

# 1 Introdução

Interpretar as interpretações dá mais trabalho do que interpretar a própria coisa, mas escrevemos mais livros sobre livros do que sobre os assuntos mesmos; não fazemos mais que nos entreglosar.

Michel de Montaigne, *Ensaíos* (1533-1592), Livro III, capítulo 13.  
(São Paulo: Editora Abril, 1972, p.483)

## 1.1 Ex Libris

Antes de tudo, um breve relato.

Como é corriqueiro para estudantes, meu primeiro contato mais articulado e consciente com a arquitetura como um objeto de estudo foi através de livros e revistas, ao fim da década de noventa. Sendo escassa a vivência direta de espaços arquitetonicamente célebres ou ao menos bem projetados, livros eram o principal indicador daquilo que um neófito universitário deveria passar a reconhecer como arquitetura digna de atenção, estudo e reverência; eram a porta para uma compreensão mais articulada de espaços e edificações eventualmente visitáveis, bem como a janela para obras completamente além do alcance. Para um ignorante de princípios básicos da arquitetura, as publicações ofereciam uma primeira visada turva, mas sedutora, para o estado da arte do ofício em âmbito nacional e mundial.

Ainda no início, entretanto, tomei contato com certos livros capazes de capturar a atenção mais por sua linguagem e tratamento gráficos do que propriamente pela arquitetura que apresentavam. No episódio de uma reunião dedicada a uma (malfadada) iniciativa de publicação discente, folheava-se um tomo diferente de todo livro que eu conhecera até então: volumoso, visualmente denso, heterogêneo e um tanto desconcertante. O livro era escrito por um arquiteto, mas a “janela” ali oferecida parecia sugerir a arquitetura como parte de um mundo de informação e efeitos, de conhecimento e ironia; e, tacitamente, indicava a comunicação visual como um campo de experimentação próprio e capaz de alterar ou amplificar a arquitetura que veiculava. Um dos pontos de discussão da referida reunião, por sua vez, era se a futura possível revista — que se queria contemporânea,

jovem, questionadora — poderia ou deveria aprender algo com a linguagem gráfica daquele livro.

O projeto de revista foi abandonado, mas o livro e as questões que ele suscitava nunca deixaram minha mente por completo. O que, afinal, tornava aquele tomo particularmente interessante? Que efeito ele tinha sobre a percepção da arquitetura nele apresentada? O que significava o fato de tal livro ter influenciado uma discussão como aquela e ter permanecido em minha mente tantos anos depois?

A pesquisa aqui apresentada foi em boa parte motivada pelo desejo de um acerto de contas com tais questões. Um desejo de perscrutar a maneira como profissionais da arquitetura falam publicamente sua própria profissão e suas obras; de desvelar quais os potenciais específicos da mídia do livro impresso para construir uma compreensão, uma experiência e uma *ficção* de arquitetura; e de entender como a articulação desses dois itens tem se inserido na cultura arquitetônica contemporânea.

### 1.1.1 Perspectiva

A repisada citação de Michel de Montaigne inclusa ao início desta introdução — um alerta sobre as tendências autorreferentes do trabalho intelectual — serve, entre outras coisas, como um aviso irônico para a perspectiva aqui adotada. Esta tese, afinal, dedica-se quase inteiramente a *livros* e a “interpretar interpretações”; mais precisamente, a examinar a maneira como certos objetos e temas da disciplina da arquitetura e do urbanismo (edificações, projetos, análises e conceitos) são apresentados em determinados livros. Estes últimos, contudo, são investigados aqui menos como textos com os quais dialogar a respeito de um assunto do que como *artefatos físicos e linguísticos a serem analisados em si*. Nesta tese, portanto, interessa interpelar o livro impresso como um *produto*, um resultado de *projeto*.

Tal perspectiva implica forçosamente em posicionar o foco de análise na interseção de duas profissões projetuais<sup>1</sup> distintas: o design gráfico (na modalidade específica do projeto de livros) e a arquitetura. O tratamento dado às duas áreas, contudo, não é equânime: este trabalho visa analisar *o livro* como artefato concernente ao campo do design gráfico, mas justamente na sua condição de *meio* projetado para veicular os conteúdos da arquitetura para um público de leitores. Assim, o objeto concreto de análise é o livro, mas as questões que tal análise visa responder têm

---

<sup>1</sup> O termo *profissões projetuais* ou *de projeto* será usado para abranger as diversas variedades de atividade projetual (em inglês, *design*): arquitetura, urbanismo, desenho de interiores, design de produto (antes desenho industrial), design gráfico (antes programação visual), design de moda, etc. No contexto brasileiro, a incorporação dos termos genéricos *design* e *designer* tem deixado de fora a arquitetura; por esse motivo, usarei nesta tese o termo *projetista* para me referir aos “profissionais de projeto” em geral, e reservarei “designer” para os designers gráficos e de produto.

como horizonte o campo disciplinar da arquitetura e a expansão da compreensão sobre o desenvolvimento recente desse campo.

A problematização, contextualização e análise realizadas nesta pesquisa, por sua vez, demandaram uma abordagem necessariamente interdisciplinar, constituída por conhecimentos, perspectivas e autores de um amplo espectro das ciências humanas e das artes: teoria e história da arquitetura e do design gráfico, crítica e teoria das artes visuais, semiótica, ciências da comunicação e teoria literária, entre outras. Num plano mais geral e crítico, o tema desta pesquisa está relacionado ao campo de questionamentos sobre a natureza da cultura contemporânea globalizada e midiaticizada e a inserção das atividades estéticas e das práticas projetuais nessa realidade, preocupações críticas de autores como Hal Foster (2011) ou Jean Baudrillard (1995). Por outro lado, o tema desta tese tem afinidades com as diversas reflexões interdisciplinares interessadas na experiência da comunicação visual e da leitura, bem como na maneira como a configuração física e formal dos meios de comunicação produz efeitos e significados; campo de autores como Gunther Kress (2003), Jay D. Bolter (2011) e Roger Chartier (1998). Num plano mais específico, porém, esta tese filia-se principalmente ao grupo de estudos sobre as relações fundamentais existentes entre a arquitetura e suas mídias de representação, apresentação e difusão: reflexões desenvolvidas por pesquisadores como Mario Carpo (2001), Alan Powers (2002) e Beatriz Colomina (1996).

### 1.1.2 Disciplina e cultura, imaginário e ficção

Antes de prosseguir, cabe aclarar logo de início o emprego de alguns termos importantes para a perspectiva aqui adotada.

O conceito de *disciplina* ou *campo disciplinar* é aqui compreendido distintamente do termo “profissão”. Proposta por S. Anderson (1987, p.7-8), tal diferenciação postula a *profissão* da arquitetura como a maneira com que arquitetos desempenham sua atividade em condições históricas e sociais específicas. A *disciplina*, por outro lado, seria o constructo social que incorpora a história interna da profissão, incluindo também o trabalho de críticos, teóricos, historiadores, construtores, engenheiros, preservacionistas e leigos, além de instituições, arquivos e acervos devotados à arquitetura. É no interior desse complexo que são geradas as definições e os debates sobre o que é, de fato, “arquitetura”.

O termo *cultura arquitetônica*, por sua vez, refere-se aqui aos aspectos mais estritamente “culturais” da disciplina: os discursos, personagens célebres, especulações e elementos de entretenimento internos à disciplina, bem como os meios documentais e eventos pelos quais se dá circulação destes — exposições,

livros, revistas, filmes, etc. Nesse ponto, pode-se objetar que existem muitas “culturas arquitetônicas” — práticas e tradições mais concretas de uma dada escola ou país, algumas com menos terreno em comum entre si do que outras. A esse respeito, deve-se deixar claro que esta pesquisa está voltada a uma “cultura arquitetônica internacional”: quando se falar em *profissão*, *disciplina* ou *cultura* da arquitetura e do urbanismo, estarei privilegiando a rede *globalizante* de profissionais, pensadores, instituições e publicações com prestígio e alcance suficientes para influenciar (ou “colonizar”) a teoria, a prática e a identidade da arquitetura em países e culturas diversas. Isso inclui, com especial destaque, o circuito da arquitetura e das publicações produzidas pelos expoentes informalmente chamados de “arquitetos-estrela” (*starchitects*).

A cultura arquitetônica, por sua vez, é o substrato material e social daquilo que chamarei de *imaginário da arquitetura*. Empregada de maneiras distintas por uma variedade de disciplinas (psicologia, antropologia, literatura) a noção de imaginário será empregada aqui de maneira relativamente simples: designa a esfera simbólica de referências, valores e imagens que orientam as escolhas, julgamentos e anseios conscientes e inconscientes dos integrantes da disciplina da arquitetura, sejam praticantes ou não da profissão. Novamente, num sentido mais rigoroso não se pode falar de “o” imaginário arquitetônico, mas de muitos imaginários relacionados à pluralidade das culturas, cotidianos e formações dos arquitetos. O “imaginário” enfocado nesta pesquisa, portanto, será forçosamente uma redução que deixa de lado a pluralidade de manifestações e variedades para privilegiar aquilo que conseguiu se tornar referência internacional — ou seja, as manifestações do circuito de escritórios famosos.

Por fim, intimamente relacionada ao imaginário está o conceito de *ficção*, presente no nome desta tese. Originando-se do latim  *fingere* (“dar forma”), ficção guarda parentesco etimológico tanto com *fingir* e *dissimular* quanto com *elaborar* e *moldar*. Todo *projeto* pode ser considerado uma “ficção” na acepção mais ampla dessa palavra — ou seja, como “todo artefato mental que produz sentido” (LIMA, 1989, p. 73). A analogia entre projeto e ficção, contudo, é ainda mais reveladora e produtiva para o campo da arquitetura se considerarmos a definição do filósofo Paul Ricoeur (2012, p.182): *a proposição de um mundo diferente, mas suscetível de ser habitado*. Assim concebida, a dimensão “ficcional” da arquitetura é parte essencial de seu encanto, é o que a torna capaz de engajar o desejo e a imaginação alheia. Nesta tese, portanto, o termo *ficção* não será empregado apenas no sentido de fantasia ou invenção; ao se falar de “ficções projetuais” ou da *dimensão ficcional* de um projeto ou de um discurso, estarei me referindo àquilo que, dentro destes, se volta deliberadamente à *interação com o imaginário*.

## 1.2 Objeto, problema e hipótese

A epígrafe de Montaigne também é útil para se considerar a condição paradoxal da arquitetura que ecoa em meu relato inicial: o fato desta ser fundamentalmente voltada à intervenção na realidade física e, no entanto, ser compreendida, reconhecida, ensinada e discutida predominantemente a partir de mediações documentais. É justamente a partir de múltiplas mídias de divulgação — o livro impresso sendo provavelmente a mais significativa — que se constituiu um corpo disciplinar e uma cultura ligados à prática da arquitetura. Como tais mediações são incontornáveis fontes geradoras das imagens, valores e ficções que perpassam e colonizam seu imaginário profissional, projetistas podem ficar suscetíveis a dedicar mais tempo a admirá-las e discuti-las do que em debater propriamente aquilo a que elas se referem. Estabeleceu-se uma dinâmica complexa entre a arquitetura e suas mídias de difusão ao menos desde o Renascimento (cf. CARPO, 2001 e POWERS, 2002), a qual tem se transformado no decorrer dos desenvolvimentos técnicos e culturais dos meios de comunicação e da própria profissão. O recorte da presente pesquisa, por sua vez, centra-se na situação peculiar estabelecida para essa dinâmica a partir dos anos noventa do século XX.

As últimas duas décadas marcaram um processo acelerado de globalização, informatização e mercadificação da sociedade e da cultura. Em meio a essa conjuntura, as diversas profissões projetuais tornaram-se crescentemente internacionalizadas e envolvidas com operações de propaganda e gestão de marcas (*branding*); estúdios de arquitetura e design, de sua parte, passaram a investir mais em mídia e autopromoção. Especialmente no campo da arquitetura, esse investimento refletiu-se numa maior frequência de publicações produzidas total ou parcialmente pelos próprios escritórios ou arquitetos: manuais, livros teóricos ou de pesquisa, livros apresentando projetos individuais e as “monografias” — compêndios de obras de um grupo ou um profissional<sup>2</sup>.

Em meio a essa produção recente, pode-se notar muitos casos com maior ênfase na expressividade do design, incluindo exploração de recursos de

---

<sup>2</sup> No Brasil, o termo “monografia” costuma ser reservado quase exclusivamente a trabalhos científicos ou acadêmicos, mas os meios editoriais de língua inglesa e espanhola há muito empregam o termo *monograph* ou *monografía* para se referir a livros que compilam, apresentam e discutem o conjunto de obras de um único autor (seja indivíduo, grupo ou escritório). Começando pelas artes (*artist monograph*) e depois se estendendo à arquitetura e ao design, o termo visava diferenciar tais livros em relação a outro tipo de publicação comum, os compêndios com obras de diversos autores. Recentemente, o meio editorial de design e arquitetura brasileiro também começou a usar “monografia” com esse significado (é o caso do *website* da filial brasileira da editora catalã Gustavo Gili, <http://ggili.com.br>), de modo que considerarei ser mais produtivo empregá-la aqui. Nesta tese, portanto, “monografia” significa apenas *livro dedicado a um profissional ou um grupo de arte, arquitetura ou design*.

narratividade, de relações de interdependência entre imagem e palavra (verbo-visualidade), de acabamento material ou de diferentes formas de interação permitidas pelo livro impresso. Tal ênfase foi ocasionalmente acompanhada por um maior reconhecimento da colaboração dos designers gráficos na composição dos livros (reconhecimento que, mais recentemente, tem sido empregado na valorização comercial deste últimos). O recurso a publicações visualmente inovadoras já fora explorado diversas vezes na história moderna da arquitetura, com abundantes exemplos de livros, periódicos comerciais ou revistas independentes com tratamento gráfico distintivo; mas o contexto surgido a partir de meados dos anos noventa sugere um uso mais sistemático do projeto do objeto-livro como espaço de evidência.

### 1.2.1 “Monofestos”

Nesse panorama, o foco desta pesquisa volta-se especificamente à proliferação de monografias com um perfil diferenciado, as quais serão denominadas aqui de *monofestos* — contração de “monografia” e “manifesto”. Incluindo exemplos heterogêneos de publicação, esse neologismo não visa circunscrever um gênero próprio, mas sim a recorrência de livros que combinam ao menos quatro atributos:

1. São feitos *por* e *sobre* profissionais e estúdios em plena atuação, sendo total ou parcialmente organizados, escritos ou às vezes mesmo projetados por estes. Não são, portanto, nem monografias póstumas e nem fruto de iniciativas acadêmicas ou jornalísticas, mas sim obras autorais de autoapresentação.
2. Incluem não apenas projetos e obras, mas também conteúdos que apontam para um leque de atividades paralelas: ensaios, narrativas, análises e resultados de levantamentos e pesquisas (com seus respectivos gráficos), entre outros materiais.
3. Possuem certo feitiço temático e propositivo em seu conteúdo e/ou em seus títulos, procurando se mostrar como mais que monografias comuns — ou seja, mais que compilações de trabalhos sem outros critérios que a pura autoria. Com uma aparente ambição de condensar um campo conceitual e uma *atitude* profissional geral, tais livros por vezes incorporam características de tratado teórico ou de um manifesto.
4. Exibem características distintivas e expressivas em seu design: seja na retórica visual, na organização de conteúdo e/ou no acabamento material, os monofestos diferem da relativa neutralidade comum à maioria das monografias lançadas no mercado editorial — as quais em geral apresentam atributos como

regularidade de diagramação e pouca interdependência entre elementos verbais e pictóricos.

Há diversos antecedentes para publicações monográficas com caracterizações distintas e combinações de diferentes conteúdos, mas tal confluência de aspectos aparentemente tornou-se mais recorrente a partir da década de noventa para todas as profissões de projeto: pode-se citar *The End of Print* (David Carson Design, 1995) ou *It is what it is* (2x4 Inc., 2009) no design gráfico; *The Spirit of the Nineties* (Droog Design, 1998) ou *Everything But the Walls* (Jasper Morrison, 2006) no design de produto; e *Adjusting Foundations* (John Hejduk, 1995) ou *Stop: Keep Moving* (BNKR Architecture, 2010) na arquitetura, entre vários outros exemplos. No panorama editorial da arquitetura, monofestos permanecem relativamente incomuns em comparação a outros formatos de livro de divulgação profissional; mas alguns se tornaram particularmente influentes para a disciplina, como *S,M,L,XL*, de Rem Koolhaas e seu escritório OMA (*Office for Metropolitan Architecture*) — que coincidentemente, é livro ao qual meu relato inicial se refere.

Em vários desses livros foram incluídos relatos dos “bastidores” da atividade profissional — narrativas e anedotas concernentes ao desenvolvimento de projetos e aos processos criativos — e mesmo de assuntos não relacionados diretamente a edificações e cidades, mas a modos de vida, cultura, arte, política, ciência e etc. Mais que simples divulgação da obra seus respectivos escritórios, monofestos têm sugerido uma ambição de participar no debate disciplinar da arquitetura e do urbanismo, exibindo posições diferenciadas a respeito da profissão e da inserção desta na sociedade e cultura atuais. Monofestos, contudo, também são meios promocionais dos estúdios que os produzem, e as discussões feitas neles também são oportunidades para ostentar *inteligência e atitude*.

Nesse ponto, deve-se dizer que o título de “ficções projetuais” adotado por esta tese refere-se ao menos a dois tipos de “ficção”, estreitamente relacionados. Um é o das *propostas arquitetônicas*, constructos mentais registrados em documentos e voltados (efetivamente ou especulativamente) à realização no mundo empírico. O outro é a da *identidade profissional* dos autores, o *ethos* ou “marca” simbólica pela qual os escritórios que elaboraram esses projetos são reconhecidos. Um dos principais pontos de conexão entre as duas ficções está no posicionamento prático e intelectual dos arquitetos, o *discurso* implícito ou explícito sobre a profissão embutido em suas palavras e obras. A percepção inicial deste estudo é de que tanto a exibição de um *discurso profissional mais articulado* quanto a *expressividade do design gráfico* têm ambos sido elementos de destaque nos monofestos recentes. Qual seria a relação estabelecida entre esses fatores em meio à demanda de articular as ficções do projeto e da marca?

## 1.2.2

### Hipótese: sinédoque e performatividade

O problema central que se coloca é o de entender *como* o design desses livros participa na integração discursiva entre o material exposto (propostas projetuais, obras construídas, reflexões, análises e narrativas) e a *posição de seus autores sobre sua profissão*, e como esse processo se insere na constituição de uma imagem dos autores. Nesta pesquisa, esse problema foi adereçado com dois conceitos peculiares: *sinédoque* e *performatividade visual*.

“Sinédoque” é uma figura de linguagem semelhante à metonímia: o ato de referir-se a alguma coisa por meio de outra coisa estreitamente relacionada à primeira. Mais especificamente, uma sinédoque condensa um *exemplo* ou *amostra* daquilo que designa. Fazendo uma analogia com esse uso linguístico, pode-se dizer que o conjunto de projetos e obras feitas por um determinado grupo ou profissional de projeto guarda um “valor de sinédoque” em relação à identidade profissional destes — ou seja, serve como sua *amostragem*. Contudo, deve-se ter em vista que a “amostragem”, seja edificação ou livro, não é meramente derivativa ou metafórica: ela na verdade interfere e constrói ativamente essa identidade profissional meramente por existir. Como na gravura *Desenhar* de M.S. Escher, ao escrever ou projetar o arquiteto não apenas representa, mas também *cria* a si mesmo — estabelece sua posição e seu *ethos* por relação de sinédoque.

“Performatividade visual”, por sua vez, vem da palavra inglesa *performance* (que pode significar desempenho, funcionamento, comportamento ou atuação) e seu emprego neste estudo é inspirado no conceito de “linguagem performativa” do filósofo John L. Austin (1990 [1962]). Em sua teoria dos “atos de fala” (*speech acts*), o autor nomeia como *performativos* os atos discursivos que, mais que denotar ou descrever algo, desempenham uma ação sobre seus receptores (“eu vos declaro marido e mulher” é um exemplo clássico). De modo mais amplo, a dimensão “performativa” do discurso abordada por Austin refere-se aos *efeitos* que este busca, para além dos significados que ele comunica. Essa problematização da relação efeito/significado foi extrapolada nesta pesquisa para as dinâmicas verbo-visuais e poético-comunicativas do design gráfico: assim, quando se falar aqui de um design *performativo* de livro, estarei me referindo especificamente a um design que não se limita ao embelezamento e à distribuição e ilustração de conteúdos verbais pré-estabelecidos, mas que busca “manifestar” um “conteúdo”, ou ao menos *afetar* enfaticamente aquilo que “diz” a partir da maneira como “faz ver”.

Considerando-se essas duas noções, a hipótese que norteia este trabalho se desdobra em três predições consecutivas:

1. Entre os monofestos contemporâneos, há vários casos em que o design gráfico distintivo não é apenas ornamental, mas sim *performativo*;
2. Nesses casos, a performatividade tem adquirido uma função deliberada de *sinédoque* em relação ao discurso profissional apresentado nos livros — ou seja, o design tem procurado *manifestar* o que parte do texto do livro *diz* a respeito da prática profissional, e nisso ele mesmo serve como um exemplo, evidência ou “miniatura” de uma atitude defendida ou retratada no livro;
3. Essa performatividade e essa sinédoque do *discurso profissional* estão especificamente presentes na *configuração do artefato livro* e na *linguagem visual das apresentações de projeto*.

O trabalho analítico desta pesquisa foi articulado em torno das três variáveis principais destacadas na predição final, as quais cabe precisar:

- “Discurso profissional” designa o conjunto de concepções *sobre a prática profissional da arquitetura e urbanismo e sobre o papel e inserção desta na cultura e sociedade contemporâneas* que um determinado expoente da arquitetura venha a exibir em suas declarações.
- “Configuração do artefato livro” refere-se aos *atributos gerais de interação* e de *estruturação de conteúdo* que uma publicação oferece ao leitor — o que compreende aparência física, a organização e distribuição temática, diagramação e outros fatores típicos do projeto gráfico; trata-se, portanto, do tipo de *experiência de leitura* que a configuração dada ao artefato pode proporcionar.
- “Linguagem visual das apresentações de projeto” trata da maneira como, em uma dada explicação de uma proposta arquitetônica ou urbanística (seja ela construída ou não) os elementos verbais e gráficos foram *selecionados, inter-relacionados e encadeados* de maneira a conduzir a uma determinada compreensão e uma determinada fruição das informações do projeto ou da obra.

### 1.3 Objetivos e questões de método

A finalidade geral desta pesquisa é *investigar a relação estabelecida a partir dos anos noventa entre o projeto gráfico de livros e o discurso profissional de escritórios de arquitetura e urbanismo, tomando como objeto de análise os monofestos*. Essa ambição, por sua vez, desdobra-se em diversos objetivos de natureza teórica, histórica e metodológica:

- Contextualizar o objeto e o problema da pesquisa em relação às transformações recentes nas disciplinas de projeto em geral, e no design de livros em particular.
- Contextualizar objeto e problema em meio à relação histórica da disciplina da arquitetura com sua dimensão ficcional e cultural e, especificamente, com suas publicações.
- Investigar e estabelecer um corpo de conceitos, critérios e procedimentos de análise discursiva do design de livros de arquitetura e urbanismo, centrando-se em como o *objeto livro* comporta as *demandas e os potenciais retóricos, cognitivos e semióticos* das apresentações e representações da disciplina da arquitetura.
- Selecionar e analisar pormenorizadamente monofestos como estudos de caso.
- Situar tais estudos de caso no percurso profissional dos grupos de arquitetura envolvidos, incluindo características gerais de sua obra, de seu discurso projetual e de sua presença em mídias;
- Sintetizar as condições envolvidas na *produção* desses estudos de caso — demandas dos escritórios, condições editoriais, público visado, o desenrolar da colaboração com os designers gráficos, etc.
- Investigar as intenções discursivas presentes na linguagem visual das publicações, analisando a estrutura geral de disposição e experiência dos conteúdos, as recorrências estilísticas e a forma de exposição dos projetos.
- Identificar em cada caso as características do discurso profissional e relacioná-lo aos caracteres de design e linguagem visual encontrados.

A hipótese aqui formulada pede que a análise de monofestos gravite principalmente ao redor das variáveis *discurso profissional, configuração formal do livro e linguagem das apresentações de projeto*. Assim, em cada exemplo estudado, as principais características, variações e inter-relações entre os aspectos de cada uma dessas variáveis principais devem ser identificadas e examinadas. Mas o estudo de cada livro deve considerar também as diversas variáveis contextuais que qualificam e complexificam a relação entre as variáveis principais, como: as necessidades de representação intrínsecas do campo da arquitetura; as referências de publicação e de estilo visual dos autores (arquitetos e designers); o papel estratégico de cada livro para seu respectivo estúdio; e o processo de colaboração e negociação editorial envolvido na produção dos livros.

Para lidar com essa quantidade de fatores, foram evitados dois caminhos contrários: por um lado, de realizar apenas um estudo panorâmico de um grande número de livros, o que impossibilitaria um efetivo aprofundamento de análise; e,

por outro, o de trabalhar apenas com um único estudo de caso, o que privaria o estudo do recurso da comparação e limitaria as possibilidades de generalização. Assim sendo, teremos três níveis diferentes de análise:

1. O levantamento e sistematização panorâmicos de uma grande quantidade de monofestos, a partir dos quais obter dados gerais a respeito das características dos autores, data, tamanho, editoração e aspectos estéticos mais gerais e superficiais.
2. Um único estudo de caso mais extenso e aprofundado, visando incluir: a discussão do próprio processo analítico realizado; a abordagem mais detalhada das variáveis relativas à produção do livro, especialmente as colaborações criativas entre arquitetos e designers gráficos; e, principalmente, um exame pormenorizado e individualizado de ao menos três apresentações de projeto, de modo a desvelar as estratégias comunicativas mais específicas empregadas.
3. Dois estudos de caso “secundários”, elaborados com a mesma sequência e critérios de análise do caso principal, mas que serão apresentados de forma mais sintética e abreviada, e sem o exame individual detalhado de apresentações de projeto. Esses casos fornecerão uma base de comparação mais rica a partir da qual pensar tanto o caso principal quanto o panorama geral.

Esclarecido esse esquema, resta explicitar os critérios de seleção dos três casos. Como a intuição que guiou este estudo supõe certa *recorrência histórica* das características dos monofestos entre *diferentes expoentes*, optou-se por selecionar publicações de escritórios diferentes e com *um intervalo de anos* entre seus lançamentos. Como uma das questões de fundo desta pesquisa é a influência sobre a cultura arquitetônica internacional, deu-se preferência a livros de *grupos internacionalmente famosos*. Como alguns grupos já publicaram mais de um livro com caráter de monofesto, julgou-se mais proveitoso escolher o *primeiro* monofesto de cada grupo, pois assim todos os casos escolhidos condensariam a primeira aposta/investimento de cada escritório em um livro de autoapresentação mais ambicioso. Por fim, optou-se que, para um primeiro estudo, a preferência recaísse sobre grupos com certa afinidade no perfil de atuação e discurso profissional, pois se compreendeu que assim poder-se-ia concentrar mais o foco nas semelhanças e diferenciais nas relações entre discurso profissional e projeto gráfico dos livros.

No panorama da arquitetura internacional contemporânea das últimas décadas, o escritório holandês OMA — e principalmente seu diretor Rem Koolhaas — tem sido o expoente mais famoso pelo profundo envolvimento com mídia e com a publicação de livros com uma linguagem gráfica distintiva — fama que teve seu

grande momento com o já citado *S,M,L,XL*, mas cujas origens remontam à década de setenta. OMA também é particularmente conhecido como um núcleo gerador de “descendentes” célebres: desde o início dos anos noventa, um número significativo de ex-funcionários do grupo criaram seus próprios escritórios de sucesso. Vários destes também têm mostrado um contínuo investimento em mídia e na publicação de livros, como MVRDV (Holanda), BIG (Dinamarca), JDS Architects (Bélgica), Studio Gang (E.U.A.) e FR-EE (México); o contato inicial com monofestos dessa linhagem de expoentes, por sua vez, mostrou uma recorrente afinidade com as características de performatividade procuradas nesta pesquisa. Ao menos à primeira vista, portanto, o conjunto formado por OMA e sua “descendência” é o que mais se aproxima de uma vertente de exploração mais “performativa” do design gráfico de livros nas últimas duas décadas. Tendo isso em vista, decidiu-se escolher os três monofestos a serem analisados no interior desse conjunto.

O caso principal desta pesquisa é *S,M,L,XL (Small, Medium, Large, Extra Large)*: o primeiro grande compêndio de OMA, escrito por Rem Koolhaas, projetado pelo escritório canadense Bruce Mau Design e publicado originalmente em 1995 pelas editoras 010 Publishers (na Holanda e Europa) e Monacelli Press (no resto do mundo). O destaque dado a esse livro deve-se ao fato de ser o pioneiro bibliográfico da “linhagem” de OMA, mas também por ser o caso mais complexo, multifacetado e *influyente* de monofesto dentro dessa linhagem.

O primeiro caso “secundário” é *FARMAX: Excursions in Density*, escrito e organizado por MVRDV, projetado pelos designers Roelof Mulder e Annemarie van Pruysen e publicado pela primeira vez pela editora 010 Publishers em 1998. Também holandês, MVRDV fez parte da primeira geração de “descendentes” de OMA, logo no início dos anos noventa. Se *S,M,L,XL* é o “pioneiro”, *FARMAX* parece à primeira vista o exemplo de um momento de consagração e aposta coletiva nos monofestos, contendo tanto semelhanças quanto diferenças importantes em relação a seu predecessor.

O segundo caso “secundário” é *Yes is More: an archibcomic on architectural evolution*, do dinamarquês BIG (Bjarke Ingels Group), projetado pelo próprio BIG em colaboração com o estúdio de design E-Types, e publicado pela primeira vez em 2009 pela editora Evergreen e depois pela Taschen. BIG é parte da geração posterior de “descendentes” de OMA surgida já no século XXI, e *Yes is more* aparentemente seria amostra de um momento em que o “perfil monofesto” aqui detectado já estaria razoavelmente estabelecido.

Em termos metodológicos, esta é uma pesquisa de caráter fundamental e qualitativo. Relacionada à compreensão de um fato observado — um tipo específico de artefato e as questões discursivas e semânticas ligadas a sua configuração — ela se

operou como pesquisa documental e bibliográfica, trabalhando com o levantamento, organização e estudo de dados já existentes. Nisso, seus procedimentos gerais consistiram em: levantamento e estudo de fontes bibliográficas de variadas naturezas; acesso e leitura dos documentos-caso estudados; estabelecimento de parâmetros e métodos e conceitos operativos a partir dos quais realizar a análise dos objetos de estudo; e a análise pormenorizada dos casos.

Pelo tipo de problema e pelo âmbito do recorte, pode-se ver que a dinâmica desta pesquisa apresenta uma ida-e-volta entre esforços de indução e dedução. Em primeiro lugar, faz-se o movimento *dedutivo* de tomar uma intuição geral (transformações na relação entre arquitetura e suas mídias de difusão) para questionar casos mais específicos (três monofestos). Em seguida, o movimento *indutivo* de, a partir do exame aprofundado da especificidade e complexidade desses poucos casos, retrabalhar a intuição inicial visando possíveis generalizações. Não se tem a pretensão de chegar a conclusões definitivas sobre a realidade atual da produção de monofestos, mas o recorte dado poderá efetivamente ampliar as perspectivas possíveis sobre o objeto e problema visados.

#### 1.4 Justificativas

Esta pesquisa visa tanto uma compreensão crítica de um fenômeno quanto o preenchimento de lacunas acadêmicas. Como já dito, as publicações do tipo “monofesto” proliferaram nas últimas décadas em várias profissões de projeto e algumas atingiram considerável popularidade entre profissionais, estudiosos e estudantes. Essa emergência é reconhecida por muitos, mas o estudo compreensivo do impacto e significado de tais livros ainda é escasso. Entre as referências teóricas usadas nos capítulos à frente, autores como Beatriz Colomina (1999), Charles Jencks (2002) ou Christine Boyer (2005 e 2006) já citaram, comentaram e mesmo criticaram tais livros, ocasionalmente apontando a necessidade de maior atenção ao papel recente do design gráfico nas publicações.

Muitos arquitetos do período moderno tiveram relações estreitas e duradouras com seus fotógrafos [...]. Ao final do século, o designer gráfico assumiu um papel igualmente importante. [...] Um dia a pesquisa histórica terá que explorar esse tipo de parceria. (COLOMINA, 1999, p.468)<sup>3</sup>

---

<sup>3</sup> Traduzido do original “most architects of the modern period had close and longstanding relationships with their photographers [...] By the end of the century, the graphic designer has assumed an equally important role. [...] One day historical research will have to explore this kind of partnership”.

A colaboração do design gráfico com a arquitetura na constituição das mídias de divulgação desta, por sua vez, também é um assunto ainda pouco estudado tanto na área acadêmica da arquitetura e urbanismo quanto na área do design propriamente dita. Durante esta pesquisa, encontrei diversas análises sobre a linguagem e retórica visual de apresentações de projeto, as quais em geral se dedicavam a imagens isoladas ou painéis de exposição (o caso de PONS, 2002), ou ainda sobre o emprego de meios digitais. Entretanto, ainda são poucos os estudos aprofundados, sistemáticos e críticos sobre as potencialidades e especificidades do *livro impresso* na apresentação da arquitetura e as escolhas estratégicas e estéticas relacionadas a estas; uma escassez que parece desproporcional à importância simbólica que essa mídia teve e ainda tem na disciplina da arquitetura.

Investindo nessas questões, esta pesquisa espera contribuir também para o repertório acadêmico do design gráfico, acrescentando um modelo preliminar de análise das estratégias pelas quais o projeto gráfico pode "traduzir" o objeto e proposta arquitetônicos e manifestar o discurso em torno deles (via composição visual, seleção e tratamento de imagens, tipografia, relação entre imagem e texto, encadeamento e a própria fisicalidade da mídia). Nesse sentido, aliás, os resultados da pesquisa também podem contribuir para a prática do design gráfico, especificamente no tocante a possíveis trabalhos futuros de profissionais ou estudantes com o tema da arquitetura. Por um lado, este estudo poderá fornecer uma amostra das especificidades, questões e necessidades de representação e retórica inerentes ao campo da arquitetura que precisam ser consideradas por um designer ao pensar o projeto de publicação da área; por outro, irá oferecer um repertório de abordagens de design para tais especificidades e questões, a partir da análise de exemplos bem-sucedidos.

Por fim, a pesquisa visa contribuir para a constituição de consciência crítica a respeito da maneira como os profissionais de projeto — sejam da arquitetura ou das diversas variedades de design — têm tentado constituir sua legitimidade e identidade perante a sociedade, o mercado e seus próprios pares num contexto capitalista, globalizado e midiático de entrelaçamento da prática do projeto a atividades de *branding*. Assim, a investigação proposta fornece material para futuros estudos *críticos* e *históricos* sobre o discurso que profissionais de projeto criam *sobre* a atividade projetual e *através* de um produto de projeto (o livro), contribuindo para reflexões sobre a condição contemporânea do relacionamento entre as atividades projetuais e as mídias em que se estas são apresentadas.

## 1.5 Estrutura da tese

Contando com a presente introdução, esta tese se divide em sete partes.

O **capítulo 2** traz uma revisão teórica e bibliográfica, um desenvolvimento e uma contextualização do problema desta pesquisa, abordando a condição contemporânea das profissões de projeto; as transformações ocorridas no âmbito das formas de leitura e de percepção visual do objeto livro; e alguns determinantes e antecedentes das explorações formais de design de livros impressos. Aqui são apresentados alguns dos problemas críticos mais fundamentais da tese e é feita uma primeira caracterização do uso recente de livros impressos como espaço estratégico de divulgação das profissões de projeto.

O **capítulo 3** também faz um desenvolvimento e uma contextualização do problema e do objeto a partir de variados autores, mas agora voltado exclusivamente à disciplina da arquitetura e do urbanismo; mais especificamente, aos fatores essenciais e desenvolvimentos históricos ocorridos na dinâmica interna entre essa disciplina e seus meios de comunicação. Ao fim, são levantados aspectos importantes da cultura arquitetônica contemporânea e é delineado um panorama da produção de monofestos nas últimas duas décadas.

O **capítulo 4** é uma reflexão de cunho metodológico sobre *como* abordar e analisar livros enquanto veículos de comunicação de informações arquitetônicas: como considerar a relação entre imagem e palavra, o encadeamento narrativo e os aspectos de interação física da mídia; e como pensar tais elementos em relação à finalidade e ao tipo de discurso envolvido nos monofestos. Nesse capítulo são discutidos os conceitos e referências teóricas de análise e os aspectos a serem observados e incluídos, estabelecendo-se os termos de investigação sobre como o artefato livro comporta e potencializa as demandas de representação e expressão da disciplina da arquitetura.

O **capítulo 5** exhibe o estudo de caso principal, a análise detalhada de *S,M,L,XL*. Inclui-se aqui uma caracterização compacta dos respectivos escritórios de arquitetura (OMA) e design gráfico (Bruce Mau Design), bem como a explicação do processo colaborativo de desenvolvimento do livro. Depois, passa-se à análise geral, com a caracterização de aspectos de aparência e fruição do livro e de sua estruturação peculiar de conteúdos. Em seguida, são esmiuçadas as formas como três exemplos de apresentações projetuais no livro “traduzem” graficamente a arquitetura e os conceitos dos projetos. Estas apresentações foram escolhidas entre as que mais exibem características de performatividade e/ou que mais visivelmente expressam caracteres do discurso de OMA. Por fim, é feita uma discussão em que aspectos-

chave do discurso profissional expresso no livro são comparados às propriedades identificadas na estruturação de *S,M,L,XL* ou na linguagem das apresentações de projeto.

O **capítulo 6** apresenta os outros dois estudos de caso, *FARMAX/MVRDV* e *Yes is More/BIG*, os quais seguem os mesmos moldes da análise de anterior, mas em forma mais sucinta. O capítulo se inicia fazendo uma contextualização mais ampla dos dois escritórios em meio à arquitetura internacional contemporânea e em meio à “descendência” de OMA em particular, e termina fazendo uma discussão comparativa dos resultados de análise de todos os três monofestos.

O **capítulo 7**, por fim, apresenta as considerações finais da tese, destacando as conclusões e questões levantadas pelos capítulos 5 e 6 à luz da problematização elaborada nos capítulos 2 e 3.