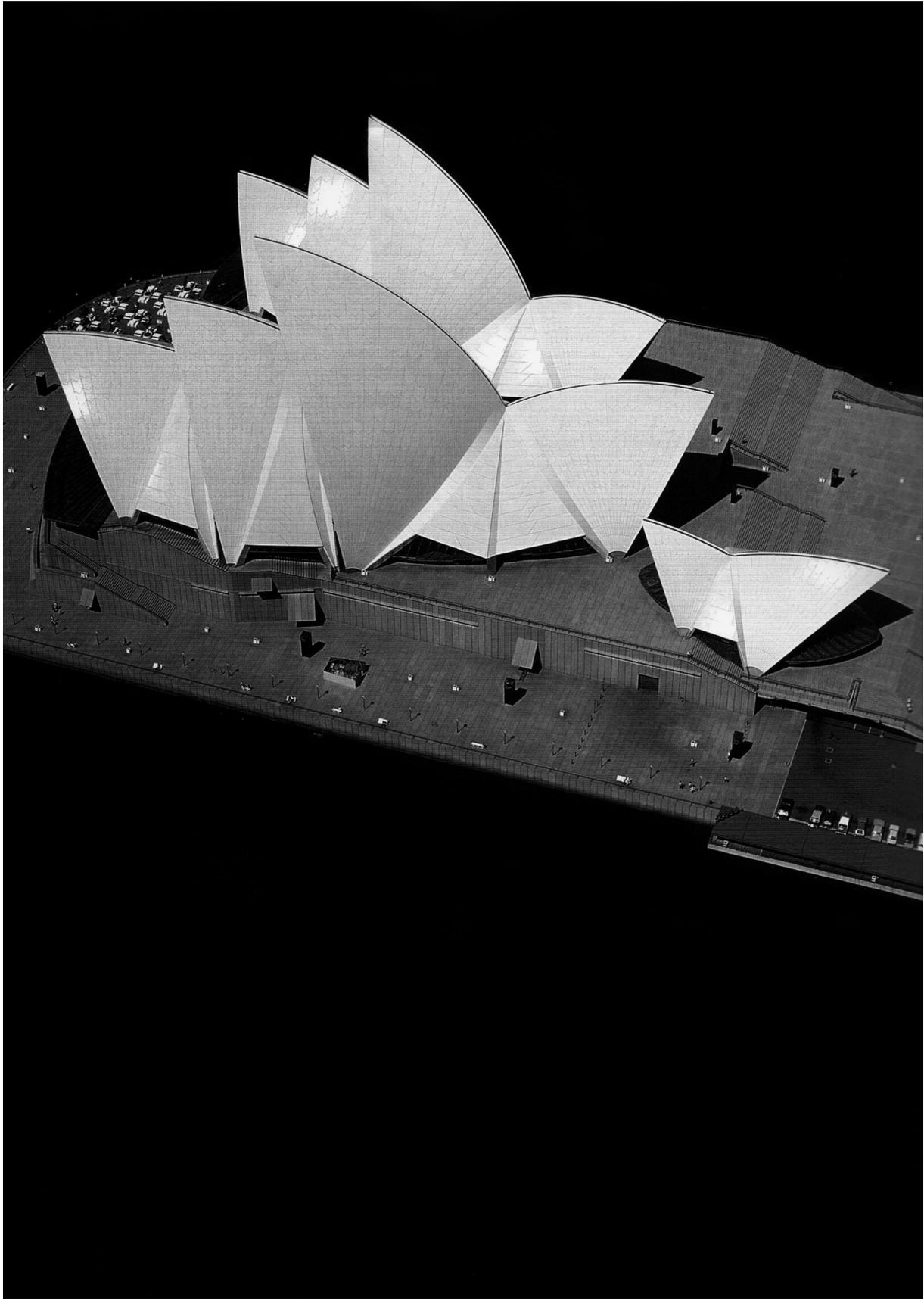


FIG. 20 Ópera de Sidney, Jørn Utzon, Sidney, 1956-73.

arquitectónico é vendido visualmente tanto como ‘um conjunto de freiras’, ‘um acidente de carros sem sobreviventes’ e ‘tartarugas a fazerem amor’, como ‘conchas sobrepostas’, ‘gomos de laranja’ ou ‘as velas dos barcos navegam no porto à sua frente’. Aqui, a múltiplos observadores correspondem múltiplas interpretações. O observador, o olho consumista, é definitivamente valorizado para avaliar os atributos de um edifício.

Este projecto para Sidney revela os sintomas que Jean Baudrillard haveria de discutir no seu livro *Simulacro e Simulação*, de 1981: o consumismo imagético das sociedades capitalizadas constrói uma segunda realidade sobre a qual a sociedade se projecta: uma ‘realidade’ composta de imagens e ideias construídas acerca dos objectos que se querem representar, ao ponto de essa realidade suplantar a ‘verdadeira’ realidade visível. Mesmo que no porto de Sidney não se vejam cangurus, o conjunto de cúpulas deste edifício chega a explorar a imagem do ‘salto de um canguru’. O *produto arquitectura* ajuda na venda mental e à exportação de uma imagem da Austrália como a *terra dos cangurus*.

A *figura* da Ópera de Sidney foi habilidosa na forma como auxiliou a *Qantas*, companhia aérea australiana, a trazer turistas para aquele território<sup>60</sup>. A arquitectura cumpriu o seu papel no mercado internacional. A capacidade de criar uma imagem, uma *figura* forte, nunca vista, monumental, sedutora e sinónima de prestígio, e a eficácia no estabelecimento de associações convincentes no imaginário do público (a tal realidade paralela), justificam o edifício como símbolo da cidade e do país.

Mais tarde, o crítico Fredric Jameson confirma a ideia de que, com a cultura pós-moderna totalmente dominada pelo capitalismo, tudo se transformou em mercadoria e imagem, afirmando ainda ter-se assistido a uma dissolução da divisão entre a alta cultura e a cultura comercial<sup>61</sup>.

Temos nessa altura os materiais, as formas e as cores do *kitsch*, os aparelhos electrónicos medíocres, a televisão atafalhada com as séries de entretenimento, os

<sup>60</sup> JENCKS, Charles – *The Iconic Building: the power of enigma*, p. 10.

<sup>61</sup> Cf. JAMESON, Fredric – *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*.



FIG. 21 **Piazza d'Italia**, Charles Moore, Nova Orleães, 1975-79.

*best-sellers* de capa de cartolina. Da Las Vegas de Robert Venturi vem o reboiço visual dos néones, o piscar dos signos e os placares com letras gordas, com letras delgadas, com letras arabescas – com letras. E com imagens, imagens, imagens certas que preenchem os olhos de quem passa de carro. A cidade é o que sobra por entre os viadutos, tentando embrulhar o *público* entre a objectividade da comunicação e o aconchego subjectivo das formas conhecidas.

Da mesma forma, a Piazza d'Italia, de Charles Moore (1975-79), hiperboliza os elementos arquitectónicos, quase mostrando-os um a um. Assente em bases formais reconhecíveis, num populismo pouco discreto, a praça vende-se a um público que consome o que vê. Moore socorre-se dos elementos clássicos numa ironia que transporta a obra para uma discussão teórica acerca dos significados históricos e construtivos daqueles elementos. Mas longe de qualquer intenção mais profunda do arquitecto, o olho do público recreia-se apenas com a soma de objectos que é a praça. Charles Moore acaba por estetizar a arquitectura, ajudando à mercantilização de imagens.

Seria de uma grande extensão uma reflexão mais profunda sobre os mecanismos da comunicação pós-moderna, tão díspares como os *ícones*, *índices* e *símbolos* de Charles Jencks ou o *duck* e *decorated shed* de Robert Venturi. Assinala-se apenas o facto de os arquitectos pós-modernos, usando a linguagem simbólica da arquitectura, a terem mercantilizado mais uma vez. Pelo menos, será essa a experiência que fica para o utilizador, isto é, embebido na esfera estética sobre a qual se constrói todo o seu quotidiano, consumirá a arquitectura pela sua imagem.

A arquitectura que é produzida a partir da década de 80 é para ser consumida numa espécie de *disneyficação* que vende histórias, que vende sonhos, entretenimento, alimentando o consumismo acrítico, agarrando-se à força das imagens descarregadas da história e das estórias que são também a nossa própria História. Na cultura da *simulação*, a arquitectura será sempre um produto consumido pela visão. E é como um produto também que a arquitectura se associa às cadeias multinacionais, oferecendo-nos a *simulação* de espaços iguais, desde o *mesmo* hotel ou o *mesmo* café central que encontramos mundo fora.



FIG. [22A E 22B] Rolamento de esferas e Cabana no Nevada. Imagens utilizadas por Philip Johnson no prefácio do catálogo da exposição *Arquitetura Desconstrutivista*, explicando a partir delas a diferença entre a 'perfeição pura' da linguagem Moderna e a 'perfeição violada', o desequilíbrio do olho, operados pelo desconstrutivismo.

E na lógica do consumo, monumentaliza-se, mais uma vez, o espaço construído e os estímulos visuais em vontades sequenciais de poder, dos investidores ou das próprias cidades.

A urgência de um mercado com ânsia de novidade e movida pelo «*desejo de ser famoso e um ódio ao aborrecimento*»<sup>62</sup> continua a promover a inovação e a experimentação estética. Neste caso, transformou uma investigação arquitectónica em imagem e agarrou uma experiência arquitectónica como produto útil.

Em 1988, atentos à investigação arquitectónica, Philip Johnson e Mark Wigley reúnem o trabalho de 7 arquitectos e apresentam-nos numa exposição no MoMA<sup>63</sup>. Mais uma vez, destacou-se a ousadia de lhes ser encontrada uma etiqueta: os trabalhos foram apresentados como «*arquitectura desconstrutivista*». Desta feita, não fosse a História a mãe da experiência, os curadores reforçaram a ideia de que aqueles trabalhos juntos não representavam mais do que uma confluência de estratégias, não se identificando qualquer movimento e muito menos qualquer estilo.

As novas tecnologias e materiais pareciam, agora, validar os sonhos não realizados dos construtivistas russos, quando a tecnologia que construía as suas ideias não era mais do que linhas no papel e algumas maquetes. De facto, Philip Johnson e Mark Wigley defendem a hipótese de esta arquitectura ter as suas raízes na «*sobreposição em diagonal de formas rectangulares ou trapezoidais*»<sup>64</sup> do construtivismo russo. Mas essas diagonais e os novos usos de materiais pelos arquitectos presentes na exposição não eram senão trabalho sobre os códigos técnicos, sintácticos e semânticos da arquitectura de que fala Umberto Eco<sup>65</sup>.

Eram trabalhos sobre configurações geométricas capazes de destabilizar

<sup>62</sup> Philip Johnson em entrevista. In KIPNIS, Jeffrey – «A conversation around the avant-garde». In SOMOL, R. E., ed. – *Autonomy and ideology: positioning an avant-garde in America*, p. 46. (Tradução do autor).

<sup>63</sup> Mais precisamente, eram 6 arquitectos e um escritório: da exposição faziam parte trabalhos de Peter Eisenman, Frank O. Gehry, Zaha Hadid, Rem Koolhaas, Daniel Libeskind, Bernard Tshumi e Coop Himmelbl(l)au. Cf. JOHNSON, Philip; WIGLEY, Marc, ed. – *Arquitectura Deconstructivista*.

<sup>64</sup> *Ibidem*, p. 7. (Tradução do autor).

<sup>65</sup> ECO, Umberto – «Function and sign: the semiotics of architecture». In LEACH, Neil – *Rethinking Architecture: a reader in cultural theory*, p. 193.



a ideia de estrutura e, conseqüentemente, contaminar também as formulações pré-concebidas sobre a forma. Intelectualmente, não só atacam a pureza da forma enquanto sinónimo de garantia de estabilidade estrutural, coerência, unidade e harmonia, explorando as poéticas do desequilíbrio, do incoerente e do incompleto, como pretendem ainda pôr em questão as tradicionais categorias denotativas e conotativas da arquitectura e a conseqüente maneira formatada que temos de compreender o espaço. Uma viga pode ser oblíqua, parecer sub ou sobredimensionada ou nem sequer obrigatoriamente auxiliar a estrutura. Uma janela pode não ser apenas janela e uma porta apenas porta. Uma cobertura pode ser ao mesmo tempo cobertura e alçado. A complexidade e a contradição que Venturi aclamava são, aqui, trabalhadas com base em códigos irreconhecíveis e à escala monumental. E, num ataque ao modernismo, o espaço não tem de ser recto nem de acomodar a função.

Mas toda esta discussão fica presa dentro dos limites intelectuais da disciplina arquitectónica. Na verdade, para o olho do utilizador comum, acima de qualquer aproximação mais cerebral ou interpretativa do espaço, sobra principalmente o seu impacto escultural. Com essa força escultural, a sua monumentalidade capaz de desequilibrar o espaço urbano a seu favor e com um poder iconográfico incomparável, estas experiências arquitectónicas serão um produto aproveitado ao máximo no futuro pelo crescente mercado livre das imagens e da monumentalidade iconográfica.

Ao mesmo tempo, destaca-se o papel dos *media* na construção de uma *arquitectura mercadoria*, uma arquitectura vendida à base da sua imagem. Como aconteceu com a Ópera de Sidney ou o terminal da TWA, os *media* aumentaram, usando uma expressão de Fredric Jameson, o 'apetite por fotografia' da arquitectura. Os *media* ajudam a garantir o reconhecimento dos edifícios, depois da sua utilização ou, mais ainda, o seu reconhecimento além fronteiras, mesmo por quem nunca o tenha usado. Mais do que consumir a *função* do edifício, parece querer-se consumir a cara do edifício, num êxtase para soltar um «*eu estive lá*» ou o prazer de consumir um edifício como um «*pássaro*» ou como «*as velas de um barco*».



FIG. 23 Philip Johnson e a sua torre AT&T na capa da revista Time, Janeiro de 1979.

Os *media* encarregaram-se de aumentar, acima de tudo, a atenção pública perante a arquitectura. Ainda em 1979, quando Philip Johnson, ele mesmo sempre atento às derivações do mercado, e a sua torre AT&T assumem a glória da primeira página da revista *Time* e, logo a seguir, a capa de outras revistas e jornais por todo o mundo, garantiu o contrato para grandes projectos num grande número de importantes cidades americanas<sup>66</sup>, profetizam-se as dinâmicas que marcariam a arquitectura nas décadas seguintes. Profetizava-se já o arquitecto como estrela e a idolatria à arquitectura como arma ao serviço do investimento público ou privado. Profetizava-se a arquitectura como um bem cotado no mercado da imagem. Profetizava-se a arquitectura como investimento com retorno simbólico em prestígio ou retorno directo em consumo turístico. Profetizava-se a consagração da arquitectura como imagem e produto, mercantilizada na era da informação e no mercado global livre da última década do século XX, com todas as inerentes contrapartidas na geração de edifícios e de espaço urbano.

<sup>66</sup> JENCKS, Charles – *The Iconic Building: the power of enigma*, p. 11.



## 2. CONSAGRAÇÃO

arquitectura como imagem e mercadoria

Nas suas duas últimas décadas, o século XX confirmou em definitivo o novo paradigma. Inaugurada a era digital e, assistindo-se à expansão do mercado global, observou-se a multiplicação exponencial dos indícios revelados no capítulo anterior: aumentou a estetização da arquitectura, aumentou a sua mercantilização. Irreversivelmente consagrada enquanto imagem e mercadoria, a arquitectura abriu as portas para a própria redefinição.

O dia 9 de Novembro de 1989 deixa cair, ao lado do Muro de Berlim, a divisão do mundo entre as forças do socialismo e as do capitalismo. Reorganiza-se a política e a economia mundial, estabelece-se uma crescente rede de relações e interdependência de ideias, de culturas, de instituições e, acima de tudo, de informação e de mercados. O terreno de jogo, outrora retalhado, é, agora, um campo único onde os jogadores se empenham numa alucinante ‘troca de bolas’. A globalização toma conta das ocorrências diárias no globo.

A dinâmica do mundo global, apoiada pela revolução digital, acelerou a propagação incontornável de informação e imagens a cada instante. Diariamente, estamos conectados a uma vasta rede de comunicação, regida pelo universo



explosivo da reprodução visual.

Saindo à rua, somos bombardeados por toneladas de imagens. A informação visual ataca por todos os flancos, os nossos olhos tentam desviar-se sem sucesso de tudo aquilo a que são impelidos a ver. É uma parafernália que nos obstrui cada passo, grande parte sem nós próprios nos apercebermos. É a montra, é a *figura* colada na porta daquele carro, o *outdoor*, o *flyer* que nos passam para a mão, são os ecrãs exteriores. Aqui é a luz do semáforo, ali é a moda no vestuário de alguém que passa.

Em casa, no nosso último reduto, o assombro é semelhante. Maior talvez. É o plasma com 200 canais vibrantes, o jornal a cores que traz cinco suplementos dentro de uma saca de plástico publicitada, o portátil dotado de banda larga descarregando informação e imagens a alta velocidade, os sítios na internet cada vez mais trabalhados e carregados de imagens apelativas ou publicitárias. E a caixa do correio cheia de panfletos ou a do correio electrónico cheia de *spam*. Mais as mensagens instantâneas do telemóvel. E claro, os sempre velhinhos e os novos livros que ainda povoam as mesas da sala, do quarto, do escritório.

Nesta cultura global de informação aumenta o consumo visual. O mundo estetiza-se. Cada ocorrência diária ganha visibilidade e o poder das imagens concorre para nos seduzir ao primeiro impacto.

O que Johnson e Hitchcock fizeram no MoMA em 1932 foi descontextualizar a arquitectura, estetizando-a e embalando-a como um produto. Constantemente descontextualizada nesta auto-estrada de livre circulação de informação e constantemente estetizada nesta realidade afogada pelo pixel digital, a arquitectura consagra-se como imagem e mercadoria. O mundo vende ao próprio mundo arquitectura em imagens.

As folhas de papel acetinado dos livros e das revistas difundem *frames* forjados do espaço construído, imagens ou momentos inexistentes no habitar quotidiano dos edifícios. Manipulam-se as perspectivas, os brancos são ainda mais brancos, os vermelhos mais vermelhos e as texturas ainda mais texturadas. A luz e a sombra aparecem no lugar certo. E a silhueta do edifício seduz, quererá seduzir sempre.



FIG. 24 A imagem vende-nos a luz, a sombra e a textura perfeitas, sublimes. **Termas de Vals**, Peter Zumthor, Vals, Suíça, 1994-96.

Procura-se provocar um olhar de espanto: a arquitectura vende-se pelo encanto visual e pelos sonhos que produz. Cada edifício quer surpreender ao vivo e, ao mesmo tempo, a glória da melhor fotografia, da melhor *figura* estampada a duas dimensões, da surpresa formal mais inusitada, icónica e inédita na esperança de que a internet propague essas imagens criando uma aura à sua volta. Uma aura de fama e prestígio. Uma aura que promova, ao mesmo tempo, o arquitecto que desenhou e o cliente que construiu.

Temos os edifícios instaurados na mente como *objectos para serem vistos e consumidos*. Por exemplo, a publicidade faz a arquitectura refém duma relação mútua de exaltação entre edifícios e produtos publicitados, avivando palavras como *sensação, novidade, monumental e sublime*. Roubamos um exemplo a Michael Sorkin: na televisão «*a câmara circula à volta de um Lexus prateado estacionado em frente ao Guggenheim de titânio. (...) A conversa é genuína. Os produtos estão bem colocados, mutuamente reforçados*»<sup>67</sup>.

Tendemos para uma compreensão estetizada do mundo e julgamos a realidade pela superficialidade do instantâneo. Sedução imediata é a lógica desta cultura visualista e estetizada na produção de propaganda e reconhecimento. A arquitectura é imagem procurando essa sedução. A arquitectura está pronta para servir o mercado.

Na lógica da globalização, o conceito de mercado livre e global ganhou densidade e os ímpetus de consumo, tipicamente ocidentais, alastram ao resto do mundo. «*Fazer compras é seguramente a última forma de actividade pública que resta*»<sup>68</sup>, profetiza Rem Koolhaas. Como tal, a arquitectura adapta-se definitivamente às políticas económicas, explorada para servir mais o mercado do que directamente o *habitat* do Homem, como previsto no capítulo anterior. De facto, «*juntamente com toda a restante produção cultural (...) o desenho do espaço construído tem vindo a ficar cada vez mais imerso e subordinado aos objectivos*

<sup>67</sup> SORKIN, Michael – «Brand aid; or, the Lexus and the Guggenheim (further tales of notorious b.i.g.ness)». In: SAUNDERS, William S. (ed.) – *Commodification and spectacle in architecture*, p. 27. (Tradução do autor).

<sup>68</sup> *Apud* SORKIN, Michael – «Brand aid; or, the Lexus and the Guggenheim (further tales of notorious b.i.g.ness)». In: SAUNDERS, William S. (ed.) – *Commodification and spectacle in architecture*, p. 25. (Tradução do autor).

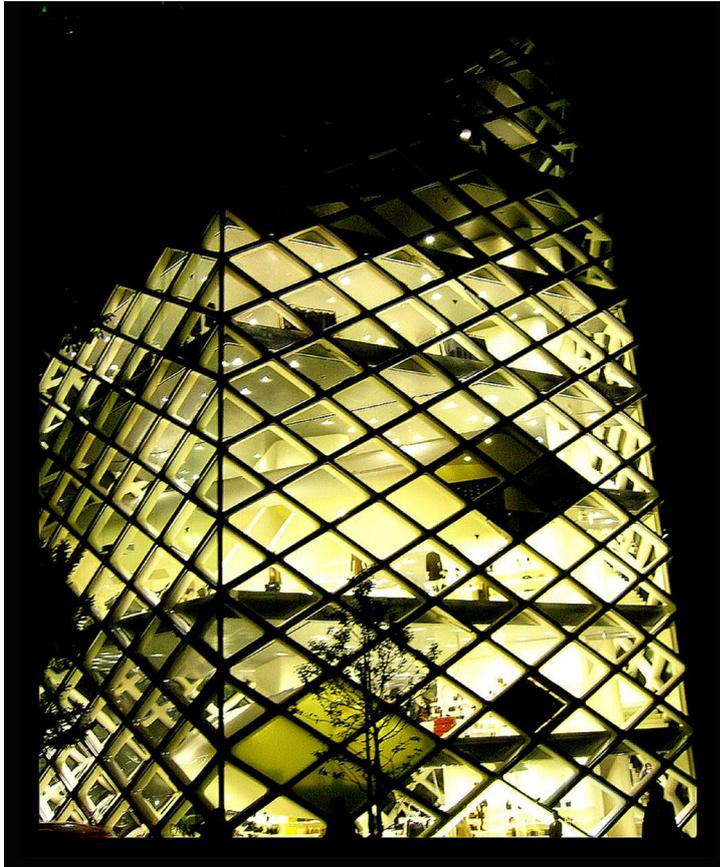


FIG. 25 Edifício Prada, Herzog & de Meuron, Tóquio, 2000-03.



FIG. 26 Alta costura e 'alta arquitectura' no interior do Edifício Prada.

da economia capitalista, mais especificamente à sedução dos consumidores com o propósito de criação de lucro»<sup>69</sup>, atenta William Saunders logo no prefácio que abre o seu livro. Michael Sorkin insiste também na ideia de alienação da arquitectura do mundo real social, entregue que está ao mercado pelo fenómeno do *branding*: «a defesa do branding tem lotação esgotada na arquitectura, reduzindo os seus significados a mera publicidade, um óptimo alheamento para as mais amplas implicações sociais da prática arquitectónica»<sup>70</sup>.

Os arquitectos reinventam marcas, lançando-as no mercado, ao mesmo tempo que lançam o seu nome, enquanto vendedores de imagens e conceitos eloquentes. Vem à memória o exemplo do edifício da Prada em Tóquio, onde Herzog & de Meuron associam a marca italiana de alta costura à ideia de ‘alta arquitectura’, produzindo um edifício persuasivo com o duplo efeito de atirarem a marca para um maior mediatismo, enquanto vendem a sua própria arquitectura como um produto, aplicável ali, aplicável a uma qualquer outra loja Prada<sup>71</sup>, aplicável a uma qualquer outra marca que os chame a colaborar. Numa ilusão superficial, a novidade da forma e dos materiais associa-se ao luxo da marca numa glorificação recíproca. O mercado confere popularidade à arquitectura, ao mesmo tempo que o arquitecto dá força ao mercado através da venda sedutora de imagens. Por outras palavras, os arquitectos emprestam o nome à marca e a marca empresta-se como uma espécie de mecenas.

O mercado, perante a sua possível saturação, procura renovar-se e reinventar as necessidades de consumo<sup>72</sup>. A arquitectura, produto de mercado, presta-se ao mesmo. Invoquemos, aqui, o Hotel Astor Place de Nova Iorque, um investimento

<sup>69</sup> SAUNDERS, William S. – «Preface». In: SAUNDERS, William S. (ed.) – *Commodification and spectacle in architecture*, p. VII. (Tradução do autor).

<sup>70</sup> SORKIN, Michael. – «Brand aid; or, the Lexus and the Guggenheim (further tales of notorious b.i.g.ness)». In: SAUNDERS, William S. (ed.) – *Commodification and spectacle in architecture*, p. 31. (Tradução do autor).

<sup>71</sup> Curiosamente, o edifício da Prada em Nova Iorque foi desenhado por Rem Koolhaas/OMA, fazendo parte da estratégia da empresa estar associada não a um, mas a dois arquitectos influentes.

<sup>72</sup> Ideia apresentada por Michael Sorkin a partir das reflexões de Thomas Frank. Cf. SORKIN, Michael. – «Brand aid; or, the Lexus and the Guggenheim (further tales of notorious b.i.g.ness)». In: SAUNDERS, William S. (ed.) – *Commodification and spectacle in architecture*, p. 27.

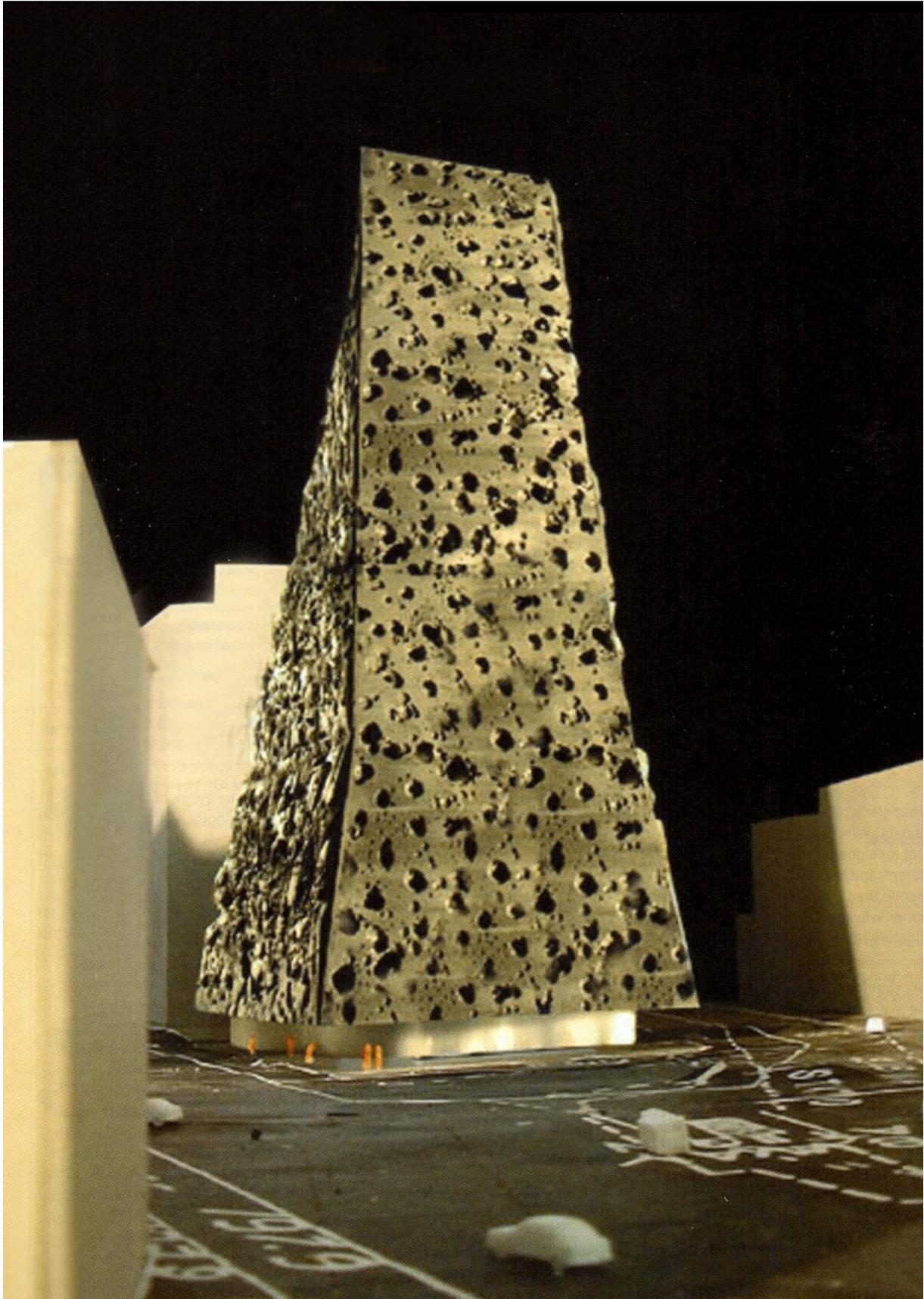


FIG. 27 Maquete do **Hotel Astor Place** para Nova Iorque, Rem Koolhaas/OMA e Herzog & de Meuron, 2000.

de Ian Schrager que juntou, nesse projecto, em 2000, Rem Koolhaas e Herzog & de Meuron. No caso deste hotel, a tática não passa só por arrastar consigo o nome de dois pesos-pesados da arquitectura mundial. Antes, numa «*metrópole americana fascinada com o glamour europeu*»<sup>73</sup>, da estratégia do hotel faria parte a criação da ideia mental e sedutora de ser ele próprio uma mercadoria, uma peça de ‘luxo’ importada desde o outro lado do Oceano. Num mundo estetizado e perante um mercado exigente, ambicionava-se um produto identificável – uma imagem poderosa, uma forte experiência visual contada por uma estória qualquer. O mais importante seria vender uma ideia mental e estética do edifício, vesti-lo como quem seduz na moda. O esforço heróico na produção da fachada<sup>74</sup>, a parte do edifício mais visível, realça a necessidade de sedução visual. Por fora, o hotel não seria mais do que uma fatia de queijo suíço ou o pedaço de uma rocha porosa ou qualquer outra imagem transcendente.

Mas, por dentro, as janelas seriam também entendidas e consumidas como os buracos desse queijo ou dessa rocha. No conjunto, a arquitectura daria oportunidade a uma experiência mental. Como os próprios autores indicam, «*os quartos são grutas escavadas; (...) a mobília é incorporada nas paredes e fachada rochosas*»<sup>75</sup>. O consumidor exigiria, a seguir, mais daquela cadeia de hotéis, e a arquitectura teria de estar à altura para responder a essas necessidades<sup>76</sup>. Hoje, o arquitecto é, ao mesmo tempo, uma vítima e um produtor de consumo.

A arquitectura tornou-se, assim, em *architainment*. Nada podia explicar melhor a postura da arquitectura perante as leis do consumo do que este irónico

<sup>73</sup> FERNÁNDEZ-GALIANO, Luis – «Spectacle and its discontents; or, the elusive joys of architainment». In: SAUNDERS, William S. (ed.) – *Commodification and spectacle in architecture*, p. 6. (Tradução do autor).

<sup>74</sup> Visível nas fotografias de inúmeras maquetes apresentadas no livro *Content*, onde se exploram múltiplos tipos de materiais e texturas, mas, acima de tudo, as capacidades imagéticas desses materiais e texturas.

<sup>75</sup> WAGENAAR, Fenna Haakma – «Astrology protect us from what we want». In KOOLHAAS, Rem, ed. – *Content*, p. 206. (Tradução do autor).

<sup>76</sup> Este projecto foi cancelado e os consumidores não terão a oportunidade de dormir dentro de uma rocha. Mas o *architainment* está em força e outros tipos de oportunidades surgirão.



conceito de Luis Fernández-Galiano<sup>77</sup>, formado pela junção das palavras inglesas *architecture* (arquitectura) e *entertainment* (divertimento, espectáculo). Cedendo ao mercado, a arquitectura é um instrumento que vende espectáculo, numa operação abrangente que se revela principalmente por uma gritaria de edifícios que vendem ao mundo estetizado *formas insólitas*, imagens, experiências mentais e ideias *glamourosas* que entretêm o olhar do público.

É este *architainment*, entre a estetização do mundo e a lógica do mercado, que mais revela a arquitectura consagrada definitivamente como imagem e como produto de bazar. São, assim, os processos desse *architainment* e as respectivas consequências na própria redefinição da arquitectura que daqui em diante queremos analisar.

Uma das mais directas manifestações do *architainment* é a criação de um grupo de elite, correspondente ao grupo dos mais bem sucedidos na venda da sua própria mercadoria, ou seja, na venda de novas necessidades, na venda de novas 'estórias' e novas imagens, na *simulação* de novas ideias mentais sobre modos de vida e edifícios<sup>78</sup>. É o grupo que melhor polvilhou o mercado do consumo com

<sup>77</sup> FERNÁNDEZ-GALIANO, Luis – «Spectacle and its discontents; or, the elusive joys of architainment». In: SAUNDERS, William S. (ed.) – *Commodification and spectacle in architecture*.

<sup>78</sup> Um dos mitos criados acerca da arquitectura é o de que os edifícios determinam a vivência dos espaços. Hoje, a par com a construção de ideias visuais acerca de lugares, e a par de imagens manipuladas sobre experiências espaciais, numa mercantilização global de sonhos arquitectónicos, cai-se facilmente na falácia da construção de estórias acerca da forma de habitar esses espaços. É normalmente montado todo um argumento conceptual sobre a forma como aquele espaço irá ser habitado, partindo de pressupostos estereotipados acerca da cultura e dos hábitos do local. Por outro lado, a pressão para que as soluções arquitectónicas apresentem novidade, explorando sempre novas formas de habitar os espaços crê no mesmo mito de que a arquitectura tem a capacidade de determinar a vivência dos espaços.

Contudo, Michel Foucault, filósofo francês, argumenta a contrário. Usando o exemplo do panóptico, uma estrutura arquitectónica que faz dispor corredores de celas em torno de um ponto de observação central de forma a que, a partir desse ponto, todos os reclusos estejam sujeitos a uma observação directa dos seus movimentos, o ponto de observação central dispõe de vários mecanismos (persianas, jogos de sobra, etc) que não deixam perceber ao recluso quando está a ser realmente observado. Perante este sistema, Michel Foucault sustenta que aquilo que garante o comportamento dos reclusos não é directamente a forma arquitectónica, mas a diferença de poder entre os guardas e os próprios reclusos. A forma arquitectónica apenas facilita o jogo desse poder. Foucault mostra-nos como a forma arquitectónica não determina a vivência dos espaços – isso, como vemos, resulta de um conjunto de circunstância. Percebemos, assim, que a arquitectura não tem um poder ditador sobre a utilização



FIG. 28 Novelo de corda, apresentado por Herzog & de Meuron como analogia para o **Allianz Arena**.



FIG. 29 Lata de Coca-cola cortada e prensada, apresentada como analogia por Mansilla e Tuñón para o **Complexo Desportivo para o Gran Slam**.

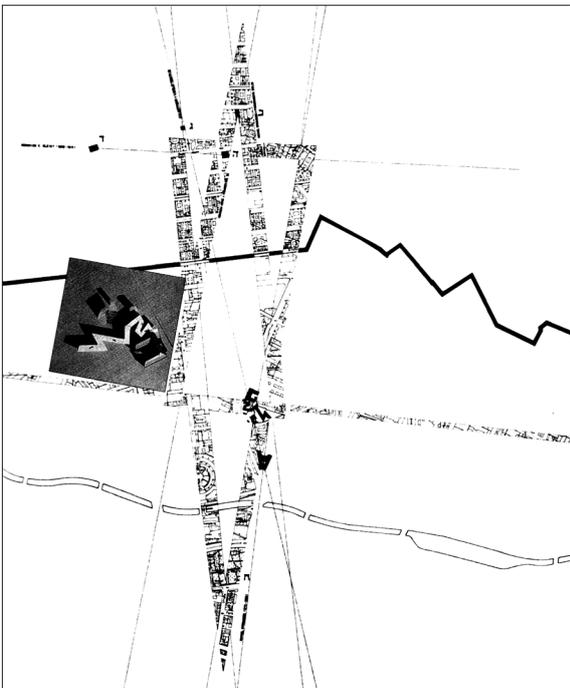


FIG. 30 Traçado simbólico sobre a cidade de Berlin, apresentado por Daniel Libeskind para 'contar a estória' sobre as 'intercepções espaciais' do **Museu Judaico**.

mais e mais imagens, o grupo que melhor fez o público acreditar na qualidade do seu produto.

Luigi Prestinenza Puglisi<sup>79</sup> corrobora a ideia de que o arquitecto faz, hoje, o papel de um criador e vendedor de ideias e novidade, tratando a arquitectura como um produto de mercado. Numa clara análise ao trabalho de alguns arquitectos contemporâneos, refere que o *produto arquitectura*, «*de forma a ser bem sucedido comercialmente, deve ser mais forma do que substância, mais contado do que real. Em resumo, deve encontrar o seu lugar no meio da retórica geral da novidade que torna o produto comercialmente viável. Assim, os seus projectos tendem a expressar, fazendo uso de um conceito, uma filosofia de vida que é frequentemente mais estética do que concretizável. Torna-se uma projecção metafórica, um sonho, uma ilusão desejável na qual acreditamos. Os seus trabalhos concentram-se em aspectos de comunicação mais do que – como no Movimento Moderno – em aspectos técnicos, funcionais de valor social*»<sup>80</sup>. De facto, confrontamo-nos facilmente com o empenho de arquitectos perante as delícias de uma sociedade estetizada em fazer-nos acreditar num edifício como um ‘queijo’, retomando o caso do Hotel Astor Place, como um ‘novelo de corda’, no caso do Allianz Arena (Herzog & de Meuron, Munique, 2001-05), como uma ‘lata de Coca-Cola cortada e prensada’, no caso do Complexo Desportivo para o Gran Slam (Mansilla e Tuñón, Madrid, 2002, não construído), ou mesmo como o ‘resultado de um traçado simbólico sobre a cidade de Berlim’, no caso do Museu Judaico daquela cidade (Daniel Libeskind, 1989-01).

Podemos trazer mais um exemplo. O Museu Norte Imperial da Guerra (1998-02), de Daniel Libeskind, nos arredores de Manchester, é um dos casos

de espaços nem formas de o habitar, que não é determinante, restando-lhe porém a possibilidade de, como refere Neil Leach, convidar ou evitar certas práticas. Cf. FOCAULT, Michel – Panopticism (extract). In LEACH, Neil – *Rethinking architecture : a reader in cultural theory* e LEACH, Neil – *A anestésica da arquitectura*, p. 59.

<sup>79</sup> Crítico e Professor de arquitectura, lecciona História da Arquitectura Contemporânea na Universidade La Sapienza, em Roma.

<sup>80</sup> PUGLISI, Luigi Prestinenza – *New directions in contemporary architecture: evolutions and revolutions in building design since 1988*, p. 190. (Tradução do autor).



FIG. 31 Museu Norte Imperial da Guerra, Daniel Libeskind, Manchester, 1998-02.

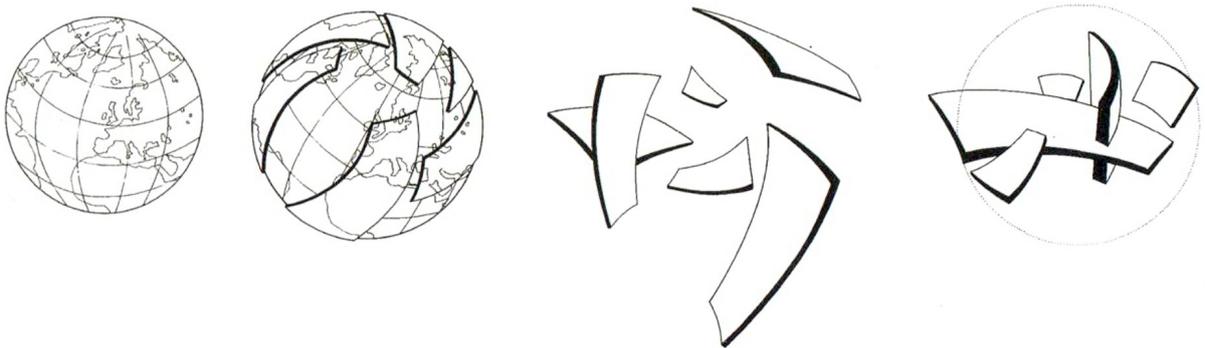


FIG. 32 Nascimento do Museu Norte Imperial da Guerra a partir da 'explosão' do globo terrestre.

em que se invoca uma dessas interpretações alegóricas, vendendo mentalmente aquele produto ao público. Composto por três volumes principais, dinâmicos e que se intersectam, o edifício é justificado enquanto um conjunto de estilhaços do globo terrestre. A partir daqui, espera-se que o observador complete a equação: os estilhaços remetem directamente para a guerra (tema do museu), remetendo, ao mesmo tempo, para os três palcos onde se desenrola a própria guerra – terra, mar e céu.

Neil Leach<sup>81</sup> afiança-nos que, hoje, «o *design arquitectónico é reduzido a um jogo superficial de formas de sedução vazias, e a filosofia aproveitada enquanto fachada intelectual para [as] justificar (...)*»<sup>82,83</sup>. A arquitectura, hoje, precisa da retórica eloquente do arquitecto, precisa de ser mediática para funcionar e vender todas as suas qualidades – é a verdadeira estratégia da publicidade de produtos no mercado. Tem de haver um esforço para clarificar e produzir uma espécie de identidade mental para que o edifício justifique ali e daquela maneira a sua presença. Até porque, na arquitectura, como na arte, a forma e a *figura*, descontextualizadas, serão inertes<sup>84</sup>. Portanto, tendo que o significado dos símbolos é perfeitamente volátil, estando dependentes de contextos particulares e, mais do que tudo, da leitura mais ou menos privilegiada de cada indivíduo,

<sup>81</sup> Neil Leach é arquitecto, autor e editor de diversos livros e Professor de Teoria da Arquitectura na Universidade de Bath e na Architectural Association de Londres.

<sup>82</sup> LEACH, Neil – *A anestésica da arquitectura*, p. 7.

<sup>83</sup> Seria de todo injusto fazer uma generalização afirmando que o trabalho de todos os arquitectos se resume à criação de imagens fortes e quimeras mentais. É demasiado redutor. Por exemplo, na Europa, afirmamos continuar a existir um *think tank* (não em termos de conjunto, mas em versões atomizadas, como é o caso de Foster&Parteners ou OMA/AMO de Rem Koolhaas), que investiga, indaga, propõe avanços sobre maneiras de construir espaço. Mas essa investigação e esses resultados passam ao lado da consciência do utilizador. O que sobra essencialmente das novas formas compositivas ou das novas materialidades será sobretudo conceitos e imagem, a espectacularidade do gesto, as capacidades iconográficas dos edifícios. E o que, aqui, queremos ressaltar é o facto de muitas vezes serem os próprios arquitectos a camuflar esse trabalho de investigação, que aparentemente não interessará para além da esfera de discussão teórica dentro da própria disciplina, debaixo desses conceitos e imagens que o público consumista quererá ver.

<sup>84</sup> «(...) não existe nenhuma garantia de que [a obra de arte ou objecto cultural] irá ser usado de acordo com a sua finalidade. (...) Temos de saber o que se supõe ser ou significar a obra – por si mesma a obra é inerte». Cf. JAMESON, Fredric – «Is space political?». In LEACH, Neil – *A anestésica da arquitectura*, p. 258-9. (Tradução do autor).



o papel do arquitecto será manipular, justificar o edifício através de imagens mentais sobre esses lugares.

Assim, invocando de novo o nome de Rem Koolhaas como exemplo, confirmamos o perfil do arquitecto da era global. Apelidado por Charles Jencks como «*the flying Dutchman*»<sup>85</sup>, Koolhaas vê-se sitiado entre aviões e noites de hotel, viajando milhas infinitas e calcorreando cada lugar do globo na venda da sua mercadoria. Vende radiografias do mundo em fotos e estatísticas, construindo, a partir daí, as convincentes fábulas que são a essência do seu produto. Consciente, refere que «(...) *é absolutamente inacreditável o que o mercado requer [da arquitectura] hoje. Requer reconhecimento, requer diferença e requer qualidades iconográficas*»<sup>86</sup>. E, assim, distribui explicações persuasivas sobre o que poderá ser ou é aquele ou outro edifício, perante audiências repletas e deliciadas e entre câmaras e microfones, qual estrela de Hollywood.

De facto, na arquitectura, como nos certifica Peter Davey, «*vivemos num mundo impregnado pelo culto da celebridade e dominado pelos media electrónicos, que exigem novidade constante*», acrescentando ainda que «*quanto mais inusitado o gesto, mais distinguida a marca do arquitecto*»<sup>87</sup>.

Com estas últimas palavras, Peter Davey lembra-nos a frequência com que o trabalho dos arquitectos é explorado como uma marca de mercado, exactamente o que acontecia já, como vimos, no caso do Edifício Seagram de Mies van der Rohe nos E.U.A. Hoje, nas devidas proporções, cultiva-se o nome do arquitecto estrela colocando no edifício, palavras de Richard Ingersoll, uma espécie de 'etiqueta de alta-costura'<sup>88</sup>.

<sup>85</sup> A expressão *flying Dutchman*, usada por Charles Jencks para descrever o holandês Rem Koolhaas, não poderia ser mais irónica, ou melhor, mais sintomática da condição daquele arquitecto (e dos *arquitectos-estrela* em geral): não apenas significa literalmente *holandês voador*, como é o *slogan* da companhia aérea de bandeira holandesa KLM, mas, e acima de tudo, *flying Dutchman* é um lendário navio-fantasma impedido de voltar para casa, estando condenado a navegar nos mares para sempre.

<sup>86</sup> *Apud* JENCKS, Charles – *The iconic building – the power of enigma*. Londres, Frances Lincoln Ltd, 2005, p. 101. (Tradução do autor).

<sup>87</sup> DAVEY, Peter – *Bling, blobs, burgeoning: problems of figure*. [Em linha]. (Tradução do autor).

<sup>88</sup> INGERSOLL, Richard – «Under the same sky: stars in transit». In FERNÁNDEZ-GALIANO, Luis – *Atlas: global architecture circa 2000*, p. 88.



De facto, o fascínio por essas etiquetas é de tal ordem que muitos dos concursos internacionais são abertos apenas a um círculo restrito de arquitectos. Ante esse nível de competição, muitos deles apostam ao longo do tempo numa assinatura identificável e, mais do que nunca, a arquitectura é nesses casos uma imagem. Mais do que nunca, é uma mercadoria, um produto generalizado e traficada pelo arquitecto estrela para qualquer ponto do planeta. Nada menos comum à globalização que possibilita fotografar uma lata de Coca-Cola tanto numa mesa em Moscovo como no chão de Lusaka. A manipulação e a estetização da arquitectura que Philip Johnson e Henry-Russell Hitchcock consumaram em 1932 no MoMA são, hoje, feitas não só pela propagação das imagens digitais como também pela mão dos próprios arquitectos. Numa era global, em que as necessidades específicas estão mais dissolvidas do que nunca, a mesma assinatura do mesmo arquitecto será tão válida e procurada em Nova Iorque como em Pequim. Autónoma, a mesma assinatura servirá contextos políticos e culturais distintos. No final, contará apenas a urgência de construção de um edifício mediático.

Assiste-se, assim, a uma internacionalização e circulação constante dos arquitectos. O mundo troca entre si essas mercadorias, essas etiquetas num sistema movido pela idolatria da celebridade e pela ideia de importação como sinónimos de prestígio e qualidade. *«Os mais interessantes, ou pelo menos os mais publicados, projectos construídos nos E.U.A. tendem a ser desenhados por firmas não americanas. Ao mesmo tempo, os melhores trabalhos feitos por arquitectos americanos foram frequentemente construídos no estrangeiro. Enquanto Renzo Piano, Rem Koolhaas, Herzog & de Meuron e Santiago Calatrava se têm aventurado nas cidades americanas, vencendo os primeiros prémios, Frank Gehry, Richard Meier, Steven Holl e Thom Mayne encontraram patrocínio do outro lado do Atlântico»*<sup>89</sup>, confirma Richard Ingersoll. Da mesma forma, numa longa lista, Luis Fernández-Galiano apresenta a quantidade de importantes projectos

<sup>89</sup> INGERSOLL, Richard – «Under the same sky: United States and Canada, stars in transit». In: FERNÁNDEZ-GALIANO, Luis – *Atlas: global architecture circa 2000*, p. 88. (Tradução do autor).



FIG. 33 Museu Guggenheim, Frank O. Gehry, Bilbao, 1991-97.

construídos em Espanha por arquitectos estrangeiros num artigo exactamente intitulado «Marca estrangeira: Espanha, um palco por excelência»<sup>90</sup>. Percebemos, com estes dois exemplos, o quão a arquitectura é, hoje, um espectáculo de tráfico de imagens e etiquetas e o mundo o grande palco para a sua actuação.

Toda a lógica da dinâmica contemporânea que fomos formulando ao longo deste capítulo está concentrada no caso mais paradigmático: a construção do Museu Guggenheim de Bilbao, de Frank O. Gehry. Em 1997, a inauguração do museu fez explodir definitivamente a bolha da arquitectura estetizada e de mercado, associada ao mediatismo e à assinatura de autor, alastrando-se ao resto do mundo com o nome de ‘efeito Bilbao’<sup>91</sup>.

O risco do avultado investimento inicial foi compensado localmente, não só quatro vezes em rendimento directo sacado ao crescimento turístico como em incalculável rendimento indirecto no reconhecimento internacional, que voltou a colocar no mapa aquela cidade do País Basco. Bilbao encontrou, na iconografia da arquitectura e no nome de um arquitecto, um catalisador de turismo e de investimento para a cidade e, ao mesmo tempo, um sinónimo de poder e de actualidade.

Os resultados do efeito escultórico da obra de Gehry, a monumentalidade da forma, a novidade do material, evidenciam um trabalho claro na procura de seduzir o olhar e confirmam as características da arquitectura de imagem e mercado: é essencial o edifício chamar a atenção sobre si – publicitar-se para poder funcionar como íman de investimentos e utilizadores, promovendo, assim, a economia e a imagem da cidade e da instituição.

Somos obrigados a abrir aqui um parêntese. No Guggenheim de Bilbao, a aparente arbitrariedade da forma e o espectáculo da materialidade, dos quais nascerão o sucesso da sedução, não estarão totalmente descolados de um acto

<sup>90</sup> Cf. FERNÁNDEZ-GALIANO, Luis – *Atlas: global architecture circa 2000*, p. 10. (Tradução do autor).

<sup>91</sup> O termo ‘efeito Bilbao’ é amplamente utilizado por diversos autores. Segundo Charles Jencks terá sido cunhado por Peter Eisenman. Cf. JENCKS, Charles – *The iconic building: the power of enigma*, p. 164.



FIG. 34 Interior do Museu Guggenheim de Bilbao.

projectual mais profundo. Por exemplo, por dentro, o pluralismo dos espaços expositivos (desde espaços de forma tradicional para as exposições permanentes a espaços de formas não convencionais para comissões particulares) é resposta tanto às exigências programáticas dos espaços culturais de hoje como a uma quebra na monotonia do museu enquanto espaço neutro e previsível; da mesma maneira que a forma e o confronto de diferentes escalas, por exemplo, entre o átrio e os espaços que o circundam, geram uma experiência dinâmica dentro do edifício.

Contudo, esses ganhos, essas ‘mais-valias’ do edifício chegam ao público por arrasto – são triunfos secundários. Mesmo para o arquitecto. Ainda que obviamente trabalhados e intencionais, são triunfos secundários. De facto, o ponto de partida terá sido outro: «*quando fui chamado a Bilbao, pediram-me para fazer o equivalente à Ópera de Sidney – era parte das instruções. (...) Disseram que precisavam de um êxito*»<sup>92</sup>. Gehry sabia que teria de partir da silhueta, da *figura*, sabia que o mais valioso naquele edifício seria a sua imagem. Percebemos, assim, que terá feito, portanto, parte dessa estratégia a existência da torre de titânio sem programa nem função real. Na verdade, o que interessava era jogar com as leis do mercado, abusando do mundo estetizado e dos meios de propagação digital para despertar o delírio mediático em torno de uma imagem poderosa, em torno de metáforas como ‘ramalhete de flores’, ‘peixe’, ‘couve-flor’, ‘nuvem’, um ‘corpo em movimento’ ou, a mais estratégica de sempre, ‘casco de um navio encalhado’ (invocando directamente a identidade de Bilbao como antiga cidade portuária), capazes de incutir uma mística, uma realidade virtual sedutora e uma *figura*, que são a melhor publicidade para um lugar ou um edifício. O Guggenheim e Bilbao instauraram-se na mente do mundo com aquele logótipo escultural.

Frank lançou definitivamente no mercado o produto de ‘marca’ Gehry que, prisioneiro ou não, foi ‘obrigado’ a vender para o Salão de Concertos da Walt Disney (Los Angeles, 2003)<sup>93</sup>, para o Centro Richard B. Fisher (Nova Iorque,

<sup>92</sup> Frank Gehry em entrevista. In JENCKS, Charles – *The iconic building: the power of enigma*, p. 12. (Tradução do autor).

<sup>93</sup> Queremos apenas precisar que o projecto para a Walt Disney, em Los Angeles, teve início (em 1988)



FIG. 35 Salão de Concertos da Walt Disney, Frank O. Gehry, Los Angeles, 1988-03.



FIG. 36 Centro Richard B. Fisher, Frank O. Gehry, Nova Iorque, 2003.



FIG. 37 Hotel Marques de Riscal, Frank O. Gehry, Elciego, Espanha, 2006.

2003) ou para o Hotel Marques de Riscal (Elciego, 2006), entre outros e outros, deixando-nos perceber, ao mesmo tempo, que, afinal, por mais ou menos justificações que encontremos para agarrar a forma do Guggenheim a Bilbao, aquele edifício foi descarregado ali como poderia ter sido noutra qualquer sítio do planeta.

Mais uma vez, um americano<sup>94</sup> provou aos olhos do mundo uma fórmula universal e de futuro para a cara da arquitectura, a transparecer sucesso, progresso, liberdade. Uma fórmula aplicável aqui ou acolá. Frank Gehry não terá dado a resposta concreta como o fizeram Philip Johnson e Henry-Russell Hitchcock. Terá dado apenas as variáveis para as quais cada um teria de encontrar a sua própria maquilhagem.

O mundo soube realmente ler a receita, e o *efeito Bilbao* estava em marcha. Em Graz, com a construção do Museu de Arte Moderna de Peter Cook e Colin Fournier, os dirigentes da cidade afirmam confiantes: «[o museu] *destina-se a fazer por esta cidade o que o Guggenheim fez por Bilbao*»<sup>95</sup>. A frase repete-se outra e outra vez pelo mundo adiante. Qualquer cidade se quis reinventar como ponto de referência. A competição na busca de reconhecimento e o investimento na ‘arquitectura de autor’ vieram acelerar o *architainment* de que fala Luis Fernández-Galiano. Efectivamente, Deyan Sudjic<sup>96</sup> garante-nos que «*a busca do ícone arquitectónico converteu-se no tema mais ubíquo do desenho contemporâneo*»<sup>97</sup>, prossequindo, como temos afirmado, que «*o mundo inteiro quer um ícone. Querem que um arquitecto faça o mesmo que fez o Guggenheim de Gehry a Bilbao e a Ópera de Jørn Utzon a Sidney. Quando finalmente se inaugurou*

antes do Museu Guggenheim, tendo, todavia, sido terminado posteriormente.

<sup>94</sup> Frank Gehry é originalmente canadiano, mas naturalizado estado-unidense, país onde estudou, inaugurou a sua carreira e trabalha actualmente.

<sup>95</sup> *Apud* JENCKS, Charles – *The iconic building – the power of enigma*, p. 195. (Tradução do autor).

<sup>96</sup> Actualmente Director do Museu do Design de Londres, tem formação em arquitectura e um vasto currículo ligado à crítica e ensino da disciplina. Podemos destacá-lo ainda como director da revista *Domus*, da Bienal de Veneza, em 2002, e da Faculdade de Arte, Desenho e Arquitectura da Universidade de Kingston.

<sup>97</sup> SUDJIC, Deyan – *La arquitectura del poder: como los ricos e poderosos dan forma a nuestro mundo*, p. 264. (Tradução do autor).



FIG. 38 O novo ícone de Graz. **Museu de Arte Moderna**, Peter Cook e Colin Fournier, Graz, 2001-03.



FIG. 39 **Terminal Portuário Internacional**, Foreign Office Architects, Yokohama, 1995-02.

o *Walt Disney Hall em Los Angeles*, na maioria dos discursos da cerimónia de inauguração, falou-se mais de como a nova sala de concertos afectaria a imagem da cidade do que da sua acústica»<sup>98</sup>. Da mesma forma e mais uma vez, agora por Neil Leach, sentenciamos: «o facto de se privilegiar a imagem levou a uma compreensão empobrecida do espaço construído, transformando o espaço social numa abstracção fetichizada»<sup>99</sup>.

Tanto a proposição de Deyan Sudjic como a de Neil Leach deixam-nos a nota de que, realmente, a procura da imagem forte, da imagem nova, da *figura*, da fotografia perfeita, do logótipo exemplar, da metáfora interactiva, afastou a arquitectura das suas preocupações mais clássicas, promovendo a sua redefinição.

Desde logo, a era digital propagou o uso de programas de desenho assistido por computador e grande parte da produção arquitectónica submeteu-se às fantasias da investigação digital e à exploração das formas geradas virtualmente.

Não poderemos avançar sem antes ressaltar que seria, ainda assim, inconcebível compreender toda a estrutura do mundo contemporâneo sem a presença do computador. A arquitectura não se pode negar ao desenho assistido por computador, que desempenha um papel fundamental na preparação de desenhos e no próprio cálculo estrutural e na execução técnica. E mesmo muitos projectos não teriam chegado ao seu excelente ponto de desenvolvimento final sem o auxílio do computador, podendo, aqui, invocar-se como exemplo o Terminal Portuário Internacional de Yokohama, desenhado pelo colectivo Foreign Office Architects (1995-02), onde, partindo das palavras dos próprios autores, percebemos que a morfologia complexa e ondulante do edifício resulta de uma base organizativa a partir de um padrão de circulação previamente investigado, conjugado com um trabalho de *dissimulação* no terreno para evitar, como referem os próprios autores, «que o edifício se tornasse um símbolo»<sup>100</sup> no horizonte do porto de Yokohama.

Contudo, a tendência para entender as potencialidades da inteligência artificial,

<sup>98</sup> *Ibidem*.

<sup>99</sup> LEACH, Neil – *A anestésica da arquitectura*, p. 26.

<sup>100</sup> *Apud* FRAMPTON, Kenneth – *História crítica da arquitectura moderna*, p. 437-38.



FIG. 40 Experience Music Project, Frank O. Gehry, Seattle, 1995-00.

não como *mais uma* ferramenta, mas sim com *a* ferramenta, propiciou claramente o culto do objecto arquitectónico, a geração de *figuras* com fim em si mesmas<sup>101</sup>.

Percebemos, assim, que, com o recurso ao computador, a arquitectura passou a nascer já estetizada, explorando-se corpos de índole *espectacular*; a arquitectura nasce, portanto, pronta para consumo no mercado.

Tudo isto equivale a dizer que, enquanto a prática arquitectónica se concentra num ecrã esculpindo formas e *figuras*, fechada numa cápsula estética, cria-se uma falta de contexto capaz de alimentar uma disparidade entre a prática arquitectónica e a realidade construída, social e percebida.

Essa descontextualização pode facilmente transbordar para fora do computador, lembrando-nos Neil Leach que, numa maquete, «*distritos inteiros podem ser eliminados com um corte de bisturi num exercício que funciona muitas vezes tão-somente de acordo com parâmetros estéticos*»<sup>102</sup>. As especificidades da arquitectura desaparecem em prol de um jogo lúdico de satisfação estética ou imagética por parte do arquitecto na criação de uma imagem que nem sequer o utilizador irá, provavelmente, ter oportunidade de experienciar. Hal Foster traz-nos um exemplo significativo: «*tal como Gehry quis fazer Bilbao legível através de uma alusão a um navio estilhaçado, aqui [no Experience Music Project, Seattle 1995-00] faz alusão a uma guitarra esmagada. Mas nem a imagem funciona, já que é preciso o espectador estar acima dos edifícios para que estes possam ser lidos totalmente como imagens, ou então o espectador terá de vê-los numa reprodução dos media, que é aliás uma situação primária desta arquitectura*»<sup>103</sup>.

Tratando-se a arquitectura, hoje, de imagem, a maior redefinição tem a ver com o facto de a arquitectura necessitar de um observador.

<sup>101</sup> Greg Lynn, arquitecto e teórico americano, foi um dos pioneiros na criação digital e apriorística de *figuras* para a concretização de superfícies polimórficas (*blobs*). Esta postura, apoiada teoricamente sobre a «*indeterminação dinâmica da natureza*» propõe, assim, uma arquitectura que invoca os processos metabólicos de base matemática que dão origem às formas e estruturas da natureza para afinar a forma gerada *à priori*, privilegiando explicitamente a *figura* exterior em prejuízo das restantes tarefas arquitectónicas.

<sup>102</sup> LEACH, Neil – *A anestésica da arquitectura*, p. 53.

<sup>103</sup> FOSTER, Hal – «Why all the hoopla», [Em linha]. (Tradução do autor).



De facto, é sobre a questão da existência de um observador que se constrói toda a estratégia dos edifícios iconográficos. Perante um mundo estetizado, com a arquitectura definitivamente consagrada como imagem, é através de um trabalho sobre o olho do observador que se fabrica o poder de um edifício iconográfico.

O facto de se privilegiar a *figura* faz-nos afirmar que na produção de ícones arquitectónicos se pressupõe, à partida, a existência de um observador, não só confirmando o tratamento da arquitectura enquanto imagem, como atestando a sua redefinição: marca uma passagem da produção arquitectónica direccionada a um utilizador para uma produção arquitectónica direccionada a um observador/consumidor. Sem este parceiro, os edifícios perdem o seu significado, perdem todo o seu poder.

Na verdade, a Renascença desempenhou um papel importante na relação da visão com a arquitectura e, sobretudo, na formatação da nossa forma de entender o espaço construído. A consagração da linguagem de escrita arquitectónica aos sistemas de representação ortogonais, desde o século XV, torna formatado o modo de entender o espaço – monocular e racional. Num lúcido artigo de 1992, Peter Eisenman<sup>104,105</sup> começa por explicar essa ligação entre o olho e a mente, referindo que aquilo que o olho capta e a interpretação que a mente faz dessa captação é o resultado de uma percepção visual treinada pela habituação. Isto quer dizer que a percepção espacial é uma tarefa de interpretação já formatada. Temos um entendimento codificado do espaço<sup>106</sup>. O espaço é construído através de elementos e relações reconhecíveis pelo sujeito (eixos, simetrias, pilares, vigas, quatro paredes, tecto, etc.) e onde este se orienta segundo processos de composição perspectica racional.

Percebemos, assim, facilmente, que o trabalho dos edifícios icónicos é exactamente feito sobre esse entendimento codificado do espaço, pondo-o em

<sup>104</sup> Peter Eisenman é arquitecto, com uma longa investigação sobre formas de representação e percepção espacial.

<sup>105</sup> EISENMAN, Peter – «Visions' unfolding: architecture in the age of electronic media». *Domus* N.º 734, p. 17- 24.

<sup>106</sup> Como vimos no capítulo anterior, é exactamente sobre a destruição desses códigos que se centra o trabalho dos desconstrutivistas; o desconstrutivismo aparece, assim, numa relação directa com a criação de arquitectura iconográfica.



FIG. 41 Hotel Bonaventure, John Portman, Los Angeles, ca 1978.

causa. Questionando o conceito tradicional de *ver*, surpreende o sujeito de maneira a obrigá-lo a reorganizar-se, a reajustar os antigos paradigmas aos novos dados e a reequilibrar a sua percepção do espaço segundo novos padrões.

Esta forma de actuar, criticando os referentes com os quais o intelecto apreende o espaço, ou como refere Eisenman, «*deslocando o que vimos do que conhecemos*»<sup>107</sup>, obriga realmente o observador a *ver*, tendo, assim, uma criação forte de imagem. Não conhecendo os novos referentes, o que o indivíduo recebe de volta é uma imagem.

É, pois, a destruição da inscrição mental, a criação de uma relação de estranheza ou de surpresa ao «*hábito do olho*» que induz claramente à interpretação do espaço como imagem e se revela como característica na produção de arquitectura iconográfica.

Frequentemente, a destruição dos referentes não permite ao sujeito reorganizar-se dentro dos seus cânones mentais, numa estratégia que aumenta a estranheza e estimula a relação entre observador e edifício. Nesses casos, transformando constantemente o edifício em objecto observado, em imagem, o sujeito terá uma experiência do edifício absolutamente estetizada. Essa experiência fora já descrita por Fredric Jameson nos anos 80 relativamente à sucessão de espaços e circulações ‘delirantes’ no Hotel Bonaventure, em Los Angeles, que não permitiam ao sujeito um mapeamento ou controle sobre o espaço<sup>108</sup>. Isto leva-nos a defender que nesses *hiper-espaços*, como são denominados por Jameson, perante a ‘desorientação’, e numa tentativa de «*organizar perceptivamente a envolvente imediata*»<sup>109</sup>, o sujeito procurará um reconhecimento dos novos signos, lendo, assim, a envolvente através de imagens e transformando a experiência do espaço numa constante experiência estética. Haverá um momento de paragem, de conversa entre o edifício e o sujeito em que linguagem dessa conversa será as imagens transmitidas do edifício ao sujeito.

A função do arquitecto na criação de ícones arquitectónicos será, primeiro, a de provocar esses desequilíbrios, chamando à atenção do observador e, logo de seguida,

<sup>107</sup> EISENMAN, Peter – «Visions’ unfolding: architecture in the age of electronic media». *Domus* N.º 734, p. 24. (Tradução do autor).

<sup>108</sup> JAMESON, Fredric – *Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism*.

<sup>109</sup> *Ibidem*, p. 44. (Tradução do autor).



FIG. 42 Parque da Música, Renzo Piano, Roma, 1994-02.

a de provocar a maior comunicação, potenciando igualmente a criação de *figuras*, portanto, imagens – preferencialmente imagens sedutoras.

Muitas vezes, a força da *figura* como estratégia mental para a popularidade consiste, após o primeiro desequilíbrio operado sobre o observador, fazer paradoxalmente uma aproximação alegórica a *figuras* já conhecidas, *figuras* metafóricas, como já eram os casos da Ópera de Sidney em relação às ‘conchas’ ou ‘velas de barcos’, do Guggenheim de Bilbao a ‘um navio encalhado’ ou ‘uma flor’, ou do Parque da Música, de Renzo Piano em Roma (1994-02), a ‘uma carapaça de tartaruga’<sup>110</sup>.

O que aqui se identifica é, como temos visto, um corte brutal com o cânone modernista ‘a forma segue a função’.

Rafael Moneo faz-nos perceber com clareza a existência de uma continuidade histórica na relação entre forma e função, da qual o Movimento Moderno se encarregou de encerrar em tal axioma<sup>111</sup>.

Porém, na sequência, hoje, o actor principal é a *figura*. Mais profundamente, a *figura* será o aspecto superficial de um edifício que é gerado pela forma desse edifício. Noutros termos, a forma encerra uma *figura*. Portanto, é através da *figura* que um edifício ganha a sua capacidade iconográfica, que se transforma num ícone universalmente reconhecível e que garante a sua capacidade de comunicação, a sua capacidade imagética, a sua capacidade metafórica.

Uma boa *figura* garantirá um bom ícone arquitectónico, portanto, a necessidade de imagem faz, hoje, da *figura* o ponto de partida para o projecto. Aliás, basta relembrar o facto de Frank Gehry saber à partida quem, em Bilbao, teria de concentrar o seu esforço na criação de uma silhueta, ou seja, uma *figura*.

Assim, hoje, trabalha-se o programa e a função de maneira a encaixá-los nos gigantescos ícones arquitectónicos; portanto, ‘a função segue a forma’. Mas, acima de tudo, a forma nasce da necessidade de uma *figura*: faz-se uma forma que favoreça a *figura* e ‘a forma segue a *figura* iconográfica’. Assim, se ‘a função segue a forma’ e se a

<sup>110</sup> JENCKS, Charles – *The Iconic Building – the power of enigma*, p. 132. (Tradução do autor).

<sup>111</sup> MONEO, Rafael – «La otra modernidad». In HERNÁNDEZ LÉON, Juan Miguel [et al.] – *Arquitectura y ciudad: la tradición moderna entre la continuidad e la ruptura*, p. 49.

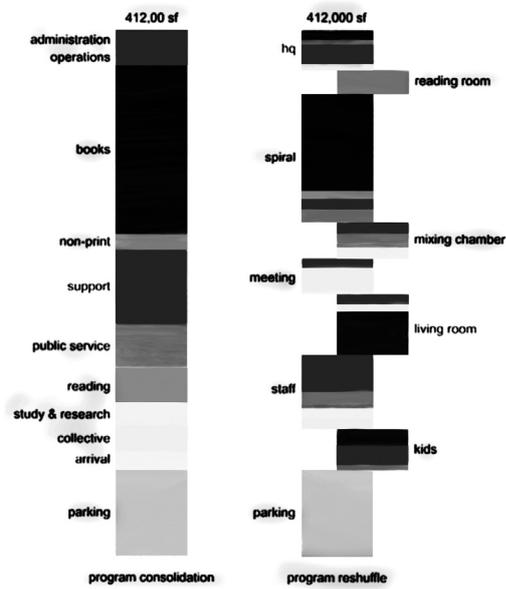


FIG. 43 Diagrama de distribuição do programa a Biblioteca Pública de Seattle e sua reinterpretação/'deformação'.



FIG. 44 Biblioteca Pública de Seattle, Rem Koolhaas/OMA, Seattle, 2000-04.



FIG. 45 Casa da Música do Porto, Rem Koolhaas/OMA, Porto, 2001-05.

‘forma segue a função’, chegamos ao novo axioma: ‘a função segue a forma que segue a *figura* iconográfica’<sup>112</sup>.

Mesmo quando a forma aparece aliada a uma análise programática, ou melhor, surge de um inteligente olhar crítico sobre o programa, sobre o utilizador e sobre as relações entre ambos, como acontece, por exemplo, na Biblioteca Pública de Seattle de Rem Koolhaas/OMA (2000-04), não podemos esquecer que por detrás do argumento intelectualizado está a necessidade da criação de um ícone na cidade e, portanto, está presente na fase de projecto a necessidade da criação de uma *figura*. Na verdade, a distribuição espacial do *programa*, segundo a análise prévia, é manipulada de maneira a que, no final, se assista à produção de uma *forma* que produza uma *figura* iconográfica. Na descrição do projecto, apresentado pelo próprio escritório no livro *Content*<sup>113</sup>, não existe uma única referência ou justificação para a deformação gráfica do diagrama que lhe deu origem. Concluímos que a *figura* nasceu antes da biblioteca. Talvez não aquela *figura* exactamente, mas a necessidade de uma *figura* iconográfica.

Podemos abordar outro exemplo – a Casa da Música do Porto, do mesmo autor (2001-05). O que interessava realmente ali, a Rem Koolhaas, era uma *figura* apelativa. É o próprio arquitecto que refere que, com aquele insólito corpo, encontrou uma maneira de conjugar a clássica «*caixa de sapatos*» acusticamente perfeita para o auditório, com uma caixa exterior para o conjunto total do edifício que não fosse «*mortiça*»<sup>114</sup>. Admitindo o autor que a caixa de sapatos é acusticamente perfeita, mas não querendo abdicar de um volume mais ‘radical’ para aquele projecto, Rem Koolhaas assume, assim, um trabalho em torno da criação de uma *figura*. Da mesma forma, os pedaços de estrutura oblíquos que vão aparecendo à vista neste edifício são prova de um esforço estrutural para se construir a *figura* desejada.

<sup>112</sup> Em 2004, Robert Somol (teórico de arquitectura) defende descaradamente a *figura* no seu ensaio «12 razões para voltar à *figura*» (Cf. KOOLHAAS, Rem, ed. – *Content*, pp. 86-7), garantindo à *figura* 12 características que mais não confirmam senão a *figura* como um fim em si mesma e uma arma no mercado da imagem: ilícita, fácil, descartável, gráfica, adaptável, apropriada, vazia, arbitrária, intensiva, projectiva, alegre e envolvente. (Tradução do autor).

<sup>113</sup> KOOLHAAS, Rem, ed. – *Content*, pp. 138-149.

<sup>114</sup> *Ibidem*, p. 302. (Tradução do autor).

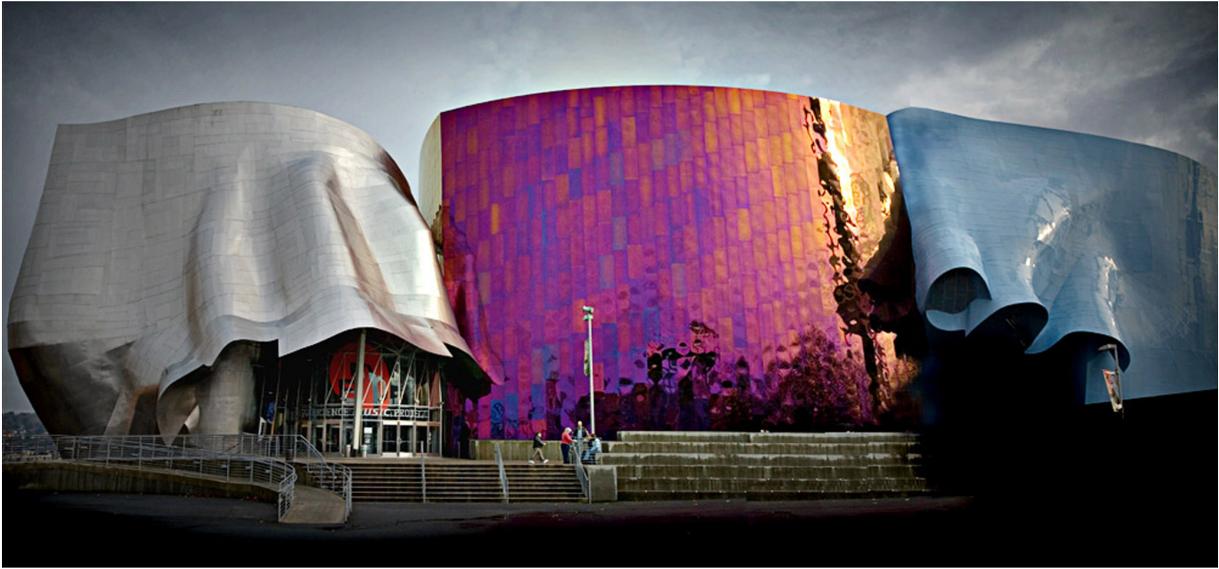


FIG. 46 Experience Music Project, Frank O. Gehry, Seattle, 1995-00.

Estas ideias aparecem condensadas no comentário que Hal Foster faz a uma obra de Frank Gehry: «isto tem levado Gehry e outros a usar a escultura como modelo, pelo menos até certo ponto... A discordância entre pele e estrutura representado por este modelo académico é revelada ao máximo no trabalho de Gehry no Experience Music Project (Seattle, 1995-00): as suas seis massas informes exteriores, cobertas por diferentes metais coloridos, têm aparentemente pouca relação com as várias exposições interiores dedicadas à música pop»<sup>115</sup>. Deixámos, portanto, de ter formas justificadas pela função e passámos a ter *a priori* genéricos ‘contentores programáticos’, como lhes chama Rafael Moneo, cujas *figuras iconográficas* foi o que lhes deu origem.

Ao mesmo tempo, percebendo que a preocupação pela *figura* é tanto o ponto de partida como de chegada do acto de projectar; isto marca uma quebra com a ideia de *espaço* como o elemento «*genuinamente arquitectónico*»<sup>116</sup>, ideia consagrada principalmente pelo Movimento Moderno<sup>117</sup>. O *espaço* deixou de ser, portanto, a matéria substantiva dos trabalhos, não sendo mais do que um resultado: o resultado do trabalho projectual sobre as *figuras*. Falando da Biblioteca de Seattle, Rafael Moneo refere que «*ainda que em termos fenomenológicos e sensoriais o espaço esteja presente, ninguém diria que o arquitecto elaborou o seu projecto a partir dele*»<sup>118</sup>.

O *espaço* passou inclusivamente a ser uma surpresa para o arquitecto, que não controla totalmente, à partida, o resultado daquilo que projecta. Invocando mais uma vez o exemplo da Casa da Música do Porto, não restarão dúvidas sobre esta matéria. Originalmente um projecto para uma casa holandesa, o volume

<sup>115</sup> FOSTER, Hal – «Why all the hoopla». London Review of Books. 23 Agosto de 2001 pp. 25-26. (Tradução do autor).

<sup>116</sup> MONEO, Rafael – «La otra modernidad». In HERNÁNDEZ LÉON, Juan Miguel [et al.] – *Arquitectura y ciudad: la tradición moderna entre la continuidad e la ruptura*, p. 44. (Tradução do autor).

<sup>117</sup> A ideia de *espaço* como o tema de preocupação central da disciplina arquitectónica é-nos confirmada por Rafael Moneo, que lembra como o historiador Bruno Zevi, entre outros, provou de «forma brilhante» como a arquitectura de Frank Lloyd Wright foi o culminar do caminho da arquitectura na busca definitiva da matéria *espaço* como argumento.

<sup>118</sup> MONEO, Rafael – «La otra modernidad». In HERNÁNDEZ LÉON, Juan Miguel [et al.] – *Arquitectura y ciudad: la tradición moderna entre la continuidad e la ruptura*, p. 45. (Tradução do autor).

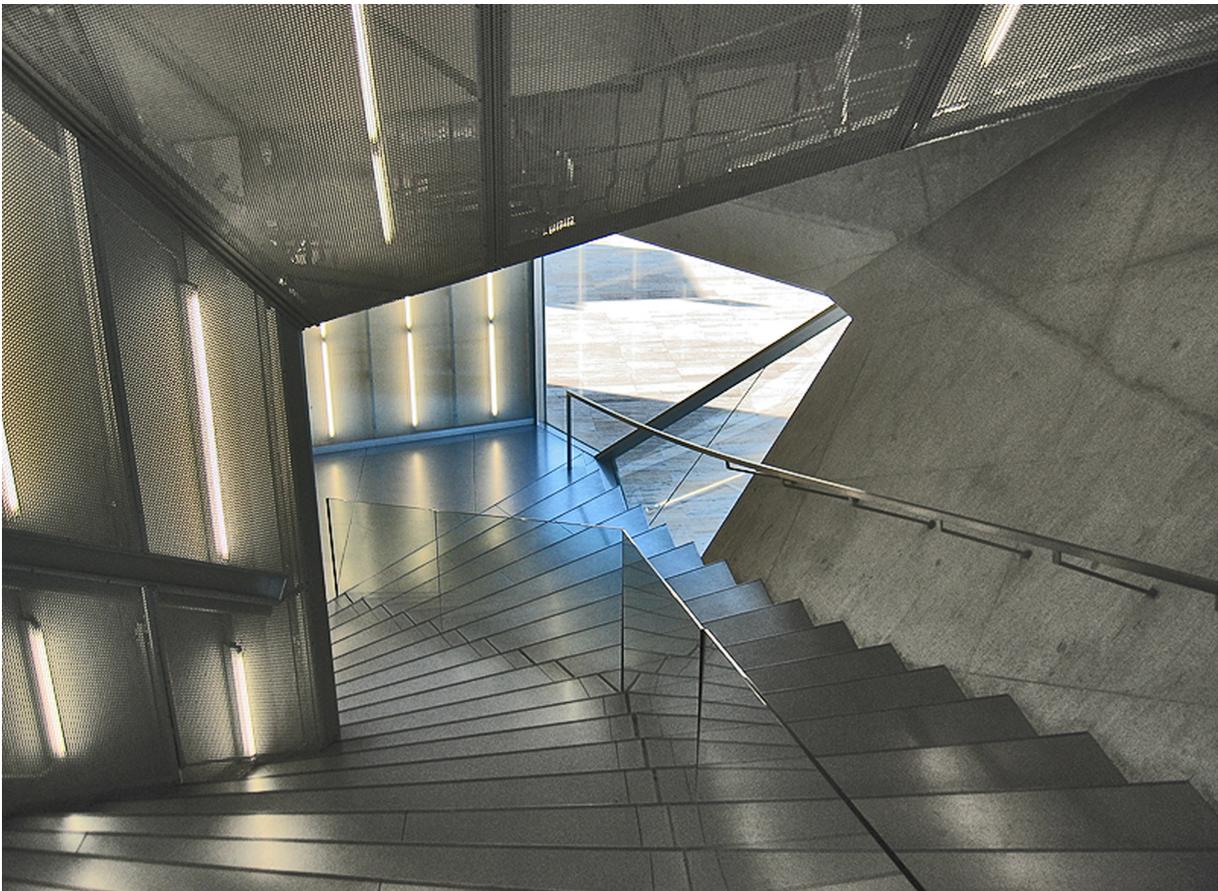


FIG. 47 Escada interior da Casa da Música do Porto.

poliédrico foi distendido e transformado no novo projecto para o Porto<sup>119</sup>, percebendo-se, assim, que, por um lado, Rem Koolhaas não saberia, à partida, o que resultaria daquela manobra em termos espaciais. Da mesma forma que, operando sobre os desequilíbrios da percepção espacial, o arquitecto está a operar fora dos seus próprios limites de percepção e, tomando que o espaço da escada é o que sobra dentro daquele poliedro depois de introduzido o volume do auditório, Rem Koolhaas só saberia exactamente o significado da escada interior da Casa da Música depois de a experienciar já construída. Rafael Moneo confirma que, tanto para o utilizador, como para o próprio arquitecto, a experiência da escada seria uma surpresa<sup>120</sup>.

Mas o facto de a Casa da Música ter sido originalmente um outro projecto para um outro lugar deixa-nos a nota de que, hoje, mais do que nunca, na era da globalização, na era em que o avião a jacto facilita ao arquitecto fundir fronteiras e identidades, a relação com as singularidades do contexto desaparecem. Aliás, a ideia perante o contexto é, mais uma vez, destabilizar o olhar do observador. Força-se a criação de corpos estranhos que rompem com o contexto físico, corpos independentes do tecido urbano que o acolhe. Dentro da mole mais uniformizada da morfologia urbana, o edifício cria uma *figura* que se destaca, que chama a atenção sobre si, não pagando ao contexto mais do que um mínimo respeito.

A ‘casa holandesa’ que foi construída no Porto, como já tínhamos visto com o Guggenheim de Bilbao, e verificável com todos os edifícios entretanto invocados, poderia ter sido construída aqui ou além. Nenhum deles é justificado com base no contexto físico mas de um contexto ‘conceptual’ gravado na mente do arquitecto. Ao serviço do individualismo, a arquitectura é, hoje, tão genérica como o foi o «*estilo*» inventado por Henry-Russel Hitchcock e Philip Johnson. A globalização promove um atrevimento perante o contexto, provando que o que o

<sup>119</sup> Toda a ironia do processo, descrito por Rem Koolhaas, está, à partida, revelada pelo próprio título do artigo «Copiar e colar: como transformar uma casa holandesa numa sala de concertos portuguesa em menos de duas semanas». In: REM, Koolhaas – *Content*, p. 302.

<sup>120</sup> MONEO, Rafael – «La otra modernidad». In HERNÁNDEZ LÉON, Juan Miguel [et al.] – *Arquitectura y ciudad: la tradición moderna entre la continuidad e la ruptura*, p. 56.



FIG. 48 Colégio de Arte e Desenho do Ontário, Will Alsop, Toronto, 2001-04



FIG. 49 WoZoCo's, MVRDV, Amesterdão, 1994-97.

mundo compra e trafica são exactamente objectos iconográficos de autor.

Ainda perante o contexto, assiste-se algumas vezes a estratégias extremas que operam ostensivamente sobre a percepção, atraindo a si toda a atenção do olhar. Numa atitude quase de escândalo, leia-se provocação de total estranheza, o edifício que Will Alsop propõe para Toronto (Colégio de Arte e Desenho do Ontário, 2001-04) surpreende totalmente o contexto dos quarteirões em que se insere. Descontextualizando-se a si próprio, o edifício transforma qualquer transeunte num observador, oferece-se a ser consumido como imagem. Da mesma maneira, obrigará esse observador a reequacionar as referências que terá daquele bairro; mudará a noção da escala, do horizonte, da densidade construída, entre outras. O objecto icónico tende a ser aglutinador, empenhando-se no desequilíbrio contextual a seu favor, transformando-se num ponto de referência.

Neste processo de desequilíbrio do contexto, equivalente em muitos outros lugares, jogou-se não só com a *figura*, mas também com a monumentalidade. O jogo extremo de escalas a seu favor é mais uma estratégia para trazer até si o olho do observador e criar imagens.

Mas o mesmo edifício deixa mais um apontamento sobre outra das estratégias comuns à criação de imagens iconográficas.

Procurando sempre actuar sobre a percepção do observador, nada terá mais impacto, nada atingirá mais os códigos mentais do que o aparente desafio à estrutura e à gravidade, cuja estabilidade é condição clássica básica da arquitectura. Mais uma vez usando o exemplo do edifício de Will Alsop, a dúzia de finíssimas colunas oblíquas que suportam a caixa branca não só ilude a presença dos outros dois elementos estruturantes (a escada/viga cor-de-laranja e o volume vertical que arranca do edifício mais antigo da escola) como, pelas suas proporções, parece querer pôr em causa a garantia de estabilidade do edifício. Assim, tanto no edifício citado como noutros exemplos (vejam-se os Apartamentos WoZoCo's, em Amesterdão, do colectivo MVRDV, 1994-97) a aparente 'irracionalidade' da estrutura alia-se à percepção de uma espécie de *figura* instável que, mais uma vez, se transforma numa imagem sedutora, icónica.

Da mesma forma, também a exploração da materialidade dos edifícios será



FIG. 50 Allianz Arena, Herzog & de Meuron, Munique, 2001-05.



FIG. 51 Tod's Omotesando, Toyo Ito, Tóquio, 2002-04.

sempre uma sedução para a visão. A execução com novos materiais ou a utilização de materiais comuns aplicados de novas maneiras, seduzem o olho e serão sempre, como foram as *fachadas-em-cortina* de Mies, símbolo de sofisticação e poder económico.

Podemos aqui invocar, como exemplos, a imagem criada pelo novo polímero EFTE com utilização no já citado Allianz Arena e a *figura* do edifício Tod's Omotesando (Toyo Ito, Tóquio, 2002-04), explorada através de estrutura não canónica de betão. Estes casos deixam explícito o quão a expressão dos materiais faz dos edifícios objectos para serem consumidos visualmente, num maior apelo à emoção do que à razão.

Aliás, a consagração lata da arquitectura em imagem marca justamente o fim da razão na própria arquitectura.

Isto vem ao encontro da ideia de Jean Baudrillard de que vivemos actualmente numa cultura de total *simulação*<sup>121, 122</sup>. Em 1981, Jean Baudrillard fez referência a uma realidade vivida numa completa *simulação* directamente relacionada com a era digital. A propagação de informação visual era responsável pela criação de imagens mentais sobre as coisas. Perante o universo supérfluo das imagens, o sujeito passou a habitar numa *hiper-realidade* perante a qual já não era capaz de fazer a distinção entre essa *hiper-realidade* e a realidade 'real'. A realidade aparentava ser o que não era. Essa aparência constante fez o sujeito perder os seus referentes, deixando de haver realidade original. Passou-se a lidar com a *hiper-realidade* como se fosse a própria realidade. Por outras palavras, as imagens seriam, então, a nova realidade ou *hiper-realidade* (podendo deduzir-se, assim, por último, que a *hiper-realidade* é estetizada).

Na medida em que na actualidade aumentou a difusão de informação, de

<sup>121</sup> BAUDRILLARD, Jean – *Simulacra and Simulation*.

<sup>122</sup> Nietzsche, filósofo alemão do século dezanove, terá sido um dos primeiros a argumentar amplamente sobre a estetização do mundo, onde a 'verdade' e a 'realidade' não aspirariam a mais do que meros instrumentos e aparências. Embora com análises diferentes, estas ideias terão influenciado outros autores ao longo do século XX, dos quais se destacam Walter Benjamin, Guy Debord e Jean Baudrillard.



imagens e de sedução através do digital, a *simulação* terá também aumentado, contaminando definitivamente o quotidiano.

Assim, a arquitectura não será, hoje, também mais do que uma personagem que actua sob os efeitos dessa *simulação*. Consagrada a arquitectura como imagem, difundida como imagem, construída como imagem, será fácil perceber que, na verdade, a *simulação* será, afinal, um mecanismo que comanda o seu sucesso enquanto objecto de consumo. É a *simulação* dela própria projectada em imagens sublimes que constrói a *hiper-realidade* em arquitectura, onde os vermelhos são mais vermelhos e as texturas mais texturadas. A *hiper-realidade* vende-nos uma autenticidade que não existe, mas sobre a qual depositamos, absortos, seduzidos, toda a confiança. Estamos confiantes na *simulação* da arquitectura enquanto *figuras*, enquanto logótipos, enquanto imagens virtuais ‘reais’ e confiantes na *simulação* da retórica imagética do arquitecto, ele próprio, à partida, seduzido e iludido pela *simulação*<sup>123</sup>, que nos instala na mente edifícios como metáforas, que nos faz acreditar nos rastos das pessoas em movimento que vemos nas imagens. Crentes na *simulação* que nos alheia e faz de um edifício a ‘asa de um pássaro’, a ‘carapaça de uma tartaruga’ ou uma imagem abstracta sublime. Crentes na *simulação* que vende a estória de um edifício.

Por outras palavras, se o mundo não é, segundo Baudrillard, mais do que uma enorme *simulação*, onde as imagens percebidas são imagens mentais que se sobrepõem à realidade, o mercado usa a arquitectura *simulando-a* através dessas imagens, fazendo-nos acreditar ser possível essa ilusão.

É a *simulação* que cria essa espécie de *hiper-lugares*, lugares que não são reais, que são provocados, que apenas existem na mente do sujeito. É a *simulação* que permite à arquitectura ser traficada pelo mundo e pelas mentes. É a *simulação* que nos faz ‘comprar’ a arquitectura acreditando em imagens que, talvez, não existam, que não passam da nossa mente para o espaço. Mas será isso o que mais importa para poder ser traficada pelo mundo ganhando o mediatismo a

<sup>123</sup> Como demonstra o próprio Baudrillard, ao viver-se numa simulação gera-se ainda mais simulação.



que aspira.

Na era global, capaz de difundir cada vez mais imagens, capaz de oferecer a cada edifício iconográfico pelo menos os seus ‘*quinze minutos de fama*’ profetizados por Andy Warhol, cidades e arquitectos *simulam* um após outro o seu ícone, que será traficada pelo mundo mesmo na mente de quem nunca os habitou.

De facto, conhecemos o mundo pelos seus ícones arquitectónicos; e conhecemos ou julgamos conhecer os seus ambientes. Juntando-os, a *hiper-realidade* cria na nossa cabeça uma cidade global. Uma cidade que também ela não passa de uma *simulação*.

É essa cidade que a China quer construir por inteiro, dentro do seu próprio território, seduzida pela *simulação* e abrindo uma nova etapa neste percurso de tráfico de arquitectura que vimos descrevendo.



### 3. MASSIFICAÇÃO

imagem e mercadoria na terra de um sonho qualquer

A viragem para o terceiro milénio aponta o tráfico de arquitectura para Oriente, com a atenção centrada em particular numa China a espreitar o lugar de potência mundial. A China precisa da imagem da arquitectura e das imagens da arquitectura ‘ocidentalizada’. Ansiosa, seduzida pela ideia de poder seduzir também, importa de braços abertos essa mercadoria que o Ocidente tem para lhe vender. Torna o seu território um palco de *arquitectos-estrela*, numa busca não só de etiquetas, mas, acima de tudo, dos sonhos, das ilusões, dos logótipos que sabe que a arquitectura ocidental pode oferecer e que sabe que poderá também voltar a exportar para a mente do mundo inteiro. Alienada com toda a *simulação* e pouco preocupada com o resultado para o seu espaço urbano, massifica a arquitectura como imagem, construindo a sua *hiper-realidade*.

As caravanas nómadas da Rota da Seda e a voz dos comerciantes marítimos sempre trouxeram ao Ocidente histórias de uma China cujo tamanho das cidades e desenvolvimento da sociedade e cultura urbanas eram de um avanço e refinamento desconhecidos. Essas imagens contadas por palavras garantiam à China não só uma mística, mas uma imagem de efectivo progresso que o Ocidente



FIG. 52 Cidade de Shenzhen na actualidade, depois da industrialização e explosão urbana.

só terá conhecido aquando das Revoluções Científica e Industrial dos séculos XVII e XVIII, acabando por desenvolver a sua soberania perante o mundo<sup>124</sup>.

Após longos anos de estagnação e isolamento político em relação ao Ocidente, a China empenhou-se em recuperar o seu crédito mundial.

As energias «*reprimidas*» sob um fechado e centralizador regime socialista dirigido por Mao Tsé-Tung despoletaram, sob as novas ordens de Deng Xiaoping, um desenvolvimento económico e taxas de urbanização jamais registadas na história mundial. Deng Xiaoping, secretário-geral do Partido Comunista Chinês e recém-chegado à liderança do país em 1976, instaurou uma política de abertura do mercado chinês ao investimento e comércio internacionais em 1978<sup>125</sup>. Para tal, a manobra apostou especialmente no estabelecimento entre 1980 e 1984 das Zonas Económicas Especiais, correspondentes ao massivo desenvolvimento urbano e industrial de cinco cidades no delta do Rio das Pérolas<sup>126</sup>, oferecendo infra-estruturas, disponibilidade de mão-de-obra pelo aumento extraordinário da população (deslocada da China rural) e um tratamento fiscal particular. Por exemplo, a cidade de Shenzhen – o principal protótipo da nova política – foi feita tábua rasa e passou de uma vila de 30 mil pescadores para uma urbe que conta, hoje, com mais de 12 milhões de habitantes, com taxas de crescimento a rondar os 13 por cento por ano desde 1996<sup>127</sup>. Perante os números de crescimento revelados, a estratégia de Deng Xiaoping para o desenvolvimento da China acabou por se tornar uma «*obsessão nacional descontrolada*»<sup>128</sup>, desencadeando uma euforia pela urbanização industrial.

A China apresenta, hoje, um crescimento económico sem precedentes, acompanhado por uma avassaladora reciclagem urbana. O investimento do

<sup>124</sup> Verbo: *Enciclopédia luso-brasileira de cultura*. vol. 16, pp. 1649-50.

<sup>125</sup> LIAUW, Laurence – «Introduction: 'leaping forward, getting rich gloriously, and letting a hundred cities bloom». *Architectural Design*, p. 7.

<sup>126</sup> As cidades foram as seguintes: Shantou, Shenzhen, Zhuhai, Xiamen e Hainan.

<sup>127</sup> LIAUW, Laurence – «Introduction: 'leaping forward, getting rich gloriously, and letting a hundred cities bloom». *Architectural Design*, p. 7.

<sup>128</sup> RIGHTER, Rosemary – «Al rojo blanco: China, um milénio resplandeciente». *Arquitectura Viva*, p. 30. (Tradução do autor).



FIG. 53 Revolução urbana chinesa (aspecto de Xangai).

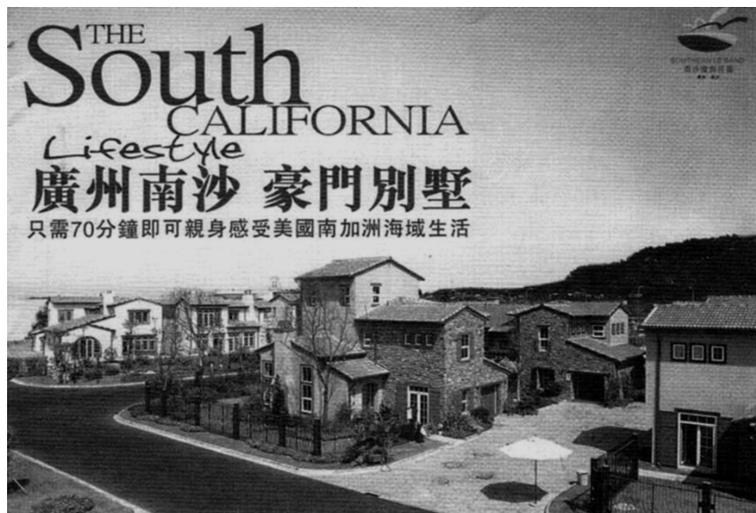


FIG. 54 Tematização do subúrbio chinês e o sonho do Ocidente.

capital na China corresponde a 45 por cento do seu PIB, sendo grande parte desse investimento consagrado à construção<sup>129</sup>. Tratar da revolução urbana chinesa equivale a falar de recordes, de superlativos, estatísticas astronómicas. Consume actualmente metade da produção de cimento e aço mundial e só no ano de 2004 foram investidos mais de 400 biliões de dólares em edifícios e infra-estruturas. Para a última década, a palavra a usar é ‘*mais*’. Construiu-se *mais* de tudo do que em qualquer outra parte do mundo: de torres a centros comerciais, de auto-estradas a hotéis; de casas a parques, estádios ou aeroportos<sup>130</sup>.

Restaria perceber se a revolução urbana está a conseguir acolher os milhões de chineses que continuam a chegar, todos os dias, às cidades; mas também perceber como está a lidar com a memória, a identidade e a traça histórica das cidades, perceber se garante a coerência de todo o tecido urbano e como gere os níveis de poluição gerados pela massiva industrialização e pelos transportes. Os críticos apresentam avaliações pessimistas, garantindo que se tem procedido «*sem as válvulas de segurança da responsabilidade política*»<sup>131</sup>, verificando-se antes um «*severo adiamento das correcções ambientais necessárias, restrições nas liberdades pessoais e aumento das disparidades entre ricos e pobres*»<sup>132</sup> e uma clara «*sobre-comercialização da estrutura da cidade e antigas ruas*»<sup>133</sup>, em que quarteirões inteiros têm sido demolidos a troco de investimentos imobiliários, sacrificando-se «*a qualidade do espaço público*», que, aliás, «*se tem perdido totalmente*»<sup>134</sup>. Parece ser este o preço a pagar por um país com vontade de crescer, desenvolver-se e industrializar-se de modo a atingir, em pouco tempo, o que o Ocidente demorou 50 ou mesmo 100 anos a realizar.

<sup>129</sup> ROWE, Peter G. – «The awakening of the giant: China and east Asia, to a century of their own». In FERNÁNDEZ-GALIANO, Luis – *Atlas: global architecture circa 2000*, p. 223.

<sup>130</sup> CAMPANELLA, J. Thomas – *The concrete dragon: China's urban revolution and what it means for the world*, pp. 13-25.

<sup>131</sup> RIGHTER, Rosemary – «Al rojo blanco: China, um milénio resplandeciente». *Arquitectura Viva*, p. 30. (Tradução do autor).

<sup>132</sup> ROWE, Peter G. – «The awakening of the giant: China and east Asia, to a century of their own». In FERNÁNDEZ-GALIANO, Luis, *ibidem*, p. 222. (Tradução do autor).

<sup>133</sup> JIAN, Shi – «Street life and the ‘peoples’s city’». *Architectural Design*, p. 50. (Tradução do autor).

<sup>134</sup> *Ibidem*.



Apesar de tudo, os valores apresentados inicialmente para o crescimento verificado no delta do Rio das Pérolas e que alastraram pelo vasto território chinês fazem com que a contribuição da China para o crescimento global nos últimos 7 anos ultrapasse a dos Estados Unidos<sup>135</sup>. Continua a garantir uma taxa de crescimento anual a rondar os 9 por cento<sup>136,137</sup> e ganhou definitivamente um papel no mercado global, estando «*ao ponto de se converter no país comercial mais importante do mundo*»<sup>138</sup>. As novas dinâmicas caracteristicamente capitalistas absorveram na China os traços mais antigos do anterior regime socialista, com as mesmas ordens de consumo, poder e mediatização verificadas no Ocidente. É esta a face que a China tem e quer mostrar.

A par com a abertura dos mercados ao mundo – e mesmo com todas as complicações sociais paralelas – observa-se um crescimento de uma classe média com poder de compra<sup>139</sup>, garantindo que a vida urbana chinesa seja «*hoje definida pelo ímpeto e agitação do mercado*»<sup>140</sup>. Ganha corpo uma sociedade cada vez mais sofisticada no que toca às ordens e exigências de consumo. Relatórios revelam que «*habitação, carros, lazer, viagens e moda são artigos chave da nova sociedade de consumo*» dando origem a «*massivos centros comerciais, (...) parques temáticos e habitação periférica*» sob a forma de «*expressões de fantasia arquitectónica e urbana*»<sup>141</sup>. A paisagem suburbana chinesa *tematiza-se* numa intensa mistura

<sup>135</sup> RIGHTER, Rosemary – «Al rojo blanco: China, um milénio resplandeciente». Arquitectura Viva, p. 28.

<sup>136</sup> CAMPANELLA, J. Thomas – *The concrete dragon: China's urban revolution and what it means for the world*, p. 241.

<sup>137</sup> Apenas para termo de comparação, a taxa de crescimento calculada para Portugal em 2008 foi de 0.2%. Disponível na internet: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/geos/po.html> [consultado em 3 de Agosto de 2009].

<sup>138</sup> JIE, Zhang – «Urbanisation in China in the age of reform». Architectural Design, p. 34. (Tradução do autor).

<sup>139</sup> CAMPANELLA, J. Thomas – *The concrete dragon: China's urban revolution and what it means for the world*, p. 241.

<sup>140</sup> *Ibidem*. (Tradução do autor).

<sup>141</sup> JIE, Zhang - «Urbanisation in China in the age of reform». Architectural Design, p 34. (Tradução do autor).



FIG. 55 A sedução pela imagem do habitar sublime; (**Edifício Híbrido**, Steven Holl, Pequim, 2004-08).



FIG. 56 'Utopia' ou hiper-realidade da nova China.

de realidade e fantasia, criando-se cenários de «*consumo eufórico*»<sup>142</sup>, tal como descreve Michael Sorkin em relação aos subúrbios americanos<sup>143</sup> e denunciado também pelo epíteto de *architainment* introduzido por Luis Fernández-Galiano. Mas percebemos, acima de tudo, como, uma vez mais, o espaço construído é consumido em imagens, transportando a sociedade chinesa para o nível da *simulação* de que fala Jean Baudrillard<sup>144</sup>. Por exemplo, na *Ilha da Sobrevivência*, nos arredores de Pequim, é possível ir ao encontro de recreações à volta de actividades em contacto com a natureza, uma natureza tão ‘natural’ quanto os animais ‘selvagens’ especialmente criados para serem largados no parque do *Clube de Caça Fanfang* ou a perfeita ‘autenticidade’ da *Cidade dos Cowboys*<sup>145</sup>, entre tantos outros ambientes que vendem estilos de vida e que pedem emprestados cenários e paisagens. Mas mais do que a construção de um qualquer ambiente *Starbucks*<sup>146</sup>, onde um ‘café será mais café’, a mesma *hiper-realidade* é transposta para o próprio habitar, onde a nova classe média vive seduzida pelas imagens sublimes de luxo, qualidade e perfeição, vendidas por imagens virtuais computadorizadas com alto impacto visual. Com os dois olhos postos nas imagens vindas do Ocidente, o que se compra são esses sonhos, são essas ideias de cidade e modos de vida.

Toda a China é construída sob essa *utopia*, como lhe chama Zhou Rong<sup>147</sup> ou, mais profundamente e seguindo as ideias de Baudrillard, debaixo de uma total *simulação*, de tal modo que se perdem as referências reais, vivendo-se dentro de uma imagem de progresso, num esforço tanto privado como estatal. Zhou Rong garante-nos que «*para satisfazer o apetite de consumo das visões utópicas chinesas, praticamente todas as cidades produziram uma orgia visual dos seus*

<sup>142</sup> CAMPANELLA, J. Thomas – *The concrete dragon: China’s urban revolution and what it means for the world*, p. 248. (Tradução do autor).

<sup>143</sup> SORKIN, Michael, ed. – *Variations on a theme park: the new american city and the end of public space*.

<sup>144</sup> BAUDRILLARD, Jean – *Simulacra and Simulation*.

<sup>145</sup> CAMPANELLA, J. Thomas – *The concrete dragon: China’s urban revolution and what it means for the world*, pp. 243-44.

<sup>146</sup> Cadeia internacional de cafetarias que explora a *tematização* do café.

<sup>147</sup> Professor associado da Escola Universitária de Arquitectura Tsinghua de Pequim.



FIG. 57 Construção de um sonho e de um ambiente *hiper-real*.

*utópicos futuros a partir de renderings digitais e animações sobre o planeamento futuro da cidade, ainda que praticável ou não*<sup>148</sup>, de tal maneira que «a cidade contemporânea utópica chinesa ilude não apenas o observador mas também os envolvidos na sua realização. Os governantes da cidade acreditam na ilusão da cidade utópica e estão decididos a alcançá-la a qualquer custo. A discrepância entre o conceito utópico e a vida real está a tornar-se mais problemática e irresolúvel»<sup>149</sup>. Confirma-se, pois, que os sonhos superam as necessidades reais de planeamento. E o consumo da cidade por imagens alimenta um desprendimento da realidade tornando a experiência urbana numa experiência estetizada. A mesma sociedade de consumo que estetizou a realidade no Ocidente transformou a urbe chinesa num mercado de imagem entre os investidores que querem vender o seu produto, construindo uma sociedade seduzida pela superficialidade da aparência; as empresas e as instituições que reclamam para si uma atenção urbana explorando a novidade visual na fachada do seu edifício; e também o Estado, aplicado no lançamento dos seus mega projectos<sup>150</sup>, todos eles crentes na profunda *hyper-reality* feita das imagens que constróem a ideia mental da nova China, tanto dentro das próprias fronteiras como, e principalmente, perante o mundo inteiro.

É este estado de *simulação* pura, como temos visto, que torna a percepção do espaço construído uma miragem da realidade e que nos faz perceber a razão pela qual o trabalho de arquitectura na China, e como já se tinha verificado no Ocidente, é «avaliado na etapa de concepção largamente em termos da sua imagem»<sup>151</sup>, e a razão pela qual o esforço do arquitecto é desviado para «satisfazer os pedidos e gostos superficiais, tendendo tudo a ser baseado na aparência mais do que na substância»<sup>152</sup>. A arquitectura é, à partida, produzida para ser consumida visualmente.

<sup>148</sup> RONG, Zhou – «Leaving utopian China». *Architectural Design*, p. 39. (Tradução do autor).

<sup>149</sup> *Ibidem*. (Tradução do autor).

<sup>150</sup> Os projectos estatais abarcam, desde o planeamento, vastas manchas de cidades a edifícios e infra-estruturas de grande porte, como é o caso do novo aeroporto Internacional de Pequim ou eventos como o Jogos Olímpicos de Pequim 2008 ou a Expo 2010 de Shanghai.

<sup>151</sup> LU, Xin – *China, China: western architects and city planners in China*, p. 52. (Tradução do autor).

<sup>152</sup> GRECO, Claudio; SANTORO, Carlo – *Beijing: the new city*, p. 96. (Tradução do autor).



Em prol da grande *simulação*, com o aperfeiçoamento de programas e a expansão do uso do computador, desenvolveu-se uma enorme ‘máquina’ especializada na produção de material digital, como filmes e imagens virtuais. Estabeleceram-se centenas de empresas dotadas de meios e capacidades para explorar especificamente apresentações de projectos de arquitectura através de efeitos impressionantes e de forte impacto visual<sup>153</sup>, sobrecarregando não só a construção da *hiper-realidade* como massificando a arquitectura como imagem e mercadoria.

Podemos, aqui, fazer um pequeno parêntese para, a partir desta última frase, invocar a questão da ‘cópia’ na cultura chinesa. O pouco pudor verificado na cópia e reprodução infinita de qualquer matéria pela indústria chinesa também se afere na arquitectura. A facilidade de reprodução e de importações de imagens arquitectónicas, vindas do Ocidente, leva a cópias descontextualizadas das mesmas, deixando para trás qualquer interpretação, por exemplo, construtiva. Em jogo está, mais uma vez, a simples aposta na sedução exterior e superficial<sup>154</sup>.

A face mais visível de toda a massificação da imagem arquitectónica perante as leis do mercado em território chinês, seguindo a ideia de *architainment*, é também, à semelhança do que se passa no Ocidente, a criação igualmente massiva de arquitectura de índole icónica. Na verdade, é-nos atestado que «*todos os clientes chineses querem construir um marco urbano que deixe uma indelével impressão no público. (...) Os clientes querem que o seu edifício espelhe a força da empresa, que actue como um ‘porta-voz’ público e forneça uma identidade corporativa, como um logótipo. Os projectos de financiamento público não são excepção, com as cidades a competir ferozmente umas com as outras para criarem uma imagem apropriada que reflecta a importância económica da cidade e marque pontos políticos (...)*»<sup>155</sup>, local e mundialmente. «*A cidade chinesa contemporânea é espectacular no sentido literal da palavra; espera-se que brilhe e imponha respeito, e que o faça*

<sup>153</sup> *Ibidem*, pp. 92-6.

<sup>154</sup> *Ibidem*.

<sup>155</sup> LU, Xin – *China, China: western architects and city planners in China*, p. 57. (Tradução do autor).



Fig. 58 Quatro peças de arquitectura Ocidentais (Estádio Olímpico; Cubo de Água; Grande Teatro Nacional; CCTV) estão prontos para serem devorados num «banquete utópico». Esta imagem de Zhou Rong e Cheng Ying (*Shangjing Story*, 2006) representa de forma irónica a 'fome chinesa de vedetas' e marcos urbanos; o também irónico título dado à imagem traduz eficazmente a vontade de 'mudança', neste caso, das duas mais importantes cidades Chinesas.

*tanto internamente como para uma audiência mundial mais alargada»*<sup>156</sup>. Thomas J. Campanella<sup>157</sup> confirma-nos que a arquitectura iconográfica é uma jogada característica das sociedades capitalistas ao serviço de uma competição de egos, garantindo-nos, mais uma vez, que o espectáculo urbano chinês envolve o esforço dos investidores privados na mesma luta de egos e, ao mesmo tempo, o empenho e a ânsia dos líderes políticos para deixar a sua marca no perfil das cidades. Todo o amplo investimento e os processos de demolições e reconstruções apostadas na iconografia, na monumentalidade e no luxo, são uma estratégia de prova de poder e de progresso, são a *simulação* de uma ‘cara’ que lhes garante prestígio interno, mas, acima de tudo, externo: é a jogada de uma nação emergente que deseja a todo o custo voltar a crivar na história o seu protagonismo<sup>158</sup>.

Está, assim, em marcha uma espécie de ‘efeito Bilbao’ em larga escala, generalizando ostensivamente nas urbes chinesas o tratamento da arquitectura enquanto imagem, chamando ao seu território os nomes que compõem o círculo das celebridades, numa proposta deliberada à produção de edifícios mediáticos. A China torna-se um palco concentrado de ‘vedetas’ que encontram à sua disposição um laboratório de experimentação sem risco<sup>159</sup>.

De facto, principalmente a partir da década de 90 do século XX, a cooperação entre a China e escritórios de arquitectura ocidentais cresceu significativamente<sup>160</sup>. Em 1998, com o projecto para o Grande Teatro Nacional de Pequim (Paul Andreu, 1998-07), deu-se, como escreve Ma Weidong, um «(...) *ponto de*

<sup>156</sup> CAMPANELLA, J. Thomas – *The concrete dragon: China’s urban revolution and what it means for the world*, p. 187. (Tradução do autor)

<sup>157</sup> Professor associado da Universidade da Carolina do Norte e Professor convidado na Universidade de Harvard, tendo ainda leccionado tanto no MIT como na Universidade de Nanjing na China.

<sup>158</sup> CAMPANELLA, J. Thomas – *The concrete dragon: China’s urban revolution and what it means for the world*, p. 287-92.

<sup>159</sup> Quando aqui falamos em falta de risco queremos dizer não só que os arquitectos ocidentais encontram na China investidores disponíveis para pagar as suas experiências iconográficas como ao mesmo tempo, perante a imensa reciclagem a que as cidades chinesas estão sujeitas, não terão de enfrentar qualquer tipo de condicionante histórica ou de memória. A China quer, aliás, deixar para trás os vestígios do passado e arrancar em direcção ao futuro.

<sup>160</sup> LU, Xin – *China, China: western architects and city planners in China*, p. 16.



*viragem na História da arquitectura chinesa contemporânea. A China acabou por aceitar a arquitectura do Oeste e entrou num período em que ‘uma centena de flores florescem’*<sup>161</sup>. Ironicamente, a frase «*deixem uma centena de flores florescer*» fazia parte das palavras de ordem de Mao Tsé-Tung da China socialista proferidas em 1957 e foi recuperada para o título da revista japonesa *a+u*<sup>162</sup>, para descrever o sentimento explosivo de uma China, na viragem do milénio, empenhada em importar arquitectura icónica. Explosão essa que, logo depois do concurso para o Grande Teatro, se confirmou com as competições internacionais, a partir de 2002, para o desenhos dos equipamentos desportivos necessários à realização dos Jogos Olímpicos, entretanto confiados à China pelo Comité Olímpico Internacional, em 2001. Juntam-se, ainda, todas as ‘florescentes’ construções essenciais à imagem *hiper-real* da China, como é o caso, por exemplo, dos CBDs, do Aeroporto Internacional de Pequim ou da habitação para a classe média. Na altura em que se iniciaram os trabalhos para os Jogos Olímpicos de Pequim, mais de 50 por cento dos projectos significantes em termos de escala, financiamento e visibilidade tinham o comando de arquitectos estrangeiros<sup>163</sup>.

Estavam realmente abertas as portas para a maior dança de nomes e etiquetas. E estava dado o passo para a arquitectura e os arquitectos serem tratados massivamente como um bem ou mercadoria ‘traficável’ mundialmente, cuja função seria cultivar a imagem arquitectónica, carregando-a de alegorias, metáforas, explorando as *figuras* e os materiais, tratando-a como logótipos, trabalhando sempre acima de tudo sobre o observador de forma a proporcionar a sedução necessária ao desenvolvimento dessa *hiper-realidade*<sup>164</sup>.

<sup>161</sup> *Ibidem.* p. 16. (Tradução do autor). Excerto retirado do editorial da revista japonesa *a+u* de Dezembro de 2003, uma edição totalmente dedicada à produção arquitectónica em território Chinês.

<sup>162</sup> GRECO, Claudio; SANTORO, Carlo – *Beijing: the new city*, pp. 95-6.

<sup>163</sup> LU, Xin – *China, China: western architects and city planners in China*, p. 20.

<sup>164</sup> A par com uma aposta em assinaturas arquitectónicas, a China sente a necessidade de importar do Ocidente conhecimento e experiência e abrir a sua arquitectura a novos temas de discussão, como refere Peter G. Rowe, da mesma maneira que espera o regresso de milhares de jovens estudantes que se deslocaram para as Universidades Ocidentais, juntando no seu território o *know-how* suficiente para poder começar a produzir a sua ‘própria’ arquitectura, a qual quererá com certeza voltar a exportar no futuro.



FIG. 59 Grande Teatro Nacional, Paul Andreu, Pequim, 1998-07.



FIG. 60 Grande Teatro Nacional 'junto' da população.

O Grande Teatro Nacional de Pequim terá, então, desencadeado irreversivelmente o culto ao arquitecto ocidental, capaz de trazer para a China a ‘expressão’ contemporânea desejada, justificando as sucessivas e seguintes apostas em obras de «*importância mundial e grande originalidade*»<sup>165</sup> a partir de concursos internacionais.

Apesar da inadequação do projecto ao contexto do tecido de Pequim nas imediações da Praça Tiananmen e do impressionante valor a que ascenderia a obra, segundo o parecer do júri de arquitectos<sup>166</sup>, a enorme cúpula do projecto revisto<sup>167</sup> do francês Paul Andreu agradou ao primeiro-ministro, Jian Zemin. A polémica gerada entre a opinião do júri de arquitectos e a escolha do comité político levou à instauração de uma consulta pública que resultou na mesma escolha do júri de arquitectos: o projecto apresentado por Arata Isozaki. Contudo, a opinião pública não foi jamais tida em conta<sup>168</sup>. O projecto de Paul Andreu tinha tudo o que a ‘China’ poderia esperar da arquitectura, a começar logo pelo instantâneo mediatismo e visibilidade causados pela polémica, tendo-se transformado o projecto num ícone das primeiras páginas dos jornais e revistas chinesas e rolado em imagens incessantes pela internet<sup>169</sup>.

Este projecto, apresentando uma forma completamente alheia ao contexto, consegue chamar a atenção do observador, oferecendo-se como uma imagem. É um verdadeiro objecto, isolado no centro de um enorme espelho de água que não deixa sequer a cidade chegar perto de si. A sua silhueta simples, mas estranha ao lugar, transforma-se facilmente numa *figura*, num logótipo que *tráfica* mediaticamente tanto o edifício como a própria capital. Como refere o seu arquitecto, a ausência de entrada visível desde o exterior reforça o seu ‘carácter abstracto e enigmático’ e a sua leitura como objecto, ao mesmo tempo que esse

<sup>165</sup> CAMPANELLA, Thomas – «Mejoras capitales: Pekín en la globalización». *Arquitectura Viva*, p. 46. (Tradução do autor).

<sup>166</sup> *Ibidem*.

<sup>167</sup> A proposta de Paul Andreu na primeira fase constava de uma caixa recta.

<sup>168</sup> CAMPANELLA, Thomas – «Mejoras capitales: Pekín en la globalización». *Arquitectura Viva*, p. 46-7.

<sup>169</sup> LU, Xin - *China, China: western architects and city planners in China*, p.16.



FIG. 61 Estádio Nacional Olímpico, Herzog & de Meuron, Pequim, 2003-08.



FIG. 62 Troncos de aço de uma 'floresta artificial'.

carácter 'enigmático' gera cognomes como «ovo *extra-terrestre*»<sup>170</sup>, aumentando a carga desse consumo e tráfico mediático do edifício.

Por outro lado, deslocando a ideia de 'porta', transformada numa passagem subaquática, opera-se sobre os códigos 'normalizados do observador', obrigando-o a ver, proporcionando-lhe, portanto, uma experiência estetizada.

Mais uma vez, a monumentalidade dos seus 212 por 143 metros<sup>171</sup>, a materialidade do titânio e os efeitos visuais retirados do jogo de luzes e transparências carregam o olhar do observador e ajudam à criação da imagem *hiper-real* de progresso e novidade – uma imagem «*elitista*»<sup>172</sup> e fora das necessidades reais da população<sup>173</sup>, mesmo que para trás tenham ficado derrubados dezenas de *hutongs*<sup>174</sup> do tecido histórico da cidade e a controvérsia de um investimento de 364 milhões de euros<sup>175, 176</sup>.

Os jogos Olímpicos eram a alavanca mais esperada para projectar no país e no mundo a *hiper-realidade* das imagens da nova China. Era a oportunidade mais esperada para importar para a China mais e mais *arquitectos-estrela*, endossados a operar sobre o observador chinês e sobre o observador universal, carregando-os com imagens de novidade e progresso.

O Estádio Nacional é, sem dúvida, a jóia iconográfica da Pequim olímpica. Situado numa ligeira elevação a norte da cidade, o estádio ocupa o centro do novo complexo olímpico, destinado a receber os Jogos de 2008.

O edifício criado por Herzog & de Meuron (2003-08) circunscreve-se, dentro de uma elipse, com cerca de 300 metros de comprimento no seu eixo mais

<sup>170</sup> *Ibidem*, p. 16. (Tradução do autor).

<sup>171</sup> GRECO, Claudio; SANTORO, Carlo – *Beijing: the new city*, p. 178.

<sup>172</sup> *Ibidem*, p. 99. (Tradução do autor).

<sup>173</sup> *Ibidem*.

<sup>174</sup> Termo que designa os bairros históricos de Pequim, formados por um conjunto de vielas e casapátio tradicionais. Originalmente o termo *hutong* referia-se a essas mesmas vielas tendo sido depois adoptado mais abrangentemente.

<sup>175</sup> CAMPANELLA, Thomas – «Mejoras capitales: Pekín en la globalización». *Arquitectura Viva*, p. 47.

<sup>176</sup> GRECO, Claudio ; SANTORO Carlo – *Beijing: the new city*, p. 178.



FIG. 63 Taça de barro da antiga dinastia Shang, apresentado por Herzog & de Meuron como analogia *hiper-real* para o Estádio Nacional Olímpico.

longo<sup>177</sup> e caracteriza-se por um emaranhado de pilares de aço que, num conceito só, une fachada e estrutura – ambas são a mesma e a única coisa num conjunto global consistente (o que não acontece com muitos dos projectos que têm como base a produção de uma imagem onde essa imagem é apenas uma aparência superficial sem qualquer resultado espacial).

Mas, acima de tudo, este projecto é um complexo jogo de imagens cujo ponto de partida, uma vez mais, foi a necessidade de criar um «efeito espacial (...) insólito e radical», de forma a criar-se «um marco histórico para os Jogos Olímpicos de Pequim de 2008»<sup>178</sup>. Esse «efeito espacial insólito», provocado por uma destruição dos conceitos cognitivos de estrutura e mesmo da relação interior/exterior tem a capacidade de transformar a percepção espacial numa experiência estética. Ao mesmo tempo, a real força iconográfica deste edifício é a sua enorme capacidade de gerar analogias. É uma fonte de metáforas visuais. A estrutura-fachada do estádio sugere um gigante pedaço de ‘fibra de vidro’. Mas pode sugerir também, ao longe, quando ainda não se distinguem os diferentes filetes construtivos, uma ‘taça de barro’ da antiga dinastia Schang, imagem, aliás, publicada e vendida pelos autores. Um pouco mais perto, deixará de ‘ser taça’ e passará a ‘ser um novelo’. Mais perto ainda, o intrincado de troncos de aço relacionam o estádio, nas próprias palavras de Herzog & de Meuron com ‘uma floresta artificial’.

Mas é como ‘ninho de pássaro’ que o estádio é universalmente mais conhecido, assim apelidado pelos próprios chineses ainda com o edifício na fase de projecto. É esta *hiper-realidade* das imagens que faz da arquitectura um bem de consumo visual, sendo, ao mesmo tempo, a chave do seu sucesso. E é também o poder das imagens que faz desta criação ocidental ‘genérica’, paradoxalmente, uma obra verdadeiramente chinesa. Mas a *hiper-realidade* das imagens fez com que os chineses sentissem aquele estádio definitivamente seu, dando-lhe um nome inventado por si.

As mesmas qualidades iconográficas tornam o estádio ainda mais chinês

<sup>177</sup> *Ibidem*, p. 180.

<sup>178</sup> «El Croquis», p. 350. (Tradução do autor).



FIG. 64 Edição especial da nota de 10 yuans: propagação e consumo da 'imagem da China'.

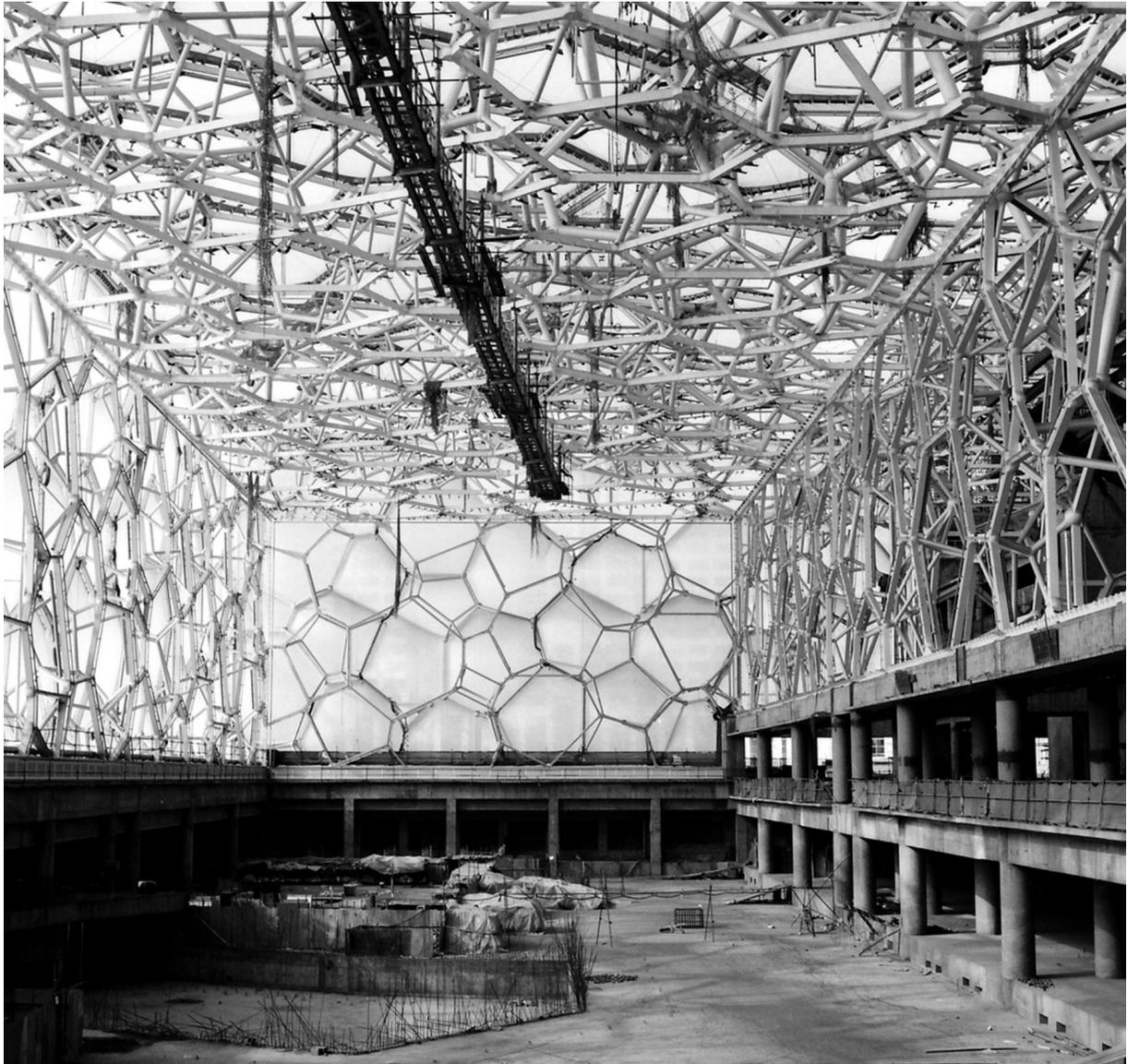


FIG. 65 Aspecto interior da construção do Cubo de Água, PTW, Pequim, 2004-08.

quando este aparece numa edição especial de notas de yuans<sup>179</sup>. Para além de provar as qualidades iconográficas, volta a vendê-lo como imagem, volta a estetizar e a tornar a arquitectura imagem para consumo, e volta a criar uma imagem *hiper-real* difundida pelo mundo: China igual a Estádio Olímpico ou, mais ironicamente, igual a ‘ninho de pássaro’.

O próprio habitar é estetizado e *hiper-real*: ir ao estádio é como ir a um mundo fantástico, é habitar um ‘ninho de pássaro’.

Da mesma maneira que quem visitar o Cubo de Água (2004-08), projecto do colectivo australiano PTW para o complexo olímpico de piscinas, será transportado para o interior de uma experiência hiperbolizada em torno da imagem da água, das suas bolhas, ou estruturas moleculares. Aqui, as relações forma/função e interior/exterior relacionam-se por uma analogia extrema explorando-se ao máximo a imagem *hiper-real* de se estar a habitar a própria água. A materialidade e a composição invulgar da fachada tornam a desequilibrar, a seu favor, o olho do observador, proporcionando a criação de imagem.

A construção do novo Aeroporto Internacional de Pequim (Norman Foster, 2003-08), tão só o maior edifício do mundo<sup>180</sup>, foi mais uma oportunidade para trazer a assinatura de um *arquitecto-estrela* ocidental para a China. Mais uma oportunidade para projectar uma ideia de China monumental e de progresso.

Mais uma vez, a Europa vende para a China as suas próprias representações mentais daquele país, as quais a China volta a exportar como suas, reforçando-se as imagens *hiper-reais* que publicitam a China aos olhos do mundo. Norman Foster, autor do projecto, afirma que as ‘escamas vermelhas’ celebram a ‘emoção e a poesia do voo de um dragão’<sup>181</sup>. Como referido, a arquitectura e o mediatismo em torno da imagem de um aeroporto internacional é usada para vender a todo o mundo a China como a terra dos dragões, qual ‘terra dos cangurus’ patrocinada pela Ópera de Sidney em relação à Austrália.

O exemplo do aeroporto testemunha, como referido por Peter G. Rowe em

<sup>179</sup> Moeda chinesa.

<sup>180</sup> FOSTER, Norman – «Dragón alado: aeropurto internacional de Pekín». Arquitectura Viva, p. 50.

<sup>181</sup> *Ibidem*.

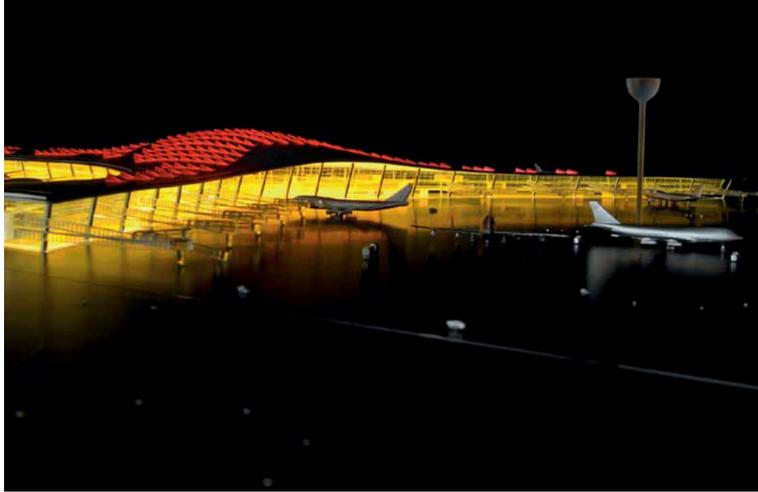


FIG. 66 **Aeroporto Internacional de Pequim**, Norman Foster, Pequim, 2003-08.



FIG. 67 **Edificio Híbrido**, Steven Holl, Pequim, 2004-08.

relação a outro projecto, a propensão para «*arquitectura procurar analogias fora de si mesma*»<sup>182</sup>. O vermelho e amarelo dominantes no edifício aliam-se às cores da bandeira chinesa e a forma alongada da sua silhueta traz a imagem de uma 'elegante pincelada de um carácter chinês para a palavra *Homem*'<sup>183</sup>.

Situado junto ao primeiro anel de circunvalação da capital, o Edifício Híbrido de Steven Holl (2004-08) vende a imagem mental de uma micro-cidade, ou seja, uma cidade dentro da gigante Pequim. As suas 8 torres (com alturas máximas de 22 pisos) e outros edifícios mais baixos albergam 622 apartamentos, um hotel de 60 quartos e todos os serviços necessários para a vida diária dos seus 2500 utilizadores<sup>184</sup>; grande parte desses serviços está albergada em pontes envidraçadas que unem sucessivamente todos os edifícios uns aos outros, criando uma espécie de anel ao nível do vigésimo andar. Gera-se, assim, a ideia de um organismo ou uma micro-cidade, explorando, ao mesmo tempo, um conceito de espaço urbano a três dimensões.

Mas, a par de todas as experiências em torno de novas formas de habitar, no seio de uma das cidades mais poluídas do mundo, o projecto *simula*, perante a potencial classe média compradora, uma ideia de paisagem, uma imagem de espaço verde, através dos sucessivos jardins nas coberturas dos edifícios mais baixos, que enquadram as diversas perspectivas de quem habita aquele complexo. A isto acrescentam-se ainda 5 colinas artificiais no vazio central, reutilizando a terra sobrando das escavações.

O edifício da Televisão Central Chinesa (CCTV), de Rem Koolhaas/OMA (2003-08), cresceu sobre um dos antigos bairros históricos de Pequim, fazendo parte dos novos 300 arranha-céus que a cidade está a construir.

Pequim nunca teve um CBD importante, característico do sistema capitalista e, por isso, prescindível até há poucos anos numa cidade em que as actividades do sector terciário eram pouco intensas. O seu centro era fortemente marcado

<sup>182</sup> ROWE, Peter G. – «The awakening of the giant: China and east Asia, to a century of their own». In FERNÁNDEZ-GALIANO, Luis – *Atlas: global architecture circa 2000*, p. 233. (Tradução do autor).

<sup>183</sup> GRECO, Claudio; SANTORO, Carlo, – *Beijing: the new city*, p. 184. (Tradução do autor).

<sup>184</sup> FRAMPTON, Kenneth – *História crítica da arquitectura moderna*, p. 459.

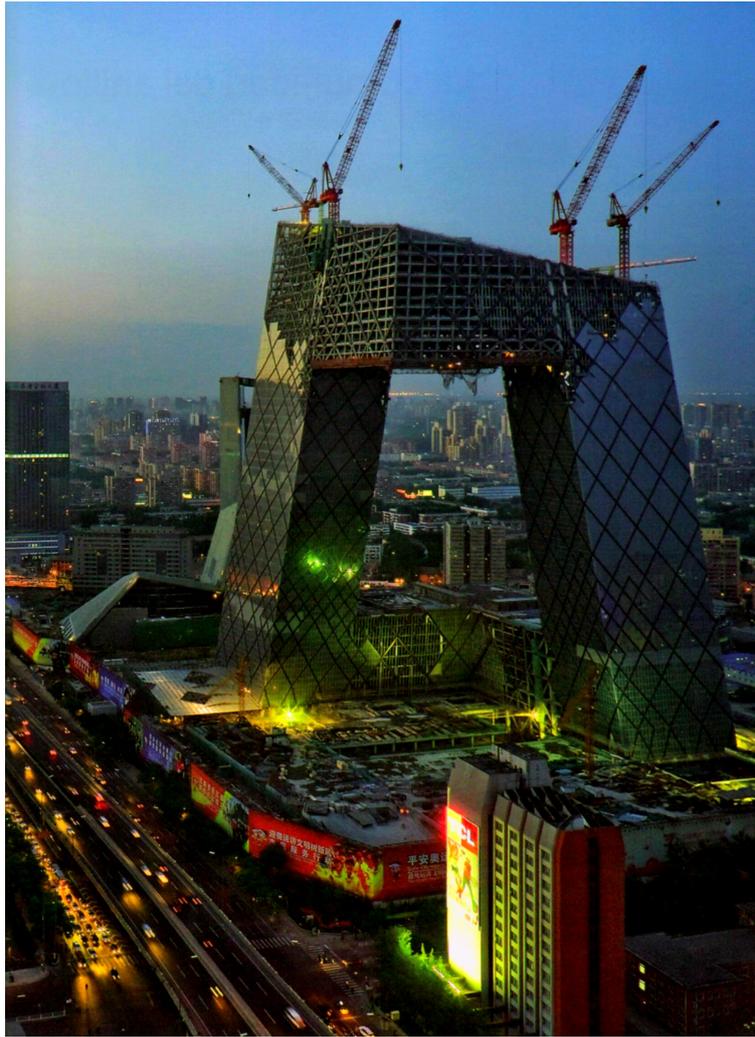


FIG. 68 O gigante 'objecto' CCTV de Rem Koolhaas/OMA, Pequim, 2003-08.

pelos palácios e edifícios governamentais. Agora, na corrida individual pelo poder de atracção na cidade, cada edifício quer substituir o seguinte no olhar do observador, cada edifício quer fazer a vez do antigo monumento.

O CCTV contribui para um *skyline* reconhecível, mas, nos seus 234 metros de altura e no seu perfil singular, assume-se também sozinho, operando sobre o observador, querendo ser ‘imagem’. Foi importado como um produto ocidental propositadamente para seduzir, juntando-se à *simulação* da imagem fantástica e à nova *hiper-real* cidade mundial.

A ousadia da mega-estrutura, composta por duas torres em forma de L invertido e unidas pela extremidade, representou um desafio às capacidades da engenharia contemporânea e pôs à prova as respostas da alta tecnologia, contribuindo para expandir a imagem de uma China de progresso.

Ao mesmo tempo, e desde logo, põe também em causa a tipologia ‘torre’, destruindo os dogmas associados ao desenho de arranha-céus<sup>185</sup>. Pela estranheza, traz automaticamente o olhar do sujeito na sua direcção e faz, assim, uma vez mais, de um transeunte um observador/consumidor. Um dos dogmas quebrados é exactamente a garantia aparente de estabilidade. Não sendo um corpo apontado ao céu, o CCTV, com a sua plataforma superior lançada sobre o vazio, afronta a gravidade e torna-se um espectáculo ou experiência visual. Opera-se, portanto, de novo sobre o efeito de estranheza e espanto.

No entanto, o esforço depositado sobre a reinterpretação da tipologia ‘torre’ revela-se incoerente com o seu interior. Contraditoriamente, o edifício acolhe e empacota actividades rotineiras segundo padrões pré-estabelecidos, podendo falar-se da frequente incoerência entre forma e função nos edifícios iconográficos, como vimos no capítulo anterior. Por outras palavras, a quebra dos dogmas não ultrapassa a superficialidade da forma – ao interpretarmos um corte do edifício, percebemos quão típicos e repetitivos são os seus espaços interiores, equiparáveis aos de qualquer torre de escritórios, ali ou em outra parte do mundo. O esforço

<sup>185</sup> Rem Koolhaas alerta para o quão bizarra é a tipologia torre, estagnada quase desde a sua invenção. Cf. KOOLHAAS, Rem – *Content*, p. 473.

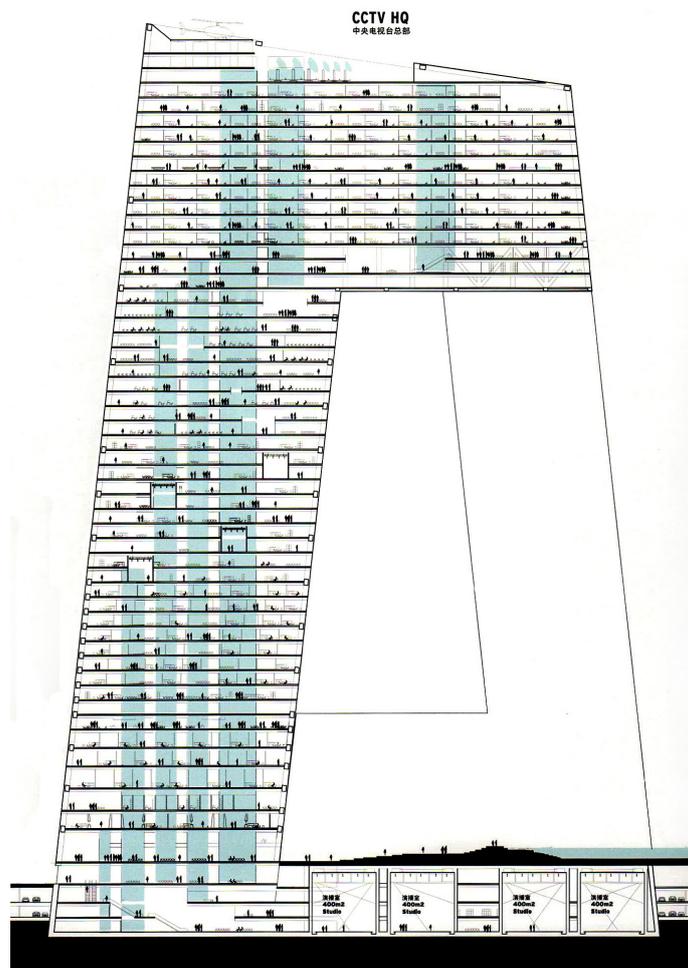


FIG. 69 Corte vertical do CCTV.

ficou-se apenas pelo exterior, depositado na procura de uma forma capaz de gerar uma *figura* memorável. Isto equivale a dizer que a aposta do edifício se concentra numa *figura* acutilante, arrojada, apelativa, capaz de gerar um logótipo.

Ao mesmo tempo, remete-se a ele próprio, na lógica da estratégia iconográfica, para uma série de analogias. Primeiramente, o vazio central torna o edifício uma moldura, deixando que se veja através dele – referência a uma televisão pela qual, neste caso, se pode ver a cidade envolvente. É ainda sugerida a *figura* do ‘Pi’, que remonta às origens da China. A rede de estrutura que envolve a fachada ‘será’ a caligrafia chinesa ou, então, as ‘tradicionalis janelas em gelosia’.

Assim, actuando sempre sobre o observador, o CCTV, um objecto ‘vindo’ de Roterdão, reúne uma série de estratégias em torno da imagem, fazendo-se através dela traficar pelo mundo. Consigo trafica uma China *hiper-real*, a China das imagens, juntando-se à *simulação* do mundo e juntando-se também à nossa cidade mental. Como diz o crítico Zhou Rong, «a *contemporânea utopia urbana chinesa é uma utopia turística – uma imagem utópica superficial de espectáculo e rápido consumo. Sob o grande halo das cidades utópicas escondem-se paisagens de pobreza e bairros de lata em extensas vilas urbanas, especialmente em cidades de crescimento rápido como Shenzhen e Guagzhou. Porém, a atracção destas visões idealizadas perpetua o irresistível sonho chinês. Ao fazê-lo, o mudo inteiro torna-se também um consumidor da visão utópica da cidade chinesa*»<sup>186</sup>.

Não é nossa intenção fazer qualquer julgamento por inteiro aos projectos aqui apresentados, nem tão pouco se propõe a formação de cidade à base de tecnocracia ou de repetição. Queremos apenas provar, independentemente das qualidades paralelas dos edifícios, como a arquitectura, hoje, se transformou, acima de tudo, numa mercadoria traficada e consumida pela imagem. Queremos provar, também, como essa imagem, ou essas imagens, num plural infinito, constroem um universo *hiper-real* cuja falta de autenticidade nos escapa. É a «*utopia turística*» de que fala o excerto anterior ou, num plano mais abrangente, é a *simulação* de Jean Baudrillard.

<sup>186</sup> RONG, Zhou – «Leaving utopian China». Architectural Design, p. 37. (Tradução do autor).



A massificação do uso da imagem torna a China «*a terra de um sonho qualquer*», como refere o subtítulo deste capítulo. *Um sonho qualquer* deixa subentendida a ambiguidade de uma China cujo único sonho é ter um sonho ocidentalista. A única certeza que a China tem é a de entrar no caminho da prosperidade – e, para o caminho, qualquer sonho parece bom. Ao mesmo tempo, nessa terra de sonhos, os arquitectos têm também a oportunidade de realizar um seu qualquer sonho.

Numa corrida pelo sonho, em esforços mais individuais do que colectivos, temos edifícios não numa luta por um melhor espaço urbano, não num empenho conjunto por um equilíbrio global do tecido da cidade, mas sim na luta pela atenção individualizada. Ganhará o que construir melhor a sua *hiper-realidade*.

A cidade transforma-se numa espécie de parque temático gigante onde, mais além de toda a *simulação*, vai sobrando uma cidade esquizofrénica e fragmentada, um conjunto de «*isoladas ilhas urbanas*»<sup>187</sup>. A cidade fica por resolver, esperando ainda, afinal, por um sonho qualquer. O sonho que a China constrói perante si e perante o mundo realmente ainda está por vir.

Afinal, a cidade construída com base no observador corre o risco de perder todo o seu sentido se o observador permanecer ‘autista’. O excesso de imagem pode provocar um *crash* de informação visual que retirará à arquitectura a sua magia ou poder visual, as suas capacidades *hiper-reais*.

Ao contrário do que possa parecer, e ao contrário dos mecanismos de geração de capital, toda esta densíssima rede de informação, segundo Jean Baudrillard, não produz uma ‘circulação acelerada de sentido’, isto é, o excessivo intercâmbio de informação e de imagens no mundo actual pode, a partir de um certo limite, tornar-se contra-producente<sup>188</sup>. A estimulação contínua por agentes exteriores, neste caso, os agentes de informação visual, faz com que o indivíduo ganhe imunidade, o que significa fazer um selecção inconsciente daquilo que vai apreender e, por isso, muito do sentido é extraviado, da mesma forma que

<sup>187</sup> JIAN, Shi – «Street life and the ‘people’s city’». *Architectural Design*, p. 50. (Tradução do autor).

<sup>188</sup> BAUDRILLARD, Jean – «The implosion of meaning in the media». In BAUDRILLARD, Jean -*Silulacra and simulation*, p. 79-86.



FIG. 70 Perfil de Pequim, ao centro o **Edifício da Televisão Central Chinesa (CCTV)**.

não conseguimos apreender toda a informação recebida nem interconectá-la. A existência deste estado de imunidade é também garantida pela tese do sociólogo e filósofo alemão Georg Simmel, que responsabiliza a metrópole contemporânea pelo desenvolvimento, no indivíduo que a habita, numa atitude *blasé*<sup>189</sup>. Essa atitude *blasé* não é mais do que esta imunidade, aqui, expressa anteriormente: «o indivíduo metropolitano moderno é obrigado a desenvolver um mecanismo de defesa para se proteger do excesso de estímulos mentais da vida urbana»<sup>190</sup>. Tomando como pressuposto que, no que toca a estímulos exteriores, a cidade contemporânea apenas acelerou ainda mais a produção desses estímulos relativamente à metrópole moderna referenciada por Georg Simmel, temos que a saturação do indivíduo contemporâneo será ainda maior. Os nervos sensoriais, expostos a uma carga contínua de estimulação até à sua máxima reacção, produzem o efeito recíproco de deixar de reproduzir reacção. Esgotadas as suas reservas de energia, ao perdurarem no mesmo ambiente de estimulação, não encontram tempo para renovar as reservas<sup>191</sup>. Assim, o excesso de informação destrói a construção de sentido de toda a própria informação. A pressão exercida pelos signos é tal que o seu conteúdo é desgastado. A descomunal corrente de informação visual gera o efeito perverso de produzir uma «negação de sentido»<sup>192</sup>. A informação é redundante.

Quando cada edifício levanta a sua voz numa tentativa de não cair desprezado na corrente de imagens da cidade e do mundo podem, em conjunto, aniquilar a construção do seu sentido, tornar imune o indivíduo à sua percepção. Com a massificação do uso da imagem na China e no mundo, deixará tanto de haver a *simulada* cidade local, como deixaremos de construir mentalmente a *hiper-real* cidade global. Deixará de fazer sentido a existência do arquitecto global, o tráfico de arquitectura genérica, o negócio das etiquetas. Deixará de haver arquitectura da globalização.

<sup>189</sup> Cf. LEACH, Neil – *A anestésica da arquitectura*, pp. 65-8.

<sup>190</sup> *Ibidem*, p. 66.

<sup>191</sup> *Ibidem*, p. 67.

<sup>192</sup> LEACH, Neil - *A anestésica da arquitectura*, p. 15.



## CONCLUSÃO

*Olho por olho, dente por dente*<sup>193</sup>. Percebemos, ao longo deste trabalho, que a arquitectura acompanhou o desenvolvimento do sistema capitalista e da sua sociedade de consumo. Havendo movimentações no tabuleiro, a arquitectura reage. *Olho por olho, dente por dente*. Se mais estetização, mais imagem. Se mais mercado, mais mercadoria.

Por outras palavras, tendo-se tornado a sociedade e o mundo cada vez mais estetizados durante os últimos 80 anos, a arquitectura estetizou-se também e cresceu como imagem. E, tendo sido o mundo inflamado pelas lógicas de mercado, a arquitectura, de igual maneira, reagiu talhando-se como mercadoria.

A partir das reflexões propostas por Guy Debord acerca da obsessão da sociedade de consumo pela imagem e a evolução dessa condição para um estado de pura *simulação* da realidade – argumento apresentado por Jean Baudrillard – verificamos que a arquitectura acompanhou essa evolução. Estetizando-se também, ofereceu-se, cada vez mais, como imagem, quando dentro da cidade o sistema capitalista põe cada edifício individualmente na luta por atenção.

<sup>193</sup> Provérbio popular.



Como imagem, oferece-se ao olho da sociedade de consumo obcecada com a imagem. Evoluem os métodos de sedução, os edifícios deixam de ser apenas edifícios e passam a ser entidades mediáticas, constroem a *hiper-realidade* de que fala Baudrillard, exibem ideias mentais sobre si próprios, em imagens sublimes, em estórias, em metáforas. Constroem uma aura em seu torno. Por outras palavras, os edifícios aspiram a objectos *hiper-reais*, simultaneamente à escala local e mundial. Através dessas estórias, filosofias abstractas e imagens, tornam-se místicos e trazem até si o observador local, ao mesmo tempo que seduzem o público internacional. Fazem de si próprios edifícios mundiais que conhecemos mentalmente e que consumimos visualmente. Traficam a ideia de prestígio e de poder.

A arquitectura tornou-se, ao mesmo tempo, cada vez mais mercadoria associada à imagem, confirmando também propensão para tudo ter sido reduzido a mera imagem e mercadoria, segundo a apreciação de Fredric Jameson. Aqui, o exemplo mais paradigmático viria a ser a condição dos *arquitecto-estrelas*: transferidos internacionalmente, vêem a sua arquitectura tratada como mercadoria, assinatura, etiqueta. A arquitectura prosperou como produto genérico comprado, traficado, qual par de *jeans*, ou, talvez melhor, qual *Rolex*, carregando o crédito de quem a tem.

Estas duas condições, a de imagem e a de mercadoria, viram-se aceleradas, consagradas e, finalmente, massificadas com a era digital e a globalização, capazes de produzir e de difundir ainda mais imagens, de acrescer a mediatização dos edifícios, de facilitar importação e exportação da mercadoria arquitectura e da mercadoria arquitecto, aumentando a visibilidade do mundo e instigando, assim, a disputa iconográfica entre edifícios e cidades.

A arquitectura tem sido, então, nada mais do que um objecto descontextualizado e traficado, arrastado pelos continentes, precisamente como imagem e mercadoria, concebido para seduzir ao primeiro impacto, garantindo ser sinónimo de esplendor, magnificência, prosperidade, poder.



Foi este o percurso central que a arquitectura enquanto imagem e mercadoria tem percorrido e que permite relacionar e entender as duas pontas desta história: a abertura do processo de transformação da arquitectura em imagem e mercadoria com o crescimento da América capitalista e a massificação desse processo, ainda não findado, por uma China em processo de capitalização.

De novo, *olho por olho, dente por dente*. Entre a América e a China, a postura é paralela.

Desde logo, a América importa, trafica uma certa linguagem extraída do Movimento Moderno europeu, aplicando-a no seu território, o que faz entender, assim, a arquitectura de forma estetizada e como mercadoria.

Na América, a estetização da arquitectura confirma-se com a exposição que Philip Johnson e Henry-Russel Hitchcock comissariaram no MoMA. De repente, vemos aquele país transformado num amplo campo de exploração em torno de uma imagem arquitectónica, em torno de um «Estilo Internacional».

Fora do contexto específico Europeu, sem necessidade de intervenção social, usa a linguagem do Movimento Moderno europeu apenas como uma roupagem, usando-a dentro do país numa luta de egos entre edifícios, mas, acima de tudo, usa-a para a sua grande missão: construir com ela a imagem prestigante da democracia capitalista, imagem essa que volta a exportar e instala pelo mundo.

De outra forma, a partir de uma matéria-prima traficada, moldou um produto ‘verdadeiramente’ seu, construiu essa imagem americana de democracia capitalista que vendeu ao mundo.

De forma semelhante, numa atitude hiperbolizada pela sociedade muito mais estetizada e pelo mercado muito mais exigente – pelo digital e pela globalização e hiperbolizada pelos fenómenos do *arquitecto-estrela* e do ‘efeito Bilbao’ –, a China empenha-se em construir-se através da imagem arquitectónica.

A China, num processo galopante de industrialização e capitalização, trafica para o seu território uma imagem de arquitectura ocidental querendo vender, dentro das suas fronteiras, a imagem de progresso, exportando de novo uma



imagem de prestígio numa tentativa de sedução aos olhos do mundo.

E usa, como a América usou a exposição no MoMA, grandes eventos, como os Jogos Olímpicos, para enraizar e massificar o uso dessa arquitectura ocidental. Torna também, assim, o seu território num campo de exploração, agora não de um «Estilo Internacional» mas das etiquetas e das imagens produzidas pelos arquitectos-estrela (como até mais tarde já teria acontecido com o produto Mies).

Por outras palavras, hoje, não temos um «Estilo Internacional», temos uma «tendência internacional», massificada na China, correspondente ao culto do objecto iconográfico produzido por celebridades, cada uma à sua maneira, cada um de forma atomizada, mas, juntos, capazes de construir e de vender imagens, servindo para publicitar desde a escala da habitação privada a instituições, empresas ou países.

Assim, traficada entre continentes como imagem e mercadoria, a arquitectura vê-se redefinida e o espaço urbano vê-se redefinido também.

De forma breve, os edifícios nascem da figura, produzidos para serem observados/consumidos, tendo, assim, antes de um utilizador um observador/consumidor. Opera-se sobretudo sobre o olho, o olho do observador, oferecendo-se não só como experiência estética através da silhueta logótipo, como também através dos desafios visuais à gravidade, à estabilidade, aos códigos compositivos normalizados da arquitectura e à expressão dos materiais.

É mais imagem do que substância, confirmando na arquitectura o desequilíbrio entre a sua imagem e as suas restantes tarefas.

No espaço urbano, volta a desequilibrar o olho do observador, desequilibrando a seu favor o tecido da cidade, num esforço individualista que substitui o velho monumento. E, resolvendo-se a si só, fragmenta o tecido. Com muitos 'novos monumentos' e fragmentada, a cidade corre o risco de tornar a sua massa construída numa massa esquizofrénica.

Depois de transformada, consagrada, massificada o que daí virá? A China



entra já pela África, e África espera ainda também pelo seu sonho. Assistirá a arquitectura a novas redefinições?

Disso não teremos nada a temer. Afinal, *olho por olho, dente por dente*. Afinal, como sempre, a arquitectura molda o Homem, que molda a arquitectura. Em última análise, este trabalho deixa perceber que, de forma mais ou menos individual, com maiores ou menores redefinições, a arquitectura tem seguido os passos do Homem, continuando ambos felizes em busca da quimera.



## BIBLIOGRAFIA

«Area». Milano. 2008. 100. ISSN 03940055.

«Arquitectura Viva». Madrid. 2008. 118-119. ISSN 02141256.

«Architectural Design». London. 2008. 78 : 5. ISSN 00038504.

AUGÉ, Marc – **Não-lugares: introdução a uma antropologia da sobremodernidade**. Venda Nova : Bertrand Editora, 1994. 125 p. ISBN 9722505807.

BEE, Harriet S.; ELLIGOTT, Michelle – **Art in our time: a chronicle of the museum of modern art**. New York : The Museum of Modern Art, 2004. 256 p. ISBN 0870700014.

BLAKE, Peter – **Philip Johnson**. Basel : Birkhäuser, 1996. 245 p. ISBN 3764353937.

BAUDRILLARD, Jean – **Simulacra and simulation**. Ann Arbor : The University of Michigan Press, 1994. 164 p. ISBN 0472065211.

BAUDRILLARD, Jean – **The consumer society: myths and structures**. London : Sage Publications, 1998. 208 p. ISBN 0761956921.

CAMPANELLA, J. Thomas – **The concrete dragon: China's urban revolution and what it means for the world**. New York : Princeton Architectural Press, 2008. 336 p. ISBN 9781568986272.



- CHIPPERFIELD, David – Tradition and Invention. Revista 2G. Barcelona. ISSN 11369647. 1 (1997) 130.
- DAVEY, Peter – Bling, blobs, burgeoning: problems of figure. The Architectural Review [Em linha]. (2005). [Consult. 13 Jul. 2009]. Disponível na Internet: <URL:[http://findarticles.com/p/articles/mi\\_m3575/is\\_1297\\_217/ai\\_n13664860/](http://findarticles.com/p/articles/mi_m3575/is_1297_217/ai_n13664860/)>.
- DEBORD, Guy – **A sociedade do espectáculo**. 2.<sup>a</sup> ed. Lisboa : Mobilis in Mobile, 1991. 174 p. ISBN 9727160026.
- ECO, Umberto – Function and sign: the semiotics of architecture. In LEACH, Neil – Rethinking architecture: a reader in cultural theory. London ; New York : Routledge, 2002. ISBN 0415128250. p. 182-204.
- EISENMAN, Peter – Visions' unfolding: architecture in the age of electronic media. Domus : monthly review of architecture interiors design art. Milano. ISSN 00125377. 734 (1992) p. 17-24.
- «El Croquis». Madrid. 2006, vol. 129-130. ISSN 02125633.
- FEATHERSTONE, Mike – Culturas globais e culturas locais. In FORTUNA, Carlos – Cidade cultura e globalização: ensaios de sociologia. 2.<sup>a</sup> ed. Oeiras : Celta Editora, 2001. ISBN 972-774-121-5. p. 83-103.
- FERNANDÉZ-GALIANO, Luís – América, América. Revista Arquitectura Viva. Madrid. ISSN 02141256. 122 (2008).
- FERNANDÉZ-GALIANO, Luís, ed. – **Atlas: global architecture circa 2000**. Bilbao : Fundação BBVA, 2007. 312 p. ISBN 9788496515529.
- FOCAULT, Michel – Panopticism (extract). In LEACH, Neil – Rethinking architecture : a reader in cultural theory. London ; New York : Routledge, 2002. ISBN 0415128250. p. 356-367.
- FOSTER, Hal – Why all the hoopla?. London Review of Books [Em linha]. (2001). [Consult. 20 Jan. 2009]. Disponível na Internet:<URL:[http://www.lrb.co.uk/v23/n16/fost01\\_.html](http://www.lrb.co.uk/v23/n16/fost01_.html)>.
- FRAMPTON, Kenneth – **História crítica da arquitectura moderna**. 2.<sup>a</sup> ed. São Paulo : Martins Fontes, 2008. 529 p. ISBN 1988533624269.
- FRAMPTON, Kenneth – **Labour, work and architecture: collected essays on architecture and design**. London ; New York : Phaidon Press, 2002. 352 p. ISBN 0714840807.



- GRECO, Claudio; SANTORO, Carlo – **Beijing: the new city**. Milano : Skira, 2008. 272 p. ISBN 9788861303027.
- GUERREIRO, Ricardo d'Orez – Da reciclagem urbana ao urbanismo programático: um olhar sobre a haussmanização chinesa. Revista Arquitectura e Vida. Lisboa.ISSN 169396. 96 (2008) 14-19.
- HERNÁNDEZ LÉON, Juan Miguel [et al.] – **Arquitectura y ciudad: la tradición moderna entre la continuidad e la ruptura**. Madrid : Ediciones Art y Estética, 2007. 92 p. ISBN 9788487619083.
- HEYNEN, Hilde – **Architecture and modernity: a critique**. 2.<sup>a</sup> ed. Cambridge (Mass) : MIT Press, 1999. 265 p. ISBN 0262082640.
- HITCHOCK, Henry-Russell; JOHNSON, Philip – **El estilo internacional: arquitectura desde 1922**. Murcia : Colegio Oficial de Aparejadores Técnicos de Murcia [etc.], 1984. 257 p. ISBN 8450096839.
- IBELINGS, Hans – **Supermodernism: architecture in the age of globalization**. Rotterdam : NAI Publishers, 2002. 160 p. ISBN 9056622676.
- JACOBS, Jane – **Morte e vida de grandes cidades**. São Paulo : Martins Fontes, 2003. 510 p. ISBN 8533612184.
- JAMESON, Fredric – Is space political?. In LEACH, Neil – Rethinking architecture: a reader in cultural theory. London ; New York : Routledge, 2002. ISBN 0415128250. p. 255-269.
- JAMESON, Fredric – **Postmodernism, or, the cultural logic of late capitalism**. Durham : Duke University Press, 1991. 439 p. ISBN 0978822309291.
- JENCKS, Charles – **Architecture 2000 and beyond: success in the art of prediction**. Chichester : Wiley-Academy, 2000. 140 p. ISBN 0471495344.
- JENCKS, Charles – **The architecture of the jumping universe**. London : Academy Editions, 1995. 176 p. ISBN 185490406X.
- JENCKS, Charles – **The iconic building: the power of enigma**. London : Frances Lincoln, 2005. 224 p. ISBN 0711224269.
- JENCKS, Charles – **The new paradigm in architecture: the language of post-modern architecture**. New Haven ; London : Yale University Press, 2008. 279 p. ISBN 0300095139.
- JENCKS, Charles; KROPF, Karl, ed. – **Theories and manifestoes of contemporary architecture**. Chichester : Academy Editions, 1997. 312 p. ISBN 0471976873.



- JOHNSON, Philip; WIGLEY, Mark, ed. – **Arquitectura deconstruivista**. Barcelona : Editorial Gustavo Gili, 1988. 101 p. ISBN 8425213797.
- KHAN, Hassan-Uddin – **Estilo internacional: arquitectura modernista de 1925 a 1965**. Köln : Taschen, 2009. 224 p. ISBN 9783836510561.
- KOOLHAAS, Rem, ed. – **Content**. Köln [et al.] : Taschen, 2004. 544 p. ISBN 3822830704.
- KOOLHAAS, Rem; MAU, Bruce – **Small, medium, large, extra-large: office for metropolitan architecture**. 2<sup>nd</sup> ed. New York : The Monacelli Press, 1998. 1344 p. ISBN 1885254865.
- LE CORBUSIER – **Hacia una arquitectura**. Barcelona : Apóstrofe, 1998. 248 p. ISBN 8445501747.
- LEACH, Neil – **A anestética da arquitectura**. Lisboa : Antígona, 2005. 165 p. ISBN 9726081807.
- LU, Xin – **China, China: western architects and city planners in China**. Shanghai : Hatje Cantz, 2008. 112 p. ISBN 9783775721479.
- LYNN, Greg – **Animate form**. New York : Princeton Architectural Press, 1999. 203 p. ISBN 1568980833.
- MONTANER, Josep Maria – **Depois do movimento moderno: arquitectura da segunda metade do século XX**. Barcelona : Gustavo Gili, 2007. 271 p. ISBN 9788425218286.
- PUGLISI, Luigi Prestinenzza – **New directions in contemporary architecture: evolutions and revolutions in building design since 1988**. Chichester : John Wiley & Sons, 2008. 240 p. ISBN 9780470518908.
- ROMÁN, Antonio – **Eero Saarinen: an architecture of multiplicity**. New York : Princeton Architectural Press, 2003. 225 p. ISBN 9781568985954.
- SAUNDERS, William S., ed. – **Commodification and spectacle in architecture**. Mineapolis ; London : University of Minnesota Press, 2005. 122 p. ISBN 0816647534.
- SOMOL, R. E., ed. – **Autonomy and ideology: positioning an avant-garde in America**. New York : The Monacelli Press, 1997. 363 p. ISBN 1885254598.
- SORKIN, Michael, ed. – **Variations on a theme park: the new american city and the end of public space**. New York : Hill and Wang, 2000. 252 p. ISBN 0374523142.



SUDJIC, Deyan – **La arquitectura del poder: como los ricos y poderosos dan forma al mundo**. Barcelona : Ariel, 2007. 303 p. ISBN 9788434453081.

VENTURI, Robert – **Complejidad y contradicción en la arquitectura**. 9.<sup>a</sup> ed. Barcelona : Gustavo Gili, 1999. 234 p. ISBN 8425216028.

VENTURI, Robert [et al.] – **Aprendiendo de Las Vegas: el simbolismo olvidado de la forma arquitectónica**. Barcelona : Gustavo Gili, 2006. 228 p. ISBN 8425217490.

**Verbo: enciclopédia luso-brasileira de cultura**. Lisboa : Verbo, 1977. vol. 4,5, 16.



## FONTES DAS IMAGENS

CAPA INTERIOR <http://passmethemalkplease.files.wordpress.com/2008/04/gursky.jpg>

FIG. 1 HITCHOCK, Henry-Russell; JOHNSON, Philip – **El estilo internacional: arquitectura desde 1922.** (da Bibliografia)

FIG. 2 KHAN, Hassan-Uddin – **Estilo internacional: arquitectura modernista de 1925 a 1965.** (da Bibliografia)

FIG. 3 <http://www.flickr.com/photos/74784995@N00/2982619892/sizes/o/>

FIG. 4 KHAN, Hassan-Uddin – **Estilo internacional: arquitectura modernista de 1925 a 1965.** (da Bibliografia)

FIG. 5 KHAN, Hassan-Uddin – **Estilo internacional: arquitectura modernista de 1925 a 1965.** (da Bibliografia)

FIG. 6 KHAN, Hassan-Uddin – **Estilo internacional: arquitectura modernista de 1925 a 1965.** (da Bibliografia)

FIG. 7 KHAN, Hassan-Uddin – **Estilo internacional: arquitectura modernista de 1925 a 1965.** (da Bibliografia)

FIG. 8 KHAN, Hassan-Uddin – **Estilo internacional: arquitectura modernista de 1925 a 1965.** (da Bibliografia)

FIG. 9 KHAN, Hassan-Uddin – **Estilo internacional: arquitectura modernista de 1925 a 1965.** (da Bibliografia)

FIG. 10 KHAN, Hassan-Uddin – **Estilo internacional: arquitectura modernista de 1925 a 1965.** (da Bibliografia)

FIG. 11 KHAN, Hassan-Uddin – **Estilo internacional: arquitectura modernista de 1925 a 1965.** (da Bibliografia)

FIG. 12 KHAN, Hassan-Uddin – **Estilo internacional: arquitectura modernista de 1925 a 1965.** (da Bibliografia)

FIG. 13 [http://200anos.fazenda.gov.br/galeria-de-imagens/ministerio-da-fazenda-df/749\\_NOV\\_](http://200anos.fazenda.gov.br/galeria-de-imagens/ministerio-da-fazenda-df/749_NOV_)



- Esplanada\_dos\_Ministerios\_Brasilia\_DF\_1959\_1960-2.jpg/image\_view\_fullscreen
- FIG. 14 KHAN, Hassan-Uddin – **Estilo internacional: arquitetura modernista de 1925 a 1965**. (da Bibliografia)
- FIG. 15 KHAN, Hassan-Uddin – **Estilo internacional: arquitetura modernista de 1925 a 1965**. (da Bibliografia)
- FIG. 16 <http://www.flickr.com/photos/seier/2315569312/sizes/o/>
- FIG. 17 KHAN, Hassan-Uddin – **Estilo internacional: arquitetura modernista de 1925 a 1965**. (da Bibliografia)
- FIG. 18 ROMÁN, Antonio – **Eero Saarinen: an architecture of multiplicity**. (da Bibliografia).
- FIG. 19 KHAN, Hassan-Uddin – **Estilo internacional: arquitetura modernista de 1925 a 1965**. (da Bibliografia)
- FIG. 20 ROMÁN, Antonio – **Eero Saarinen: an architecture of multiplicity**. (da Bibliografia).
- FIG. 21 <http://www.flickr.com/photos/nicolar/385935112/sizes/t/>
- FIG. 22a JOHNSON, Philip; WIGLEY, Mark, ed. – **Arquitetura deconstrutivista**. (da Bibliografia).
- FIG. 22b JOHNSON, Philip; WIGLEY, Mark, ed. – **Arquitetura deconstrutivista**. (da Bibliografia).
- FIG. 23 <http://www.whosdatedwho.com/topic/7925/philip-johnson-time-magazine-8-january-1979.htm>
- FIG. 24 [http://www.flickr.com/photos/guia\\_arquitetura/3429661771/sizes/l/](http://www.flickr.com/photos/guia_arquitetura/3429661771/sizes/l/)
- FIG. 25 <http://www.flickr.com/photos/1217micrograms/53030450/sizes/l/>
- FIG. 26 <http://www.flickr.com/photos/26151034@N00/418104014/sizes/o/>
- FIG. 27 KOOLHAAS, Rem, ed. – **Content**. (da Bibliografia).
- FIG. 28 «El Croquis». (da Bibliografia).
- FIG. 29 «Revista 2G». Barcelon. 2002. 27. ISSN 11369647
- FIG. 30 LIBESKING, Daniel – **Counterdesign**. London : Academy editions, 1991. 144 p. ISBN 1854900943
- FIG. 31 <http://www.flickr.com/photos/guydobson/3163394935/sizes/o/>
- FIG. 32 «Revista arq./a» Lisboa. 2005. 30. ISSN 1647077X
- FIG. 33 <http://www.flickr.com/photos/alistairbayliss/3727358479/sizes/o/>
- FIG. 34 <http://www.flickr.com/photos/ruvjet/436790558/sizes/l/>
- FIG. 35 <http://www.flickr.com/photos/patrickm/2415791056/>
- FIG. 36 <http://www.flickr.com/photos/aesthetestudios/238050819/sizes/o/>
- FIG. 37 <http://www.flickr.com/photos/ninaiznaizena/344506987/sizes/o/>
- FIG. 38 <http://www.flickr.com/photos/23844717@N08/2274517644/sizes/o/>
- FIG. 39 FERNANDÉZ-GALLIANO, Luís, ed. – **Atlas: global architecture circa 2000**. (da Bibliografia).
- FIG. 40 <http://www.flickr.com/photos/enemy2fashion/3309906103/sizes/o/>
- FIG. 41 <http://www.flickr.com/photos/32224170@N03/3256768262/sizes/o/>
- FIG. 42 <http://www.flickr.com/photos/arkfinder/129521196/sizes/o/>
- FIG. 43 KOOLHAAS, Rem, ed. – **Content**. (da Bibliografia).
- FIG. 44 <http://www.flickr.com/photos/capnqwest/35730998/sizes/o/>
- FIG. 45 «Revista arq./a» Lisboa. 2005. 31. ISSN 1647077X
- FIG. 46 [http://www.flickr.com/photos/henry\\_roxas/402372947/sizes/o/](http://www.flickr.com/photos/henry_roxas/402372947/sizes/o/)
- FIG. 47 <http://www.flickr.com/photos/89707735@N00/428557368/sizes/o/>
- FIG. 48 <http://www.flickr.com/photos/30827970@N00/412500110/sizes/o/>



- FIG. 49 <http://www.flickr.com/photos/herrera/1459659983/sizes/o/>
- FIG. 50 <http://www.flickr.com/photos/samsnet/55592983/sizes/o/>
- FIG. 51 <http://www.flickr.com/photos/pirano/421620792/sizes/o/>
- FIG. 52 «Architectural Design». (da Bibliografia).
- FIG. 53 «Architectural Design». (da Bibliografia).
- FIG. 54 CAMPANELLA, J. Thomas – **The concrete dragon: China's urban revolution and what it means for the world.** (da Bibliografia).
- FIG. 55 GRECO, Claudio; SANTORO, Carlo – **Beijing: the new city.** (da Bibliografia).
- FIG. 56 LU, Xin – **China, China: western architects and city planners in China.** (da Bibliografia).
- FIG. 57 GRECO, Claudio; SANTORO, Carlo – **Beijing: the new city.** (da Bibliografia).
- FIG. 58 «Architectural Design». (da Bibliografia).
- FIG. 59 <http://www.flickr.com/photos/andrewxu/2367497087/sizes/o/>
- FIG. 60 <http://www.flickr.com/photos/tobysimkin/2972299222/sizes/o/>
- FIG. 61 <http://www.flickr.com/photos/nanoflux/2751792064/sizes/o/>
- FIG. 62 <http://www.flickr.com/photos/chrissuderman/2354323294/sizes/o/>
- FIG. 63 «El Croquis». (da Bibliografia).
- FIG. 64 <http://www.flickr.com/photos/coinbooks/2665547077/sizes/o/>
- FIG. 65 <http://www.flickr.com/photos/73075968@N00/393929367/sizes/l/>
- FIG. 66 [http://www.e-architect.co.uk/beijing/jpgs/beijing\\_airport\\_fostersoct07\\_nigelyoung27.jpg](http://www.e-architect.co.uk/beijing/jpgs/beijing_airport_fostersoct07_nigelyoung27.jpg)
- FIG. 67 «Arquitectura Viva». (da Bibliografia).
- FIG. 68 «Arquitectura Viva». (da Bibliografia).
- FIG. 69 «Arquitectura Viva». (da Bibliografia).
- FIG. 70 «Arquitectura Viva». (da Bibliografia).

\* Nota: Todas as fotografias com origem na internet foram recolhidas durante os meses de Julho e Agosto de 2009.