

3

Isto (re)criará aquilo: o livro impresso e a disciplina da arquitetura

O arcediogo considerou algum tempo em silêncio o gigantesco edifício, depois estendendo com um suspiro a mão direita para o livro impresso que estava aberto na mesa e a mão esquerda para Notre-Dame, passeando um triste olhar do livro para a igreja:

— Ai de mim — disse ele — isto matará aquilo.

Victor Hugo, *O corcunda de Notre-Dame*, 1831
(São Paulo: Editora Três, 1973, p.138)

Citado com frequência em discussões envolvendo mídias de comunicação e transformações culturais, o fictício lamento do arcediogo Claude Frollo marca a digressão oitocentista de Victor Hugo a respeito do impacto da imprensa sobre o mundo medieval: uma sobreposição sofisticada entre a perda de poder da Igreja Católica sobre o pensamento diante da livre propagação de conhecimento, por um lado, e a queda do protagonismo da arquitetura na transmissão e expressão da cultura humana diante do livro impresso. A reflexão de Hugo, assim, prenunciava a noção de que novos meios de comunicação afetam a percepção e interação humanas e reposicionam a inserção cultural de outros meios existentes — precedendo em muito a reflexão de Walter Benjamin sobre o impacto e a novidade perceptual do cinema no início do século XX, e em mais ainda os estudos de Marshall McLuhan e outros sobre a presença massiva dos meios de comunicação eletrônicos, que trouxeram ao primeiro plano a noção de “mídia” a partir da década de sessenta.

Se o texto de Hugo tratava de uma “morte” metafórica da arquitetura diante do livro, ele também foi frequentemente lembrado nas últimas décadas para falar da alegada “morte” do próprio livro diante do domínio das mídias eletrônicas — primeiro a televisão e, mais recentemente, a hipermídia digital dos computadores. Diante das evidências de crescimento ininterrupto tanto da produção de livros quanto da produção arquitetônica, muitos já ressaltaram que ambos os rumores de morte foram consideravelmente exagerados; mas, de fato, ambas as formas “edificação” e “livro” — bem como os circuitos disciplinares e culturais que as produzem — sofreram transformações que se entrelaçam à ascensão de novas

tecnologias de comunicação e ao tipo de percepção e sociedade que estas favorecem. E na atual situação contemporânea de circulação avassaladora de imagens, também se pode dizer ainda que a relação da arquitetura edificada com as mídias que a representam e disseminam (o livro incluso) possui aspectos tanto de potencialização quanto de obliteração.

Concomitantemente à maior consciência e atenção às mídias e à linguagem na segunda metade do século XX, o aspecto comunicativo, simbólico ou semiótico da arquitetura foi enfatizado por muitos teóricos e praticantes desde a década de sessenta. Não raro, autores falaram da edificação a partir da noção de *mídia*, numa compreensão de arquitetura que a postula como algo *imbricado, porém distinto* da materialidade do espaço edificado. O crítico Michael Hays, por exemplo, definiu arquitetura como “maneira de negociar o real interferindo no reino dos símbolos e processos significantes”, menos interessada em construir “coisas” do que “conceitos” e “posições de sujeito” (HAYS, 2010, p.1). Katherine Hayles e Todd Gannon por sua vez, referiram-se a edificações como mídias ou “sistemas materio-semióticos”, especificando que a natureza de toda mídia é operar uma *circulação de signos*: seja a circulação de signos entre as pessoas — função clássica do livro — seja a circulação de pessoas entre os signos — primordialmente desempenhada pela arquitetura. Essa classe de abordagem tem como efeito aproximar o *status* do objeto construído — tradicionalmente a razão de ser da prática projetual — do conjunto de outros documentos que a representam e disseminam (fotos, textos, desenhos, etc.), tratando ambos, edificação e livros, como *documentos* evidenciando “atos arquitetônicos” (HAYLES e GANNON, 2012, p.485). Todavia, tais perspectivas teóricas também podem ser encaradas em si mesmas como um sintoma e uma reafirmação da crescente complexificação e autonomização da disciplina da arquitetura, que forma hoje uma ampla e complexa rede de discursos, eventos, registros, instituições e atividades econômicas.

Para além das transformações culturais mais amplas mencionadas no capítulo anterior, o atual *status* da mídia livro para a arquitetura deve ser compreendido e problematizado no interior do panorama mais recente dessa cultura disciplinar. Este capítulo, assim, irá introduzir a relação entre a disciplina da arquitetura e os seus meios de difusão documental, revendo conceitos e dados fornecidos pela bibliografia estudada, mas incluindo também alguns dos resultados de levantamentos feitos nesta pesquisa. Começarei pela discussão do que chamo aqui de “dimensão ficcional” da disciplina, passando para os aspectos históricos da mediatização da arquitetura em geral e dos livros produzidos por arquitetos em específico, para então terminar fazendo um panorama do investimento de escritórios de arquitetura em monofestos nas últimas duas décadas.

3.1

Projeto e cultura: paradoxo, ficção e (auto)legitimação

Katherine Hayles e Todd Gannon postulam que a noção de “arquitetura” se refere não à produção de edificações, mas primordialmente a uma *arte* ou *maneira* de edificar que torna um determinado espaço construído *significativo para uma tradição existente* (2012, p.484) — ou seja, para uma “disciplina”. Mais que objetos técnicos, portanto, os produtos de arquitetura são também artefatos culturais: frutos de uma inteligência que se expressa não só na resolução de necessidades práticas, mas na orquestração consciente e deliberada de significado, de experiência sensível e de diálogo com uma tradição. A questão que se coloca, porém, é que o reconhecimento e constituição desses produtos como artefatos culturais guarda uma inevitável relação com sua presença em outras “mídias”. O crítico Kester Rattenbury (2002) resalta o paradoxo embutido nessa situação: embora a arquitetura seja guiada pela crença na natureza do real e do físico, estando absolutamente enraizada na ideia da “coisa em si”, ela ao mesmo tempo é discutida, explicada e mesmo *definida* quase que completamente por suas representações.

Pois arquitetura [...] é uma construção, uma maneira de compreender certas partes do mundo edificado ou habitado como sendo fundamentalmente diferentes de outras partes. Tem a ver com uma compreensão construída de qualidade, classe, interpretação, intenção, significado. E isso não é apenas transmitido, mas efetivamente *definido* por esse complexo sistema de representações midiáticas, por um elaborado constructo de desenhos, fotografias, artigos de jornal, palestras, livros, filmes, conferências e livros teóricos cujo assunto é frequentemente (embora inadvertidamente) as representações mais que as coisas em si. (RATTEMBURY, 2002, p. xxii)¹

Obviamente, o espaço edificado tem suas próprias qualidades comunicativas, as quais já foram alvo de teorização e de atenção prática. Mas Rattenbury destaca que, independentemente de se pensar a arquitetura como essencialmente *física* ou essencialmente *comunicativa*, nossa compreensão do que ela é e do que é interessante a respeito dela é resultado de uma estrutura cumulativa de mediações; estrutura essa que tem suas próprias motivações ideológicas e econômicas, sendo parcialmente mantida e gerenciada por arquitetos e outros profissionais que ganham a vida

¹ No original, primeiro trecho: “For ‘architecture’ is not just a broad name we use to describe the built or inhabited world. It’s a construction, a way of understanding certain parts of the built or inhabited world as being fundamentally different to other parts. It’s to do with a constructed understanding of quality, class, interpretation, intention, meaning. And this seems to be not just conveyed but actually defined by this complex system of media representations, by an elaborate construct of drawings, photographs, newspaper articles, lectures, books, films, conferences and theoretical books whose subject matter is often (albeit inadvertently) the representations rather than the things themselves”.

publicando, exibindo, discutindo e ensinando arquitetura (RATTEMBURY, 2002, p. xxiv).

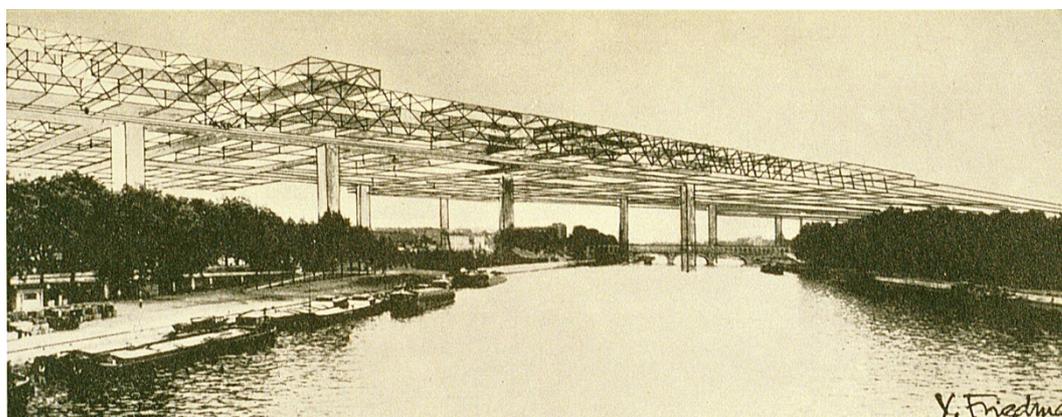


Figura 24. Yona Friedman: *Ville spatiale* (Paris), 1958. Fonte: <http://theredlist.com/>

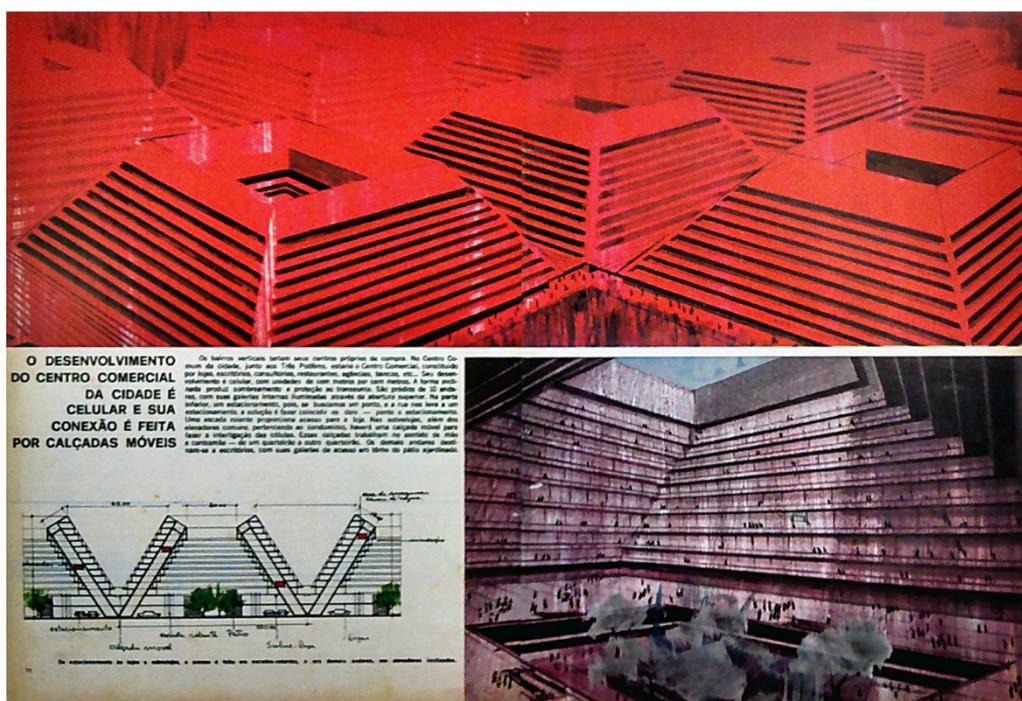


Figura 25. Sergio Bernardes: Modelo celular de Centro comercial para Rio de Janeiro no ano 2000, abril de 1965. Fonte: BRITTO, A. et.al. *Sergio Bernardes (1919-2002)*. Rio de Janeiro: Artviva, 2010, p.194.

Esse “paradoxo midiático”, por sua vez, gera uma relação vital e ambivalente com o que se optou por chamar aqui de “ficção”. Tendo em vista suas conotações tradicionais de “fantasia”, o rótulo do “ficcional” costuma ser relacionado à heterogênea linhagem de imagens arquitetônicas fabulosas, dissociadas da prática edificatória — como as prisões de Giambattista Piranesi, os arranha-céus de Hugh Ferriss, a Nova Babilônia de Constant Nieuwenhuys ou a “cidade espacial” de Yona Friedman. Flexionando um pouco a linha divisória da fantasia, talvez se possa ainda enquadrar entre as “ficções” os projetos que ambicionaram de fato a construção mas nunca foram realizados — como o Monumento da Terceira Internacional de Tatlin,

os *immeubles-villa* de Corbusier ou o improvável Rio de Janeiro de Sérgio Bernardes. Mas pode-se indagar, nesse ponto: no que toca à *participação e influência no imaginário da disciplina*, haveria alguma diferença fundamental entre as imagens de projetos concretizados e as de não-concretizados, se estes primeiros nunca forem visitados em primeira mão? Ou pode-se dizer que é justamente na condição de *imagem* mental — comum a propostas “reais” e “irreais” — que as obras participam de uma cultura arquitetônica?

Essa dialética “ficcional”, por sua vez, está presente mesmo na produção mais “prática” e cotidiana de arquitetura. Como ressalta Rattembury (2002, p.xxi), a cultura de tratar propostas imaginárias como arquitetura é comum e essencial para o processo de projeto tal como ensinado no mundo ocidental. Projeta-se necessariamente por meio de representações do ainda inexistente; de fato, as representações e documentos que as contém são o primeira (e às vezes a única) instância física, “concreta”, do projeto; e por isso tendem a ser receber grande importância entre os arquitetos. Tais representações e documentos, assim, têm na cultura arquitetônica uma condição semelhante à que I. Park delineou para as ficções literárias: são tão “reais” quanto objetos, instrumentos ou registros históricos, no sentido preciso em que também fazem parte do “mobiliário do universo” (PARK, 1982, p.416).

Por outro lado, a dimensão propriamente ficcional do projeto — sua capacidade de envolver o desejo e imaginação alheios — é parte crucial de sua validação. É em boa parte a isso que se referia o arquiteto Bernard Tschumi quando, nos anos setenta, cunhou o slogan *a forma segue a ficção*², paródica torção da máxima modernista “a forma segue a função”: o que mobiliza a arquitetura são menos suas motivações estritamente práticas do que as concepções e imagens de mundo que ela conjura, sua capacidade de sugerir mundos “susceptíveis de serem habitados” por um imaginário. E, se tal postulado é relativizável quando se enfoca a complexa teia socioeconômica que condiciona a práxis da construção civil, ele é indispensável para a compreensão da cultura arquitetônica em si: é precisamente no diálogo com as variadas ficções que povoam essa cultura que são urdidos os pressupostos e posicionamentos profissionais dos arquitetos. A busca de arquitetos por operações

² “*Form follows fiction*”, frase de efeito que consta nos escritos de sua série *Manhattan Transcripts* (publicado em 1981 pela *Architectural Design*, e depois como livro em 1994). A esse respeito, Tschumi comentou posteriormente em entrevista: “Instead of starting a project with questions about specific requirements, such as so many square feet for a bathroom or a living room, I’m interested in looking at literature or film. Here is an example. In the 17th century there were no corridors. Then the corridor was invented in order to introduce privacy. That is not an architectural idea. That’s a cultural idea. So I said — let’s look at literature. What are the changing cultural sensibilities? So when I said ‘form follows fiction’ I really meant ‘let’s look for what is before function’. Because before functions there are stories, there is culture, there is fiction. But I have to admit it was just an easy play on words” (TSCHUMI, 02/01/2004).

mais estritamente “culturais” e distanciadas da prática construtiva em si — como projetos utópicos e especulativos, estudos e ensaios — tem sido parte crucial de uma *construção de si*, da definição tanto pessoal quanto pública de um *ethos*.

Ao se falar do imaginário específico da arquitetura, estamos lidando com a esfera simbólica em que se molda o quadro de referências e exemplos que guiam a prática e a reflexão sobre a arquitetura; mas que também inclui as fantasias e desejos que povoam e animam tanto a concepção quanto a fruição do espaço construído e das imagens deste. A inclusão de um determinado expoente profissional nesse imaginário, é claro, sempre tem relação com determinadas qualidades específicas de suas obras, bem como — e alguns dirão “mais ainda” — com o nível de evidência midiática que conseguiu obter. A questão de fundo levantada neste estudo, porém, é sobre o quanto a consagração de um expoente pode ser afetada pelo esforço consciente e deliberado deste em interagir com o imaginário da disciplina através da construção de “ficções” em variadas mídias.

Ao se considerar o apelo ficcional inerente de projetos efetivos — ou seja, que não são proposições utópicas e especulativas — deve-se ter em vista que estes são *ficções prescritivas*, elaborações imaginárias orientadas para sua própria manifestação física. Para isso, contudo, precisam constituir uma versão ficcional da realidade na qual o espaço projetado efetivamente *exista*. Nessa construção, forma-se um interessante processo de ida-e-volta entre realidade e proposição, tanto ao nível da concepção dos projetistas quanto ao nível da retórica da apresentação pública. Todo projeto é uma resposta a uma determinada compreensão de uma realidade dada, de modo que a singularidade da “ficção” por ele gerada imbrica-se à singularidade da análise da realidade empírica. Em meio a tal condição, o discurso arquitetônico adquire a peculiaridade de, como uma “ficção científica”, ser um modo discursivo que interopera entre o argumento (supostamente) factual e a projeção ficcional, justapondo seus respectivos meios e modos de representação.

Pensamento e sentimento, argumento e histórias, análise estatística e bons e velhos frios na barriga: manipulados um sobre o outro, estes dois modos antagônicos podem produzir um tipo de paralaxe profunda, convencendo o olho da mente a converter esses dois planos oblíquos na ilusão de tridimensionalidade. (POWERS, 2011)³

Dados estatísticos, anedotas históricas, diagramas, modelos, ilustrações e mesmo descrições em prosa; essa informação articula como uma população pode

³ No original: “Thought and feeling, argument and stories, statistical analysis and good old twists of the viscera: these two inimical modes, played off of one another, might produce a kind of deep parallax, tricking the mind’s eye into turning those two skewed planes into the illusion of three dimensions”.

experimental um ambiente que ainda não existe. Essa literatura arquitetônica sempre será ficção científica. (GEIGER, 2013, p.141)⁴

Nessa operação, a retórica do discurso arquitetônico pode tanto emprestar concretude à proposta inexistente quanto “ficcionalizar” as condições empíricas nas quais se quer intervir — ou melhor: *construir uma percepção de realidade* que conduza à necessidade da resposta projetual. Parte vital da legitimação “interna” (nas motivações do próprio arquiteto) e “externa” (na compreensão de um público) de um projeto reside na constituição de um discurso de *análise*, na explicitação de uma perspectiva coerente ou persuasiva sobre a realidade empírica que se apresenta à intervenção.

Como ficção propositiva, o discurso construído em torno de um projeto é sempre um “faz de conta” que tem como finalidade uma hipotética tomada de decisão. Provar-se digno ou bom o bastante (seja por critérios técnicos, éticos, estéticos ou econômicos) diante de um “público” (o cliente, o estado, uma banca julgadora) é o que viabiliza a realização física um projeto. A busca por legitimação e persuasão está entranhada em níveis profundos da “psique” arquitetônica. Do ponto de vista profissional, a condição moderna do espaço edificado como mercadoria ou como matéria de interesse público impõe ao arquiteto, como profissional liberal, uma necessidade cotidiana de persuadir pela representação e pela apresentação. Isso enraíza certo pendor à sedução e à autopropaganda tão comum à prática e aos discursos profissionais da arquitetura; mais ainda, pode-se dizer que ela se reflete numa condição de *ambiguidade estratégica* entre reflexão, proposição e persuasão.

O prestígio pessoal de um arquiteto ou de um escritório costuma ser componente essencial na legitimação de uma arquitetura e é indissociável do campo documental, midiático, da disciplina. Não se trata de uma condição nova: Mark Cousins (1998, p.9) ressalta que o ancestral texto dos *Dez livros da Arquitetura* de Marcus Vitruvius já associava a posteridade do arquiteto não à construção, mas à *escrita* — e, de fato, é bem significativo que Vitruvius permaneça uma referência em nossa cultura somente por seus textos, enquanto muitos remanescentes arquitetônicos formidáveis da antiguidade continuam de autoria desconhecida⁵. S. Bayley (2005, p.xviii) ainda considera que o tratado vitruviano visava não apenas

⁴ No original: “statistical data, historical anecdotes, diagrams, models, renderings, and even prose descriptions; this information articulates how a population might experience an environment that does not yet exist. Such architectural literature is indelibly science fiction”.

⁵ Cousins ressalta que a própria noção moderna de *autoria* do arquiteto provavelmente nem mesmo se aplica ao contexto histórico de Vitruvius: “there is not the slightest suggestion in Vitruvius’ work that an architect would be remembered for his building. It is not even clear that, in Vitruvius’ mind, there is an architect to a building, in the sense that we would say that it is designed by a specific person. But, according to Vitruvius, if you wish to be remembered as an architect you should be able to write an eloquent treatise which guarantees your memory” (COUSINS, 1998, p.9).

posteridade, mas também a conquista *ainda em vida* de algum renome e, provavelmente, do patronato entre os patrícios romanos. Laura Iloniemi (2005), por sua vez, levanta a importância crucial da aquisição de reconhecimento (especialmente entre os pares) na psique das “profissões criativas” em geral: para além do cálculo de possíveis retornos profissionais e financeiros advindos da fama, alerta ela, a vaidade e o desejo por prestígio não são fatores secundários nas motivações promocionais dos arquitetos célebres⁶.

A necessidade de legitimação, porém, deve ser vista num contexto disciplinar mais amplo. Cousins (1998, p.8) levanta o problema de uma fragilidade inerente à arquitetura (a qual, aliás, que pode ser estendida às profissões de projeto em geral): desprovida do caráter autolegitimador de disciplinas como a medicina ou o direito, a arquitetura possui pouco valor autoevidente para a sociedade afora os pontuais marcos monumentais e signos de *status*. Aquilo que difere a “arquitetura” da mera “construção” depende de um tipo de atenção apenas excepcionalmente dedicado a seus produtos; sua relevância, portanto, tem de ser constantemente reafirmada e ressaltada no discurso dos arquitetos. Essa condição tem relação direta com seu aspecto “ficcional” e midiático.

A história da arquitetura — uma atividade que se define por meio de suas definições (de espaços e usos) — está cheia de completudes, totalidades provisórias concebidas para dar coerência a uma atividade presa entre as compulsões conflitantes da necessidade e da frivolidade. Seja em relação ao capital, à capacidade, à estrutura ou ao simbolismo, **a história e o legado da arquitetura — e talvez seu próprio sentido — devem ser buscados na criação de motivos razoáveis para sua existência**, pois sua *raison d'être* está associada a uma série de justificativas que buscam sua preservação, através de saltos em matéria de crença e de posturas defensivas. Esse reino de sombras (conhecido anteriormente como ideologia), histórias, fábulas e superstições faz parte da lógica da arquitetura. Tais manifestações da imaginação coletiva são narrativas que encarnam as aspirações da sociedade em geral, e as dos próprios arquitetos. (MCMORROUGH, 2013, p.350, grifos meus)

McMorrough chama atenção para o fato de, nessa busca por legitimação, os mecanismos discursivos de autoproteção da disciplina tenderem a se tornar crescentemente autorreferentes. Há, para usar um termo de Pierre Bourdieu, uma “economia simbólica” inerente a esse sistema; as interações com o imaginário e as reproduções ideológicas no interior da cultura arquitetônica são inseparáveis da busca por legitimação — ou mesmo por hegemonia de algumas posições sobre outras. Nesse ponto, a caracterização bourdiana de um “campo de produção erudita de bens

⁶ “Architects are keen for recognition. They work, sure, for commercial reasons but much of what they do is driven by a need to express some sort of artistry as well as need to feel valued for a contribution to society as a whole” (ILONIEMI, 2005, p.201).

culturais” parece reveladora de alguns traços importantes dessa cultura. Diferenciada do campo “popular” — cultura não produzida por especialistas — e do campo da “indústria cultural” — que descreveria uma produção de bens culturais feita por especialistas e voltada para leigos — o “campo erudito” é caracterizado por Bourdieu como uma produção voltada principalmente a *outros produtores de bens culturais*, num sistema com tendências reflexivas e autorreferentes.

Ao contrário do sistema da indústria cultural que obedece à lei da concorrência para a conquista do maior mercado possível, o campo da produção erudita tende a produzir ele mesmo suas normas de produção e os critérios de avaliação de seus produtos, e obedece à lei fundamental da concorrência pelo reconhecimento propriamente cultural concedido pelo grupo de pares que são, ao mesmo tempo, clientes privilegiados e concorrentes. (BOURDIEU, 2007, p.105)

Embora a condição cultural contemporânea dificulte muito qualquer divisão clara entre categorias como “popular”, “comercial” e “erudito”, fica claro que as expressões da cultura arquitetônica propriamente dita são em geral pouco acessíveis a leigos, ainda destinando-se predominantemente àqueles iniciados nos repertórios e costumes da disciplina — profissionais, críticos, jornalistas, professores, pesquisadores e *connoisseurs*. A aceitação por parte de tais atores exerce grande peso sobre a visibilidade midiática de um profissional ou obra, estabelecendo as bases de seu prestígio sociocultural mais amplo.

O esbatimento do limite entre realizado e o imaginário, por sua vez, é uma necessidade para a valorização do projeto como *artefato cultural*. Como bem destaca Rattembury (2002, p.xxii), para o arquiteto a promoção do projeto “ainda-ficcional” e mesmo do que “sempre-será-ficcional” é uma ferramenta cotidiana de mercado. Nesse ponto, as mídias de documentação e apresentação da arquitetura têm, como já dito, papel crucial no processo de legitimação da atividade arquitetônica; como lembra Gabriela Goldschmidt (2004, p.203), o *projeto é representação*, não existe sem esta — seja ela um croqui, uma apresentação anterior à construção ou o registro e revisão narrativa feito após a construção. E, de fato, aquilo que um escritório de arquitetura produz não são edificações, mas justamente as *ideias instanciadas em documentos* (parafraseando Hayles e Gannon). Entre os produtos físicos da atividade projetual, o edifício concreto é em geral o que menos “pertence” ao arquiteto: além de serem desviados das proposições originais com frequência, espaços construídos costumam ser vividos e apreendidos de maneira mais anônima e cotidiana. Painéis, livros e reportagens, por outro lado, contêm autores, personagens e intenções explicitadas; eles constituem as narrativas e as imagens — as ficções, enfim — responsáveis pela legitimação interna e externa da arquitetura.

Aqui se evidencia um último aspecto que interessa destacar: a comunicação da arquitetura através de documentos também é uma necessidade ao arquiteto para se contornar o relativo “silêncio” dos edifícios. Edificações são em geral objetos complexos que, como bem colocou Walter Benjamin (2011[1936]), são normalmente vivenciados em estado de *distração*, de modo que muito do que há de propriamente “arquitetônico” neles — intenções, invenções e soluções — não é exatamente evidente. Em uma perspectiva fenomenológica como a adotada por Andrzej Pietrowski, a experiência perceptual que o espaço arquitetônico oferece a um sujeito observante parece ser particularmente aberta e inconclusa quando comparada à apreensão sugerida e oferecida pelas representações do mesmo espaço em publicações.

O sujeito (a pessoa que estuda um livro) e o objeto (o livro sendo estudado) só se relacionam um com o outro até onde o argumento do escritor o permite. Enquanto lê um livro e olha para ilustrações, o leitor concorda em seguir a narração. A habilidade da forma simbolicamente rica e fisicamente passiva da arquitetura de sugerir pensamentos é substituída pelo controle do escritor ou fotógrafo sobre as conexões entre a explicação verbal e os retratos do edifício. Ler sobre arquitetura é uma prática muito mais estruturada do que o diálogo simbólico que uma pessoa pode ter com uma edificação existente. [...] Ao invés da arquitetura, que meramente inicia pensamentos e confronta o sujeito com observações simbolicamente ricas mas inconclusivas, um livro incorpora uma prática retórica de argumentações e conclusões. Um livro ou artigo cria, portanto, seu próprio espaço de representação. (PIETROWSKI, 2001, p. 50)⁷

A prática de produzir livros (ou quaisquer outras mídias mais linguisticamente estruturadas) discutindo, analisando e apresentando sua obra, portanto, permite ao arquiteto apoderar-se discursivamente dos resultados físicos de seu projeto ao evidenciá-lo neles; permite construir uma ficção do real, e por vezes mesmo direcionar a apreensão do real a partir dessa ficção. Tal direcionamento é parte das condições e instrumentos básicos da concepção arquitetônica e da autoconstrução da abordagem profissional dos arquitetos; contudo, ele também é o meio pelo qual tais fundamentos da concepção são capturados por esquemas mercadológicos no atual regime de visibilidade midiática.

⁷ No original: “The subject (the person who studies the book) and the object (the building being studied) relate to each other only as far as the writer implies it in the argument. While reading a book and looking at illustrations, the reader agrees to follow the narration. The ability of the symbolically rich and physically passive form of architecture to imply thoughts is replaced by a writer’s or photographer’s control of connections between the verbal explanation and the depictions of a building. Reading about architecture is a much more structured practice than the symbolic dialogue a person might have had with an existing building. (...) Instead of architecture that merely initiates thoughts and confronts the subject with symbolically rich but inconclusive observations, a book embodies a rhetorical practice of arguments and conclusions. A book or an article thus creates its own space of representation”.

As imagens públicas transmitidas pelo projeto e pelos projetistas são, portanto, não apenas uma questão cultural, um agente de educação, influência e transformação. Eles são também o ingrediente mais importante para o tipo de relações públicas que é um requisito mínimo de sobrevivência em nossa cultura guiada por mídias. (GOLDSCHMIDT, 2004, p.2016)⁸

Contudo, é possível colocar também uma questão contrária: mais do que dirigir ou controlar a percepção com fins retóricos, a midiaticização do espaço edificado no livro pode ampliar e problematizar seu referente. Para além do compreensível alerta de Pietrowsky, é preciso considerar o quanto o livro e as sobreposições verbo-visuais que ele cria na apresentação de arquitetura podem ser em si mesmos inconclusivos e abertos à apropriação do leitor; e é possível perguntar, inversamente, no quanto a arquitetura pode tanto servir como matéria-prima quanto ser um *produto* das necessidades e desejos de expressão próprios do projeto do objeto-livro.

Livros e outras mídias, de fato, têm suas próprias condições de materialidade e expressão — condições que, como comentado no capítulo anterior, são transformadas e exploradas de acordo com contextos culturais e técnicos. Inseparável das mídias que veiculam seus projetos e produtos, a cultura arquitetônica e o desenvolvimento disciplinar que a gerou também são inseparáveis do desenvolvimento técnico e criativo das possibilidades de mediação documental, já que é por meio destas que se elaboram, registram, evidenciam e legitimam as ficções arquitetônicas. A origem dessa cultura, os estágios aparentemente novos de complexidade e autonomia que ela atingiu e as atitudes dos arquitetos em relação à gestão de sua própria imagem no interior dela, assim, precisam ser compreendidos em relação aos caminhos desse desenvolvimento.

3.2

Do biblioespaço ao infoespaço: as midiaticizações na evolução da disciplina

3.2.1

O livro impresso na cisão entre projeto e construção

O “paradoxo midiático” assinalado anteriormente remonta aos primórdios da formação disciplinar da arquitetura como atividade fundada na *prática projetual*. Permanece operante até hoje a diferenciação entre o ato mental do projeto e o ato material da construção inicialmente estabelecida por construtores-teóricos

⁸ No original: “the public images transmitted by designs and designers are thus not only a cultural matter, an agent for education, influence, and transformation. They are also the single most important ingredient in the kind of public relations that is the threshold requirement for survival in our media-driven culture”.

renascentistas como Filippo Brunelleschi (1377-1446). Como lembram tanto Jean-Pierre Boutinet quanto Giulio Carlo Argan, essa distinção estabeleceu o arquiteto como “detentor exclusivo de uma ciência e de uma técnica” (ARGAN, 1995, p.108), mas também vinculou sua atividade de concepção à possibilidade de representação gráfica do espaço⁹.

Separando bem o que diz respeito ao projeto do que tange à sua execução, o arquiteto introduz em seu trabalho uma nova racionalidade, e a Renascença italiana, valorizando essa racionalidade em arquitetura, instaura uma tradição que perdura até nossos dias. [...] Dissociando o projeto de sua execução, Brunelleschi organiza uma divisão técnica e social do trabalho e, simultaneamente, especifica o projeto como o primeiro ato característico de toda criação arquitetônica, ato que visa, através do jogo das perspectivas, a assegurar uma representação geométrica do espaço a ser construído. (BOUTINET, 2002, p.35)

A distinção e primazia do projeto como atividade em si, por sua vez, foi reiterada e difundida pela primeira vez em livros impressos com os volumes de *Da Arte Edificatória* (1443-1452) de Leon Battista Alberti (1404-1472). A partir de então, iniciou-se uma nova relação entre a produção de arquitetura e suas mídias de representação, com o livro impresso tornando-se fundamental para disciplina. Mario Carpo ressalta que a constituição de um corpo de pensamento disciplinar desvinculado da prática foi grandemente facilitada pela *reprodução e disseminação documental* proporcionada pelo advento da imprensa de tipos móveis no século XV. Antes disso, o mundo arquitetônico medieval era fundado no conhecimento empírico transmitido oralmente ou por textos e esquemas manuscritos, num contexto de sigilo de ofício interior às guildas de construção (CARPO, 2001, p. 34). O advento do livro impresso, então, permitiu a reprodução e o transporte massivos de palavras e, principalmente, de *imagens* de edifícios e elementos arquitetônicos, afetando profundamente o ofício. Ao trazer a possibilidade de infindáveis cópias *fiéis*, a reprodutibilidade técnica da imprensa alterou o *status*, a autoridade, a confiabilidade e os usos possíveis de ilustrações para a disciplina, ocasionando o florescimento de uma nova “cultura de imagens” na qual informação e conhecimento eram registrados e transmitidos de forma visual (idem, p.11).

Mais do que apenas permitir reproduções fiéis de estilos e elementos, a circulação pioneira de ilustrações técnicas e/ou perspectivas em tratados — como os

⁹ Argan resume a “reforma radical” de Brunelleschi em três itens: “a definição de uma noção geométrica do espaço”, a “identificação das estruturas arquitetônicas com as estruturas espaciais”, e a “teorização da perspectiva como princípio formal unitário da visão da natureza e da construção dos edifícios” (ARGAN, 1995, p.107). O autor também destaca, contudo, que a postulação de tal diferenciação entre teoria e práxis na arquitetura da Renascença “não fixava a clara separação entre o momento intelectual da idealização e o momento mecânico da execução, mas colocava-o como dialética interna no processo unitário da arquitetura” (idem, p.106).

I sette libri dell'architettura (1537–1551) de Sebastiano Serlio e *Regola delli cinque ordini d'architettura* (1562) de Giacomo Vignola — acabaria por estimular mudanças na percepção e concepção da arquitetura. Iniciou, por exemplo, uma maior ênfase nas edificações como totalidades unificadas, o que seria estranho à mentalidade medieval (CARPO, 2001, p.41-42). A circulação de referências visuais também possibilitou uma inédita reprodução idêntica de formas arquitetônicas — o que aumentou a dissociação entre a *forma* visível, de um lado, e técnica e matéria de construção, de outro. As famosas “cinco ordens” clássicas, por exemplo, não eram elementos construtivos (como eram, por exemplo, os arcos góticos), mas elementos “tipográficos” cuja forma independia dos meios de sua concretização (idem, p.7)¹⁰.

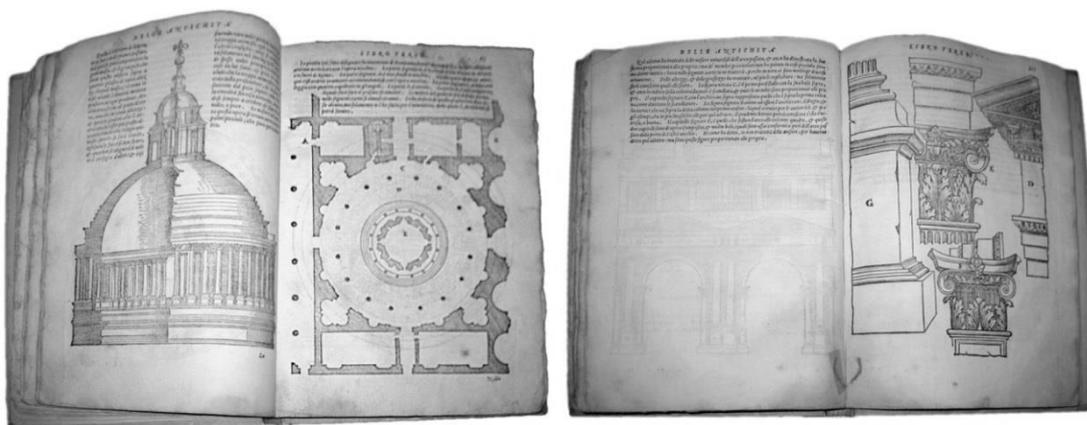


Figura 26. Páginas de *I sette libri dell'architettura* (1537–1551) de Sebastiano Serlio. Fonte: http://www.collaborations.com/Ebay/serlio_terzo.htm

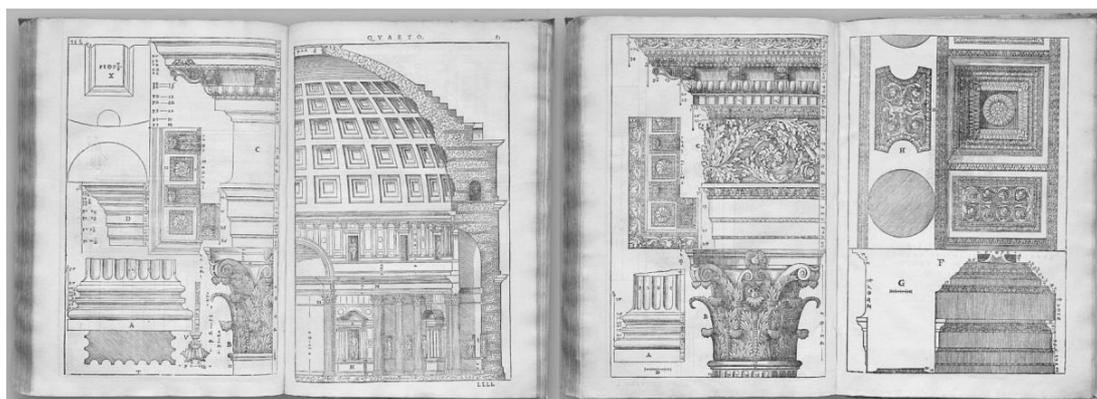


Figura 27. *I Quattro Libri dell'Architettura* de Andrea Palladio. Fonte: http://facsimilium.blogspot.com.br/2011_09_01_archive.html

Historicamente, as mudanças morfológicas significativas na arquitetura costumaram acompanhar mudanças nas tecnologias e processos construtivos. A

¹⁰ “This process of graphic, or typographic, reproduction had nothing to do with the material manufacturing of the architectural object. The Renaissance orders were not prefabricated. They were predesigned. With few exceptions, Renaissance treatises define architectural “orders” (columns, capitals, lintels, etc.) that are singularly lacking in material weight. What are they made out of? Wood, marble, stone, brick, stucco? How are they made? By whom? With what instruments? At what price? The books don’t tell us.” (CARPO, 2001, p.7)

Renascença, contudo, trouxe a novidade de uma ampla mudança e padronização morfológica calcada primariamente no avanço das possibilidades de representação (desenvolvimento da perspectiva e da geometria descritiva) e da disseminação de informações visuais (imprensa). Iniciou-se então uma dialética nova entre as mídias de representação e a arquitetura construída: a disseminação de caracteres arquitetônicos pelo mundo não dependia mais necessariamente do transporte de materiais e profissionais, mas sim de livros¹¹. A disciplina arquitetônica moderna, então, imbricou-se desde cedo ao que Carpo chamou de “biblioespaço”: um “espaço virtual tipográfico” em que se integrariam textos fundacionais e arquétipos visuais, indiferente à localização geográfica de seus leitores ou das obras representadas.

A antiguidade deixou de ser um atributo de locações mais ou menos inacessíveis. A arquitetura se deslocalizou — um exemplo precoce de comunidade sem proximidade (ou de proximidade mediada por novas tecnologias de comunicação). Para muitos arquitetos da Renascença, o Panteon e o Coliseu não eram lugares em Roma. Eram lugares em livros. (CARPO, 2001, P.46)¹²

Assim, se por um lado o livro impresso talvez tenha “matado” a relevância medieval da arquitetura — retomando aqui a citação de V. Hugo — por outro lado ele foi instrumento e ambiente indispensável de constituição da disciplina arquitetônica moderna, reforçando a centralidade disciplinar do projeto e renunciando a situação atual da cultura arquitetônica globalizada, em que a maior parte das referências de arquitetura é conhecida e reconhecida sobretudo por representações gráficas veiculadas em publicações.

Os desenvolvimentos posteriores da arquitetura ocidental nos séculos XVIII e XIX estiveram estreitamente ligados ao “biblioespaço” de textos e imagens da arquitetura, com a constituição das escolas e a disseminação de sucessivos estilos em diferentes países. A consolidação internacional do neoclassicismo ou do ecletismo da *Beaux-Arts* serviu-se profundamente da disponibilidade de livros com extensas catalogações ilustradas de plantas e elementos arquitetônicos. Ao mesmo tempo, ao

¹¹ Carpo destaca a diferença entre as regularidades arquitetônicas góticas e as regularidades arquitetônicas renascentistas: “Gothic builders would have been using identical construction components in order to create visually diverse forms — exactly the opposite of the Renaissance system of the orders, in which different elements and materials were used to create visually identical forms. The ‘normalization’ of medieval architecture (and of ancient as well, if we think of the standardization of brick production) depended on the physical transport of parts (made elsewhere) and of men (trained elsewhere). In the Renaissance the transportation was of books” (CARPO, 2001, p.70).

¹² No original: “Antiquity ceased to be the attribute of more or less inaccessible locations. Architecture delocalized itself — an early example of community without propinquity (or rather of propinquity mediated by new communications technologies). For many Renaissance architects, the Pantheon and the Colosseum were not places in Rome. They were places in books”. Em contraste, a experiência direta de viagem por diferentes cidade e países seria um item importante da educação dos mestres construtores medievais.

longo dos séculos uma tradição visionária de arquitetura “impressa” também passou a constituir e participar do repertório da disciplina; as propostas apenas publicadas de expoentes como Piranesi (1720-1778), Étienne-Louis Boullée (1728-1799) e Claude-Nicolas Ledoux (1736-1806), por exemplo, tornaram-se tão ou mesmo mais famosas que suas obras construídas. Ao equalizar o construído e o não construído, o “biblioespaço” permitiu a constituição de um imaginário visual de obras inexistentes ou mesmo impossíveis, sendo fundamental para o estabelecimento da cultura arquitetônica como campo de imaginação utópica.

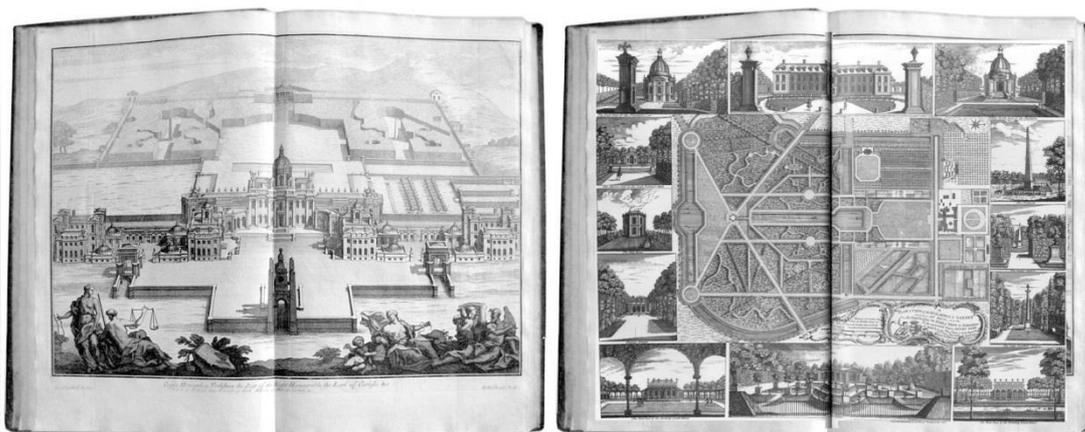


Figura 28. *Vitruvius Britannicus or The British Architect* (1715-1725), de Colen Campbell (1676-1729): menos um tratado que um catálogo de projetos notáveis da Inglaterra. Fonte: <http://www.buderimrarebooks.com.au/featured-books/colen-campbell-vitruvius-britannicus-1717-1731/>

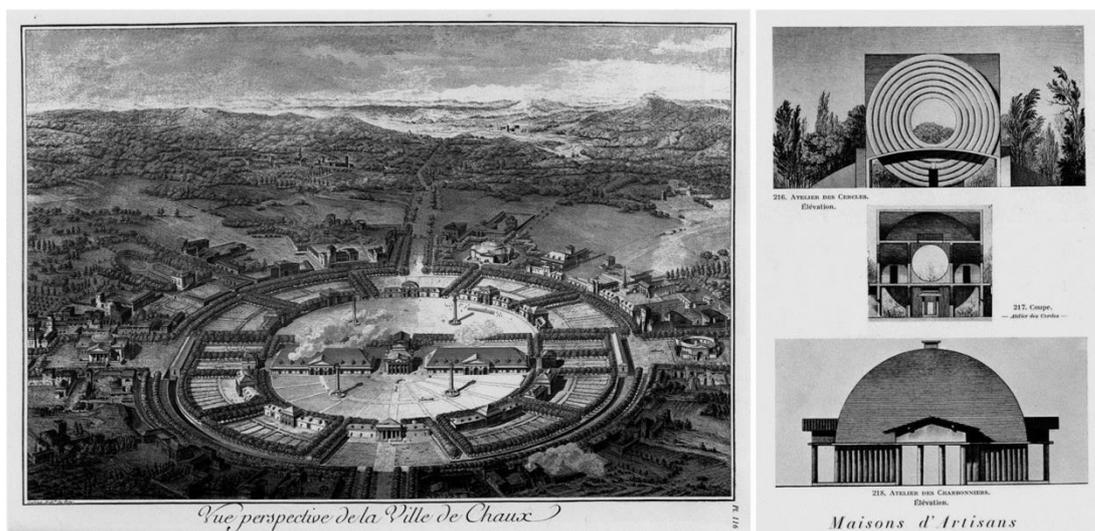


Figura 29. Projetos utópicos de de Claude-Nicolas Ledoux em seu *L'Architecture considérée sous le rapport de l'art, des mœurs et de la législation* (publicado entre 1768 e 1789). Fonte: <http://www.fulltable.com/vts/v/vis/ledoux/a.htm>

Segundo a descrição histórica de Alan Powers (2002, p.165), a expansão das publicações da arquitetura para um círculo mais amplo, iniciada ainda no período neoclássico (entre séculos XVIII e XIX), ocasionou certa diferenciação entre dois conjuntos básicos de livro: os tratados e livros teóricos, voltado aos integrantes da

disciplina; e os livros de imagens e portfolios, caras edições de luxo (às vezes compostas por pranchas soltas) feitas para impressionar possíveis clientes. Segundo o autor, as reminiscências dessa divisão são perceptíveis na atual paisagem bibliográfica — livros teóricos com predominância textual de um lado, compêndios e monografias visualmente coloridas e brilhantes de outro — mas houve várias exceções a ela. Um tipo particularmente interessante de mencionar aqui são os tratados em que arquitetos incluem sua própria produção arquitetônica como exemplificação do que pretendem teorizar: uma linhagem antiga que inclui desde *I Quattro Libri dell'Architettura* de Andrea Palladio (1570) e o *L'Architecture considérée sous le rapport de l'art, des mœurs et de la législation* de Ledoux (1808) até livros recentes como *Lições de arquitetura* de Herman Hertzberger (1991) e *Teoria do Projeto* de Helio Piñón (2006).

Powers destaca que os *I Quattro Libri* de Palladio já apresentavam uma mistura de fato, imaginação e registro que se tornaria relativamente comum na contemporaneidade — o que inclui, em especial, livros que este trabalho chama de “monofestos”. Segundo ele, a “sedutora combinação de texto e imagem, real e irreal” do tratado palladiano fora pioneira em constituir um discurso apelando à *edição retrospectiva da própria obra*, ou seja: omitindo várias obras construídas e tratando como prontas e coesas outras obras não terminadas ou não completamente executadas como no projeto apresentado. Os projetos no livro, assim, adquiriam uma “vida própria” mais potente até do que os edifícios construídos pelo arquiteto.

Esta criação de um mundo que é imaginário mas ainda assim enraizado na realidade é parte da fascinação dos livros de arquitetura, particularmente aqueles que permitem que fato e fantasia existam lado a lado. A categoria de livro que apresenta o trabalho de um arquiteto ao longo de textos e imagens para sugerir o que esse trabalho poderia vir a ser, para além dos limites do espaço e da realidade econômica, estende o alcance da criatividade arquitetônica. (POWERS, 2002, p.159)¹³

Por outro lado, nessa senda não foram incomuns a ênfase exacerbada no impacto estético das imagens em si, a ocorrência de mistificações retóricas ou de exageros egóicos. O tratado de Ledoux, por exemplo, já conferia um protagonismo às imagens que se tornaria popular no futuro — e, segundo Powers, seria “o primeiro exemplo de escrita teórica genuinamente pretensiosa por parte de um arquiteto e, como tal, precursor de muitos outros” (Idem, p.163-164)¹⁴.

¹³ No original: “this creation of a world that is imaginary but still rooted in reality is part of the fascination of architectural books, particularly those that allow fact and fantasy to exist side by side. The category of book that presents an architect’s work alongside text or images to suggest what the work could become, beyond the boundaries of space and economic reality, extends the range of architectural creativity.”

¹⁴ No original: “the first example of genuinely pretentious theoretical writing by an architect and, as such, the precursor of many others”.

Contudo, tanto no caso de tratados quanto em publicações mais exclusivamente voltadas à divulgação dos trabalhos dos autores — como *Works in Architecture of Robert and James Adam*, da dupla homônima de arquitetos ingleses (1778) — pode-se ver esporádica mas repetidamente certos caracteres que persistem até a contemporaneidade: o envolvimento editorial direto (inclusive financeiro) por parte dos arquitetos; a busca pelo uso expressivo da imagem; o uso das obras próprias como casos e exemplos de discussões mais amplas; a justaposição (por vezes indistinta) de obras construídas com propostas não-realizadas; e, por vezes, a retórica edição retrospectiva da própria obra para melhor servir aos objetivos do autor.

3.2.2

Vanguarda, modernismo e comunicação de massa

As inovações do processo de mediação da arquitetura — e sua relação tanto com o prestígio dos arquitetos quanto com a disseminação de um campo de imaginação utópica — é particularmente importante para a compreensão tanto da constituição da arquitetura modernista quanto de sua internacionalização. O movimento moderno, afinal, foi urdido numa rede plural de revistas independentes, reportagens, exposições, congressos e livros antes e durante sua corporificação em uma realidade edificada.

Com a maior facilidade de produção de publicações, as revistas foram conquistando maior influência no debate disciplinar, e esse novo nível de amplitude e imediatez na difusão de informações, referências e reputações transformou os termos e os patamares de prestígio e influência da profissão. Na visão de Beatriz Colomina (1996, p.14-15 e set. 2010), as vanguardas do início do século XX nem sequer teriam uma existência concreta anterior aos manifestos e publicações que as preconizavam: essas publicações é que as constituíram como fato cultural, bem antes delas terem um corpo significativo de realizações. Assim, a relação das vanguardas com suas mídias é menos a de dar visibilidade a algo existente do que a de algo que *é criado a partir dessa nova visibilidade*. De fato, a exploração de possibilidades da mídia esteve presente desde cedo nas incursões editoriais de arquitetos como Adolf Loos, Le Corbusier e Ludwig Mies van der Rohe, cujas revistas começaram a lançar seus nomes no cenário da arquitetura antes mesmo de suas edificações propriamente ditas. Colomina (set. 2010) cita o caso das fotomontagens de arranha-céu envidraçado que Mies publicou em sua revista *G - material zur elementaren gestaltung* (1923-1926), referentes a um concurso para a Friedrich Strasse em Berlim: tais imagens obtiveram efeito maior e mais duradouro sobre o imaginário da disciplina e sobre a promoção do arquiteto do que os edifícios efetivamente construídos por ele até então. Tais imagens, por sua vez, teriam mesmo sido produzidas *para a publicação*, visando o impacto via imprensa.

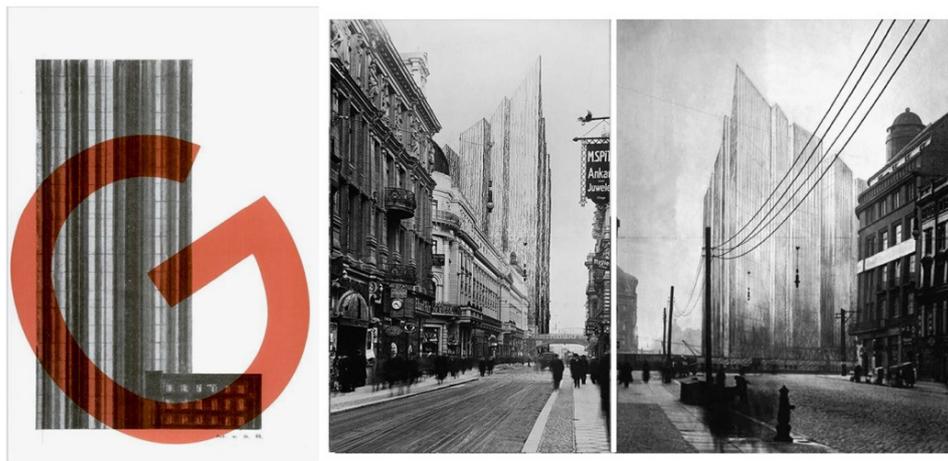


Figura 30. Capa do número 3 da revista *G - material zur elementaren gestaltung*, e fotomontagens da proposta reproduzida no interior da revista (1924). Fonte: montagem do autor a partir de imagens de MERTINGS, D. e JENNINGS, W. (ed.) *G: an avant-garde journal of art, architecture, design and film, 1923-1926*. Los Angeles: Getty Publications, 2010. p. 111 e 114.

As mídias modernas, afinal, foram vitais na construção de sensibilidades complementares à nova arquitetura — pelo cinema, pela relação entre imagem e texto impressos, pelo próprio design das publicações. A presença em catálogos, cartões postais, revistas, filmes e anúncios de jornais remodelou as formas de percepção e representação da arquitetura desde o início do século XX. A “artilharia gráfica e foto-gráfica” das revistas de arquitetura converteram-na pela primeira vez em um *artigo de consumo* e criaram um tipo de percepção propriamente *moderno* com o qual a arquitetura passou a dialogar (COLOMINA, 1996, p.43).

É importante ressaltar que *G*, *L'Esprit Nouveau*, *De Stijl* e outras publicações semelhantes do período entre-guerras não eram de revistas “de arquitetura”; eram publicações voltadas às artes em geral (pintura, objetos, cinema, fotografia, etc.), sobrepostas em consonância com o espírito vanguardista de borrar separações entre disciplinas e entre arte e vida prática. Ou seja, nessas revistas de vanguarda a “nova” arquitetura aparecia como parte de um totalidade cultural mais ampla, uma nova condição moderna sobre a qual se queria debater. Tal condição também era manifesta no âmbito gráfico: as publicações de vanguarda em geral experimentaram (algumas mais intensamente e outras mais esporadicamente) diferentes combinações de imagens, tipografia e diagramação, aprendidas tanto com as operações gráficas de artistas modernistas quanto com as da publicidade comercial. Tal exploração dos meios de representação e difusão em massa, segundo propõe Colomina, não foi um mero subproduto ou fato casual, mas um dado essencial da arquitetura moderna — que só se tornaria *moderna* de fato por meio desse relacionamento, conquistando um novo *espaço de visibilidade* e um novo *tipo de visualidade*, ambos criados junto à incorporação definitiva da fotografia e de operações como a colagem ao repertório das publicações.

A fotografia provavelmente foi o meio de maior impacto para a representação da arquitetura, com implicações e potenciais novos. As sutilezas desse meio de registro possibilitavam enfatizar novas relações de luz e transparência e novas maneiras de estetização da forma e do espaço. Mais ainda, ela provia às imagens de arquitetura uma nova aura de *factuality*, resultante simbólico da natureza da fotografia de ser rastro físico de uma realidade concreta — uma “emanação do referente”, como colocou Roland Barthes (1984, p.114). A fotografia também ocasionou a progressiva desvinculação entre a produção de imagens e os processos de visualização mental prévia de ângulos e posições exigidos pela perspectiva pictórica. Isso abriu espaço para um registro mais livre e exploratório da arquitetura construída, permitindo que apresentação desta fosse reorientada pelo resultado final concreto e menos limitada às visões e intenções previamente destacadas em sua concepção. Como colocou Colomina (1999, p.463), a busca de explorar tais potenciais para construir a face pública de sua produção fez com que diversos arquitetos modernos desenvolvessem longas colaborações e amizades com os fotógrafos de suas obras.

Por outro lado, recursos como a filmagem e a combinação de texto com sequências fotográficas direcionavam novas atenções para a *temporalidade* da experiência arquitetônica. A centralidade conceitual e retórica da *promenade architecturale* (“passeio arquitetônico”) na obra de Le Corbusier, por exemplo, foi inseparável dessa atenção e desses expedientes midiáticos modernos. Tais possibilidades expressivas eram tão inovadoras que seria insuficiente pensá-las em termos de “realismo”: parafraseando Paul Klee, não se estava reproduzindo, mas *produzindo* o visível.

Fotografia e diagramação constroem outra arquitetura no espaço da página. [...] A manipulação de duas realidades — a sobreposição de duas fotos, ambas traços da realidade material — produzem algo que já está fora da lógica do “realismo”. Mais que representar realidade, isso produz uma nova realidade. (COLOMINA, 1996, 80)¹⁵

No que toca à maneira como os arquitetos disseminam e apresentam suas próprias obras nesse panorama, Charles-Édouard Jeanneret se destaca como o “arquiteto midiático” do modernismo por excelência, empregando sistematicamente meios diversos na busca por converter sua carreira, obra e ideias em referências incontornáveis da disciplina. Ele nem mesmo existia como uma figura relevante da arquitetura antes da publicação de seus textos e sua revista *L'Esprit Nouveau* (1920-

¹⁵ No original: “Photography and layout construct another architecture in the space of the page. (...) The manipulation of two realities — the superimposition of two stills, both traces of material reality — produces something that is already outside the logic of “realism”. Rather than represent reality, it produces a new reality”.

1925); e foi nessa revista que adotou o pseudônimo com o qual foi consagrado, *Le Corbusier*.

Le Corbusier (...) foi talvez o primeiro arquiteto a compreender completamente a natureza das mídias. Ele entendeu a imprensa, a mídia impressa, não apenas como um meio de difusão cultural de algo previamente existente, mas, como algum de seus contemporâneos nas artes visuais, um novo contexto de produção, existindo paralelo ao canteiro de obras. (COLOMINA, 2002, p.213)¹⁶

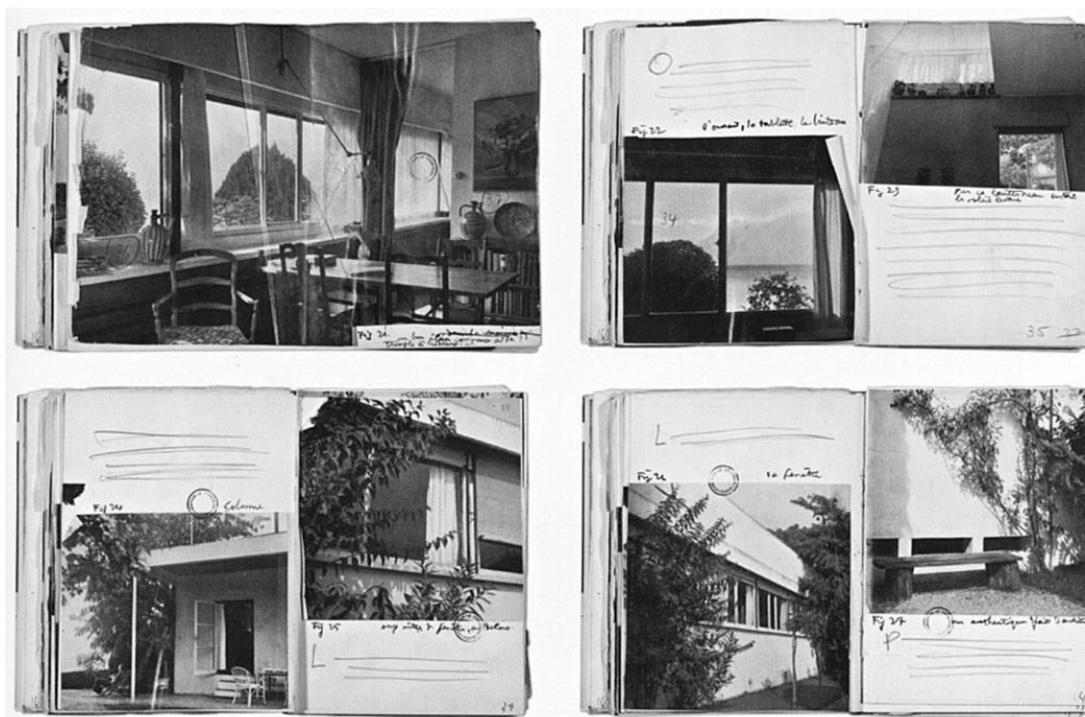


Figura 31. Páginas da “boneca” de *Une Petite Maison*, de Le Corbusier (1954). Pode-se ver o planejamento de distribuição de texto e fotografias, bem como a continuidade visual construída entre estas. Fonte: <http://fustanella.tumblr.com/>

Entre as várias mídias mobilizadas, os livros foram particularmente significativos na construção do legado de Corbusier. O arquiteto seguiu de certo modo a tradição “tratadística” de busca por posteridade por meio de livros e do engajamento direto em sua produção. Tal envolvimento também incluiu uma atenção, presente desde cedo, à comunicação visual. Em compilações artigos já publicados — como os livros “Por uma arquitetura”, “O urbanismo” e “a pintura moderna” — o arquiteto quis manter a linguagem gráfica moderna e influenciada pela publicidade que tais textos receberam em sua *L'Esprit Nouveau*. Segundo A. Powers (2002, p.171), Corbusier também exercera grande controle sobre o material

¹⁶ No original: “Le Corbusier (...) was perhaps the first architect fully to grasp the nature of the media. He understood the press, the printed media, not only as a medium for the cultural diffusion of something previously existing but, like some of his contemporaries in the visual arts, a new context of production, existing in parallel with the construction site”.

iconográfico e textual dos oito volumes monográficos de sua “Obra Completa” (publicados entre 1929 e 1970), direcionando o trabalho dos designers Max Bill (primeiro volume) e Willy Boesiger (outros volumes). Além de atentar para quesitos de formato e encadernação, o arquiteto dera especial atenção para a variação de tipografia — que faria o livro “falar com diferentes vozes” quando necessário (idem).

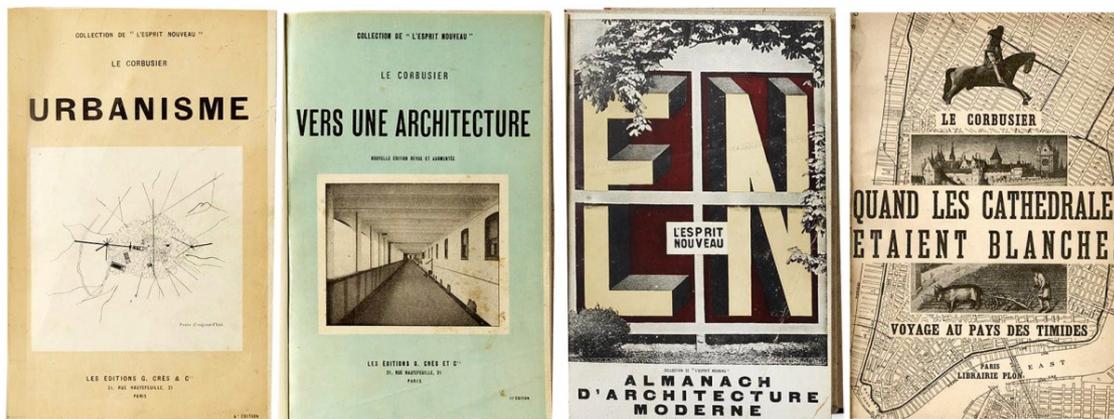


Figura 32. Alguns dos livros de Le Corbusier: *L'Urbanisme*, *Vers une Architecture*, *L'Art decoratif d'aujourd'hui* e *Almanach d'architecture moderne*. Fonte: <https://d2mpxrcad19ou.cloudfront.net>



Figura 33. Os oito volumes da *Oeuvre Complète* de Le Corbusier. Fonte: <http://modernism101.com>

Powers nota que, como Palladio séculos antes, Corbusier empreendeu em sua *Obra Completa* um esforço de “correção pós-fato” da própria obra para corresponder ao que “gostaria que tivesse ocorrido” (idem) — incluindo, no caso de Corbusier, a supressão de obras iniciais que não interessavam à imagem que queria construir para si. Também como no caso palladiano, a série monográfica de Corbusier incluía ensaios e reflexões, e apresentava tanto projetos construídos quanto não construídos. Tal abordagem da própria carreira — em formato, design e retórica retrospectiva — foi uma importante referência para a produção de monografias por parte dos próprios arquitetos na segunda metade do século XX.

3.2.3 “Arquitetura de papel” e a cultura arquitetônica

A relação de arquitetos com as mídias de massa foi aprofundada e disseminada na medida em que estas últimas pervadiram mais profundamente a vida pública e privada da sociedade. Na segunda metade do século XX, a popularização e barateamento da fotografia, da filmagem (com o Super-8 e o vídeo magnético) e de técnicas de reprodução impressa em série (com o mimeógrafo portátil e a xerografia, por exemplo) democratizou muito o acesso à possibilidade de produção e reprodução técnica com novas mídias. Isso ocasionou enorme impacto nas artes e na cultura visual, com uma multiplicação tanto de explorações expressivas desses meios quanto de circuitos alternativos de publicações e documentos independentes.

Essa nova condição cultural e midiática convergiu com diversas mudanças socioculturais e, no âmbito da arquitetura, com uma crise do ensino e dos ideais modernistas estabelecidos na primeira metade do século. Colomina e Buckley (2010) ressaltam que essa confluência foi crucial para a ascensão dos expoentes de “arquitetura radical” das décadas de sessenta e setenta: grupos como o britânico Archigram, o francês Groupe Utopia, os italianos Archizoom e Superstudio e uma série de outros jovens arquitetos que ampliaram fortemente o espaço de evidência para projetos conceituais em publicações — incluindo desde a autoprodução de uma miríade de panfletos e revistas independentes até a conquista de lugar em periódicos consagrados como a revista italiana *Casabella*¹⁷.

Tais expoentes não tinham a ambição de realizar obras ou promover uma prática projetual de fato, mas antes questionar, discutir e prospectar novas inserções para a arquitetura em meio à crise do modernismo e a uma sociedade de consumo em acelerada expansão. Para isso, buscavam dialogar e intervir diretamente no campo da cultura arquitetônica por meio de textos, imagens e propostas especulativos, radicais ou fabulosos. Produziu-se uma iconografia poderosa e marcadamente verbo-visual, que se alimentava igualmente das referências da disciplina, de citações da cultura *pop*, dos imaginários futuristas da sociedade de consumo, do circuito alternativo de contracultura e da arte conceitual que então proliferava. A popularidade de tais casos não deixava de ser índice do grau de autonomia que a cultura disciplinar da arquitetura atingira em relação à prática profissional estrita; abriu-se espaço ao perfil de expoentes vinculados essencialmente à especulação sobre

¹⁷ O termo foi cunhado pelo crítico italiano Germano Celant em 1972 para se referir à movimentação neovanguardista dos jovens arquitetos e designers italianos de então (COLOMINA e BUCKLEY, 2010, p. 10), e difundido principalmente pela revista *Casabella* em artigos como *Architettura “Radicale”* (1974), de Paola Navone e Bruno Orlandi. O aparecimento desse rótulo e o sucesso em revistas, contudo, assinalaria para os membros de Archizoom e Superstudio a própria obsolescência de sua proposta — que, afinal, tornara-se apropriável e sem poder político de crítica (AURELI, 2008, p.81).

novos *ethos* para a profissão. Desde então, tornou-se comum o uso do termo *paper architect* (“arquiteto de papel”) para o tipo de profissional mais reconhecido por projetos irrealizados do que por obras.

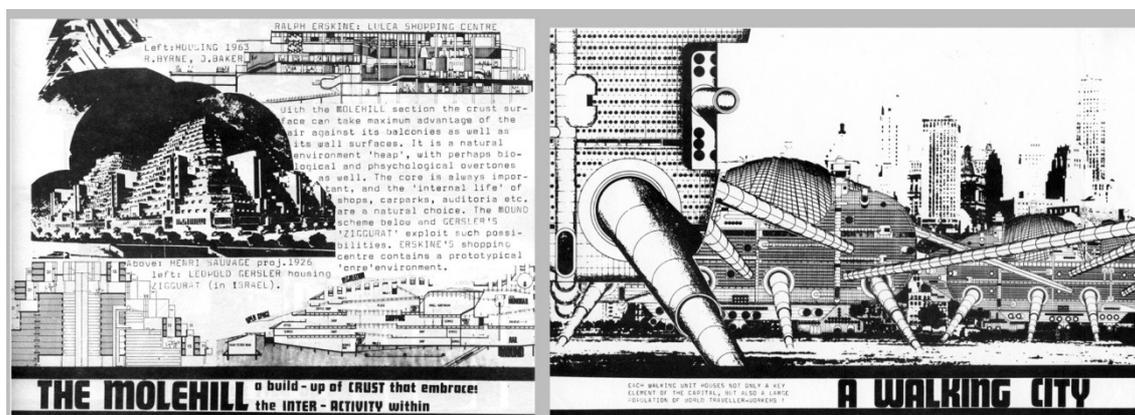


Figura 34. Páginas de Archigram n°5: Metropolis, 1964.

Fonte: <http://www.flickrriver.com/groups/1886074@N20/pool/interesting/>

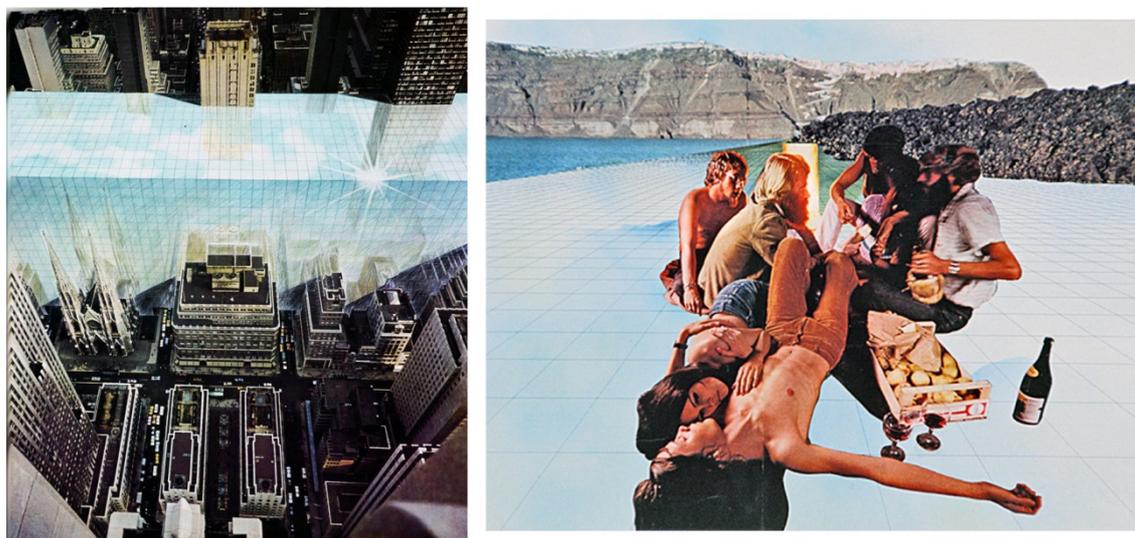


Figura 35. Duas das colagens dos Monumentos Contínuos de Superstudio, 1969.

Fonte: <http://www.pencil.com/gallery1.php?show=5838&p=868412035600>

Essa proliferação da *paper architecture* até os anos oitenta também se relacionou a uma intensa atividade editorial independente por parte de universidades e de institutos independentes como o IAUS (Nova York) e o IAUV (Veneza), a qual inseriu mais fortemente a discussão teórica no “biblioespaço” da arquitetura. Tal intensificação teórica marcou a fase “pós-moderna” da disciplina até os anos oitenta¹⁸: um momento heterogêneo em que, em várias frentes distintas de teoria e

¹⁸ Optou-se por usar o termo “pós-moderno” não no sentido da “condição atual” em que nos encontramos — que é a maneira como F. Jameson e outros autores ainda costumam usar o termo — mas como um momento específico da produção arquitetônica, grosso modo locado entre os meados das décadas de sessenta e oitenta, de confrontação e abandono das convicções de universalidade e progresso e das ortodoxias de abstração e funcionalismo que guiaram o modernismo. Restrito em termos de período, esse uso da noção se aproxima da opção classificatória de K. Nesbitt (2013), no

prática, o autoquestionamento da arquitetura procurava romper com a ortodoxia do movimento moderno e encontrar meios em outras áreas de conhecimento — como a filosofia, a semiótica, a informática ou a biologia — e no repertório passado da própria arquitetura. Kate Nesbitt, contudo, aponta que a maior dedicação à teoria, às áreas adjacentes e a projetos especulativos relacionou-se não apenas ao descontentamento com o modernismo no interior da disciplina, mas também à falta de trabalho resultante do momento de recessão mundial da indústria de construção civil entre os anos setenta e oitenta.

A imensa atividade editorial acadêmica nesse período é um indicador do impacto recente e acessibilidade da editoração eletrônica em mercados não comerciais. Mas também é um reflexo da escassez de trabalho de prancheta [...]. Em períodos de decréscimo de suas atividades profissionais, os arquitetos desviam o seu interesse para a elaboração de textos e projetos teóricos. (NESBITT, 2013, p.26)

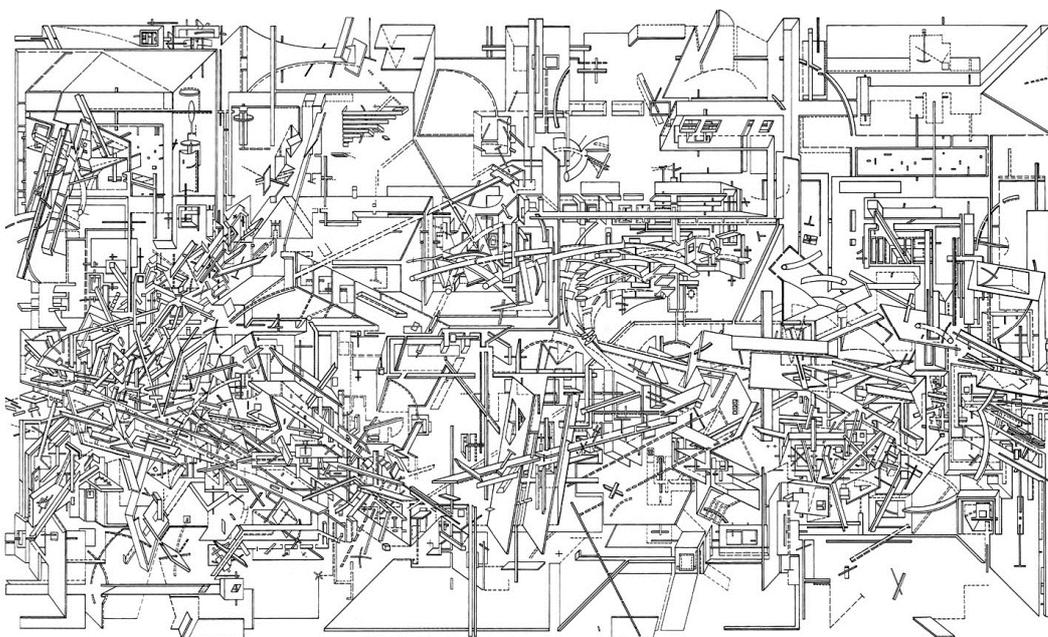


Figura 36. Daniel Libeskind: Composição *Dance Sounds*, da série *Micromegas*, 1979. Fonte: <http://daniel-libeskind.com>

Essa fase mais “endogâmica”, contudo, gerou uma considerável expansão das formas de representação gráfica, com uma proliferação de diagramas processuais, narrativas visuais, perspectivas “expressionistas” ou diáfanas, imagens computadorizadas e outras manifestações. Essa mudança não se limitou à retórica: assinalava novidades conceituais, especialmente a incorporação da dimensão *processual* da concepção e da ocupação da arquitetura. Como coloca J. Puebla Pons (2006, p.7),

sentido de abranger casos tão distintos quanto o “pós-modernismo historicista” de Robert Venturi e Michael Graves e as desconstruções formais do início de carreira de Peter Eisenman e Daniel Libeskind.

o uso inovador de linguagem visual por parte de arquitetos como Peter Eisenman, Bernard Tschumi, Rem Koolhaas e Zaha Hadid correspondeu à busca pela expressão de novas dinâmicas projetuais e novas espacialidades, numa crescente necessidade do projeto de explicar-se e justificar-se em seu próprio processo de vir-a-ser¹⁹. Goldschmidt e Klevistky (2004, p.37) por outro lado, mostram que nos anos setenta mesmo um expoente um pouco mais antigo como James Stirling procurou conferir uma ênfase mais narrativizada e processual nas apresentações de seus projetos.

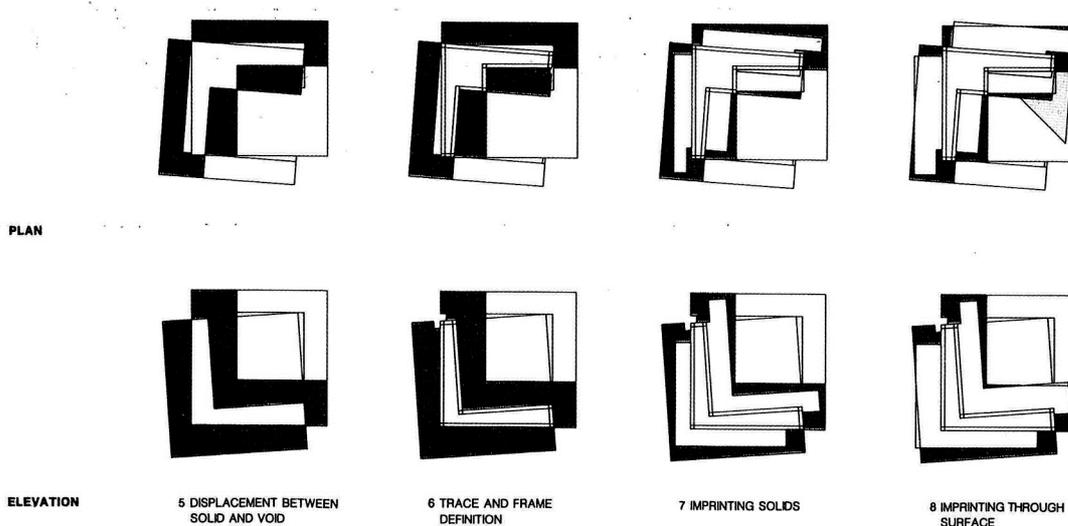


Figura 37. Peter Eisenman: Diagramas em planta e elevação do processo compositivo da Casa Guardiola.
Fonte: <http://www.remixtheschoolhouse.com/>

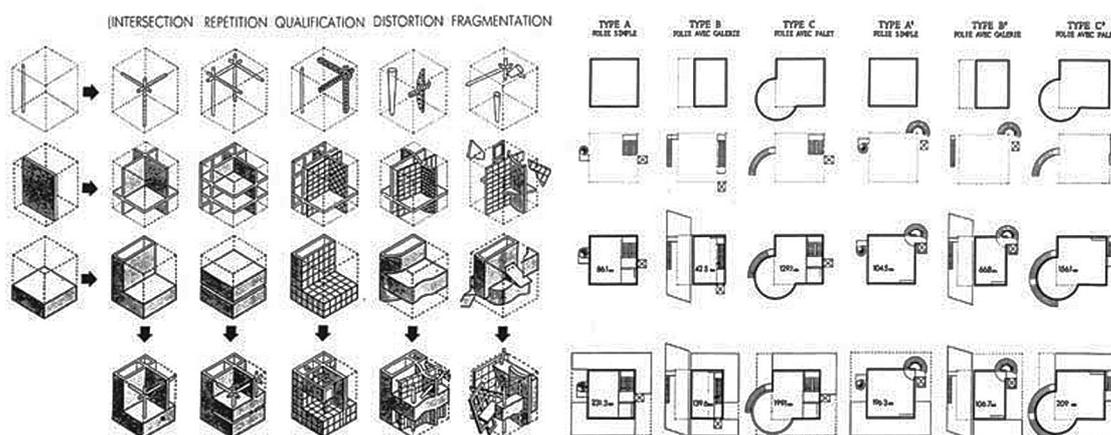


Figura 38. Bernard Tschumi: Diagramas de geração de formas das *Folies* no projeto do Parque La Villette.
Fonte: <http://bynumbruce.com/wp-admin/tschumi-folies>.

¹⁹ Pons abrigou os quatro arquitetos citados sob o rótulo de “neovanguardas arquitetônicas”. O termo visa designar “la tendencia contemporánea más experimental [...] en lo que respecta a la búsqueda de un nuevo tipo de espacialidad así como en su representación”. Prosseguindo, Pons caracteriza da seguinte forma a produção neovanguardista: “se tratará de una arquitectura en la que, aunque en diferente medida según las diversas posiciones de esta corriente, será importante también el proceso de creación en el que la forma explicará cómo se ha desarrollado, lo cual sólo se podrá expresar plenamente a través de la representación. Ésta ha aportado además, frente a la operatividad tradicional, aspectos renovadores que han incidido directamente en la expresión más general del proyecto de nuestra época” (PONS, 2006, p.7).

No que toca particularmente aos livros de arquitetos então produzidos, pode-se destacar, entre outros, *Complexidade e contradição na arquitetura* (1966), de Robert Venturi e Denise Scott Brown, e *Nova York Delirante* (1978), de Rem Koolhaas. Em aparente acordo com o cenário teorizante de então, essas duas publicações não foram monografias, mas sim exposições analíticas que incluíam exemplares da produção arquitetônica dos próprios autores como estudos de caso dos temas discutidos. O livro de Venturi e Brown apresentava projetos efetivos, concretizados em sua maioria; já o de Koolhaas incluía as propostas mais “ficcionalis” e ironicamente utópicas de seu grupo OMA.

De modo geral, o momento “pós-moderno” alargou a parcela propriamente “cultural” da arquitetura — seja pela ênfase por inserção da arquitetura na cultura em sentido amplo (com sua iconografia e memória); seja pela ênfase nas tradições, imagens e questões internas à disciplina; ou seja pelo foco nas mídias da arquitetura e em novas formas de representação. Contudo, o complexo sociocultural e institucional da arquitetura também tende a consagrar aquilo que mais diretamente alimenta e reforça sua situação interna; um número razoável dos expoentes mais célebres na década de oitenta e noventa — Eisenman, Tschumi, Libeskind, Koolhaas, Hadid, Diller & Scofidio — estream no circuito disciplinar com a publicação de textos, imagens e projetos provocativos e especulativos, para só depois conseguirem consagração internacional como praticantes. O sucesso posterior de alguns dos então “arquitetos de papel”, por sua vez, sugere vantagens para aqueles que aplicarem sua energia na construção de um *ethos* — bem como para aqueles com habilidade de dialogar mais diretamente com o mundo cultural arquitetônico e suas mediações.

3.2.4 Globalização, celebridade e “indústria cultural” arquitetônica

A acelerada globalização dos meios de comunicação desde os anos oitenta aprofundou e estendeu aquilo que já foi chamado de “indústria cultural”: a esfera autonomizada, technicalizada e mercadizada da produção e circulação de mensagens, símbolos, comportamentos e experiências segundo o paradigma do consumo e da rentabilidade. Trata-se de um complexo que tende a coadunar sem emendas publicidade, entretenimento, jornalismo e arte — que, abrigado sob o paradigma crescentemente universalizado do *branding*, afetou a relação entre arquitetura e suas mídias de difusão, em parte intensificando características já presentes, em parte trazendo outras à tona.

Ao fim do século XX, uma parcela de arquitetos e da produção arquitetônica passou a receber um nível de atenção midiática inédita em intensidade e alcance

internacional. Embora muito longe da popularidade de celebridades de televisão e cinema, alguns arquitetos chegaram ao *status* de artistas ou estilistas da *haute-couture*, sendo conhecidos e celebrados mundialmente como autores — e, por vezes, como personalidades — entre estudantes, profissionais, estudiosos e mesmo entre parcelas do grande público (especialmente as mais aculturadas). Segundo Pedro Gadanho, esse estabelecimento de um “estrelato” arquitetônico internacional relacionou-se diretamente a um “efeito de expansão sucessiva” da arquitetura para círculos midiáticos mais alargados para além de seu próprio circuito. Tomando como caso a realidade lusitana, o autor comenta como, até os anos oitenta, a aparição de arquitetos na imprensa generalista era em geral circunstancial, limitada a figuras históricas ou projetos de impacto excepcionalmente grande. Nos anos noventa, porém, a arquitetura ascendeu ao nível da moda em parte da imprensa generalista; o tratamento ao assunto dado por revistas como as britânicas *Blueprint* e *Wallpaper* consolidou um “efeito difuso” internacionalizado, no qual a arquitetura passou a ser “alvo de um consumo associado à criação de estilos de vida e identidades” (GADANHO, 2010, p.33).

Assim se iniciou uma confluência entre os interesses do campo midiático e os valores assumidos e legitimados pelo campo restrito da arquitetura, tal como reconhecidos nos seus protagonistas mais consagrados [...] criou-se um círculo virtuoso através do qual a arquitetura se tornou um assunto apetecível e se revelou apta a crescer transversalmente no espectro mediático. [...] a arquitetura ganhou visibilidade em meios relacionados com as tendências de moda e estilo de vida, com o mercado imobiliário, com as culturas criativas urbanas e outros. (GADANHO, 2010, p.39)

Gadanho destaca certas vantagens que a maior atenção pela imprensa generalista proporcionou à profissão, como maior reconhecimento social, maior procura por determinados projetos e maior espaço para a valorização de profissionais menos famosos. Ela, contudo, também influenciou certa reconstrução da cultura arquitetônica à sua própria imagem.

A reprodução mediática vive do reconhecimento dos seus assuntos e grande parte desse reconhecimento advém da identificação dos protagonistas das narrativas e histórias que os *media* veiculam. Tal identificação não significa apenas o saber quem é quem, mas também que tem de existir uma ligação afectiva e psicológica às figuras que protagonizam e conduzem as histórias. [...] O renome e, subsequentemente, a celebridade são os fatores que representam a extrapolação, bem como a reprodução e o consumo, deste factor psicológico fundamental. [...] Como os *media* de massa necessitam de figuras relevantes, identificáveis, notáveis e propensas à criação de celebridade, o campo arquitectónico adaptou-se-lhe com docilidade e recriou-se enquanto sistema de estrelato que é compreensível pela linguagem do consumo mediático mais abrangente. (GADANHO, 2010, pp.148-9)

Muitas críticas têm sido feitas à forma como a midiaticização da arquitetura tem se dado e seus efeitos potencialmente danosos. Na leitura de Pedro Arantes, tal processo integra e alimenta a tendência da atual era “digital-financeira” de impor à produção arquitetônica uma “arriscada fusão com a publicidade e a indústria do entretenimento” (ARANTES, 2010). Nessa perspectiva, tais processos relacionam-se diretamente ao avanço da globalização financeira neoliberal e do correspondente consenso político de desenvolvimento rentista do espaço urbano, que difundiu mundialmente a aplicação de lógicas empresariais e publicitárias na gestão de cidades. Estabeleceu-se uma concorrência regional e internacional pela atração de investimentos, negócios e turismo, com incisivas políticas de *marketing* urbano na qual o poder público e iniciativa privada se coadunam para converter cidades e áreas urbanas em marcas competitivas. Tais estratégias publicitárias, por fim, conferiram proeminência ao investimento em ícones arquitetônicos: projetos espetaculares e únicos (museus, teatros, terminais de transporte, centros de eventos e de compras, entre outros) como vetores de distinção essenciais para a criação de uma imagem de prosperidade, cosmopolitismo e singularidade para cidades e empresas envolvidas.

A produção arquitetônica, obviamente, sempre esteve vinculada às pressões e posições das forças econômicas buscando nela lucro, propaganda ou marcos de poder simbólico. A novidade dos anos noventa estava na intensidade inédita com que a arquitetura passou a ser explorada como potência *geradora de imagens*: um chamariz social, econômico e estético em escala internacional, já de saída elaborado para ser amplificado por uma rede midiática de publicidade e repercussão. Para Arantes, tal arquitetura obteria mais dividendos em sua “circulação” do que com sua produção:

sua produção é comandada pelos ganhos advindos da sua divulgação midiática e da capacidade de atrair riquezas (por meio de investidores, turistas, captação de fundos públicos etc.). Trata-se de uma arquitetura que circula como imagem e, por isso, já nasce como figuração de si mesma [...]. (ARANTES, 2010, p. 02)

Tal tendência foi intensificada e consolidada com o sucesso turístico e crítico de algumas grandes obras. O exemplo paradigmático geralmente citado é o museu Guggenheim da cidade de Bilbao, projetado por Frank O. Gehry e inaugurado em 1997: uma edificação que unia inovação plástica e tecnológica, extrema fotogenia e clara marca de autoria pessoal — um casamento triunfante entre impacto visual, popularidade e aceitação da crítica especializada — e que foi bem-sucedida em colocar sua cidade no mapa do turismo global. Em meio à nova condição de repercussão internacional e de fama que se estabeleceu, o trocadilho *starchitect*

(arquiteto-estrela) começou a ser usado para nomear uma nova estirpe de profissionais.

Eles são os arquitetos-estrela, os super-heróis da nossa profissão e difusores da ideologia da “grande arquitetura” como fato urbano excepcional (ou de exceção). Possuem escritórios cada vez mais geridos como empresas, participam de concursos midiáticos, movimentam o debate cultural, escrevem, induzem campanhas publicitárias e são divulgados mundialmente nas revistas de arquitetura, ocupando o imaginário dos demais profissionais e, sobretudo, dos estudantes, como modelos a seguir. Neles estão resumidas as promessas que a disciplina ainda é capaz de fazer enquanto “faculdade” que estimula a fantasia construtiva das classes dominantes. (ARANTES, 2010, p.1-2)



Figura 39. Arquitetos em evidência recente nas capas de revistas generalistas, respectivamente: Frank Gehry (edição especial da *Time Magazine*), Daniel Libeskind (edição regular da *Time Magazine*) e Zaha Hadid (revista *L'Uomo Vogue*). Fonte: <http://time.com> e <http://www.vogue.it/en/uomo-vogue>.



Figura 40. A enfática capa da *New York Times Magazine* de setembro de 1997 a respeito do Museu Guggenheim de Frank Gehry em Bilbao: “fala-se por aí que milagres ainda ocorrem”. Fonte: <http://quizlet.com/28206188/archhis-week-1-the-architectural-profession-flash-cards/>

Deve-se ter em mente que essa fase contemporânea de mediação está relacionada ao momento marcadamente pluralista e individualizante que se instituiu no panorama de expoentes célebres da arquitetura desde os anos oitenta. A partir do questionamento e especulação intensos dos anos setenta, a concepção e teorização projetual se abriu numa variedade de caminhos — muito graças ao sucesso de profissionais menos interessados em encontrar um denominador universal para a arquitetura do que em seguir uma “inquietação teórica”²⁰ de explorar novas possibilidades nos limites do aceitável ou do concebível na disciplina — como Venturi, Aldo Rossi, Eisenman, Koolhaas ou Tschumi. Nos anos noventa, tal abertura de opções foi ainda potencializada e mesmo direcionada pelo profundo impacto da informatização no potencial de se gerar, representar e viabilizar novas morfologias, propiciando o desenvolvimento de novos processos de projeto e tornando virtualmente possível conceber e erigir qualquer coisa pela qual se quisesse pagar. Tais possibilidades, por fim, conviveram com um ceticismo pós-moderno em relação às messiânicas funções sociais e civilizatórias da arquitetura tão caras ao modernismo da primeira metade do século XX — ceticismo que, não raro, converteu-se em simples despolitização. Na ausência de um projeto comum e diante da demanda mercadológica por arquiteturas crescentemente espetaculares, a personalização plástica ou teórico-discursiva tornou-se o grande investimento dos expoentes mais influentes da profissão; esvaziada de qualquer horizonte utópico coletivo, essa busca se tornou progressivamente indistinguível do estabelecimento de marcas reconhecíveis²¹.

O “efeito Bilbao”, nesse ponto, favoreceu justamente a ascensão de “grifes” arquitetônicas capazes de garantir fatores como: um *renome autoral* que gere expectativa; uma *identidade reconhecível* na forma e/ou no discurso; a *capacidade gerencial* de lidar com grandes empreitadas; e a *capacidade criativa* para propiciar *sinergia* ao empreendimento e/ou garantir o valor de *exclusividade* advindo de uma forma

²⁰ O termo foi usado aqui a partir de Rafael Moneo (2008), que buscou denominar com ele a relação vital e peculiar com a teorização de arquitetura que alguns dos arquitetos mais importantes do fim do século XX desenvolveram — incluindo os citados Rossi, Venturi, Gehry, Eisenman e Koolhaas, entre outros.

²¹ Em seu discurso por ocasião da nomeação para o Prêmio Pritzker, Rem Koolhaas fornece um interessante resumo dessa situação: “O sistema é final. A economia de mercado. Nós trabalhamos numa era pós-ideológica e por falta de apoio nós abandonamos a cidade ou quaisquer outras questões gerais. Os temas que inventamos e sustentamos são nossas mitologias privadas, nossas especializações. Nós não temos discurso sobre organização territorial, nenhum discurso sobre povoamento ou coexistência humana. No máximo nosso trabalho brilhantemente investiga e explora uma série de condições singulares. O fato de que essa aparência de sítio arqueológico é enfatizada acima de sua responsabilidade política mostra que a inocência política é uma importante parte do equipamento do arquiteto contemporâneo” (KOOLHAAS, 29/05/2000 - tradução de Gabriel Kogan e Lucas Girard)

arquitetônica singular — o que Arantes chamou de “renda da forma”²². Como destaca Bayley, solidificou-se aí uma dinâmica promocional de mão-dupla, matriz geradora dos arquitetos-estrela.

Nos negócios, esta é uma era metafísica na qual a volátil mandinga pós-industrial do *branding* promete grandes riquezas advindas do aparato insubstancial da imagem. Os arquitetos mais famosos ajudam seus clientes em suas marcas, e ao fazê-lo, num magistral teatro de sinergia, constroem simultaneamente suas próprias marcas. (BAYLEY, 2005, p. xii)²³

Por outro lado, a emergência de mais encomendas de projeto espetaculares e de mais escritórios de fama e atuação internacionais tem sido concomitante a desenvolvimentos significativos nas formas de representação e apresentação. Para além da capacidade geração e simulação de formas, a informatização também afetou radicalmente a velocidade e os potenciais da criação de *imagens*. A modelagem computadorizada facilitou a múltipla geração de perspectivas, vistas explodidas, diagramas e, principalmente, de *animações* simulando a apreensão dinâmica do espaço ou os processos de geração e transformação das formas. A fotografia digital, por outro lado, facilitou e multiplicou mundialmente o registro da arquitetura; e os programas de edição gráfica (como *Adobe Photoshop*), por sua vez, generalizaram o emprego pesado de recursos de pós-produção de imagem para arquitetos e fotógrafos profissionais²⁴. Tais recursos possibilitaram e disseminaram dinâmicas ainda mais personalizadas e dramáticas para as apresentações da arquitetura.

Paralelamente à intensificação produtiva houve a potencialização técnica da disseminação: antecedendo e acompanhando o já mencionado aumento de presença da arquitetura na mídia generalista, desde os anos oitenta multiplicou-se

²² Partindo da explicação de Naomi Klein (2002) sobre o valor de marca (*brand equity*) como um valor intransferível e, portanto, essencialmente monopolista, Arantes traça uma ponte com o fato das grandes obras arquitetônicas também serem em geral únicas, não comercializáveis. Nessa direção, ele usa a noção de “renda da forma” para explicar como a grande valorização da “assinatura” autoral e a heterogeneidade da arquitetura contemporânea não são apenas resultado de idiosincrasias egóicas de arquitetos, mas são em si um item necessário de capitalização da arquitetura como uma “mercadoria” *única*, não reproduzível. Segundo ele, “os arquitetos da era financeira, ao contrário dos modernos, não procuram soluções universalistas, para serem reproduzidas em grande escala — o que reduziria o potencial de renda monopolista da mercadoria. O objetivo é a produção da exclusividade, da obra única, associada às grifes dos projetistas e se seus patronos” (ARANTES, 2010, p.36).

²³ No original: “[...] in the business, this is an age of metaphysics wherein the shifty post-industrial voodoo of branding promises great riches from the insubstantial stuff of image. The most famous architects help their clients with brands and in so doing, in a masterpiece theatre of synergy, build their own brands the while”.

²⁴ É interessante ressaltar nesse ponto que, como mostra Arantes (2010), os fotógrafos de arquitetura passaram a gastar um tempo desproporcional na pós-produção das imagens, e que tal esforço é atualmente uma necessidade de concorrência no mercado fotográfico.

enormemente a oferta mundial de revistas comerciais coloridas sobre arquitetura²⁵ — tanto as voltadas a especialistas quanto as dedicadas a leigos — anunciando e reverberando projetos de maneira visualmente mais impactante. Sobrepondo-se a esse alargamento, por fim, sobreveio a abertura comercial da *world wide web* em meados anos noventa, que aos poucos reconfigurou a maneira de profissionais, estudantes e leigos acessarem e consumirem informação; o “biblioespaço” de M. Carpo converteu-se definitivamente em “infoespaço”.

Todavia, algumas análises do momento atual da arquitetura — como a de Rob Dettingmeijer (2013), de Steve Parnell (2013) e de Arantes — frisam que tal aumento de oferta de informação e imagem também ocorreu simultaneamente a um processo de perda de força e lugar da crítica de arquitetura nos meios de comunicação da disciplina — as revistas, principalmente. Historicamente reconhecido como lugar privilegiado de debates que influenciaram os caminhos da profissão no século XX, o circuito das publicações periódicas de arquitetura foi de forma geral aderindo a um pluralismo pretensamente democrático; diante da crise financeira de algumas das revistas mais influentes (como *Architectural Design* e *Casabella*), a imprensa especializada foi optando por ser simples espaço de evidência e promoção do existente.

A rarefação do debate leva ao desaparecimento de revistas de tendência e mais provocativa. [...] As revistas tornam-se, sobretudo, vitrines de obras de autores, sem qualquer pretensão de provocar um debate público, e vendem esse espaço para arquitetos, anunciantes e leitores. (ARANTES, 2010, p.228-229)

Grifes arquitetônicas são a exigência dos construtores na economia de mercado globalizada. Revistas não podem mais sustentar campanhas coordenadas de longo prazo fundadas em convicção ideológica, ao invés disso são produtos da indústria cultural arquitetônica a focar-se no significante ao invés do referente, na representação da arquitetura. (PARNELL, 2013, p.80)²⁶

A internet, nesse sentido, também agravou tal situação desde o início do século XXI; se por um lado ela possibilitou um fortuito acesso alternativo a dados e debates, ela por outro lado instabilizou a imprensa tradicional, favorecendo a circulação acrílica de imagens e um primado mercenário e casuístico de “opinião pessoal” que

²⁵ A partir de estudo de Robert Elwall, Arantes nota que, enquanto a arquitetura moderna era debatida e disseminada em preto-e-branco, houve uma interessante confluência entre: a ênfase em novas formas e cores da arquitetura “pós-moderna”; a ascensão da fotografia colorida nas revistas especializadas; e a aproximação da arquitetura ao mundo da moda e da publicidade, que já se valiam comercialmente da foto colorida bem antes da arquitetura (ARANTES, 2010, p.221).

²⁶ No original: “architectural brands are the behest of developers within the globalized market economy. Magazines can no longer support a long-term coordinated campaigns underpinned by ideological conviction, but are instead a product of the architectural culture industry focusing in the signifier rather than the referent, on the representation of architecture”.

tem ocasionado mais recentemente “uma desqualificação da informação veiculada e um gigantesco problema de filtragem qualificada dessa mesma informação” (BARRETO, 2010, p.330)²⁷. Nesse processo, a imagem é privilegiada por fornecer o “gancho” de interesse das obras — o que tende a fortalecer mais ainda a “fotogenia” como critério de reconhecimento da “boa” arquitetura, aumentando o já enorme peso publicitário da fotografia para a disciplina²⁸.

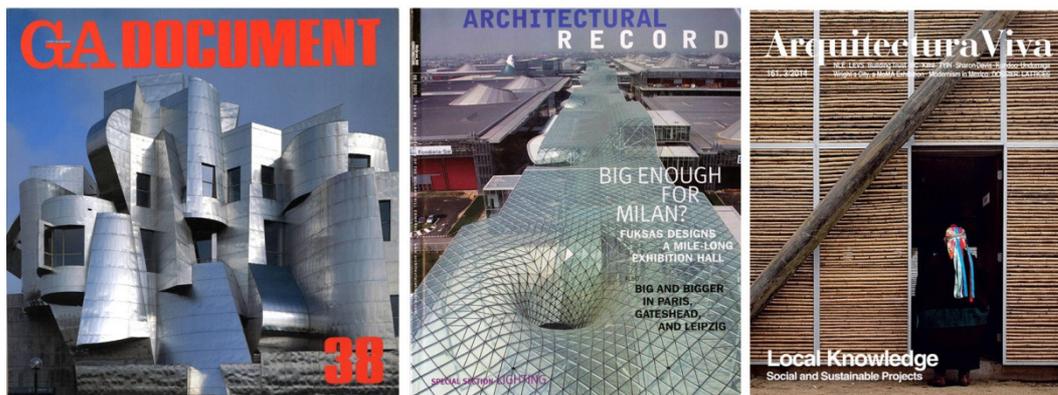


Figura 41. A ênfase fotográfica recente exemplificada em capas das revistas GA - Global Architecture, Architectural Record e Arquitetura Viva. Fonte: archpapers.com, <http://archrecord.construction.com/> e http://www.ga-ada.co.jp/english/ga_document/index.html.

Tendo-se em vista a relação histórica fundamental da disciplina arquitetônica com suas mídias, poder-se-ia argumentar que tal centralidade da imagem estetizada seria menos um problema novo e mais a exacerbção de certos paradoxos inerentes à disciplina. Porém, ao se desprender progressivamente dos filtros disciplinares do ensino, da crítica e da teoria, a avalanche midiática parece sim reforçar a tautologia publicitária descrita por Guy Debord (1997, p. 21) — “o que é bom aparece, e o que aparece é bom”. Dessa maneira, enraíza-se no imaginário de estudantes e profissionais uma expectativa tácita da “boa” arquitetura como aquela capaz de *gerar representações visuais impactantes*: imagens que despertem o desejo de visitá-la pessoalmente, que sejam dignas de figurar em revistas e livros, que tenham valor de entretenimento por si mesmas. Tal condição tem ocasionado entre críticos e

²⁷ Pedro Barreto prossegue num diagnóstico nada alentador sobre o início do século XXI: “as novas gerações de arquitetos-jornalistas veem-se inundadas de dados — sobre projetos, obras, arquitetos, ‘conceitos’, concursos, polémicas, etc. — mas parecem carecer cada vez mais de estruturas teóricas (e historiográficas) capazes de os filtrar, classificar criteriosamente e, sobretudo, operacionalizar [...] As consequências estão à vista: a leitura é muitas vezes acrítica, até apática, e a escrita arquitetônica nunca gozou de um tão grande monopólio e reiteração do lugar comum, da elegia gratuita ou interessada, do orgástico entusiasmo por fenômenos efêmeros, da incapacidade de premiar o mérito e não o ‘hype’ — nunca gozou tanto, enfim, de poder oferecer, impunemente, tanto gato por lebre” (BARRETO, 2010, p.330-331).

²⁸ Arantes afirma mesmo que, no panorama atual da imprensa especializada, o papel do fotógrafo profissional chega a ser mais decisivo que o do crítico na seleção das arquiteturas publicáveis — com a diferença de que, ao contrário do crítico, o fotógrafo de arquitetura está por definição comprometido comercialmente com a construção de uma “boa imagem” daquilo que registra (ARANTES, 210, p.219).

educadores o compreensível receio de uma crescente superficialidade visibilista na recepção e na concepção da arquitetura; a conseqüente obliteração do objeto arquitetônico diante de sua imagem, por sua vez, parece ecoar em outra chave parte dos receios contidos no fictício lamento medievo narrado por Victor Hugo.

Tal panorama contemporâneo marca um novo grau de hipertrofia e autonomização da produção “cultural” da arquitetura, que incluiu tanto a multiplicação de publicações quanto a de exposições e de instituições voltadas especificamente à promoção de cultura arquitetônica (como o *Nederlands Architectuurinstituut* ou *NAi*, fundado na Holanda em 1988). Iniciada quase como um “subproduto da indústria da construção civil”, a dimensão cultural da disciplina cresceu consideravelmente no decorrer do século XX, até estabelecer uma “indústria cultural” própria que entrelaça crítica, notícias e entretenimento (PARNELL, 2013, p.80). Gadanho, por sua vez, sugere que essa parcela especializada da disciplina tende a seguir a lógica dos mecanismos de circulação e consagração do mundo da arte — o que, de certa forma, reforça a pertinência da comparação feita anteriormente com a noção bourdiana de “campo erudito” de produção de cultura.

É a arquitetura um serviço técnico ou uma produção cultural? É as duas coisas? Ou estaria a profissão na verdade cindindo-se para acomodar posições potencialmente contrastantes? [...] E se uma parte da profissão de arquitetura, uma sub-área restrita, está separando-se como esfera autônoma que, embora possa ainda informar e produzir reflexão sobre o mundo da construção, não está mais presa à dimensão da arquitetura como serviço técnico? Isto significaria que uma seção da profissão iria adquirir a independência como uma forma mais pura de produção cultural. E seria assim regido pelas leis espinhosas e incertas da produção de cultura. Intrinsecamente, mais do que formalmente, este mundo estaria então inevitavelmente mais perto do funcionamento do mundo da arte — com suas galerias e museus, suas bienais e eventos, seus colecionadores e mercados, suas mídias e formatos, e seus jogos de poder e circuitos sociais requintados. (GADANHO, 2011)²⁹

Seja em sua porção mais intelectualizada ou na mais “espetacular”, tais círculos de produção cultural tendem à autorreferência, a se voltarem aos mesmos circuitos de conexão e influência. Embora nunca haja um fechamento absoluto, eles tendem a ressaltar produções e discursos com determinadas afinidades estilísticas, intelectuais

²⁹ No original: “Is architecture a technical service or a cultural production? Is it both? Or is the profession actually splitting to accommodate potentially contrasting positions? (...) What if a part of the architectural profession, namely its restricted sub-field, is detaching itself into an autonomous sphere that, although it might still inform and produce reflection on the world of construction, is no longer tied with the dimension of architecture as technical service? This would mean that a section of the profession would acquire independence as a purer form of cultural production. And would thus be ruled by the thorny, uncertain laws of culture making. Intrinsically, more than formally, this world would then be inevitably closer to the functioning of the art world – with its galleries and museums, and its biennales and events, and its collectors and markets, its media and formats, and its power games and exquisite social networks”.

ou pessoais em detrimento de outros, a gerar seus próprios subgrupos de novidades, baluartes e *enfants terribles* em âmbito internacional. Obviamente, só se pode falar desse âmbito internacional em termos genéricos, uma vez que há muitas “culturas arquitetônicas” com pouco terreno comum; mas existe de fato certa “cultura arquitetônica globalizada” reconhecível, formada por um circuito institucional múltiplo que é “mundial” em seu alcance, mas não na abrangência e diversidade. Os caminhos desse circuito desde os *paper architects* até os *stararchitects* marcam o triunfo da abordagem de alguns poucos “núcleos globalizantes” de geração de cultura arquitetônica: revistas como *El Croquis* (Espanha), *Architectural Review* (Inglaterra) ou *GA - Global Architecture* (Japão); eventos como a Bienal de Veneza e as exposições do MoMA de Nova York; editoras como a MIT Press (E.U.A.) e a Gustavo Gili (Espanha); ou escolas reconhecidas como “fábrica de estrelas”, como a *Harvard Graduate School of Design* (E.U.A.) e a *Architectural Association* ou *A.A.* (Inglaterra)³⁰. Como “primeira verdadeira escola global de arquitetura” (COLOMINA, 2012), a pioneira *A.A.* possui destaque histórico particular nesse panorama: desde a década de sessenta, tem sido a instituição que provavelmente investiu mais intensamente em experimentos de concepção projetual e de envolvimento criativo com as múltiplas possibilidades de mediação da produção e do pensamento arquitetônicos.

A existência objetiva desse sistema, por sua vez, incentiva o surgimento de produções que têm nele seu referencial. Cada vez mais obras, projetos e discursos de arquitetura passaram a ser direcionados e defendidos visando qualidades percebidas como propiciadoras de inclusão no modelo midiático. Isso gerou um ciclo de retroalimentação que amplia o próprio sistema e favorece, assim, a emergência de perfis profissionais mais precocemente e estrategicamente envolvidos com a mediação de sua prática — profissionais que, por sua vez, também são consumidores desse mesmo sistema. Nesse processo, forma-se o próprio público dos produtos da “indústria cultural arquitetônica” — cujo perfil Michael Hays já delineava, de maneira preocupada, em 1995:

Uma audiência alimentada com ironia e paradoxo, com alguma reminiscência da fé na resistência engajada, mas que ainda assim pode ser excitada pela rendição extática do objeto arquitetônico às mesmas forças que ameaçam arruiná-lo. (HAYS, 1995, p.45)³¹

Chegamos, aqui, ao contexto mais específico de inserção do tema e dos casos de estudo desta pesquisa. Cabe, assim, questionar mais pormenorizadamente em um

³⁰ Os exemplos citados aqui se embasam na pesquisa feita por Arantes (2010, p.253), que levantou as referências mais recorrentes de arquitetos, publicações, instituições e etc.

³¹ No original: “An audience nurtured on irony and paradox, with some remaining memory of the faith in an engaged resistance, yet who can still be titillated by the ecstatic surrender of the architectural subject to the very forces that threaten its demise”.

tópico separado a atitude recente de escritórios de renome internacional diante desse complexo midiático e, mais especificamente, observar qual tem sido a inserção específica dos *livros* e dos monofestos produzidos pelos próprios escritórios de arquitetura.

3.3

Arquitetos de livros: a produção editorial recente dos estúdios de arquitetura

Como foi visto, a autopromoção não é nenhum traço novo, sendo até certo ponto uma necessidade básica da profissão. Ainda assim, o contexto de globalização, midiaticização e *branding* dos anos noventa aparentemente tem proporcionado um novo estágio na relação entre disciplina, comunicação e prestígio. Deve-se mencionar, por exemplo, que a busca mais ativa e consciente pela construção da imagem do arquiteto como *personagem* ou *marca* tem correspondido, por vezes, a uma maior ênfase narrativa na própria história pessoal dos arquitetos e de suas aventuras e desventuras profissionais. Esse aspecto relaciona-se certamente às mudanças na dinâmica entre as dimensões públicas e privadas da sociedade, influenciadas pela indústria cultural e pelas facilidades comunicativas da “era da informação”. Esse ímpeto narrativo e anedótico, contudo, também deve ser considerado em sua convergência com o crescente emprego da *criação de narrativas* como instrumento de *branding* na cultura empresarial contemporânea — uma tendência apontada por Klein (2002) e exemplificada em diversos livros de gestão de marcas³².

Os próprios arquitetos começaram a nos contar histórias privadas sobre seus esforços em conseguir encomendas, sobre suas experiências patológicas com clientes, sobre cair na rua e mesmo sobre suas massagistas. E nós prestamos mais atenção do que quando tentavam ditar-nos o que seu trabalho significava. A televisão [...] trouxe um novo senso de limites. Programas de entrevista trazem crescentes níveis de intimidade para o olhar público. Poderíamos esperar que a arquitetura permanecesse imune? (COLOMINA, 1999, p.468)³³

Com muitas histórias para contar e muitas tendências a observar, como os artistas visuais, arquitetos ganharam maior competência na produção e uso de imagens de

³² Entre os livros de autoajuda empresarial que incentivam executivos e empresários a se valerem do “poder da narrativa”, pode-se citar *É melhor contar tudo: o poder de sedução das histórias no mundo empresarial*, de Antonio Nuñez Lopez (2007) e *Contar Histórias para Vencer: Conectar, Persuadir e Triunfar com o Poder secreto da história*, de Peter Guber (2011).

³³ No original: “Architects themselves have started to tell us private stories about their desperate attempts to get jobs, about their pathological experiences with clients, about falling in the street, and even about their masseuses. And we pay more attention than when they were trying to dictate to us what their work meant. Television (...) has brought a new sense of limits. Talk shows bring increasing levels of privacy into the public eye. Can we expect architecture to remain immune?”

seus edifícios. Imagens e textos foram crescentemente apresentados como parte da história de vida do arquiteto — eles construíam a imagem do arquiteto mais que o ambiente construído propriamente dito. (DETTINGMEIJER, 2013, P. 52)³⁴

Em meio ao contexto de hipertrofia do circuito cultural da arquitetura e do estrelato arquitetônico, os estúdios mais midiaticamente ativos começaram a exercer influência e controle maiores na aparição pública e na interpretação de suas produções. Grandes escritórios passaram a incluir profissionais de imprensa para gerir sua aparição pública; passaram eles mesmos a fornecer gratuitamente textos, notícias e imagens às revistas (imagens pelas quais estas, por vezes, não teriam como pagar); passaram a redigir *press-releases* que, com frequência, são simplesmente reproduzidos quase sem editoração (MIESSAN, CORMIER e OOSTERMAN, 2013, p.101-2)³⁵. Atualmente, os estúdios gerenciam seus *websites* — que afora os projetos, muitas vezes já incluem notícias, textos e a seleção de aparições na imprensa e publicações em geral; mas, desde os anos noventa, eles também têm produzido cada vez mais seus próprios livros — sobre a arquitetura, o mundo e, principalmente, suas próprias obras.

De fato, de um modo que poderia ser surpreendente à primeira vista, a cena arquitetônica internacional mostra indícios e alegações de produção crescente e mais precoce de livros impressos por parte dos arquitetos. É significativo, por exemplo, a existência do contínuo Seminário *Books and Architecture*, da Yale School of Architecture, dedicado desde 2007 à análise e aprendizado sobre a fatura de livros de arquitetura; também chama atenção um curso *First Monographs: Young Design Firms and the Experience of Publishing* (Nova York, 2010), voltado especificamente à publicação de monografias para “jovens escritórios” (com menos de dez anos de atividade) — o qual se constituiu sob a alegação de existência de uma “pressão crescente” para que tais estúdios gerassem suas monografias (JORDANA, 27/09/2010)³⁶. Vale destacar

³⁴ No original: “with too many stories to tell and too many trends to watch, like visual artists, architects gained a firmer grip on the production and use of images of their buildings. Images and texts were increasingly presented as part of the life-story of the architect — they constructed the image of the architect more than the actual build environment”.

³⁵ Tal fornecimento, por sua vez, também contribui na já mencionada fragilização geral da função da crítica na imprensa. Vale destacar o comentário de A. Oosterman: “I think criticism as we knew was a feedback mechanism after the fact. The product (...) was made intelligible but it was also made cultural by critique. (...) Today we face a very different situation, as also mentioned, where offices are the producers of our understanding of what they produce, but they’re also producers of the story even before it’s created. They advertise that they have just won or placed in a competition, or they’ve been invited to participate in one. So the story is already written before it actually starts. And all that material creates our understanding of what architecture is about” (MIESSAN, CORMIER e OOSTERMAN, 2013, p.101-2).

³⁶ O ciclo foi uma iniciativa do AIA's Marketing and PR Committee e do Oculus Committee. A notícia no *website* Archdaily aparentemente reproduz o *press-release* do evento: “In spite of the rise of social and electronic media, architects are under increasing pressure to establish themselves through the publication of monographs. This panel discussion will present the perspectives of four “young”

ainda um caso como *3D>2D - Adventures in and out of Architecture*: um livro exclusivamente sobre a arte de se representar arquitetura em livros, no qual o estúdio The Designers Republic usa a obra de um escritório de arquitetura como material para exibir sua própria habilidade gráfica. Neste caso, não são arquitetos se valendo de designers gráficos para valorizar sua obra, mas uma firma de design usando a arquitetura alheia para apresentar e promover sua *expertise* diante de um contexto comercial de aparente busca acelerada dos arquitetos por produzir livros sobre suas obras.

Considerando a conjuntura de rapidez e conexão das mídias atuais, é preciso perguntar qual o papel de um suporte a princípio “lento”, como o livro; seu local duradouro na economia de construção de imagens dos arquitetos é sintetizado de forma simples por Charles Jencks:

A arquitetura fica parada em um lugar, enquanto seu significado viaja entre as capas de livros. Revistas podem espalhar a palavra mais rapidamente, mas ela é confirmada pelo livro. A mídia cuja obsolescência foi predita por McLuhanitas também marca a mensagem eletrônica, dá-lhe autoridade e permanência. Em uma economia onde a imagem e a grife dominam a memória de curto prazo, o livro tem um lugar especial. Ele *dura*, como um monumento. Ele permanece e se torna o marco para a memória de longo prazo — ou seja, para o pensamento ponderado. (JENCKS, 2002, p.176)³⁷

Embora não exclusivamente, de maneira geral o favorecimento da midiatização estratégica e da produção de publicações tem sido especialmente identificado com a emergência de uma nova atitude profissional. Como nota Michael Speaks (em tom apologético) e Arie Graafland (em tom crítico), ao final dos anos noventa surgiu um perfil de escritório que se assemelhava mais a “empresas de consultoria”, enfatizando a combinação entre tecnologia computadorizada, “inteligência de projeto” e uma “abordagem sofisticada de marketing, relações públicas e demais aspectos do negócio arquitetônico” (GRAAFLAND, 2013, p.303)³⁸. Alguns escritórios também passaram a investir em “pesquisa e desenvolvimento” (R&D) e em parcerias com universidades e instituições de cultura, mantendo contato direto com estudantes e tirando proveito

firms (those in business for about 10 years) and will explore the importance – and potential pitfalls – of publishing a monograph for a young firm. Why publish? When is the correct time to publish? How much work does a firm need to justify a monograph? What are the benefits?” (JORDANA, 27/09/2010).

³⁷ No original: “Architecture stays in one place, while its meaning travels between the covers of books. Magazines may spread the word faster, but it is confirmed by the book. The medium that McLuhanites predicted for obsolescence also stamps in the electronic message, gives it authority and permanence. In an economy where the image and the brand dominate short-term memory, the book has a special place. It *lasts*, like a monument. It endures and becomes the marker for long-term memory — that is, considerate thought.”

³⁸ O crítico se refere aqui à análise que M. Speaks faz da prática do escritório norte-americano SHOP, que seria extensível a outros expoentes.

das redes de conexões que tais entidades fornecem. Graafland sugere, contudo, que as redefinições de perfil profissional também denotariam menos uma “inovação econômica e administrativa” do que, na verdade, uma “inovação estética” associada à criação da imagem dos escritórios (2013, p.307). Nesse contexto, o crescente e precoce investimento em livros da parte de arquitetos também participa de um processo de estetização autorreferente de sua própria disciplina, numa busca por legitimação e prestígio intelectual.

Os tratados não são mais uma opção, mas uma necessidade do arquiteto. Para os escritórios será difícil, quando não impossível, recuar dessa estetização. As condições nas quais eles trabalham os colocam numa espécie de fluxo simbólico de sistemas de eficiência moldados esteticamente e de criação de capital cultural, intrínsecos à profissão hoje. Enquanto os direitos de propriedade intelectual são a forma mais importante de capital na indústria cultural, na arquitetura o que se vende não é a propriedade intelectual, já que se trata de uma operação singular, e sim o “produto”, o projeto arquitetônico, e especialmente o “nome” que o escritório ou o arquiteto conseguiram fazer através das publicações. (GRAAFLAND, 2013, p.307).

3.3.1 Publicações, pesquisa e auto-propaganda

O exame de livrarias ou dos catálogos de editoras mais dedicadas à arquitetura revela um panorama prolífico e variado de livros escritos e produzidos por grandes escritórios internacionais desde o início dos anos noventa. Vários expoentes do estrelato arquitetônico, como Norman Foster, Thom Mayne e Steven Holl escrevem e produzem catálogos de suas obras com certa regularidade, bem como vários livros dedicados a projetos individuais de grande repercussão, além de colaborarem com pesquisadores e instituições na geração de estudos sobre suas obras. Dependendo do sucesso, isso pode formar um movimento circular: mais publicações ajudam a conseguir mais fama, e quanto maior a fama, mais editoras se dispõem a publicar livros escritos por eles e sobre eles.

Por outro lado, há também uma notável oferta de livros de teoria e ensaios, nos quais se destacam expoentes como Peter Eisenman (*Eisenman Inside Out: Selected Writings 1963-1988*, 2004.), Bernard Tschumi (*Architecture and Disjunction*, 1996), Greg Lynn (*Folds, Bodies & Blobs: Collected Essays*, 1998) e outros arquitetos que, em geral envolvidos em ensino, estabelecem uma produção editorial paralela à prática projetual. No que toca aos livros que não se dedicam a exibições dos próprios projetos, contudo, a novidade mais marcante ocorrida a partir do fim dos anos noventa foi o crescente envolvimento dos escritórios na produção de livros de *pesquisas* sobre território urbano, economia, cultura, sustentabilidade ou outras questões ligadas à arquitetura e urbanismo; pesquisas que, como apontado por

autores como A. Graafland (2003) e C. Boyle (2005 e 2006) e outros, são valorizadas por um uso engenhoso de infografia, de encadeamentos narrativos e do design de suas publicações.



Figura 42. Exemplos de monografias auto-organizadas, respectivamente: *Anchoring* e *Intertwining*, de Steven Holl; *Morphosis* (em colaboração com Val Warke) e *Fresh Morphosis 1998-2004*, ambos de Thom Mayne; e duas edições dos *Catálogos* de Foster + Partners (2001 e 2008), periodicamente ampliados e atualizados. Fonte: montagem feita a partir de imagens de Amazon.com



Figura 43. Livros de apresentação de edificações individuais, respectivamente: *Kiasma*, de Steven Holl; *MVRDV at VPRO*, de MVRDV; *Blur: the making of nothing*, de Elizabeth Diller e Richard Scofidino; e *Rebuilding the Reichstag*, de Norman Foster. Fonte: montagem feita a partir de imagens de Amazon.com

Rem Koolhaas e seu escritório OMA são em geral lembrados como os pioneiros mais influentes dessa produção, devido às massivas publicações como *Mutations* (2001), *The Great Leap Forward* (2002) e *The Harvard Design School Guide to Shopping* (2002), geradas em sua colaboração com o *Project on the City* — o programa

de estudos coordenado por Koolhaas junto à Harvard Graduate School of Design. É notável como, desde então, mais escritórios — em especial os fundados por arquitetos antes ligados a OMA — têm seguido caminho semelhante. MVRDV, em especial, destacou-se nesse aspecto, com livros como *Metacity Datatown* (1999), *Costa Iberica* (2005) e *Five Minutes City* (2007); mas têm aparecido expoentes ainda mais jovens adotando essa senda, como o mexicano FR-EE (Fernando Romeiro EnterprisE, fundado em 2000), com *Hyperborder: the Contemporary U.S./Mexico Border and Its Future* (2007) e o americano WORKac (de 2004), com seu *49 cities* (2010).

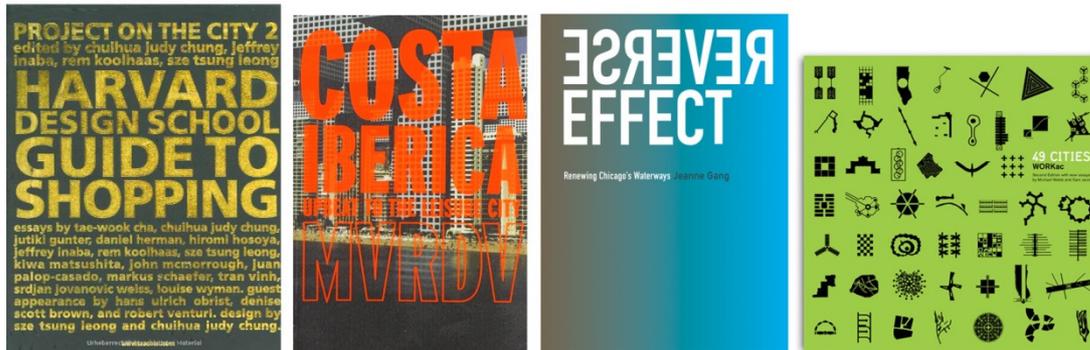


Figura 44. Exemplos de livros de pesquisas realizadas ou coordenadas por escritórios de arquitetura, respectivamente: *The Harvard Design School Guide to Shopping* (2002), com Rem Koolhaas; *Costa Iberica*, de MVRDV (2005); *Reverse Effect*, de Studio Gang (2011); e *49 Cities*, de WORKac (2009). Fonte: montagem feita a partir de imagens retiradas de <http://archis.org/>; <http://www.mvrdiv.nl/>; <http://studiogang.net/>; e <http://work.ac/>.

Essa tendência permanece em curso até o presente momento, ampliando e afirmando outros campos de trabalho para os escritórios e assinalando que a produção e processamento de informações tornou-se parte importante da atuação dos arquitetos. Tal quadro, por sua vez, estaria em acordo com a mencionada dialética entre ficção e realidade no discurso arquitetônico: a construção de uma leitura e um discurso sobre a realidade são fatores poderosos de embasamento e legitimação de práticas projetuais.

O maior investimento em publicações de teoria e pesquisa, contudo, foi precedido e acompanhado pela emergência crescente de outra espécie mais híbrida de publicação em meados dos anos noventa: os “monofestos”. Em geral aspirando e declarando-se como *mais do que uma monografia* — mas sem exatamente deixar de sê-la — procuraram justamente incorporar outras produções teóricas, analíticas ou literárias de seus autores junto aos projetos, num esforço de circunscrever um espaço cultural ou prático para a arquitetura — ou para a produção particular dos escritórios — em meio à realidade contemporânea. Tomando como exemplo três livros dessa categoria publicados nos anos noventa — *S,M,L,XL* de Koolhaas, *FARMAX* de MVRDV, e *Move* do UNStudio — C. Boyer descreve esse conjunto assim:

Estes não são os livros-portfolio de papel brilhante que arquitetos normalmente produzem. São livros de artista que definem um enorme espaço conceitual, engendrando uma performance entre texto e imagem, e jogando com a palavra “in-formação”. (...) Oferecendo uma apresentação visual estratificada do pensamento arquitetônico, formações conceituais e mapas organizacionais, esses livros indicam que arquitetos tornaram-se novos coletores de informação, analistas diagramáticos e cartógrafos, além de estarem mais atentos para modelos matemáticos e superfícies topológicas. (BOYER, 2005, p.156-157)³⁹

Em certo sentido, tais publicações guardam parentesco histórico com os já citados casos de Palladio, Ledoux e mesmo Corbusier no tocante ao entremear de projetos realizados e não-realizados a uma discussão sobre a disciplina da arquitetura. Por outro lado, guardam parentesco com os manifestos do século XX por preconizarem proposições para um futuro imediato, dedicarem-se a um “daqui para frente” ancorados em considerações mais amplas sobre cultura, cidade, economia e tecnologia contemporâneas. De fato, de forma geral tem sido comum nesses livros uma hibridação deliberada entre aspecto de “catálogo”, “tratado” e “manifesto” (e mesmo outras eventuais categorias literárias). Tal ambiguidade tende a ser exacerbada com títulos provocativos ou misteriosos, ou capas que não permitem se intuir que se trate de um livro de arquitetura, ou com a sobreposição de diferentes categorias de discurso e obra (projetos, pesquisas, ensaios, narrativas escritas ou gráficas, etc). Junto a essa heterogeneidade — e, por vezes, realizando sua costura — vem o design gráfico mais expressivo, condizente com o momento contemporâneo de “hipermídiação” e maior ênfase no livro como artefato físico e objeto de design (como visto no capítulo anterior). Boyer destaca a maneira como a fisicalidade do livro foi explorada em algumas dessas publicações:

Esses livros mimetizam o efeito de uma experiência multidirecional. O processo unidimensional de ler linhas torna-se o exame bidimensional da superfície das imagens, e uma exploração tridimensional das camadas de material. Essas dimensões estabelecem um processo temporal complexo: o tempo de desdobramento de um ponto a outro em uma linha, o tempo de varredura pela superfície total e o tempo de movimentação livre e interativa em profundidade. (BOYER, p. 2006, pp. 108-111)⁴⁰

³⁹ No original: "these are not glossy portfolio books of the kind architects normally produce. Instead they are artist's books that define a huge conceptual space, engendering a performance between text and image, and playing on the word "in-formation". (...) Offering a layered visual presentation of architectural thinking, conceptual formations and organizational maps, these books indicate that architects have become new gatherers of information, diagrammatic analyzers and cartographers, in addition to being most attentive to mathematical models and topological surfaces”.

⁴⁰ No original: “These books mimic the effect of that multi-directional experience. The one-dimensional process of reading lines, turns into a two-dimensional examination of the surface of images, and a three-dimensional exploration of layers of material. These dimensions establish a complex temporal process: the time of unfolding from point to point on a line, the time of scanning the overall surface and the time of moving freely and interactively in depth”.

3.3.2

Panorama geral: vinte anos de monofestos (1993-2012)

O capítulo anterior comentou o levantamento geral feito nesta pesquisa, no qual foram incluídos 53 monografias de arquitetura. A partir dessa primeira amostragem ampla, cabe agora compor um panorama visual a respeito da emergência dos monofestos, de seu uso por parte de escritórios de atuação internacional e do perfil geral de publicação desses escritórios. Para a viabilização deste, contudo, foi necessário tanto coletar mais informações quanto também reduzir o recorte.

Sem a pretensão de constituir um quadro “completo” das publicações com tal perfil, mas apenas uma amostra minimamente significativa e manejável do panorama bibliográfico recente, optou-se pelo limite de 24 expoentes de atuação internacional e suas respectivas produções de livros no período de vinte anos entre 1993 e 2012. Estes grupos, por sua vez, foram selecionados em uma divisão geracional tripartite:

- Em primeiro lugar, oito escritórios formados antes dos anos oitenta — Foster & Partners, Peter Eisenman, Steven Holl, Eric Owen Moss, Morphosis (todos dos E.U.A.)— e/ou com participação ativa no momento da *paper architecture* dos anos 70 e 80 — como Diller e Scofidio (E.U.A.), Tschumi (França) e Koolhaas/OMA (Holanda);
- Em segundo, oito exemplos da geração de escritórios que iniciaram sua atuação entre meados dos anos oitenta e o início dos anos noventa: Nigel Coates (Inglaterra), Greg Lynn (E.U.A.), Asymptote (E.U.A.), UNStudio (Holanda), NOX (Holanda), MVRDV (Holanda), Soriano y Asociados (Espanha), e Architecture Project (Malta e outros);
- Em terceiro, oito grupos formados a partir da segunda metade dos anos noventa —SHoP (E.U.A), Studio Gang (E.U.A), MAD Architects (China), Bjarke Ingels Group ou BIG (Dinamarca), JDS Architects (Bélgica), Sou Fujimoto (Japão), Eike Becker Architekten (Alemanha) e P-A-T-T-E-R-N-S (E.U.A.) — e, portanto, já teriam iniciado suas carreiras numa situação em que os monofestos se tornaram mais comuns e influentes.

A partir desse recorte foram compostos os gráficos a seguir.

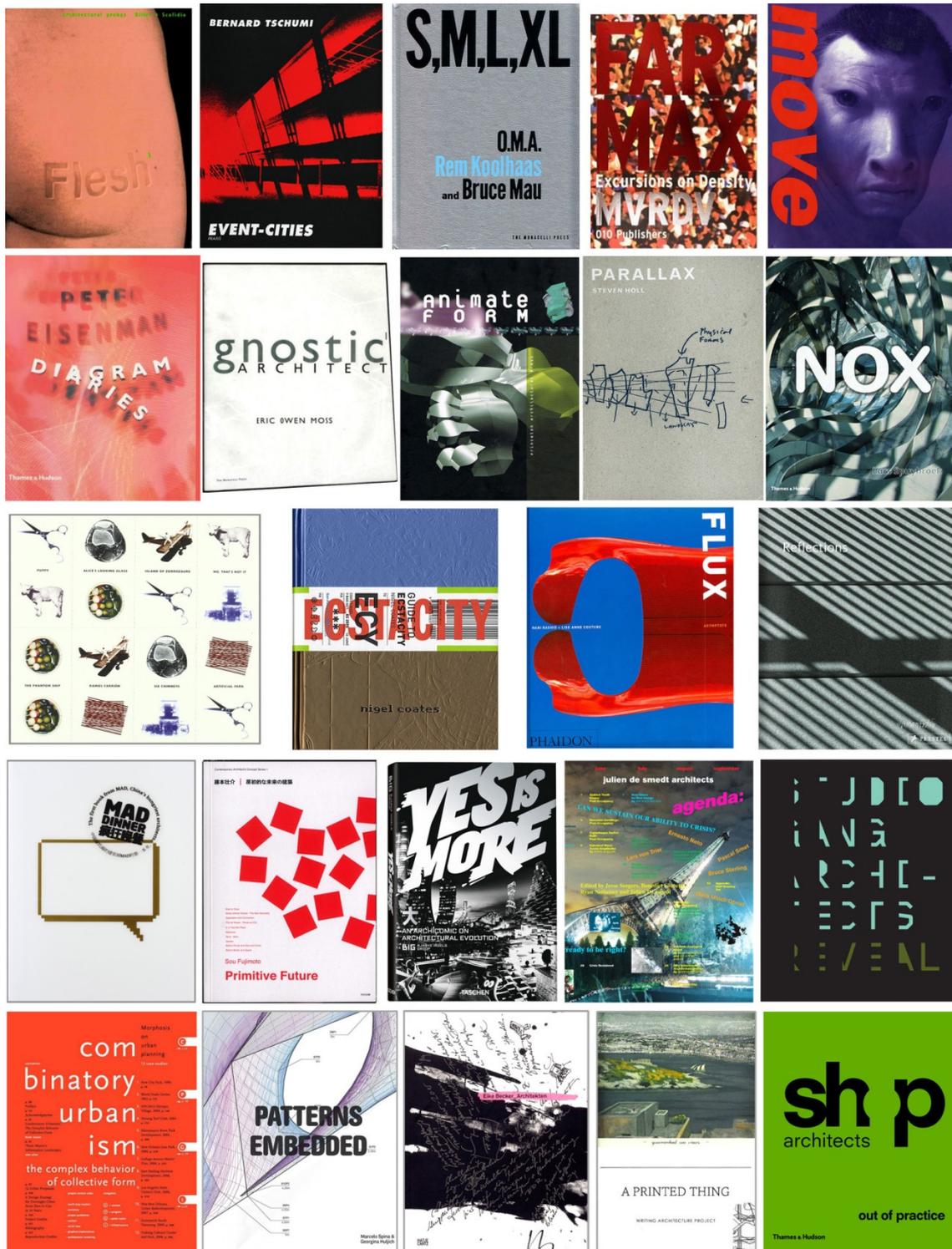


Figura 45. Capas de 24 dos monofestos catalogados (um para cada expoente). Fonte: montagem feita a partir de imagens encontradas em <http://www.Amazon.com> e <http://www.Actar.com>.

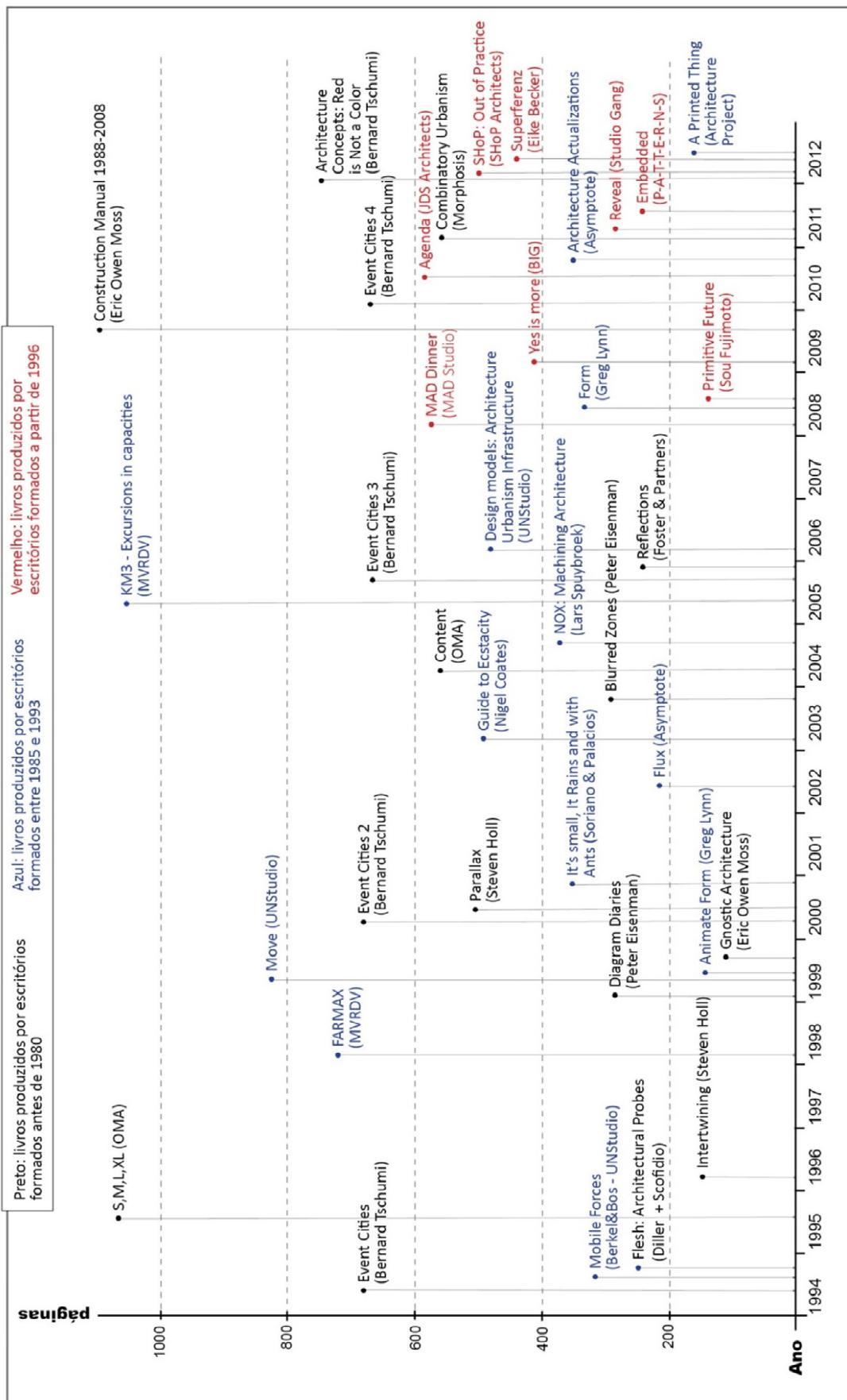


Gráfico 1. Monofestos produzidos pelos escritórios pesquisados, posicionados em relação a sua data de lançamento e seu volume.

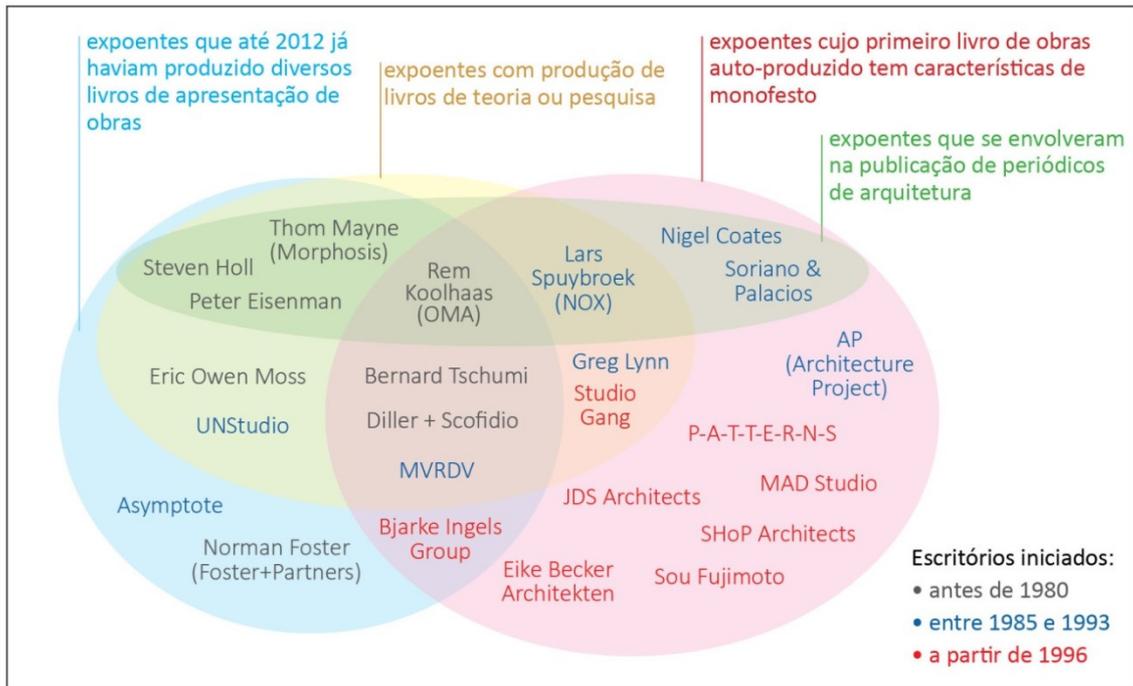


Figura 46. Perfil geral de produção bibliográfica dos escritórios produtores de monofestos.

O levantamento e os gráficos evidenciaram alguns aspectos de interesse. Em primeiro lugar, pelo menos metade dos expoentes recortados envolveram-se na produção de livros de teoria ou pesquisa, e metade também possui outras monografias de suas obras. Contudo, a maior parte dos escritórios incluídos teve num monofesto sua primeira compilação auto-organizada de obras. Isso é especialmente válido para os grupos mais recentes — e, nesse aspecto, UNStudio, MVRDV, MAD, BIG e JDS se destacam particularmente por terem produzido seus primeiros monofestos ainda nos cinco anos iniciais de existência de suas firmas. Dados como esses apoiam a percepção de que a publicação desses livros se firmou como uma aposta prospectiva, de lançamento: como Colomina colocou a respeito dos manifestos modernos, tais livros não apenas dão visibilidade, mas também *criam* aquilo que estão difundindo — no caso, os próprios escritórios.

O volume dos livros foi um aspecto destacado no segundo gráfico pelo fato de ser recorrentemente citado na bibliografia desta pesquisa — especificamente, a novidade de volumes massivos, com mais de quinhentas páginas. Obviamente, a configuração e volume dos livros sempre estará ligada à especificidade de cada caso, cuja especificação não foi contemplada neste panorama; ainda assim, é interessante notar que escritórios mais antigos que já possuíam outros compêndios de projetos — e, portanto, com menos pressão de exibir a própria obra — tenderam a lançar monofestos menores (como Eisenman e Foster) ou mais tardiamente (como Morphosis); em contraste, alguns escritórios que tiveram nos monofestos sua primeira autoapresentação "biblio-gráfica" procuraram exibir mais ou mesmo "inflar"

suas publicações como modo de aparentarem ter uma produção mais extensa (ou relevante).

Deve-se destacar também que em variados casos os monofestos estiveram inseridos no bojo de esforços mais amplos de promoção. *Event Cities* foi uma versão estendida da publicação que acompanhava a exposição de Tschumi na Universidade de Columbia em 1993, e foi parte de um conjunto de livros do autor publicados em sequência; *Content* foi feito por ocasião da exposição de OMA na Neue Nationalgalerie em Berlin (2003); *Yes is More*, por sua vez, foi tanto um livro quanto uma exposição de BIG no Real Centro Dinamarquês de Arquitetura em 2009.

Outro dado a se destacar é que duas fontes de influência antes mencionadas na bibliografia desta pesquisa de fato aparecem na amostra. Uma é a *Architectural Association*, na qual cinco dos produtores de monofestos estudaram — Holl, Tschumi, Koolhaas, Coates e van Berkel (UNStudio); e outra é o próprio OMA, no qual trabalharam fundadores de outros cinco estúdios (MVRDV, Studio Gang, MAD, BIG e JDS), incluindo aqueles com investimento mais precoce em publicações dentre todos os incluídos no levantamento. Bernard Tschumi destaca-se no panorama como o mais prolífico produtor de monofestos, com cinco livros; é seguido por UNStudio, com três, e por alguns outros expoentes com dois.

A despeito disso, a influência de Koolhaas e OMA continua sendo a mais reconhecida no campo das publicações. Seu volumoso *S,M,L,XL* (1995) é o caso mais citado na bibliografia desta pesquisa como um “pioneiro” ou como um caso mais influente entre a onda de monofestos dos anos noventa. Contudo, como o levantamento mostra, ele não foi o primeiro caso coerente com a descrição aqui proposta para esse tipo de publicação. Mesmo no limitado recorte de grupo adotado aqui, pode-se ver que Diller+Scofidio haviam lançado em 1994 seu *Flesh: architectural probes*, exibindo e discutindo sua produção artístico-arquitetônica; Ben van Berkel e Caroline Bos, que também trabalhavam num campo misto (respectivamente, um arquiteto e uma crítica cultural) haviam lançado no mesmo ano seu *Mobile Forces*; e Bernard Tschumi lançava também nesse ano seu extenso *Event Cities* (publicado em versão francesa menor em 1993). Todos esses exemplos possuíam a sobreposição de teoria e práxis, e o visível uso do aspecto gráfico como ferramenta expressiva de ambas. Ainda assim, a atenção crítica dispensada a *S,M,L,XL* até hoje e os dados da pesquisa de Michael Kubo⁴¹ indicam que nem esses livros anteriores nem outros posteriores tiveram o impacto e influência do monofesto de OMA.

⁴¹ O levantamento foi exibido na exposição *Publishing Practices*, organizada em 2009 por Kubo, então doutorando em arquitetura e urbanismo no MIT e diretor da filial nova-iorquina da editora Actar. Catalogando os “10 livros mais importantes” entre as respostas enviadas por 150 profissionais e acadêmicos dos E.U.A., a pesquisa destacou *S,M,L,XL* como o livro mais citado, com enorme

Essa preponderância certamente deveu muito à potência retórica e teórica do texto de Rem Koolhaas e sua combinação de estilos discursivos, mas também é inseparável de sua novidade plástica. De um ponto de vista estritamente formal (isto é, sem considerar o impacto propriamente teórico do livro) o monofesto de OMA se destaca no panorama aqui montado pela maior radicalidade na variedade de estratégias de apresentação, no hibridismo iconográfico, na tônica irônica e polemista e em sua ênfase no *livro como um projeto* em si — ênfase explicitada já no ato inédito (entre as monografias de arquitetura, ao menos) de creditar o designer como coautor.

Independente de qual tenha sido a influência efetiva de *S,M,L,XL* na transformação do panorama editorial dos livros de arquitetos, o fato é que ao final dos anos noventa o “biblioespço” da arquitetura contava com um número crescente de livros com algumas características semelhantes em forma, organização e gênero discursivo. Na produção bibliográfica de alguns dos expoentes levantados, pode-se notar diferenças de trejeitos de design entre livros anteriores e posteriores a *S,M,L,XL: Diagram Diaries* de Eisenman e *Parallax* de Steven Holl, ambos de 1999, são visivelmente mais extensos, mais graficamente expressivos e iconograficamente variados que as monografias auto-organizadas que os antecederam — respectivamente, *Re-working Eisenman* (1993) e *Anchoring* (1989) e *Intertwining* (1996). Relação semelhante pode ser vista nas duas monografias de UNStudio: *Mobile Forces* (1994) possui um claro cuidado expressivo em seu tratamento gráfico, mas *Move* (1999) é muito mais extenso, mais enfático em seu design, mais híbrido em sua iconografia e mais assertivo e polemizador em sua retórica.

Também é significativo que algumas das características popularizadas por *S,M,L,XL* sejam até hoje enfatizadas na propaganda editorial de outros monofestos. A contracapa descreve o livro como uma combinação de “ensaios, manifestos, diários, contos de fadas, relatos de viagem, um ciclo de meditações sobre a cidade contemporânea”, descrição ecoada por todas as descrições de livreria e resenhas subsequentes do livro encontrados nesta pesquisa; é interessante traçar um paralelo comparativo entre esse perfil e alguns exemplos de descrições de monofestos levantados nos *websites* de lojas, editoras e dos próprios escritórios:

- *FARMAX* (MVRDV, 1998): “uma narrativa arquitetônica composta por estudos e projetos” (website da Amazon)⁴²;
- *Parallax* (Steven Holl, 1999): “seu maior e mais ambicioso livro até então sobre seu trabalho, parte tratado, parte manifesto e parte, como Holl escreve, ‘notas lineares’ de quinze projetos recentes, alguns nunca antes publicados. [...]”

vantagem sobre quaisquer outros mencionados no levantamento. Curiosamente, o segundo ficou com *Delirious New York*, outro livro de Rem Koolhaas (WESSELER, 10 Out 2009).

⁴² No original: “an architectural narrative composed of studies and designs”.

Parallax é projetado por Michael Rock, da premiada agência de design 2x4” (website da Princeton Architectural Press)⁴³;

- *Soriano & Palacios: Es pequeño, llueve dentro y hay hormigas*. (Federico Soriano, 2000): “meio-caminho entre palestra de arquitetura, história em quadrinhos e *storyboard*” (website da editora Actar, versão em inglês)⁴⁴;
- *Guide to Ecstacy* (Nigel Coates, 2003): “monografia, manifesto, registro de viagem, história, autobiografia [...] um palimpsesto do real e do hipotético” (website da Amazon)⁴⁵;
- *Mobile Forces* (UNStudio, 1994): embora seja anterior a *S,M,L,XL*, só mais recentemente passou a ser anunciado como “menos uma monografia tradicional do que uma profunda afirmação teórica”, no qual “os autores escolheram empregar o próprio formato do livro para elucidar sua abordagem arquitetônica” (website de UNStudio)⁴⁶.
- *Yes is More* (BIG, 2009): “menos uma monografia do que um manifesto de cultura popular” (website da Amazon)⁴⁷.
- *Combinatory Urbanism: Morphosis* (Morphosis, 2011): “representa um distanciamento em relação às publicações anteriores de Morphosis. É tanto um manifesto sobre urbanismo quanto uma apresentação minuciosa dos projetos urbanos de Morphosis” (website da Amazon)⁴⁸.
- *A Printed Thing* (Architecture Project, 2012): “uma monografia ambiciosa que não corresponde a nenhuma categoria literária, englobando e sintetizando o velho e o novo da cultura maltesa” (website da revista Domus)⁴⁹.

Esse pequeno conjunto traz indícios do quanto a ênfase declarada na hibridação de categorias de discurso se tornou uma referência editorial particularmente popular; mas também destacam a recorrência à ideia de “manifesto” e ao uso da linguagem visual como expedientes na busca por se oferecer “mais” que um simples catálogo de obras.

⁴³ No original: “his biggest and most ambitious book yet on his work-part treatise, part manifesto, and part, as Holl writes, “liner notes” to fifteen recent projects, some never before published.” “Parallax is designed by Michael Rock of the award-winning design firm 2x4”.

⁴⁴ No original: “mid-way between architectural lecture, comic or storyboard”.

⁴⁵ No original: “monograph, manifesto, travelogue, history, autobiography (...) a palimpsest of the real and the hypothetical”.

⁴⁶ No original: “the book is less a conventional architectural monograph, than a profoundly theoretical statement”; “the authors have chosen to employ the very format of the book to elucidate their architectural approach”.

⁴⁷ No original: “less a monograph than a manifesto of popular culture”.

⁴⁸ No original: “represents a departure from previous Morphosis publications. Both a manifesto on urbanism and a comprehensive presentation of Morphosis urban design projects”.

⁴⁹ No original: “an ambitious monograph that does not correspond to any literature category, encompassing the old and new of Maltese culture in a nutshell” (MISFUD, 26/04/2013)

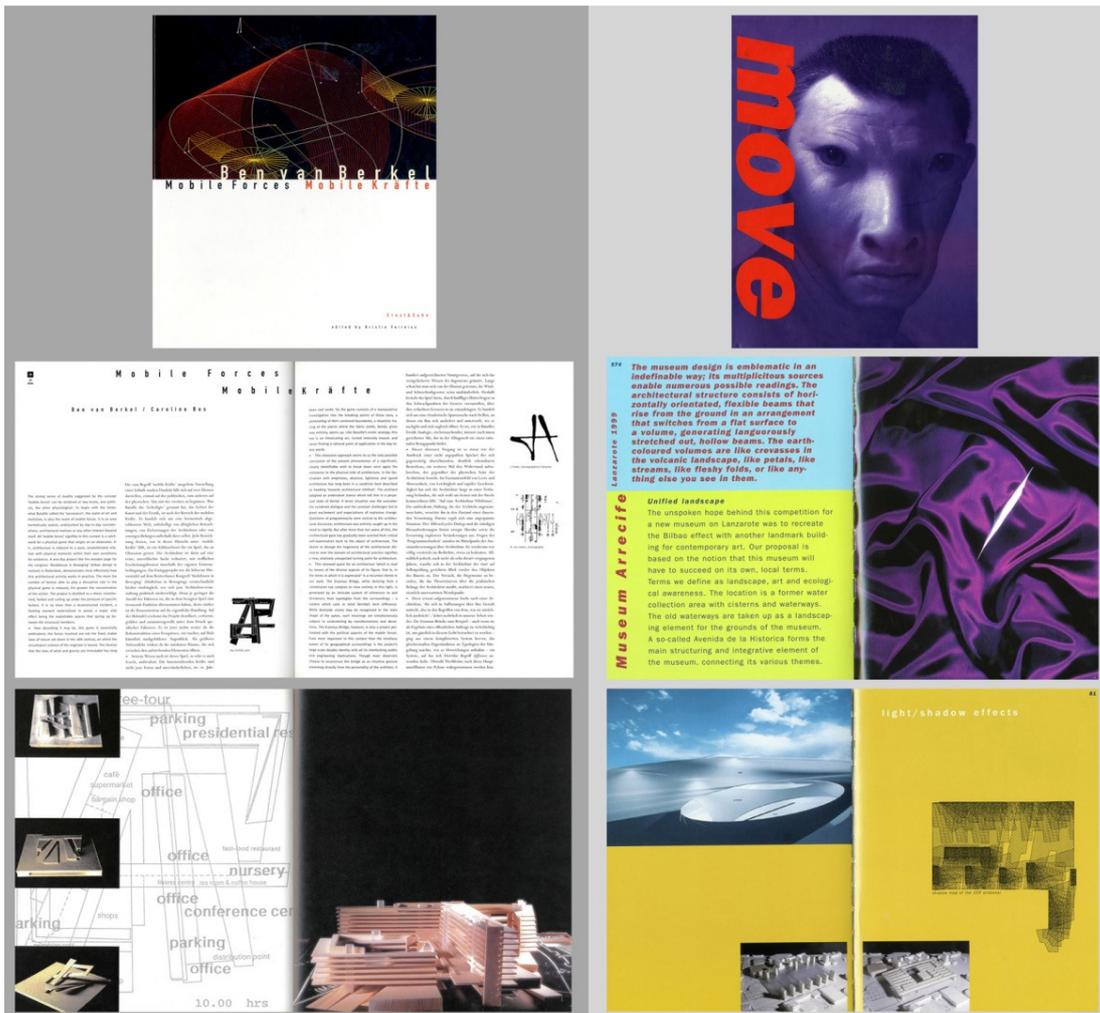


Figura 47. Comparação antes/depois de monografias de UNStudio: capa e páginas-duplas de *Mobile Forces* (1994, esquerda) e de *Move* (1999, direita). Fonte: Montagem do autor a partir de imagens de <http://www.unstudio.com>.

3.4 Considerações finais

Conforme discutido neste capítulo, há precedentes históricos de longa data para o emprego da mídia livro por arquitetos como meio de discussão e reinvenção da disciplina arquitetônica, bem como para o uso expressivo e inovador da linguagem visual e verbo-visual, e também para a sobreposição de ambos (discussão disciplinar e linguagem gráfica) na apresentação e reposicionamento da própria obra dos arquitetos. A recorrência de tais caracteres, por sua vez, se deve em muito à recorrência do “paradoxo midiático” da arquitetura: sua dimensão ficcional inerente, sua necessidade básica de legitimação pelo encanto ou pelo apoio nos dados da realidade e o imperativo de contornar pelo discurso o “silêncio” do objeto edificado e a percepção distraída deste.

Todavia, como foi visto neste capítulo e no anterior, o contexto contemporâneo sobrepõe certas especificidades a essas recorrências no uso do livro e na midiaticização da arquitetura. Em primeiro lugar, há mudanças no lugar e na atenção dispensada ao livro enquanto mídia e artefato físico em meio a uma paisagem semiótica dominada pela interconexão, interatividade e visualidade peculiares às hipermídias eletrônicas, por um lado, e a um público e uma produção cultural aclimatados a características “pós-modernas” de ironia, ambiguidade e hibridação entre conteúdos, categorias discursivas e registros culturais. Em segundo lugar, há o fato da era financeira impor a capacidade de gerar *sinergia* e/ou impacto publicitário como um grande vetor de legitimação da arquitetura de grande escala — e a sinergia não se constrói só pelo edifício, mas a partir da coordenação de múltiplos meios paralelos, de forma que a “arquitetura” torna-se mais do que nunca um *constructo de mídias*. Em terceiro lugar, há estabelecimento de um “estrelato” de arquitetura e de um circuito cultural e midiático que cristaliza uma produção cultural autônoma *de e sobre* a arquitetura. E, por último, há mudanças no perfil profissional de vários escritórios e crescente adoção de estratégias sistemáticas de *branding* e construção de imagem e de utilização pragmatista e retórica de teorias filosóficas, pesquisas e dados quantitativos.

Em vista dessa realidade, vejamos quais efeitos poderiam ser procuradas pelos arquitetos envolvidos na produção de livros e, particularmente, dos monofestos:

- Livros são uma atividade econômica própria, produtos massivamente produtíveis e comercializáveis da atividade dos escritórios (embora seja necessário outra pesquisa para saber quando e o quanto chegam a ser efetivamente rentáveis); arquitetos são bons consumidores de livros, e escritórios de qualquer porte costumam ter suas bibliotecas de referência.
- O livro *dura*, como colocou Jencks; nele se depositam certas esperanças de um lastro mais sólido na construção de reputações e aquisição de prestígio intelectual.
- Escrever livros de autoapresentação é uma forma de um escritório apoderar-se discursivamente de sua própria obra e pensar e construir sua identidade e *ethos*;
- O lançamento de livros pode servir como alavanca ou ponta de lança para um estúdio estabelecer uma agenda própria (ou de, ao menos, aparentar ter uma) e uma produção menos dependente de demandas externas e aleatórias.
- Publicar ajuda a sedimentar a produção teórica, as atividades de R&D (*research & development*) e os projetos não-construídos como parte do patrimônio profissional e da identidade dos escritórios; estes podem então tornar-se

objetos de consumo educacional, intelectual ou de entretenimento por parte de consumidores de arquitetura (sejam profissionais da área ou não).

- Livros de autoapresentação também permitem aos arquitetos/autores direcionar a interpretação de sua obra de maneira a evidenciar sua própria ação profissional e assim construir uma imagem — ou “grife”.
- O sucesso dos livros ajuda a estabelecer um público para as obras arquitetônicas — ou seja, fãs, admiradores e estudiosos relacionados não apenas a este ou aquele edifício, mas à ficção projetual proposta pelo arquiteto, ou até mesmo à *persona* do arquiteto.
- Constituindo um público, o impacto dos livros pode ser particularmente interessante para atrair estudantes e jovens recém-formados, um dado nada desprezível ao se considerar o quanto os grandes escritórios dependem do trabalho de estagiários e neófitos de posição mais baixa na hierarquia profissional (arquiteto júnior, desenhista-projetista, desenhista-auxiliar, maquetista, etc.).

Este trabalho, como explicado na introdução, questiona a recorrência de um uso performativo do design dos monofestos; especificamente, do emprego da estruturação geral do livro e do encadeamento das apresentações de projeto como meios de expressão de concepções de arquitetura e abordagens profissionais verbalmente descritas nos próprios livros. Pela reconhecida influência — melhor delineada neste capítulo — e por ser o caso de maior variedade de estratégias discursivas de apresentação projetual encontrado até agora, *S,M,L,XL* tem preponderância nesta tese e servirá como principal estudo de caso, o qual se está desenvolvido no capítulo 5. Os demais exemplos — *FARMAX* e *Yes is More* — serão apresentados de forma mais sucinta e sistematizada no capítulo 6, de maneira a permitir uma base comparativa com a qual expandir a compreensão da situação introduzida aqui.

Este capítulo e o anterior trataram da introdução, historicização e problematização do contexto maior de emergência dos livros a serem estudados. Antes de passar aos mesmos, porém, resta ainda considerar as necessidades e implicações gerais de se constituir uma análise sintática e discursiva de monofestos de arquitetura, o que será assunto do próximo capítulo.