



**Ministério da Educação
Universidade Federal do Paraná
Setor de Tecnologia
Curso de Arquitetura e Urbanismo**



HUMBERTO CARTA

MUSEU DA CULTURA POP

CURITIBA

2012

HUMBERTO CARTA

MUSEU DA CULTURA POP

Monografia apresentada à disciplina Orientação de Pesquisa (TA040) como requisito parcial para a conclusão do curso de graduação em Arquitetura e Urbanismo, Setor de Tecnologia, da Universidade Federal do Paraná – UFPR.

ORIENTADORA:
Prof. Andrea Berriel

CURITIBA

2011

Folha de Aprovação

Orientador(a):

Examinador(a):

Examinador(a):

Monografia defendida e aprovada em:

Curitiba, ____ de _____ de 20__.

Dedico este trabalho aos meus pais.

Agradeço este trabalho à minha família, à todos meus amigos e às professoras orientadoras Lisana Katia Schmitz e Andrea Berriel.

Resumo

Esta monografia trata de um estudo sobre cultura pop, sua definição, história e os espaços de exposição cultural existentes. A investigação auxilia o pesquisador para o desenvolvimento do projeto arquitetônico. Através de análise de obras correlatas e interpretação da realidade do local de implantação, a pesquisa busca relacionar museus com a cultura pop, buscando formas ideais de exposição e relação com seu contexto.

Abstract

This essay discusses pop culture, its definitions, history and the built spaces for cultural exhibitions. The research gives support to the development of the following architectural project. Through the analysis of similar projects and the interpretation of the site, the research seeks to relate museums and pop culture, searching for ideal types of exhibition and the relationship with the urban context.

Lista de Figuras

Figura	Legenda	Página
01	“Le Voyage dans la Lune” de Georges Mélié.	19
02	Luna Park.	19
03	Phantom Detective de Maio de 1936.	22
04	Cena do filme Metropolis, de Fritz Lang.	22
05	Mural de Diego Rivera.	26
06	Superman na Feira Mundial de 1940, Nova York.	26
07	Singing in the Rain (1952).	28
08	Publicidade da Bell Telephone.	28
09	Revolta em Detroit, 1968.	31
10	Campbell's Soup Cans, Andy Warhol, 1962.	31
11	Persimmon, Robert Rauschenberg, 1964.	35
12	Piazza d'Italia, Charles Moore, 1978.	35
13	Watchmen, Alan Moore, 1986.	38
14	Cena de Blade Runner, de Ridley Scott, 1982.	38
15	Super Mario Bros., Nintendo, 1985.	41
16	Family Group, de Andre Zelck.	41
17	Cena de Akira, Katsuhiro Otomo, 1989.	43
18	Metacity/Datatown , MVRDV, 1999.	43
19	Pequena Miss Sunshine, Jonathan Dayton, 2007.	48
20	Batman: Cavaleiro das Trevas, Christopher Nolan, 2007	48
21	Museu de Crescimento Ilimitado, Le Corbusier, 1939.	51
22	Museu para uma pequena cidade, Mies Van der Rohe, 1942.	51
23	Museu Solomon R. Guggenheim, Frank Lloyd Wright 1959.	54
24	Museu Guggenheim de Bilbao, de Frank Gehry, 1997.	54
25	MASP, de Lina Bo Bardi, 1947.	56

Figura	Legenda	Página
26	Museu de Escultura, Paulo Mendes da Rocha, 1995.	56
27	Staatsgalerie, em Stuttgart, James Stirling, 1984.	58
28	Pavilhão temporário PS1, HWKN, 2012.	58
29	ZKM, em Karlsruhe, OMA, 1992.	61
30	Kunsthau, em Bregenz, Peter Zumthor, 1997.	61
31	Loja da Prada, em a York, OMA, 2001.	62
32	Kunsthal, em Rotterdam, OMA, 1994.	62
33	Planta do 1º pavimento.	69
34	Planta do 2º pavimento.	69
35	Planta do 3º pavimento.	70
36	Axonométrica do percurso do museu.	70
37	Corte 01.	71
38	Corte 02.	71
39	Edifício visto do parque.	72
40	Acesso do edifício visto da rua.	72
41	Fachada do edifício voltada à rua.	73
42	Auditório flexível.	73
43	Loja vista do restaurante.	74
44	Sala de exposição flexível sendo reconfigurada.	74
45	Planta do térreo e 2º pavimento.	78
46	Plantas do 7º pavimento e cobertura.	79
47	Corte.	80
48	Diagrama da estrutura.	80
49	Fachada pincipal do edifício.	81
50	Foto da loja, localizada no pavimento térreo.	81

Figura	Legenda	Página
51	Vista noturna do edifício.	82
52	Pavimento flexível.	82
53	Planta do Pavilhão.	88
54	Perspectiva da estrutura do pavilhão.	88
55	Corte 01.	89
56	Corte 02.	89
57	Corte esquemático do Sushi Bar, não construído.	90
58	Corte esquemático do Panopticon.	90
59	Vista externa do pavilhão.	91
60	Diagrama explicando o funcionamento do braincoat.	91
61	Vista aérea do pavilhão.	92
62	Vista interna do pavilhão.	92
63	Imagem de satélite do terreno.	96
64	Imagem de satélite aproximada do terreno	96
65	Foto do terreno visto da Rua Pres. Carlos Cavalcanti.	98
66	Foto do terreno visto da Rua Pres. Carlos Cavalcanti.	99
67	Foto do terreno visto da Rua Paula Gomes.	99
68	Foto do terreno visto da Rua Paula Gomes.	100
69	Foto da Cinemateca de Curitiba.	100
70	Áreas de influência.	103
71	Percursos existentes.	103
72	Diagrama de percursos flexíveis.	107
73	Diagrama conceitual.	107
Tabela	Legenda	Página
01	Parâmetros de uso e ocupação do solo.	98

Sumário

1. INTRODUÇÃO	10
2. CONCEITUAÇÃO TEMÁTICA	13
2.1 CULTURA POP	14
2.1.1 Ficção	14
2.1.2 América	14
2.1.3 Henry Ford e o Consumismo	15
2.1.4 Literatura Pulp e a Indústria da Cultura	17
2.1.5 Vanguarda e Cultura Popular	20
2.1.6 Pós-Guerras e Cultura de Massa	22
2.1.7 Individualismo	26
2.1.8 Pós-Modernismo	29
2.1.9 Ficção Científica Revisitada	33
2.1.10 Mídia	36
2.1.11 Hipertexto	39
2.1.12 Indie	42
2.2 MUSEU	46
2.2.1 Armário	46
2.2.2 A Caixa	47
2.2.3 Escultura	49
2.2.4 Condição Pós-Moderna	50

2.2.5 Desmaterialização	56
3. ESTUDOS DE CASO	60
3.1 Kunsthal	61
3.2 Sendai Mediateque	72
3.3 Blur Building	80
4. INTERPRETAÇÃO DA REALIDADE	90
4.1 LEITURA ESPACIAL	91
4.1.1 Bairro São Francisco.....	91
4.1.2 Terreno	92
4.2 LEGISLAÇÃO	94
5. CONCLUSÃO	98
5.1 DIRETRIZES	99
5.2 PROGRAMA DE NECESSIDADES	105
REFERÊNCIAS	106
FONTES DE IMAGENS	108

1. Introdução

A cultura *pop* permeia todas as formas de mídia existentes, e, desde o início do período pós-moderno tem influenciado tanto a arte quanto a economia capitalista. Esta monografia deve definir o que é cultura *pop* através de seu histórico a partir do fim do século XIX e discorrer sobre os espaços para exposição cultural existentes.

Apesar da importância da cultura *pop* para a sociedade contemporânea, poucos museus contemplam espaços para a exposição dos produtos artísticos gerados pela cultura de massa. A exposição destes produtos exige, além de espaços convencionais de exposição como as galerias, espaços flexíveis que se adaptem às inúmeras formas de mídia existentes. Além disto, um espaço para a cultura *pop* deve contemplar locais para participação e produção de artefatos culturais, gerando oportunidades para que a cultura *pop* independente seja reconhecida.

Foram selecionados três estudos de caso considerados relevantes à proposta. O museu Kunsthall, de Rem Koolhaas, em Roterdão, por seus percursos complexos e sua forma irônica de expor arte; a Midiateca de Sendai, de Toyo Ito, por sua flexibilidade para tratar diversas formas de mídia; e o pavilhão *Blur Building*, de Diller+Scofidio, por seu questionamento sobre espaços virtuais e sua forma inovadora de exposição de mídia.

É necessário reinterpretar os espaços existentes para que o o museu de cultura *pop* funcione como um catalisador para a cultura, aproximando artistas e público, produtos e arte, permitindo que produções independentes tenham um alcance maior através da arte midiática. Em Curitiba, especificamente, não existem espaços para exposições que trabalhem com diversas mídias e há pouco espaço para produtos da cultura de massa ou produções independentes.

Pretende-se então, por meio da pesquisa bibliográfica, qualitativa e coleta de dados, produzir uma base teórica para o desenvolvimento de um projeto arquitetônico baseados em princípios e diretrizes gerados a partir destas investigações

No segundo capítulo será apresentado um histórico da cultura *pop*, desde seu surgimento até a atualidade, através da análise bibliográfica. Neste capítulo será também definido o que é cultura *pop* e o escopo a ser trabalhado. Na segunda parte do capítulo serão descritas algumas tipologias de museu a fim de estabelecer

o que define o museu contemporâneo e como o espaço de exposição deve responder às novas exigências da arte.

O terceiro capítulo mostrará os estudos de caso relevantes à proposta. O quarto capítulo trata da interpretação da realidade do entorno imediato do terreno escolhido, no bairro São Francisco em Curitiba e justifica sua escolha. Finalmente, o quinto capítulo apresenta diretrizes básicas e definição do programa de necessidades para o desenvolvimento do projeto final para a disciplina TA041 do curso de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal do Paraná.

2. Conceituação Temática

2.1 Cultura Pop

2.1.1 Ficção

Em 1851, em meio ao desenvolvimento tecnológico da revolução industrial, foi organizada a primeira grande feira mundial, em Londres. Organizada no Palácio de Cristal, um edifício de ferro e vidro que explicitava seu conteúdo tecnológico, a feira trouxe todos os avanços criados pelos engenheiros e cientistas para o público. Este novo contato com tecnologias até então desconhecidas criou um interesse geral pelas novas possibilidades que a ciência trazia para melhorar a sociedade. O modelo de feiras mundiais repetiu-se pelo mundo todo, aumentando a ânsia da população por novas possibilidades.

Neste cenário de mudança, Jules Verne publica, em 1863, o livro “Cinco Semanas em um Balão”, livro que conta a história de uma expedição à África feita em um balão de ar-quente. A presença de uma tecnologia excepcional e a promessa de uma viagem para um continente misterioso para os europeus no século XIX tornou o livro o primeiro sucesso do autor. Jules Verne continuou a misturar romances e tecnologia, abordando viagens submarinas, viagens ao centro da terra e até mesmo viagens espaciais. O tema continuou a se desenvolver e a fazer sucesso em seus livros e em obras de autores como H. G. Wells e Hugo Gernsback.

Com as feiras de 1876 na Filadélfia e 1893 em Chicago, as novas tecnologias e, conseqüentemente, a ficção científica chegaram à América.

2.1.2 América

Em 1876, depois da feira mundial da Filadélfia, a “Centennial Tower, é transportada para Nova York. A cidade, que já havia tido sua própria feira tecnológica anos antes, porém em uma escala reduzida, reconstrói a nova torre em Coney Island. A ilha começa então seu intenso processo de transformação, tornando-se uma “plataforma de lançamento para o proletariado”¹.

¹ KOOLHAAS, R. *Delirious New York*. Nova York: Monacelli Press. 1992. p. 33

Com a criação de sucessivos parques de diversão na ilha, a construção da ponte do Brooklyn e a redução dos custos de transporte, Coney Island tornou-se uma incubadora para delírios fictícios. Enquanto isso, na Europa, começava-se a explorar o potencial das novas tecnologias numa forma de narrativa recém descoberta, o cinema.

Em 1902 Georges Méliés lança seu filme “Le Voyage dans la Lune” (Figura 01), onde um foguete é lançado à lua e seus tripulantes encontram um povo alienígena. O filme não tardou a chegar aos Estados Unidos em uma versão distribuída ilegalmente pelos técnicos de Thomas Edison². O sucesso da viagem lunar logo chegou a Nova York, com o Luna Park (Figura 02), onde a população local era “convidada à uma queda nas regiões do inconsciente coletivo.”³

Nos fins de semana, Coney Island enchia-se de trabalhadores ansiosos para fugir de uma intensa semana laboral nas fábricas e gastar seu dinheiro em viagens interplanetárias, corridas de cavalo robotizadas e praias iluminadas artificialmente. Esta fuga da realidade era financiada pelo novo sistema de produção que passou a dominar a América no início do século XX, o Fordismo.

2.1.3 Henry Ford e o Consumismo

Henry Ford, formado em escrituração, conseguiu, em 1891, seu primeiro emprego como engenheiro na Edison Illuminating Company, companhia de luz de Thomas Edison, que seria responsável pela falência de Georges Méliés dez anos depois. Ao ser promovido a engenheiro chefe, Ford conseguiu tempo suficiente para trabalhar na sua invenção, o Quadriciclo Ford.

² Dirks, Tim. “A Trip to The Moon”. FilmSite.org. Escrito em 17 de Janeiro de 2007. Acessado em 21 de Maio de 2012.

³ KOOLHAAS, R. *Delirious New York*. Nova York: Monacelli Press. 1992. p. 39



Figura 01: “Le Voyage dans la Lune” de Georges Mélié.
Fonte: pleinlabobine.com



Figura 02: Luna Park, onde a população local era “convidada à uma queda nas regiões do inconsciente coletivo”. Fonte: iofferphoto.com

Em 1901, apoiado pelo próprio Thomas Edison, Ford fundou a Henry Ford Company e, em 1903, após conseguir mais investidores, finalmente fundou a Ford Motor Company. Em 1908 iniciou-se a produção do Modelo T e, em 1913, introduziu sua idéia mais difundida, a linha de montagem.

Com esta nova tecnologia, a criação dos turnos para trabalhadores e o salário relativamente alto, Ford deu início à uma nova fase do capitalismo. Aos trabalhadores, que exerciam funções repetitivas em turnos de oito horas, restavam poucas horas livres durante o dia. Para compensar a semana exaustiva de trabalho, os estes tinham o fim de semana livre para se entreter com o salário recém adquirido. Com isso, o Fordismo criou um tempo de recreação que diferia do tempo de ócio idealizado por Bertrand Russel no início da Revolução industrial. O ócio fordista, ao invés de funcionar como um momento reflexivo, funcionava simplesmente como uma válvula de escape para a estressante semana de trabalho. Ao fornecer salários altos, o sistema econômico dava a possibilidade para os trabalhadores consumirem o que produziam, criando uma retro-alimentação.

Ao criar esta possibilidade, a indústria começou a ditar o que deveria se fazer com o tempo livre e, como observa Theodor Adorno em seu texto “Tempo Livre”, *hobbies* como acampar e pescar eram incentivados com seus novos produtos para consumo das massas, como barracas e linhas de pescar mais resistentes. O consumismo idealizado por Ford passou a dominar não somente a economia, mas o inconsciente coletivo.

2.1.4 Literatura *Pulp* e a Indústria da Cultura

A literatura *pulp*, cujo nome deriva de “polpa”, pois o papel mais barato produzido na época era feito com a polpa do que restava da produção do papel comum, começou a circular por volta de 1890. As revistas publicadas contavam romances triviais que tinham apelo às classes mais baixas pelo seu custo reduzido. Com a virada do século e a introdução de novas tecnologias através das exposições mundiais e mundos fantasiosos dos parques de diversão, o interesse por uma literatura que explorasse as novas possibilidades aumentou. Logo, os temas desenvolvidos nas *pulps* passaram de romances comuns à histórias sobre mundos fantásticos ou investigadores particulares que exploram as partes obscuras

deste novo século (Figura 03). Além dos textos, a literatura *pulp* passou a incorporar ilustrações ao longo da narrativa como forma de atrair um público maior. No auge do seu sucesso, entre 1920 e 1930, uma edição semanal chegava a um milhão de cópias vendidas.

Além da popularização da literatura através da produção em massa, o cinema e a música tiveram um grande aumento de demanda no começo do século XX. Com a popularização do rádio, a música popular americana, na época o jazz, passou a tocar no mundo todo. Após a introdução dos efeitos especiais no cinema através de Geroges Meliés e a rápida expansão da indústria, que tornou os preços mais acessíveis, o cinema fantástico passou a ser uma das principais formas de entretenimento das massas. As comédias criadas por Chaplin a partir de 1914 levavam multidões ao cinema. Em 1927, Fritz Lang lançou o filme *Metropolis* (Figura 04), que misturava o expressionismo alemão com efeitos especiais, criando um mundo futurista que se tornou marco do cinema da época. Com o lucro gerado por estas novas manifestações culturais, a indústria logo percebeu que não apenas produtos materiais poderiam ser produzidos e vendidos em quantidade, mas também os “produtos culturais”.

Metropolis não era somente título do filme, porém um tema recorrente, uma vez que grandes cidades, principalmente Nova York, demonstravam um grande crescimento. Dois anos depois do lançamento do filme de Lang, Hugh Ferriss publicou seu livro *A Metropolis do Amanhã*, mostrando a cidade do passado, as tendências modernas e suas concepções de cidade do futuro. Os empreendedores capitalistas, o recém-formado proletariado, os teóricos e artistas tinham um objetivo comum: “uma delirante busca pelo ‘Espírito da Nova Era.’”⁴

⁴ KOOLHAAS, R. *Delirious New York*. Nova York: Monacelli Press. 1992. p. 127

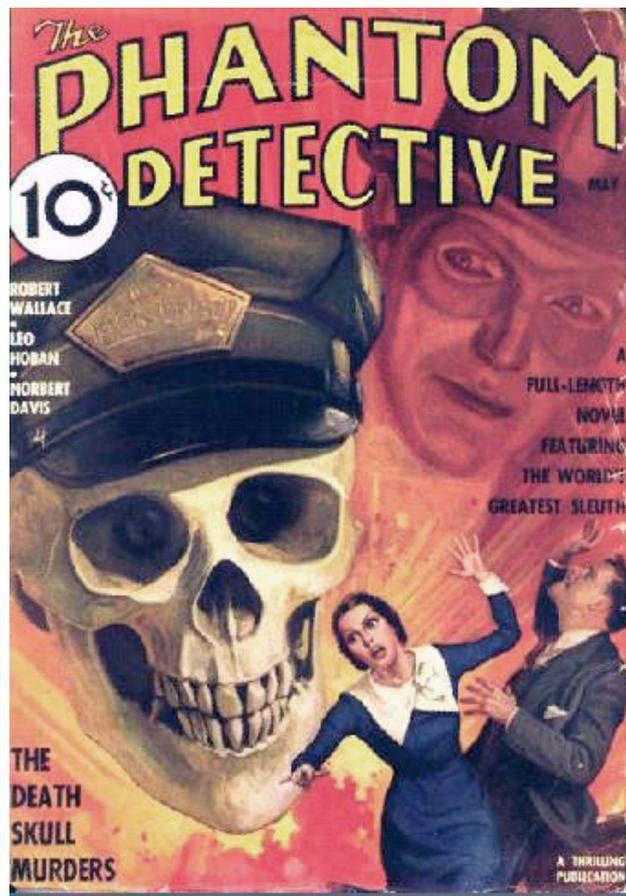


Figura 03: Phantom Detective de Maio de 1936. Exemplo de literatura pulp.
Fonte: wikimedia.org

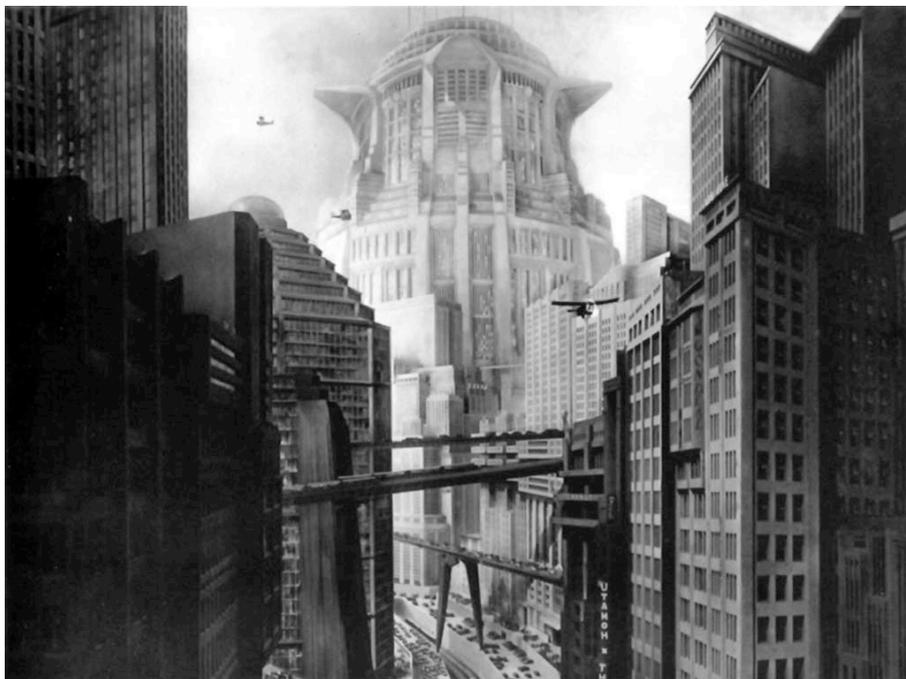


Figura 04: Utopia no cinema. Cena do filme Metropolis, de Fritz Lang.
Fonte: abismoinfinito.wordpress.com

2.1.5 Vanguarda e Cultura Popular

A fusão do globo com a agulha, descrita por Koolhaas em *Delirious New York*, pode ser usada como metáfora para descrever a vanguarda e a cultura popular na virada do século. Quando as duas formas distintas se juntaram, deram origem à uma busca pela voz da Nova Era. A obra dos vanguardistas tinha como tema a velocidade, a tecnologia, o tempo. Ao mesmo tempo, isto ocupava a mente da população em geral. Apesar do grande abismo que havia entre a vanguarda e a cultura popular, o objetivo comum gerou obras que não se consolidariam sem a busca conjunta por um novo mundo.

No mundo inteiro a busca por novas formas de viver na cidade e novas formas de representar a realidade e o ser humano deram origem à distintas formas de arte. As novas tecnologias, como o telefone, alteravam as relações de tempo e espaço. Movimentos com apelo às massas, como a Secessão Vienense, eram comuns. Le Corbusier, Walter Gropius, Pablo Picasso, Diego Rivera entre outros tinham um posicionamento político forte a favor do proletariado, buscando novas formas de representar esta classe. A Revolução Russa é o melhor exemplo da população agindo em conjunto com a vanguarda, onde a arte servia diretamente o propósito do proletariado. Obras como a casa Domino de Le Corbusier, desenvolvidas para produção em massa, ou as obras da Fase Rosa de Picasso, que retratava os excluídos da sociedade, deixam claro os temas da vanguarda.

Apesar do interesse comum, a maior parte da arte de vanguarda estava fora do alcance da população. Como explicitado por David Harvey em *A Condição Pós-Moderna* (1989), com a produção em massa dos produtos culturais, artistas tinham de buscar formas originais de se expressar para manter seu valor. Isso gerou na arte o que Walter Benjamin define como “arte áurica”. Esta expressão designa a busca pela arte criativa, a arte pela arte. Ao intelectualizar suas obras, os artistas as separavam da população, distanciando-se do motivo primordial de muitas de suas idéias. Arquitetos como Gropius, que dizia que deveria se “devolver a arte ao povo por meio de produção de coisas belas”, tentavam impor sua estética à cultura popular para propósitos revolucionários, porém não incorporavam esta cultura às suas obras. Percebendo este distanciamento, os artistas dadaístas e surrealistas

“tentaram mobilizar suas capacidades estéticas para fins revolucionários ao fundir a sua arte com a cultura popular.”⁵

As obras de artista surrealistas aproximavam-se muito mais do proletariado do que qualquer outro movimento. Os murais de Diego Rivera em Detroit (Figura 05), mostrando trabalhadores nas linhas de montagem, deixam isso claro. É este mesmo movimento que Koolhaas relaciona com o crescimento vertical de Manhattan. A relação do surrealismo com o inconsciente estava diretamente ligada com o desenvolvimento dos mundos quase oníricos dentro dos arranha-céus. Segundo Koolhaas, além desta relação com o surrealismo, o Manhattismo era resultado da soma do expressionismo, futurismo, construtivismo e até mesmo o funcionalismo. A competitividade entre os arranha-céus tornava a própria população seu júri, levando assim todas as influências artísticas para perto da população.

O desenvolvimento conjunto da cultura popular e das vanguardas só poderia acontecer na América, uma vez que a Revolução Russa tomou outro rumo. Com a maior parte do tecido urbano europeu já consolidado, apenas o Novo Mundo abria possibilidade para começar uma Nova Era. A recém inaugurada produção da cultura e a aproximação das artes à população levava artista e autores iniciantes a buscar influências nas mesmas fontes de artistas consagrados. Esse foi o caso do personagem mais popular do fim da década de 1930 nos EUA, o *Superman*. Ao estudar os textos de Nietzsche e ao ser influenciado pelas utopias recorrentes, Jerry Siegel, autor de revistas *pulp*, criou um personagem que representava o homem para o novo mundo, e, unindo filosofia à cultura popular, criou um dos personagens mais famosos do mundo.

Porém, logo após a invenção do *Superman*, esta união entre cultura popular e vanguardista voltou a se romper. O sistema Fordista já havia mostrado fraqueza na crise de 1929 e, após remediada esta crise, descontentamentos por parte do proletariado começaram a aparecer em todo o mundo. O tema da tecnologia e do progresso não era mais interesse comum. A Segunda Guerra Mundial mudou o foco de muitos artistas, e foi interpretada como um aviso sobre os perigos da Nova Era. Em 1939, com a feira mundial em Nova York, o Manhattismo morreu. O globo foi novamente separado da agulha, a arte buscava objetivos diferentes do povo. Na mesma feira, um ano depois, foi comemorado o *Superman Day* (Figura 06), onde se

⁵ HARVEY, D. *A Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Edições Loyola. 2012.

elegeria o *Superboy* e a *Supergirl* do dia. Em dois anos, o personagem que representava a Nova Era passou a refletir o entretenimento fútil de uma indústria cultural que se tornava cada vez mais irrelevante.

2.1.6 Pós-Guerras e Cultura de Massa

Com o fim da Segunda Guerra Mundial, os Estados Unidos tornaram-se a maior potência econômica do mundo. Com o capital gerado pelos empréstimos aos países europeus, os empregos gerados pela indústria bélica e os avanços tecnológicos o dólar tornou-se a moeda padrão para transações internacionais. Com isto os EUA passaram a exportar todos os produtos que poderiam ser rentáveis em outros países, incluindo produtos culturais.

Os produtos culturais exportados, porém, já não eram obras criativas, resultado da fusão da arte de vanguarda com o inconsciente coletivo. Tendo testemunhado o resultado de um discurso político que não admitia individualidades em várias ditaduras ao redor do mundo e o poder destrutivo da tecnologia, o mundo deixava para trás a ideologia universal modernista. Segundo Harvey (1989) “A arte e a alta cultura se tornaram uma reserva tão exclusiva de uma elite dominante que uma experimentação no seu âmbito ficou cada vez mais difícil...”. A política norte-americana do *welfare state* precisava se certificar de que todos estavam contentes. Segundo Guilbaut (1983) os Estados Unidos se apropriaram da arte moderna para tirar vantagens cínicas de cunho político. Assim, no fim da década de 1950 iniciou-se a produção de filmes, seriados, programas de rádio, livros e quadrinhos que buscavam amenizar os horrores da guerra e certificar os cidadãos de que tudo estava sob controle, garantido que seu país estava à frente ao exhibir várias formas de arte moderna como produto da liberdade de expressão norte-americana.

Neste contexto começaram a ser produzidos os musicais de Hollywood (Figura 07), sem conteúdo, apenas um tema alegre para levar multidões ao cinema. Começaram a ser produzidos também os “*women serials*”, seriados destinados à donas de casa que mostravam situações do cotidiano numa típica família vivendo



Figura 05: Mural de Diego Rivera representando o proletariado.
Fonte: ksvoboda.com



Figura 06: Superman na Feira Mundial de 1940, em Nova York.
Fonte: superman.nu

nos subúrbios. Leis foram introduzidas para regulamentar o conteúdo dos quadrinhos, que passaram a contar histórias infantis cheias de cores e onomatopéias. Os produtos culturais passaram a ser “um instituto de aperfeiçoamento moral”⁶. Theodoro Adorno, sociólogo alemão que morou nos Estados Unidos, foi um dos principais críticos desta produção cultural sem conteúdo. Estudando o impacto destes produtos na sociedade, Adorno cunhou o termo “cultura de massa”. Em seu texto “Indústria Cultural e Sociedade” (1947) o autor explica:

“Toda cultura de massas em sistema de economia concentrada é idêntica, e o seu esqueleto, a armadura conceitual daquela, começa a delinear-se. Os dirigentes não estão mais interessados em escondê-la; a sua autoridade se reforça quanto mais brutalmente é reconhecida. O cinema e o rádio não têm mais necessidade de serem empacotados como arte. A verdade de que nada são além de negócios lhes serve de ideologia.”

Com a grande acumulação de capital gerada pelo pós-guerra e a produção em massa agindo em todos os mercados, inclusive da cultura, produtos novos surgiam todos os dias. As indústrias buscavam um meio de destacar-se, e assim a publicidade tornou-se uma necessidade. Grandes anúncios ilustrados mostravam porque era necessário ter um determinado novo produto em casa; propagandas na televisão entretiam tanto quanto um seriado. A falta de conteúdo dos produtos culturais misturou-se com a vontade da indústria de criar novas necessidades. Numa sociedade que havia perdido o respeito pela arte, “a publicidade tornou-se arte por excelência.”⁷

Com a publicidade permeando todos os meios de comunicação, buscando criar novas necessidades no cotidiano e criando novos nichos de mercado (Figura 08), o conceito de moda se expandiu. A rotatividade cada vez maior de produtos criava novas possibilidades. O conceito descrito por Georg Simmel (1911) de que “nossa única saída é cultivar um falso individualismo através da busca de sinais de posição, de moda ou marcas de excentricidade individual”, tomava uma nova proporção, uma vez que novas modas surgiam constantemente.

⁶ ADORNO, T. Indústria cultural e sociedade. São Paulo: Paz e terra, 2011. p. 53

⁷ ADORNO, T. Indústria cultural e sociedade. São Paulo: Paz e terra, 2011. p. 67



Figura 07: Cena do filme *Singin' in the Rain* (1952). Exemplo do cinema na década de 1950.
Fonte: imdb.com



Figura 08: A importância da imagem e o “sonho americano” na década de 1950. Publicidade da Bell Telephone. Fonte: wellmedicated.com

A popularização do automóvel, da televisão, do rádio e de produtos diferentes para cada nova necessidade modificaram novamente as relações de tempo e espaço e muitas das utopias descritas na ficção científica passaram a ser reais. O novo conforto fornecido pela tecnologia, a variedade de produtos gerada pelo liberalismo capitalista e a rejeição do discurso universal modernista abriram a possibilidade do individualismo.

2.1.7 Individualismo

Após a crise de 1929, o capitalismo voltou a se estabilizar. Porém, as relações da indústria com o proletariado foram abaladas. O descontentamento com as condições de trabalho continuaram a crescer e culminaram em inúmeras greves. A partir dos anos 50, o sistema do *welfare state*, descrito por Harvey (1989) como “sistema não discriminador de administração pública, baseado na racionalidade burocrático técnica”, representado pela sociedade de consumo de massa padronizado, recebia pesadas críticas. Com o desenvolvimento das novas tecnologias e a abertura de novas possibilidades, o individualismo começou a gerar insatisfações de minorias desfavorecidas (Figura 09), como mulheres e imigrantes.

No início da década de 1960, com o descontentamento gerado pela cultura de massa difundida nos anos 50, movimentos de contra-cultura começaram a ter mais força. Jovens discordavam das posturas de segregação racial e pró-guerra da geração anterior. As minorias, os críticos e os novos movimentos populares de contra-cultura começaram a tomar uma proporção significativa e logo “todas essas correntes de oposição começaram a se fundir, formando um forte movimento político-cultural, no próprio momento em que o fordismo como sistema econômico parecia estar no seu apogeu.”⁸

Essa transição do fordismo para o que Harvey chama de sistema de acumulação flexível, catalisada pelos movimentos das minorias, teve apoio da cultura popular que se desenvolvia no mundo. Ao contrário da cultura de massa da época, a cultura popular dos anos 60 tinha um forte cunho sócio-político. Músicos como Beatles, Jimi Hendrix, Bob Dylan e Janis Joplin foram responsáveis por difundir os ideias contra-culturistas entre os jovens. Além disso, contrastando com os movimentos de

⁸ HARVEY, D. *A Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Edições Loyola. 2012. p. 133

arte que remanesceram do modernismo, como o expressionismo abstrato, surge o movimento da arte pop. Liderado por Andy Warhol, este movimento tinha uma forte ligação com o dadaísmo em sua concepção de *objet trouvé*, que fazia arte com objetos encontrados (Figura 10). A ligação com o dadaísmo também dava-se pela busca de um diálogo com a cultura popular, ao usar imagens de publicidade ou ilustrações de histórias em quadrinho. Segundo Harvey (1989, p. 59) “a reintrodução da disjunção cultura superior/cultura inferior evita todo o problema da destruição potencial das formas culturais modernas pela sua assimilação à cultura pop através da arte pop.”

No fim da década de 1960, com a publicidade recebendo verbas cada vez maiores das indústrias e com a arte pop ganhando reconhecimento, percebeu-se que a criação da imagem era tão importante quanto o investimento em tecnologia. Ao criar determinadas imagens, a publicidade criou uma volatilidade no desejo do consumidor, e usou-a para manipular o gosto e a opinião pública. Segundo Harvey (1989):

“A efemeridade dessas imagens pode ser interpretada particularmente como luta dos grupos oprimidos de qualquer espécie para estabelecer sua própria identidade (em termos de cultura de rua, estilos musicais, manias e modas criadas para eles mesmos) e como esforço para fazer essas inovações criarem vantagens comerciais.”

Desta vez, a cultura popular não partia do mesmo princípio que a arte intelectualizada. Segundo Guibault (1983, p. 200), artistas de vanguarda “agora politicamente individualistas e neutros, articulavam em suas obras valores que eram mais tarde assimilados, utilizados e cooptados pelos políticos, disso resultando a transformação da rebelião artística em agressiva ideologia liberal.” A cultura popular, por sua vez, se opunha a problemas sociais gerados pelo capitalismo e à cultura de massa, porém podia ser assimilada pelo mesmo sistema capitalista, como mostrou a arte pop. Assim a produção cultural começou a mudar novamente seu foco, deixando o interesse do *welfare state* de lado e começando a representar interesses individuais, gerando imagens e produtos influenciados pela cultura popular.



Figura 09: Revolta em Detroit, 1968. Insatisfação das minorias com o sistema econômico e social. Fonte: blackpast.org

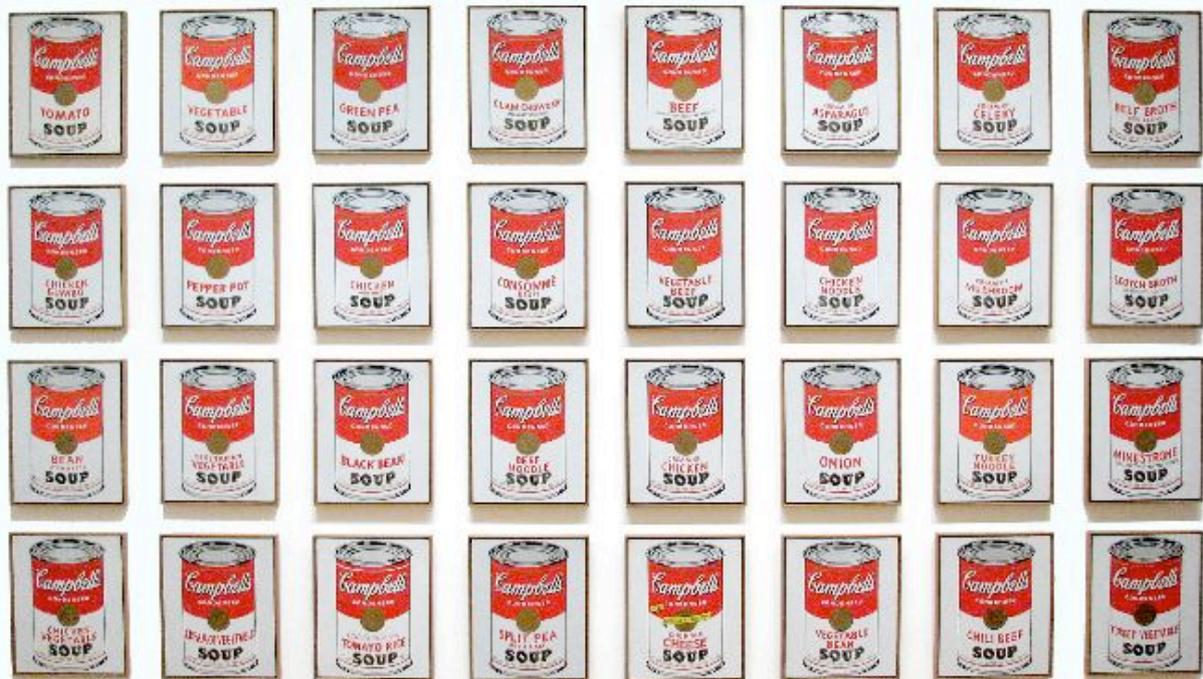


Figura 10: Campbell's Soup Cans, Andy Warhol (1962). Arte Pop e sua filosofia de *objet trouvé* no capitalismo. Fonte: wikipedia.org

A união das minorias incentivadas pelos movimentos de cultura popular geraram conflitos no mundo todo. Os protestos haviam deixado claro que não se poderia mais resolver os conflitos com acordos sindicais que atendiam demandas de determinadas classes, e então o ideal do indivíduo foi aceito. O individualismo, alimentado pelas imagens efêmeras da moda e tecnologia, passou a fazer parte da sociedade e, com o crescimento das grandes metrópoles, as pessoas eram anônimas, respondiam cada uma à seu grupo de interesses. Padrões fragmentados na sociedade começaram a ser identificados, e esta fragmentação passou a ser vista como a solução antimoderna. Críticos como Jane Jacobs analisaram bairros multi-raciais e multi-funcionais, opondo seu funcionamento a padrões modernistas. Cidades não eram mais feitas de ruas ortogonais e edifícios funcionais, mas de símbolos, modas, imagens, recortes, diferenças. Com a publicação do livro *Soft City* (1974) de Jonathan Raban, David Harvey anuncia o início do pós-modernismo.

2.1.8 Pós-Modernismo

Na década de 1970 viu-se novamente um grande desenvolvimento na tecnologia. Como já citado anteriormente, quando a tecnologia contribui para a alteração da percepção do espaço-tempo, tem-se uma mudança nas formas de produção cultural e econômica. O surgimento da computação, das comunicações por satélite e a popularização do uso da aviação deram início a uma série de mudanças que comprimiram o tempo e o espaço drasticamente. Muitas dessas mudanças continuam acontecendo até hoje, e a constante transformação da percepção espaço-temporal é o que gera percepções pós-modernas.

O pós-modernismo começou a ser identificado em meados da década de 1970. A princípio era interpretado como uma nova era da cultura ocidental, principalmente por seu motivo anti-modernista, tendo como destaque obras de Jane Jacobs e Robert Venturi, que criticavam a estética modernista, os textos de Derrida que discorriam sobre desconstrução e a introdução das heterotopias por Foucault. Porém, atualmente discute-se se de fato o pós-modernismo pode ser considerado uma nova era ou uma sequência do próprio modernismo.

Independente da interpretação, o pós-modernismo trouxe mudanças culturais radicais. A década de 1970 viu um grande aumento na produção cultural. Durante o

século XIX, Paris, capital cultural da época, abrigava 2.000 artistas. Nova York, entre 1970 e 1980, abrigava em torno de 150.000 artistas. Esse crescimento na produção foi superado apenas pelo que Daniel Bell (1978) descreve como “massa cultural”:

“Não os criadores da cultura, mas os seus transmissores, os que se ocupam da educação superior, da atividade editorial, das revistas, da mídia eletrônica, dos teatros e dos museus, que processam e influenciam a recepção de produtos culturais sérios. Ela é em si mesma ampla o bastante para ser um mercado para a cultura para comprar livros, quadros e gravações de música séria. Ela também é o grupo que, como escritores, editores de revista, cineastas, músicos e assim por diante, produz os materiais populares para o público mais amplo de cultura de massa.”

Ainda segundo Bell, essa massa cultural é responsável pela “exaustão do modernismo através da institucionalização dos impulsos criativos e rebeldes...”, resultando no pós-modernismo. Terry Eagleton, em seu texto *Awakening from modernity* (1987), define o artefato pós-moderno:

“Talvez haja consenso quanto a dizer que o artefato pós-moderno típico é travesso, autoironizador, e até esquizóide. E que ele reage a austera autonomia do alto modernismo ao abraçar impudentemente a linguagem do comércio e da mercadoria. Sua relação com a tradição cultural é de pastiche irreverente, e sua falta de profundidade intencional solapa todas as solenidades metafísicas, por vezes através de uma brutal estética da sordidez e do choque.”

A descentralização gerada pelo pós-modernismo influenciou diretamente o conceito de arte, dissolvendo a arte áurica. Segundo Harvey (1989), o pós-modernismo é anti-áurico e anti-vanguardista, e busca explorar diversas mídias e arenas culturais abertas a todos. “A degeneração da autoridade intelectual sobre o gosto cultural nos anos 60 e a sua substituição pela pop arte, pela cultura pop, pela moda efêmera e pelo gosto da massa são vistas como um sinal do hedonismo inconsciente do consumismo capitalista.”⁹ Esta perda de autoridade permitiu que agora a cultura fosse produzida através da participação popular, mas também tornou a produção cultural incoerente e vulnerável à manipulação do mercado.

A descentralização pós-moderna também afetou a economia. O capitalismo fordista de produção de massa alimentado por um proletariado foi sendo substituído por uma economia de acumulação flexível, baseada na prestação de

⁹ HARVEY, D. *A Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Edições Loyola. 2012. p. 62

serviços. Grandes fábricas passaram a terceirizar partes da produção, tomando vantagem da compressão de espaço-tempo que ocorria graças à tecnologia. Países do terceiro mundo ofereciam mão-de-obra mais barata, e a contratação indireta de funcionários delegava acordos com trabalhadores para terceiros. Enquanto isso, depois da rápida expansão da publicidade, serviços intelectuais passaram a ser valorizados e indispensáveis. Assim como a criação da imagem foi importante nas décadas de 1950 e 1960, a manipulação de informação passou a ganhar importância entre 1970 e 1980.

Segundo Guy Debord, em seu texto *Sociedade do Espetáculo* (1964) “Toda a vida das sociedades nas quais reinam as condições modernas de produção se anuncia como uma imensa acumulação de espetáculos. Tudo o que era diretamente vivido se esvai na fumaça da representação.” O fim da autoridade cultural e as novas formas do capitalismo permitiram que se julgasse a produção cultural apenas em termos de quão espetacular ele é, conferindo a falta de profundidade intencional citada por Daniel Bell. A presença do espetáculo na sociedade refletiu diretamente nos produtos consumidos, como aponta Harvey (1989, p.128):

“Dentre os muitos desenvolvimentos da arena de consumo, dois têm particular importância. A mobilização da moda [...] e passagem de consumo de bens para o consumo de serviços - não apenas serviços pessoais, comerciais, educacionais e de saúde, como também diversão, de espetáculos, de eventos e distrações. O “tempo de vida” desses serviços (uma visita ao museu, ir a um concerto de rock ou ao cinema) embora difícil de estimar, é bem menor do que o de um automóvel ou de uma máquina de lavar.”

Esta mudança no tipo de consumo fica clara com o surgimento da cultura dos museus. Durante os anos 70 na Inglaterra era criado um museu a cada três semanas, e em quinze anos foram criados em torno de 500 museus no Japão. Essa nova cultura de museus foi responsável por mais uma “virada populista à comercialização da história e de formas culturais.”¹⁰

¹⁰ HARVEY, D. *A Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Edições Loyola. 2012. p. 64



Figura 11: Persimmon, Robert Rauschenberg (1964). Fragmentação, colagem e cópia no pós-modernismo. Fonte: artnet.com



Figura 12: Piazza d'Italia, Nova Orleans, Charles Moore (1978). Autorreferencia e ironia no pós-modernismo. Fonte: igougo.com

O pós-modernismo, gerado através da individualidade, da complexidade e da fragmentação e alimentado pelas novas formas do capitalismo, dissolveu a autoridade cultural, favoreceu a cultura popular de minorias, comercializou manifestações culturais tornando-as espetáculo e, finalmente, derrubou a barreira entre a cultura de massa e a arte. Não existia mais um discurso universal, um heroísmo embutido na arte. Os personagens pós-modernos mostravam confusão, dúvidas, questionamentos, e o meio em que eles estavam inseridos permitiam uma colagem de diversas realidades (Figuras 11 e 12). No pós-modernismo, “a fronteira entre a ficção e a ficção científica sofreu uma real dissolução.”¹¹

2.1.9 Ficção Científica Revisitada

Apesar de reconhecido devidamente apenas nos anos 70, o pós-modernismo já aparecia em diversas mídias desde a década de 1960. A dissolução entre a ficção científica e ficção descrita por Harvey e impulsionada pela corrida espacial fica clara em exemplos como os livros de Philip K. Dick, como *Do Androids Dream of Electric Sheep* (1968, conto que deu origem a *Blade Runner*) e *O Homem do Castelo Alto* (1962), onde a ficção científica serve como questionamento da realidade. As obras de William S. Burroughs, censuradas em 1959, usam a ficção científica como forma de abordar temas como política, drogas e sexualidade.

As histórias em quadrinhos, após anos publicando histórias irrelevantes, voltavam a ter conteúdo. O artista americano Robert Crumb desenhava histórias caricatas sobre problemas nos bairros pobres dos Estados Unidos. Heróis de grandes editoras tratavam de problemas reais, como drogas e violência. Temas pós-modernos como realidades múltiplas e fragmentação do tempo-espaço eram comuns. Na década de 1980 os quadrinhos haviam voltado a fazer parte da cultura e, com o lançamento de *Watchmen* (1986, Figura 13), de Alan Moore, considerada pela revista Times um dos melhores romances do século, voltou a ser respeitado como mídia. A história de Moore tratava de temas complexos como a dualidade de suas personagens, a estrutura do tempo e a moralidade numa sociedade que temia uma iminente guerra nuclear.

¹¹ HARVEY, D. *A Condição Pós-Moderna*. São Paulo: Edições Loyola. 2012. p. 47

As novas tecnologias permitiram uma facilidade cada vez maior para a gravação de músicas. Jovens inspirados pelos artistas dos movimentos populares dos anos 60 começaram a gravar suas próprias composições. A indústria musical viu uma grande expansão de estilos e a facilidade de gravação também contribuía para a dissolução da autoridade musical, a gravadora. Além disso, a televisão tomou o lugar do rádio e o vídeo-clipe foi criado para levar a música para o novo tipo de mídia. Com os custos reduzidos de produção e a nova linguagem presente no cinema, o vídeo-clipe tornou-se um dos símbolos da década de 80.

O cinema, por sua vez, foi a mídia que mais se expandiu durante o pós-modernismo. As histórias de ficção científica eram ideais para filmes e seriados e, com a redução de custos da produção e a popularização da televisão, tornou-se o meio ideal tanto para a cultura quanto para o mercado capitalista. Seriados como *Star Trek* juntavam fãs do mundo todo e logo abriram caminho para grandes épicos, como *Star Wars*. Além da aceitação da ficção científica, a fragmentação e não linearidade do pós-modernismo se encaixavam perfeitamente com o cinema. Temas complexos voltaram a ser incorporados à narrativa, em contraste com os musicais dos anos 50. Novos filmes como *Laranja Mecânica* (1971) de Stanley Kubrick e *O Poderoso Chefão* (1972) de Francis Ford Coppola são exemplos de filmes que continham temáticas complexas, narrativas não-lineares e cenas de violência e, ainda assim, foram amplamente aceitos pelo público.

Nos anos 80, a visão do sonho americano já havia sofrido diversas críticas e, com o filme *Veludo Azul* (1986), David Lynch criou uma sobreposição de realidades, típica do pós-modernismo, evidenciando a violência por trás da sociedade perfeita. A iminência de uma guerra nuclear dissolveu de uma vez por todas o “sonho americano” e criou um sentimento de um futuro pós-apocalíptico que foi incorporado ao cinema. Inúmeros filmes mostravam um futuro pessimista, fragmentado, incontrolável. Ao mesmo tempo, no cinema europeu, filmes como *Asas do Desejo* (1987), de Wim Wenders, usavam formas de narrativa fragmentadas e experimentais, porém tratavam do mesmo tema.

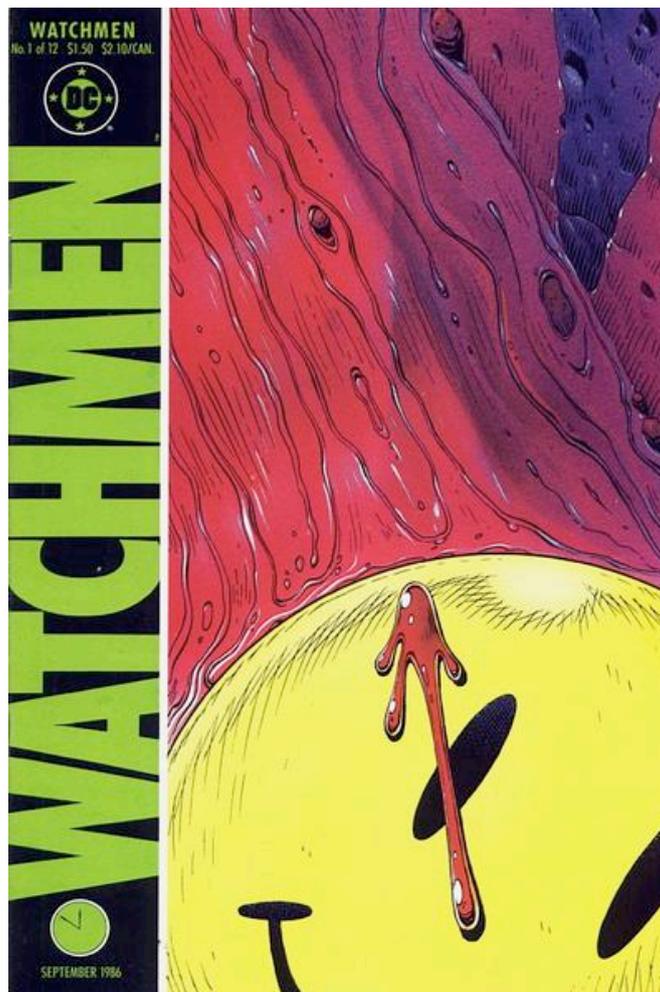


Figura 13: Watchmen, Alan Moore (1986). Discussão de temas complexos voltaram à cultura pop.
Fonte: dcwikia.com

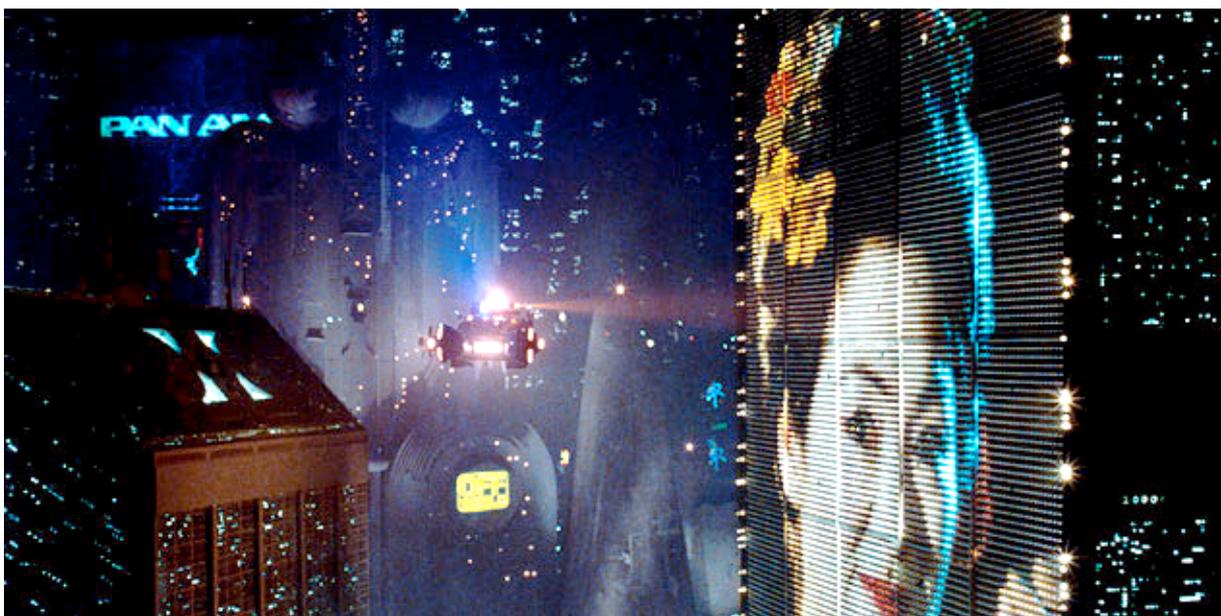


Figura 14: Cena do filme *Blade Runner*, de Ridley Scott (1982). Fragmentação, colagem e publicidade na cultura pop. Fonte: imdb.com

Um dos melhores exemplos da produção cultural do pós-modernismo é o filme *Blade Runner* (1982, Figura 14) de Ridley Scott. O filme, adaptação do conto de Philip K. Dick, tratava da identidade fragmentada, da artificialidade, do tempo e de um futuro caótico. A linguagem do filme é subjetiva, repleta de símbolos, colagens e sobreposições, com cenários que vão de ruas pós-industriais abandonadas a palácios faraônicos repletos de pastiche histórico, passando pela *Ennis House* de Frank Lloyd Wright. O filme engloba todo sentimento da arte pós-moderna, porém foi produzido em Hollywood com um orçamento milionário. Apenas no período pós-moderno essa simbiose é possível. Seu caráter capitalista e anti-áurico permitiu que a arte se misturasse com a mercadoria, com a moda e com a cultura popular, tornando-o um grande sucesso, tanto de crítica quanto de público. *Blade Runner*, portanto, é um exemplo perfeito de um artefato da cultura pop.

2.1.10 Mídia

Os meios de comunicação expandiram-se exponencialmente durante o século XX. O volume produzido de material escrito, como livros e *pulps*, se beneficiou da revolução industrial, e logo foi complementado pelo rádio. O cinema espalhou-se rapidamente depois de criado, e por volta de 1920 grandes produções eram financiadas e exibidas em diversas cidades pelo mundo. Em 1939, com o fim da construção do *Rockefeller Center*, a rádio NBC passou também a transmitir seus primeiros programas televisivos, e, no início da década de 1960, a televisão tornou-se comum na maioria das residências nos Estados Unidos. O rápido desenvolvimento da tecnologia logo permitiu que se tivesse duas ou três televisões por residência, induzindo ao individualismo. Este individualismo também influenciou outras mídias e logo a música passou a veicular em fitas compactas, cassete, assim como os filmes, a partir de 1975. A invenção do *walkman* tornou a experiência de ouvir música totalmente individual.

A evolução das mídias sempre esteve conectada com a cultura pop, pois essa depende principalmente dos meios de comunicação para se tornar popular. O surgimento da computação na década de 1970 deu início à um novo tipo de mídia, que tomava forma virtual. Os computadores a princípio serviam para cálculos complexos e gerenciamento de dados, mas logo seu potencial de geração de

imagens foi descoberto. A computação ainda não tinha o poder de manipulação de imagem da televisão ou do cinema, nem a qualidade sonora do cassete ou do rádio, porém introduzia um novo meio de comunicação, a interatividade.

As primeiras tentativas de interatividade apareceram em formas de jogos, como *Pong*, onde o jogador deveria controlar uma barra que rebatia uma bola para o adversário. Esta interatividade logo evoluiu para a forma de *video games*, computadores desenvolvidos exclusivamente para jogos. Para tornar os jogos compreensíveis, produtores, confrontados com a baixa qualidade das imagens e sons gerados, buscavam ícones e símbolos, formas abstratas para representar o mundo real. Logo, com o desenvolvimento da tecnologia, os jogos desenvolveram uma linguagem específica que incentivava mais a interação do que os sistemas operacionais para gerenciar dados, que buscavam emular pastas e ficheiros. Nos anos 80, os *video games* já eram capazes de produzir imagens mais complexas e, a fim de penetrar no mercado, passaram a buscar referências na arte pós-moderna, diretamente vinculada ao mercado. Desta maneira, jogos passaram a ter direção de arte para criar músicas e ícones da mesma forma que os vídeo-clipes ou produções de Hollywood. Em 1985 a Nintendo lançou o *Nintendo Entertainment System*, vendendo 61.91 milhões de unidades no mundo.¹² Seu lançamento criou um dos ícones da cultura pop mais reconhecidos no mundo, o personagem Mario (Figura 15).

O sucesso desta nova mídia influenciou diretamente a cultura pop da época. Filmes como *Tron* (1982) baseavam-se em jogos de videogame, vídeo-clipes emulavam as imagens pixeladas dos jogos e histórias em quadrinhos, como *The Dark Knight Returns* (1986) de Frank Miller, tratavam da influência da mídia e do mundo virtual na sociedade. A fotografia de Andre Zelck, fotógrafo alemão, intitulada *Family Group* (Figura 16) mostra a influência destas novas mídias na estrutura familiar.

¹² "A Brief History of Game Console Warfare: Nintendo Entertainment System". BusinessWeek. McGraw-Hill. Acessado em 20 de Junho de 2012.



Figura 15: Imagem do jogo *Super Mario Bros.*, Nintendo, 1985. A indústria do *video game* buscou formas de criar ícones. Fonte: mariowiki.com



Figura 16: *Family Group*, de Andre Zelck.
Fonte: andrezelck.com

Simultaneamente, o poder de processamento aumentava, e começavam a surgir imagens tridimensionais geradas pelo computador. Estas novas possibilidades abriram discussões sobre o que definia o espaço e o lugar. Segundo Peter Eisenman (2000) “tradicionalmente arquitetura foi dependente do lugar, ligada à condição de experiência. Hoje, ambientes midiáticos desafiam os dados do tempo clássico, o tempo da experiência [...] Arquitetura não pode mais continuar limitada pelas condições estáticas de espaço e lugar, aqui e ali.”

Os meios de comunicação haviam evoluído muito desde o princípio do pós-modernismo, e cada grupo cultural encontrava sua forma de linguagem em determinada mídia. A cultura pop achava maneiras de permear vários meios de comunicação, passando de histórias em quadrinho para o cinema, para os *video games* e para as telas do computador, mas a adaptação de objetos culturais para outras mídias para qual não haviam sido pensados reduzia sua qualidade e tornava-os muitas vezes obsoleto. Com o surgimento da internet, no fim dos anos 80, o novo espaço virtual tornou-se o centro para todas as mídias.

2.1.11 Hipertexto

A popularização da internet na década de 1990 trouxe novas mudanças espaço-temporais. O grande fluxo de informações que antes era privilégio de corporações que se espalhavam pelo mundo e de transações nas bolsas de valores tornou-se comum para todos. Esta facilidade de acesso às informações deu origem ao que François Ascher (2010) define como Sociedade do Hipertexto.

A virtualização tornava o tempo-espaço obsoleto, e trouxe novos questionamentos sobre a relação do indivíduo, do espaço e da cidade. Esta passava a ser vista, segundo Montaner (2009), como uma sobreposição de inúmeras redes e nós de informação, como mostra o filme *Akira* (1988, Figura 17). Arquitetos buscavam compreender este novo espaço infinito, atemporal e midiático, como mostram os trabalhos do escritório MVRDV, com *Metacity/Datatown* (Figura 18), do escritório Asymptote com o Museu Guggenheim em Guadalajara ou o pavilhão *Blur Building* do escritório Diller+Scofidio, onde a névoa determinava o espaço de exposição de diversas mídias.



Figura 17: Akira, de Katsuhiro Otomo, 1989. Neo Tokyo, uma visão futurista de Tóquio permeada por diversas camadas de informação. Fonte: k3.dion.ne.jp

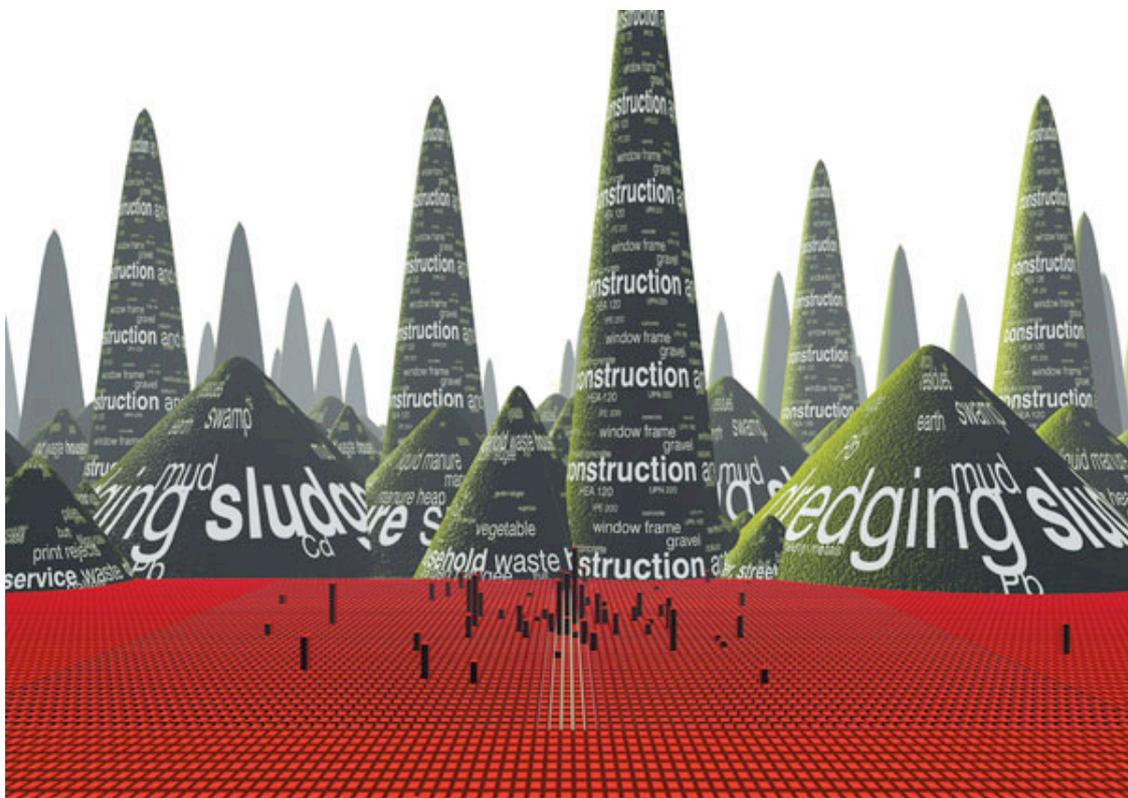


Figura 18: Metacity/Datatown , MVRDV, 1999. Uma cidade gerada através de dados. Fonte: mlcstudio.co.uk

Estes novos espaços virtuais ligados através da internet forneciam uma forma de conexão entre os fragmentos gerados no pós-modernismo. Na sociedade do hipertexto, uma palavra conecta diversos símbolos, significados e imagens, como *links* em páginas da internet. Logo, uma simples palavra como *leão* pode referir-se simultaneamente a um estúdio de cinema, um sistema operacional, uma música, uma história em quadrinhos ou simplesmente ao animal que ela designa.

Este grande número de conexões e referências desfez a educação paternalista, uma vez que cada indivíduo buscava seus próprios interesses e referências ligados por hipertextos e assim “os vínculos sociais se multiplicaram extraordinariamente. Sua natureza é diversificada e eles se apoiam em modos de comunicação múltiplos.”¹³ Ao conectar diversos grupos culturais, independente da distância espacial, a internet gerou um grande aumento na produção cultural. Os indivíduos não buscavam um grupo social com o qual interagiam diariamente, seja no bairro, no trabalho ou no bar. Agora, cada um participava de grupos culturais múltiplos, heterogêneos, cada um com determinado interesse.

Esta multiplicidade cultural gerou também uma expansão em todas as mídias. Agora um amante do cinema descobria através de grupos de interesse e conexões de hipertexto novas músicas ou literatura relacionada com o tema. No início dos anos 2000, o aumento da velocidade na internet permitiu que se trocasse não apenas informações sobre objetos culturais, mas que se tivesse acesso a todos os tipos de mídia diretamente no computador. O espaço virtual passava a abrigar, à sua maneira, grande parte dos artefatos da cultura pop. Filmes, séries de TV, histórias em quadrinhos, músicas e *video games* podiam ser acessados diretamente pela internet.

A facilidade de acesso à todo tipo de mídia através da internet gerou, ao contrário do que se pensava, um aumento nas atividades específicas de cada meio de comunicação. A banalização do acesso à cultura pop gerou a valorização “econômica e simbólica do que não se telecomunica, o ‘direto’, as sensações táteis etc.”¹⁴ Essa busca pelo simbólico e tátil causou um aumento nas atividades de lazer, como a gastronomia, a atividade esportiva e até mesmo ir ao cinema. Indivíduos passaram a se reunir com seus múltiplos grupos sociais para ir ao

¹³ ASCHER, F. Os novos princípios do urbanismo. São Paulo: Romano Guerra. 2010. p. 44

¹⁴ ASCHER, F. Os novos princípios do urbanismo. São Paulo: Romano Guerra. 2010. p. 66

cinema ou jogar *video game*, ter a sensação tátil de virar as páginas de um livro ou de uma história em quadrinhos, colecionar discos de vinil e DVD's. A virtualização da cultura não eliminou o lugar.

Depois do pós-modernismo o sistema de produção fordista deu lugar a um sistema de produção descentralizado e dependente da contratação de serviços. Com a evolução tecnológica, a redução de custos de produção e a popularização da internet, o sistema de produção foi lentamente evoluindo para uma nova fase. A produção de bens culturais cada vez mais individualizados não dependia somente de uma ou duas correntes culturais, mas sim de múltiplas correntes, e cada uma não estava ligada a determinados indivíduos, mas cada indivíduo pertencia à múltiplas correntes. Esta multiplicidade da produção e do interesse dos indivíduos deu início a uma nova forma de mercadificação da cultura.

2.1.12 *Indie*

A disposição da tecnologia de produção de bens culturais para o público tornou-se cada vez maior e, a fim de produzir suas criações independente da indústria, indivíduos passaram a desenvolver sua própria produção cultural. Esta produção independente, abreviada atualmente para *indie*, teve início durante a década de 1950 como forma de contrapor a cultura de massas, e teve particular importância na indústria musical. Cortando as grandes gravadoras da cadeia de produção, grupos ou indivíduos podiam se expressar livremente, sem passar pela conformação com a moda exigida pelas gravadoras. Ao longo do pós-modernismo, todas as mídias tiveram produtores independentes. O cinema produzia fora dos grandes estúdios filmes B, típicos da década de 1970 ou o recente sucesso dos dramas independentes, como *Pequena Miss Sunshine* (Figura 19) de Jonathan Dayton. Nas histórias em quadrinhos, Robert Crumb foi um dos artista independentes mais respeitados, sempre mostrando desdém em relação às grandes editoras. Porém, todas estas produções, apesar de reconhecidas atualmente, tinham pouca circulação e não eram rentáveis e, muitas vezes, levavam os artistas à falência. O maior problema da produção cultural *indie* era sua publicação, que exigia mídias e distribuição físicas. Com a popularização da internet, a distribuição tornou-se virtual e, portanto, gratuita.

A popularização das vendas *on-line* na década de 2000 aliada à produção *indie* trouxe, portanto, uma nova fase do capitalismo. Inúmeras gravadoras independentes passaram a distribuir músicas exclusivamente por meio digital. Filmes e animações, auxiliados pelos preços reduzidos de câmeras e softwares de edição digital, começaram a surgir diariamente em *websites* como Youtube¹⁵ ou Vimeo¹⁶, ganhando espaço inclusive nos grandes estúdios, que criaram distribuidoras exclusivamente para filmes independentes. As histórias em quadrinhos encontraram sua forma de distribuição nas *webcomics* semanais e, novas tecnologias como os *e-readers*, permitem que autores lancem seus livros diretamente nas lojas *on-line*. Mais recentemente, com a popularização de linguagens de programação, jogos de *video game* independentes começaram a surgir.

Esta tendência de comercialização de produtos culturais traz importantes mudanças no conceito de cultura pop. Como já explicado anteriormente, a cultura pop, resultado do pós-modernismo, tem uma forte ligação com o mercado. Porém, ao ceder ao mercado, esta cultura passava por um processo de manipulação a fim de tornar-se rentável. Agora, com a eliminação desse passo no processo, a produção cultural torna-se cultura pop à medida que é aceita por determinado grupo social e torna-se mais volátil uma vez que atende a especificidades cada vez maiores.

Apesar desta tendência ter tomado mais força ao longo da última década, ela não elimina a indústria, mas complementa. A indústria cultural ainda domina os grandes veículos de comunicação e cria ícones e símbolos que, se tiverem qualidade para serem vistos como cultura, tornam-se populares em todo mundo, independente do grupo social. Uma vez que, como observado por Ascher, cada indivíduo participa de múltiplos grupos sociais, suas referências podem tanto ser buscadas em produções independentes com nicho específico quanto em grandes produções da indústria. Isto fica claro em exemplos como do filme *Batman - O Cavaleiro das Trevas* (Figura 20), de Christopher Nolan (2007). O filme, uma grande produção de Hollywood, trata de um personagem de um nicho específico, os quadrinhos que, devido à suas qualidades, tornou-se um ícone. O filme gerou uma

¹⁵ Disponível em: www.youtube.com

¹⁶ Disponível em: www.vimeo.com

das maiores bilheterias da história, sendo um sucesso de público e crítica e mostrando como indivíduos, independente de seu grupo social, compartilham interesses comuns que dependem da indústria.

A produção *indie*, portanto, gera novas formas de cultura pop que funcionam paralelamente com a indústria cultural. Aquela passou lentamente de um produto de consumo, no fim da década de 1970, à um produto em constante mudança que é tanto consumido quanto produzido por diversas fontes. Esta volatilidade aumenta com a facilidade de veiculação destas mídias. As novas redes sociais, a internet disponível em celulares e a grande velocidade de circulação de dados têm grande importância na divulgação destas novas formas de cultura e na circulação de ícones já existentes. Porém, quanto mais virtual torna-se esta distribuição, mais torna-se necessário um espaço físico, um “lugar” que abrigue a produção cultural, e que permita não só o encontro físico de grupos sociais distintos e a exposição das obras de arte geradas, mas também a discussão e a produção, tanto dependente quanto independente da indústria, a fim de permitir o contato da cidade com a simbologia, a fragmentação, a colagem, a ironia e o espetáculo da cultura pop.



Figura 19: Pequena Miss Sunshine, de Jonathan Dayton, 2007.
Fonte: <http://www.imdb.com>



Figura 20: Batman: Cavaleiro das Trevas, de Christopher Nolan, 2007. Exemplos de filmes, um *indie* e o outro uma grande produção, que foram aclamados por público e crítica e ganharam diversas premiações. Fonte: <http://www.imdb.com>

2.2 Museu

2.2.1 Armário

“... museu que começa como armário ou caixa” (MONTANER, 2003, p. 29)

O museu como espaço expositivo sempre esteve presente, uma vez que este começa como um armário ou uma caixa para expor bens preciosos. Os primeiros museus começaram como coleções particulares que eram exibidas a visitantes especiais, sendo que o primeiro registro de um museu como edificação data de 530 AC (LEWIS, 1987). Porém, não é o objetivo deste estudo analisar toda a história da museologia, mas sim o período relevante ao tema proposto, que compreende o fim do séc. XIX até a atualidade.

No fim do século XIX a maioria dos museus do mundo já era aberta ao público, e expunha pinturas e esculturas organizadas metodicamente por estilo e período, uma caixa organizada que servia como janela para o passado. Um dos maiores exemplos de museus deste período é o Museu do Prado, em Madrid, que até hoje guarda uma das maiores coleções de arte da Europa. Ao mesmo tempo, como citado anteriormente, grandes pavilhões temporários serviam para expor as maravilhas tecnológicas que faziam parte do futuro.

O início do Movimento Moderno trouxe inúmeros questionamentos para a arte e, conseqüentemente, para seus espaços de exposição. Com novas formas de arte, principalmente as instalações, o espaço exposição já não era adequado. Segundo Filippo Marinetti, em seu Manifesto Futurista, de 1909, os museus eram cemitérios e o artista exigia que fossem demolidos. Para Jean Cocteau o Museu do Louvre, em Paris, era um “depósito de cadáveres”.

Esta postura radical em relação aos espaços de exposição refletiu-se na arquitetura. Segundo Montaner (2003, p. 9):

“Este vazio gerado pela busca de uma nova concepção dos espaços do colecionismo para a arte das vanguardas começou a ser superado com obras como o MoMA, em Nova York, fundado em 1929, mas que construiu sua nova sede com arquitetura moderna somente em 1939.”

Ainda segundo Montaner, o museu moderno foi definido por quatro projetos: o museu de crescimento ilimitado de Le Corbusier, o museu para uma pequena cidade de Mies Van der Rohe, o museu Solomon R. Guggenheim de Frank Lloyd Wright e o Museu de Bolso de Marcel Duchamp, que pregava dissolução total do museu.

2.2.2 A caixa

A primeira tipologia de museu a surgir no movimento moderno foi a da caixa evoluída e sua origem foi uma resposta direta aos museus existentes. O conceito da caixa, uma sala regular com paredes para exposição de obras, era o mais comum entre os museus existentes. Porém, as caixas existentes estavam contidas em edifícios repletos de ornamentos e seus interiores exibiam diversas decorações, desde pisos de mármore até sancas ornamentais.

A resposta imediata a esta espacialidade foi a criação de um espaço neutro, branco, onde a arquitetura se submeteria à arte. Além disso, o museu para o novo século deveria utilizar as novas tecnologias e permitir a flexibilidade dos espaços. Em 1939 Le Corbusier propôs o museu de crescimento ilimitado, um museu que mostrava a evolução da caixa. Organizado em espiral, o museu seria modular e cresceria à medida que seu acervo aumentasse, com iluminação zenital em suas salas de exposição brancas e neutras e, exteriormente, seria uma caixa branca suspensa sobre pilotis.

A proposta de Mies Van der Rohe para um museu para uma pequena cidade, de 1942, também baseava-se em um espaço indiferenciado para o colecionismo e aplicava o conceito de flexibilidade espacial já visto nos apartamentos projetados para Weissenhof, Stuttgart, em 1927. A proposta não foi construída, mas, em 1968, Mies conclui a Neue Nationalgalerie, em Berlim, que partia do mesmo princípio, porém as caixas de exposição ficam enterradas e o acesso térreo serve como um grande espaço de recepção cercado de vidro.

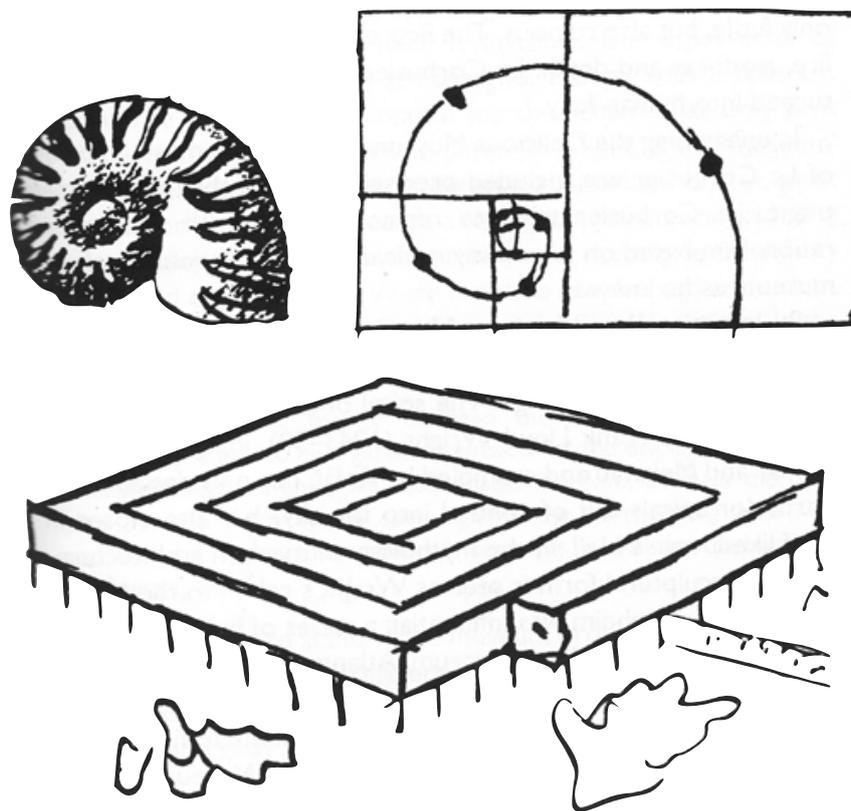


Figura 21: Museu de Crescimento Ilimitado, de Le Corbusier (1939).
Fonte: lukethompson.co.uk



Figura 22: Museu para uma pequena cidade, Mies Van der Rohe (1942).
Fonte: moma.org

A tipologia da caixa definida por estes dois principais projetos teve grande influência em obras subsequentes e ainda hoje é a tipologia mais utilizada. A neutralidade, flexibilidade e condições de iluminação nos espaços expositivos exigidos pelo Movimento Moderno eram universais nos projetos do começo do século XX, porém as formas dos museus variavam. Ao contrário da neutralidade e submissão à arte adotada por Le Corbusier, Frank Lloyd Wright propôs uma tipologia onde o próprio museu era uma obra de arte, o museu-escultura.

2.2.3 Escultura

Em 1959, seis meses depois da morte de Frank Lloyd Wright, foi inaugurada a nova sede do museu Solomon R. Guggenheim, em Nova York. O museu, implantado em meio a dezenas de arranha-céus em forma de caixa buscou destacar-se como peça individual no tecido urbano. Wright desenhou um edifício que gerava um movimento contínuo, uma espiral descendente que destacava a importância do percurso para a tipologia de museu. Esta espiral também definia a forma externa do museu, circular e branca, destacando-o de todos os edifícios vizinhos.

O museu como organismo extraordinário foi, segundo Montaner (2003, p. 12), “o primeiro grande passo para evoluir da caixa estática e fechada, acadêmica e simétrica, para um forma inédita e cinemática; um novo museu ativo e dinâmico, configurado, neste caso, em espiral.” Esta tipologia não só abriga obras de arte, mas ela mesma pode ser vista como uma escultura no seu contexto, atraindo mais visitantes, turistas, funcionando como marco para a cidade e proporcionando experiências espaciais que só são possíveis neste tipo de edifício.

Quando bem projetados e bem inseridos em seu contexto, os museus-escultura têm a capacidade de transformar o local, como mostram o projeto do Guggenheim de Nova York, o projeto do MAC em Niterói, de Oscar Niemeyer ou o projeto do Guggenheim de Bilbao (1997), de Frank Gehry. Neste último caso, o museu não foi somente bem contextualizado, mas transformou a cidade de Bilbao, praticamente toda voltada à indústrias, em um dos principais pontos turísticos da Espanha, conferindo uma nova identidade à capital do País Basco.

Porém, esta tipologia nem sempre é adequada e, sem o devido cuidado, pode se sobrepor a arte que é exposta, não proporcionando espaços qualificados para a exposição ou não permitindo a flexibilidade e neutralidade necessária em alguns casos. A Cidade das Ciências, de Santiago Calatrava, em Valência, mostra esta falta de cuidado. Ao resolver o projeto com uma repetição de pórticos escultóricos e calcados na tecnologia, o projeto perde-se em sua extensão e não propicia percursos adequados nem espaços neutros, além de tornar-se desinteressante pela repetição exagerada.

Tanto o museu-caixa quanto o museu-escultura proporcionaram as bases para a evolução dos museus como os conhecemos hoje. Como explicitado anteriormente, a construção e visita de museus não era tão intensa como é hoje, mas isso mudou repentinamente no fim da década de 1970, quando houve uma explosão na participação de atividades culturais.

2.2.4 Condição Pós-Moderna

“A cultura que se consolidou nos anos 80 nos museus da última geração, dentro da condição pós-moderna, conferiu um papel muito representativo aos edifícios consagrados à cultura.”¹⁷

A transição do consumo de bens para o consumo de serviços deu uma nova importância à tipologia do museu, que sofreu grandes alterações. Desde a década de 1960, via-se uma variação da caixa, com o surgimento de museus minimalistas.

Os museus minimalista como consequência da evolução da tipologia da caixa têm uma grande importância no Brasil. Tanto o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro (1948), de Affonso Reidy, e o MASP de São Paulo (1947), de Lina Bo Bardi, mostram a tipologia da caixa projetado por Le Corbusier de forma evoluída. Os dois projetos partem do conceito de suspender a caixa do museu, livrando o térreo para atividades públicas, conferindo-lhe um caráter mais participativo.

¹⁷ MONTANER, Josep M. *Museus para o Século XXI*. Barcelona: Gustavo Gili. 2003. p. 94



Figura 23: Museu Solomon R. Guggenheim, em Nova York, de Frank Lloyd Wright (1959).
Fonte: architecturepics.com



Figura 24: Museu Guggenheim de Bilbao, de Frank Gehry (1997).
Fonte: Autor

Os museus de Paulo Mendes da Rocha, como o Museu de Escultura em São Paulo (1995), mostram o minimalismo bem desenvolvido como tipologia de museu. Ainda utilizando a idéia de museu como lugar público, o arquiteto cria um grande pórtico com formas simples e horizontais. Na Pinacoteca de São Paulo, de 1999, Paulo Mendes da Rocha usou elementos mínimos de intervenção para reorganizar o espaço de um edifício acadêmico e simétrico.

Porém, foi a partir do fim da década de 1970 que as tipologias de museu realmente transpuseram a caixa e o museu-escultura e se multiplicaram. Começando pela tipologia que Montaner classifica como “museu-museu”, Aldo Rossi deu início a um tipo de museu que volta-se para si mesmo, mostrando respeito com a arte que abriga. Os estudos tipológicos e contextuais intensos de Rossi abriram caminho para um estudo mais direto do edifício do museu. Atualmente esta tipologia pode ser vista nas obras de Rafael Moneo, como a expansão do Museu do Prado, em Madrid, de 2006.

O resultado direto dos estudos de Rossi geraram uma tipologia de museu “que se volta para si mesmo”¹⁸, visto em trabalhos de Álvaro Siza, como o Museu Serralves, no Porto, de 1999. Esta tipologia costuma ser hermética, relacionando-se com entorno através de aberturas bem localizadas que enquadram a paisagem. Os museus de Siza mostram a neutralidade e flexibilidade da caixa, porém seus percursos são mais complexos, fazendo o visitante “descobrir” o museu. Segundo Montaner (2003, p. 76):

“A essência real do museu consiste em reconhecer as peças da própria coleção, conferindo-lhes espaços à sua medida, conformes às suas características, ao mesmo tempo que se aceita e reconhece o ambiente circundante.”

Entretanto, a maior influência do museu como o conhecemos hoje veio do pós-modernismo. Interpretando a crescente complexidade dos programas de museu e a fragmentação da sociedade, o museu pós-moderno, assim como a arte pós-moderna, criou uma tipologia através de colagens.

¹⁸ MONTANER, Josep M. *Museus para o Século XXI*. Barcelona: Gustavo Gili. 2003. p. 77



Figura 25: MASP, de Lina Bo Bardi (1947).
Fonte: sp-turismo.com



Figura 26: Museu de Escultura, de Paulo Mendes da Rocha (1995)
Fonte: comoviaja.com.br

Na Staatsgalerie de James Stirling, em Stuttgart, o arquiteto fragmentou o museu em diversas partes autônomas, cada qual com uma forma distinta. As metáforas, narrativas e símbolos do pós-modernismo já tinham força suficiente para superar o conceito da caixa branca. Stirling usou cores vivas e chamativas, conferindo o caráter turístico e capitalista presente na condição pós-moderna, mas sem desrespeitar o contexto, uma vez que seu museu criou novos percursos para a cidade e democratizou o espaço artístico para os moradores.

O museu pós-moderno, através de todas as incertezas e complexidades, teve total liberdade para trabalhar a relação da obra de arte, o espaço em que ela está contido e a forma dos contentores. Através de projetos mais fragmentados, relacionados com o contexto urbano, o pós-modernismo converteu o museu “em um edifício cada vez mais hedonista e popular, divertido e comunicativo.”¹⁹ Esta relação com a arte só pôde ser desenvolvida pelo triunfo da cultura de massas.

Finalmente, o museu contemporâneo deve sua tipologia ao anti-museu, inicialmente desenvolvido por Duchamp. O artista, que defendia o fim do museu, criou um pequeno museu de bolso, uma ironia baseada no seu conceito de *objet-trouvé*. Este conceito desenvolveu-se paralelo à evolução dos museus convencionais e, ao longo do tempo, gerou diversos espaços para a arte experimental. Alguns exemplos destes experimentos são a Factory, de Andy Warhol, onde além de expor, se produzia arte, o Museu Imaginário proposto por Walter Benjamin ou o museu El Eco, do artista Matia Goeritz, na Cidade do México. No Brasil o artista Hélio Oiticica criou o Centro de Arte Hélio Oiticica, no Rio de Janeiro, onde a arte tomava um caráter popular e participativo.

Atualmente vê-se o anti-museu em instalações como o PS1, onde a arte experimental é exposta em uma escola pública abandonada e ,anualmente, promove uma competição para criação de um pavilhão temporário, ou em barracões industriais abandonados que se transformam em espaços criativos. A partir da década de 2000, com a aceitação das diversas mídias eletrônicas no âmbito artístico, o anti-museu passou a ter especial importância na discussão tipológica.

¹⁹ MONTANER, Josep M. Museus para o Século XXI. Barcelona: Gustavo Gili. 2003. p. 96



Figura 27: Staatsgalerie, em Stuttgart, de James Stirling (1984).
Fonte: www.staatsgalerie.de/

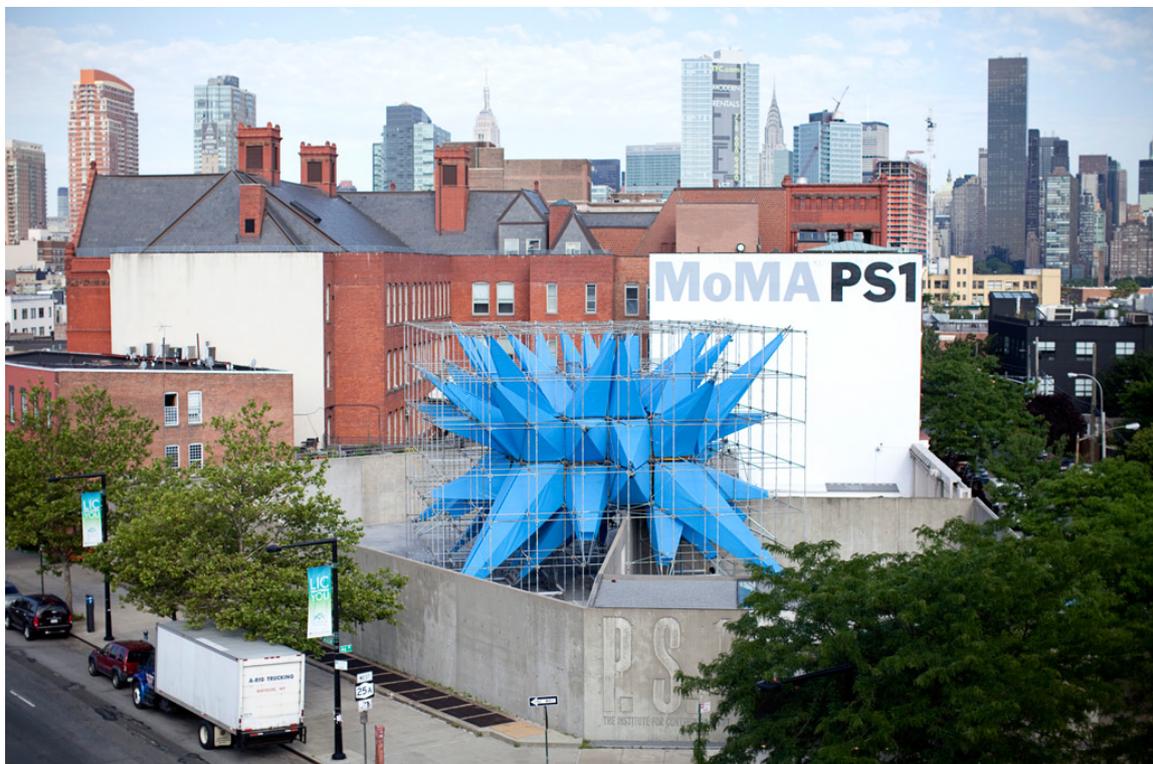


Figura 28: Pavilhão temporário PS1, de HWKN (2012)
Fonte: <http://momaps1.org>

2.2.5 Desmaterialização

“É surpreendente que, apesar da enorme expansão das mídias de arte, o número de tipologias para a exposição da arte permaneça limitado. Parece que a apoteose da arte está se desdobrando em um repertório de condições espaciais cada vez mais limitado: a galeria (branca, abstrata e neutra), o espaço industrial (atrativo devido às suas condições previsíveis que devem permanecer neutras quando justapostas com obras de arte), o museu contemporâneo (uma visão disfarçada da loja de departamento) e o purgatório da feira de arte.”²⁰ [Tradução do autor]

Apesar das diversas tipologias de museu existentes fornecerem inúmeras soluções para a exposição da arte, torna-se cada vez mais complexo definir o museu contemporâneo. As exigências de neutralidade e flexibilidade, assim como a busca por uma relação contextual, a popularização da alta cultura, a crescente expansão do programa de necessidades e o surgimento de novas mídias virtuais desafiam todos os tipos existentes.

Para Montaner (2003, p. 130), os museus contemporâneos, apesar de compreenderem diversas formas e tipologias, buscam o mesmo: a desmaterialização. Novos edifícios, como o Kunsthaus, de Peter Zumthor (1997), buscam a dissolução através da materialidade, um edifício feito de luz. Já no ZKM, de Rem Koolhaas (1992), essa desmaterialização é feita através da produção e reprodução de artes visuais e de exposições baseadas em informações virtuais e projeções na caixa corbusiana, tornando o edifício uma mistura de Centro Pompidou, funcional e tecnicista, com o edifício propaganda idealizado por Robert Venturi. Em ambas tipologias, expressas pelos projetos de Zumthor e de Koolhaas, busca-se o fim do objeto modernista através da “projeção de reações e sistemas, baseando-se em materialidades luminosas e aproveitando ao máximo meios técnicos, eletrônicos e digitais[...]”²¹.

²⁰ It is surprising that despite the enormous expansion of art media, the number of typologies for art's display remains limited. It seems that art's apotheosis is unfolding in an increasingly limited repertoire of spatial conditions: the gallery (white, abstract and neutral), the industrial space (attractive because of its predictable conditions which are meant to remain neutral when juxtaposed with any artwork), the contemporary museum (a barely disguised version of the department store) and the purgatory of the art fair. [...] (OMA, 2008, Disponível em <http://oma.com/projects/2008/fondazione-prada>. Acessado em: 04/10/2012)

²¹ MONTANER, Josep M. *Museus para o Século XXI*. Barcelona: Gustavo Gili. 2003. p. 147

O museu contemporâneo apresenta características herdadas da condição pós-moderna e da indústria capitalista. Como observou Koolhaas, cada vez mais o museu assemelha-se à uma loja de departamentos e uma loja de departamentos assemelha-se à um museu. Esta tendência pode ser observada na loja projetada pelo arquiteto para a Prada, onde cada peça de vestuário, mesmo que produzida em massa, é exposta como uma obra de arte e, no museu Kunsthal, onde obras de arte ficam expostas como se estivessem em vitrines. É neste limite turvo entre a arte e o produto capitalista que reside a cultura pop.

Neste sentido, um museu para a cultura de massas torna-se imprescindível, uma vez que, na sociedade pós-moderna, o *objet-trouvé* de Duchamp é aceito por todos como arte e, tanto produções em massa, como as roupas da Prada, quanto trabalhos artesanais, como as esculturas de Louise Bourgeois, pertencem ao museu. Porém, o que é observado nos museus atualmente, principalmente no Brasil, é a falta de espaços para este tipo de arte e um excesso de espaços para a arte “áurica”, como denomina Walter Benajmin.

Enfim, um museu para a cultura pop deve ser flexível e ter espaços neutros, uma vez que deve tratar de diversas mídias; se relacionar diretamente com seu contexto, sendo convidativo e não hermético; incentivar a participação através de espaços para produção, a fim de criar e expor a arte *indie*; e permitir o diálogo entre o capitalismo e a arte, valendo-se da ironia e espetáculo pós-modernos.



Figura 29: Zentrum für Kunst und Mmedientechnologie - ZKM, em Karlsruhe, de OMA (1992)
Fonte: oma.eu



Figura 30: Kunsthaus, em Bregenz, de Peter Zumthor (1997).
Fonte: archdaily.com



Figura 31: Loja da Prada, em a York, OMA (2001). Loja de departamento como museu.
Fonte: oma.eu



Figura 32: Kunsthall, em Rotterdam, OMA (1994). Do lado direito a circulação pública, que atravessa o edifício e permite que a exposição atrás do vidro fique exposta, como numa vitrine.
Fonte: Mick Visser

3. Estudios de Caso

3.1 Kunsthal

Introdução

O Kunsthal é conhecido como o “museu sem acervo”²², por ser composto por uma série de salas com flexibilidade que permitem um grande número de configurações e sempre abriga exposições temporárias. Além disso, conta com um conceito de percurso bem definido, porém flexível, e uma escala pequena, se comparado à outros exemplos de sua tipologia. Estas três características tornam este projeto relevante para a pesquisa, uma vez que a flexibilidade, aliada ao percurso flexível, é ponto-chave no projeto proposto, e sua escala adequa-se ao local escolhido. Além disso, como uma das primeiras obras construídas do OMA, utiliza os conceitos desenvolvidos por Koolhaas na década de 80, durante o desenvolvimento do pós-modernismo, responsável pelo conceito atual de cultura pop.

Programa

O Kunsthal conta com uma área total de 3,300 m², divididos em três salas de exposição com tamanhos variados, um auditório e um restaurante, com acesso externo. O museu também conta com uma pequena loja e áreas de apoio.

O Museu

O Kunsthal fica localizado no Museumpark, Roterdão, um parque que conta com quatro museus além do deste. A fachada norte tem vista para o parque, enquanto a fachada sul é voltada para uma rodovia movimentada. O edifício é dividido por dois caminhos, que marcam sua forma e funcionalidade. O primeiro leva do parque à rodovia, cortando o prédio no sentido Norte-Sul e vencendo o desnível entre os dois, criando uma rampa que dá acesso ao museu. O outro é uma rua que cruza o prédio no sentido Leste-Oeste e divide, de um lado, a área administrativa e, do outro, uma área coberta que serve de entrada para a fachada voltada à rodovia. Essas quatro

²² <http://www.archdaily.com/102825/ad-classics-kunsthal-oma/>

partes são unidas através de uma circulação contínua e complexa, que cria espaços variados, usando diferentes tipos de iluminação e materiais.

Percurso

A visita ao museu começa a partir do meio da rampa, onde a entrada, indicada por uma seta luminosa exagerada, dá acesso ao auditório, que é inclinado em direção oposta à rampa. Este cruzamento de volumes cria espaços intersticiais que abrigam funções secundárias, como a loja (Figura 43). A partir da entrada pode-se descer a rampa do auditório e acessar os banheiros e guarda-volumes. Daí pode se visitar a primeira sala de exposições, que conta com um pé direito alto e pilares de troncos de árvores espalhados de forma não linear (Figura 44). A seguir, sobe-se por uma rampa (a mesma rampa que cruza o prédio no sentido Norte-Sul, porém separada do exterior por uma parede de vidro [Figura40]) para acessar a segunda sala de exposições, a maior de todas. Esta sala não possui nenhum pilar, possibilitando uma grande flexibilidade no espaço. Saindo desta sala, sobe-se por uma escada que leva à terceira e última sala, ou, se seguir a escada até o topo, chega-se ao terraço-jardim do edifício. A terceira sala é a menor, tem um pé direito mais baixo e poucas aberturas, criando um ambiente mais intimista.

Flexibilidade

A flexibilidade do percurso criado permite que, ao subir a rampa do auditório ao invés de descê-la, se acesse a segunda sala de exposições antes da primeira, ou até mesmo permite que se suba a escada até o terraço-jardim e se faça o percurso inverso. O percurso também pode ser cortado por elevadores ou por escadas secundárias localizadas em áreas periféricas.

Cada uma das salas conta com uma configuração espacial que permite diversos tipos de organização para casos específicos. A primeira é iluminada naturalmente apenas por uma das faces, e seus pilares desencontrados permitem uma disposição não convencional das obras, caso necessário. A segunda recebe luz natural de todos os lados, através de uma membrana de vidro jateado, que torna a luz externa difusa e conta também com zenitais, tornando todo o ambiente uniformemente iluminado. A fachada sul é composta por uma parede de vidro transparente, tornando-a um tipo de

“vitrine” do museu, ao mesmo tempo levando a arte para fora do museu e convidando visitantes. A terceira sala é totalmente fechada, usando apenas iluminação artificial.

O auditório (Figura 42) é possivelmente o espaço mais flexível da obra. Ao torná-lo o acesso principal, Koolhaas desfaz o conceito de auditório como caixa hermética e o expõe a todos que entram no museu. Ele conta com uma cortina que permite isolá-lo da entrada e ainda assim manter o percurso. Quando não há nenhum evento, as cadeiras do auditório servem como um espaço social do museu, onde grupos de pessoas se reúnem para conversar ou observar o parque através da parede de vidro. A loja, um espaço intersticial, conecta visualmente o auditório e o restaurante e, por sua posição, passa de espaço secundário à um espaço interessante e convidativo.

Estrutura

“Aprisionado por uma jaula cartesiana da qual eu queria fugir, a informalidade acenou. A oportunidade veio com Rem Koolhaas e o Kunsthall em Roterdão.”²³
[Tradução do Autor]

Cecil Balmond, engenheiro responsável pelo projeto estrutural, teve um papel importante no desenvolvimento da complexidade do museu. Ao invés de projetar uma estrutura cartesiana para um projeto ortogonal, Balmond decidiu distorcer a grade estrutural e fragmentá-la, usando um conceito estrutural para cada espaço de exposição. Esta diferença é o que, em grande parte, confere a flexibilidade do projeto.

No projeto foram usadas quatro tipologias de estrutura: cinta, deslizamento, quadro e justaposição. A primeira foi utilizada na segunda sala de exposição, a maior de todas e sem pilares. Ao invés de utilizar uma estrutura básica de travamento, com linhas paralelas e travamentos diagonais, Balmond criou um arco que cruza todo o ambiente e é travado com as diagonais. A estrutura, de cor laranja, aparece e desaparece no forro, criando uma sensação de continuidade através de todo espaço, como se tivesse sido costurado. As juntas da estrutura foram propositalmente escondidas no forro, uma vez que não se buscou a “verdade” estrutural tão presente no modernismo, mas um tipo de subjetividade usualmente não buscada na estrutura:

“O detalhamento do Kunsthall é um tipo de detalhamento que liberta a atenção para outros aspectos como o modo que o piso é visto, o sentimento das abstrações, da transparência e

²³ “Trapped by a cartesian cage I wanted to break out, the informal beckoned. That opportunity came with Rem Koolhaas and the Kunsthall in Rotterdam” Balmond, C. *Informal*. Munique: Prestel. 2002.

translucidez, do concreto e outras condições. O sentimento de um todo ao invés de toda aquela fixação nas juntas e encontros.”²⁴ [Tradução do Autor]

O segundo conceito, usado na primeira sala de exposição, é simples, porém, ao aplicá-lo, o engenheiro liberou a rigurosidade da grade e conferiu a flexibilidade ao espaço. Com o simples ato de deslizar uma linha de colunas para frente, criaram-se circulações diagonais, dando liberdade espacial. Koolhaas decidiu então revestir os pilares com troncos de árvore, trazendo a floresta do parque para dentro do edifício.

O terceiro conceito, o quadro, está presente no auditório e no restaurante. Ao tornar os pilares perpendiculares ao plano inclinado, criou-se uma sensação de instabilidade, conferindo ao espaço uma leitura única.

O último conceito, justaposição, está presente na entrada sul do edifício (Figura 41). Ao posicionar três colunas de formatos diferentes próximas das outras, cria-se um dinamismo único. Cada coluna suporta cargas diferentes, portanto tem formatos variados, porém esta “honestidade” estrutural entra em conflito com o conceito moderno de ordem. As três colunas justapostas logo na entrada do museu mostram que, apesar de suas formas ortogonais e materiais convencionais, o edifício não é composto pela ordem e racionalidade moderna, mas sim por uma fragmentação e colagem pós-modernas.

Colagem

O Kunsthall é revestido por diversos materiais, que ora formam uma unidade, ora quebram a continuidade das fachadas. O restaurante, por exemplo, tem uma paginação de esquadrias diferente de qualquer outra no edifício, o que ressalta seu uso independente do museu (Figura 39). O revestimento de pedra que cobre a fachada do parque não continua para a fachada oeste, apesar da volumetria continuar. Na fachada sul a pedra volta a aparecer, porém de forma diferente, além de contar com a “vitrine” da sala de exposições, as colunas justapostas e uma viga de aço laranja intencionalmente chamativa. Segundo a publicação *Postmodern Visions* (Klotz, 1985), o OMA entende “as percepções e experiências do presente como simbólicas e associativas, uma colagem fragmentária, com a grande cidade fornecendo a última

²⁴ “The detailing in the Kunsthall is a mode of detailing that frees the attention for other aspects such as the way the ground is read, the sensing of abstractions, of transparency and translucency, of concrete and of the conditions themselves. The sensing of a whole instead of all that fixation on the joins and the encounters.” Graafland, A. Haan, J. *The Critical Landscape*. Roterdão: 010. 1996.

metáfora.” Esta interpretação pós-moderna fica clara não somente na fragmentação do espaço e na colagem de diferentes materiais, mas também no tom de ironia de alguns elementos da obra, como a seta luminosa que indica a entrada ou a foto do arquiteto Rem Koolhaas sobre a escada, que “vigia” os visitantes do museu. O Kunsthal incorpora também a linguagem do capitalismo contemporâneo ao tornar parte do museu uma vitrine e ao adicionar um último elemento, um volume retangular mais alto voltado para a estrada, cuja única função é servir como “propaganda” do museu, usando uma linguagem sintética para isso, tornando o espaço, fragmentado e complexo, um ícone com fácil legibilidade.

Dados Técnicos (Área, Pavimentos, etc.)

Localização: Roterdão, Países Baixos

Arquiteto: OMA

Conclusão da Obra: 1992

Área Total: 3.300 m²

Pavimentos: Três

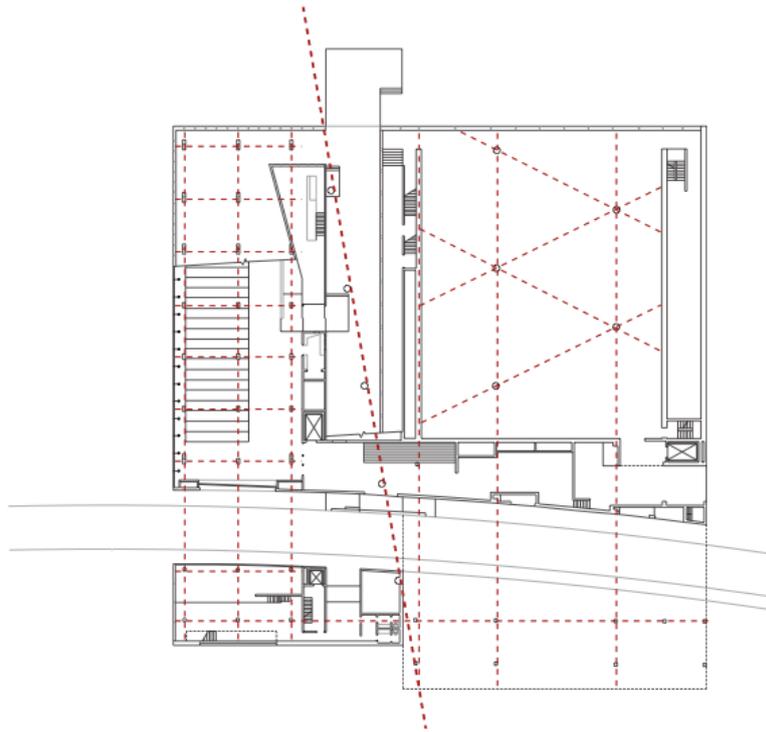


Figura 33: Planta do 1º pavimento.
Fonte: archdaily.com

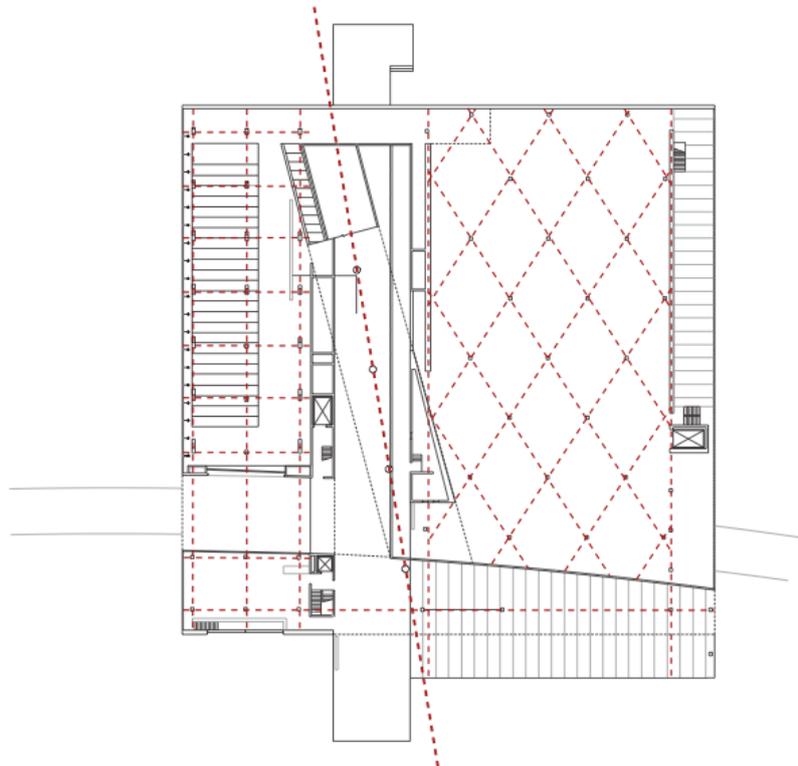


Figura 34: Planta do 2º pavimento.
Fonte: archdaily.com

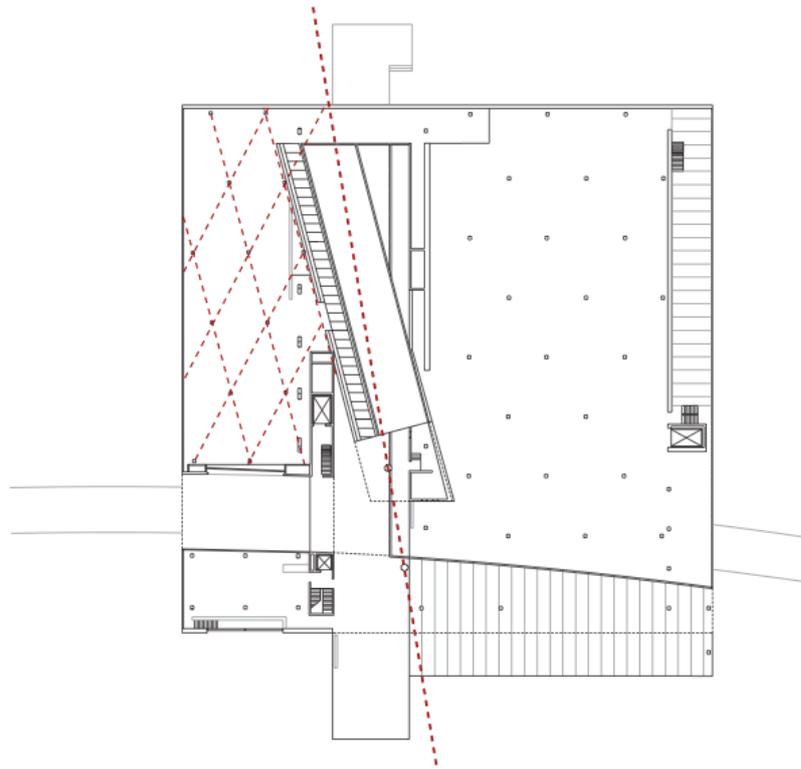


Figura 35: Planta do 3º pavimento.
Fonte: archdaily.com

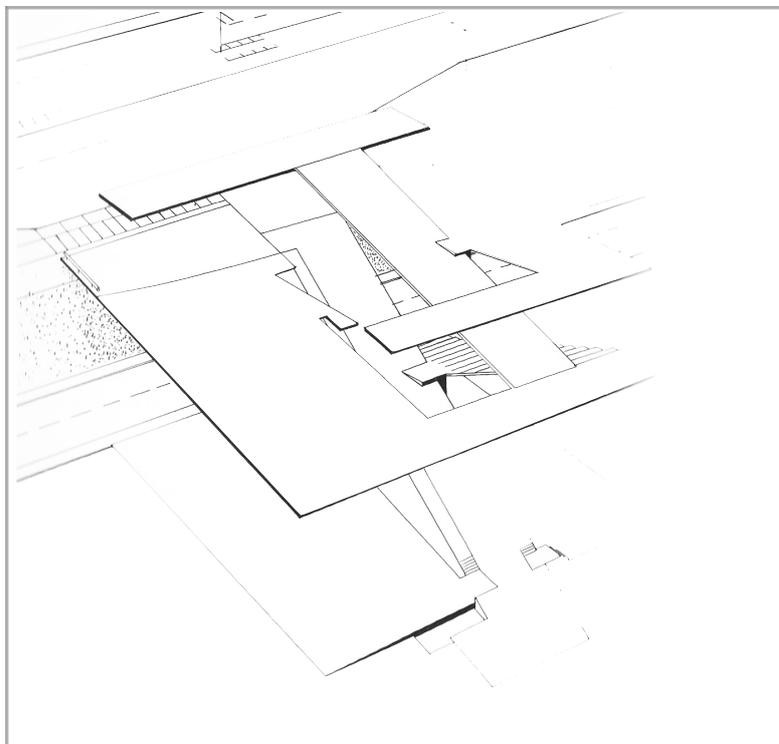


Figura 36: Axonométrica do percurso do museu.
Fonte: KOOLHAAS, 1996

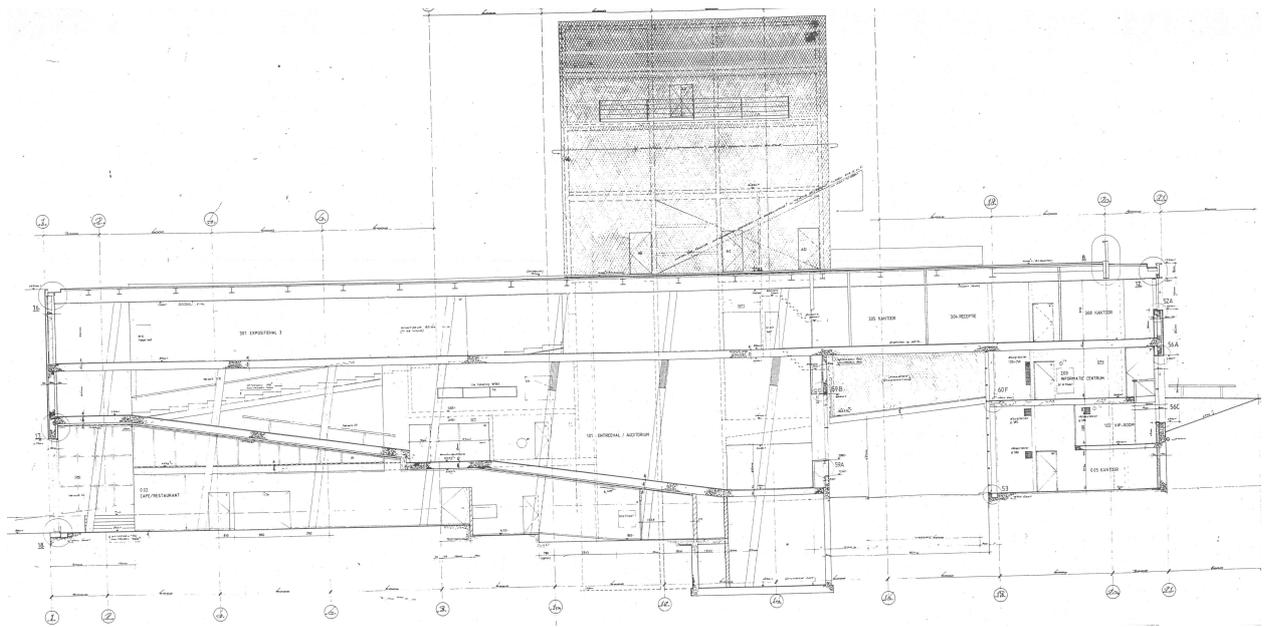


Figura 37: Corte 01.
 Fonte: KOOLHAAS, 1996

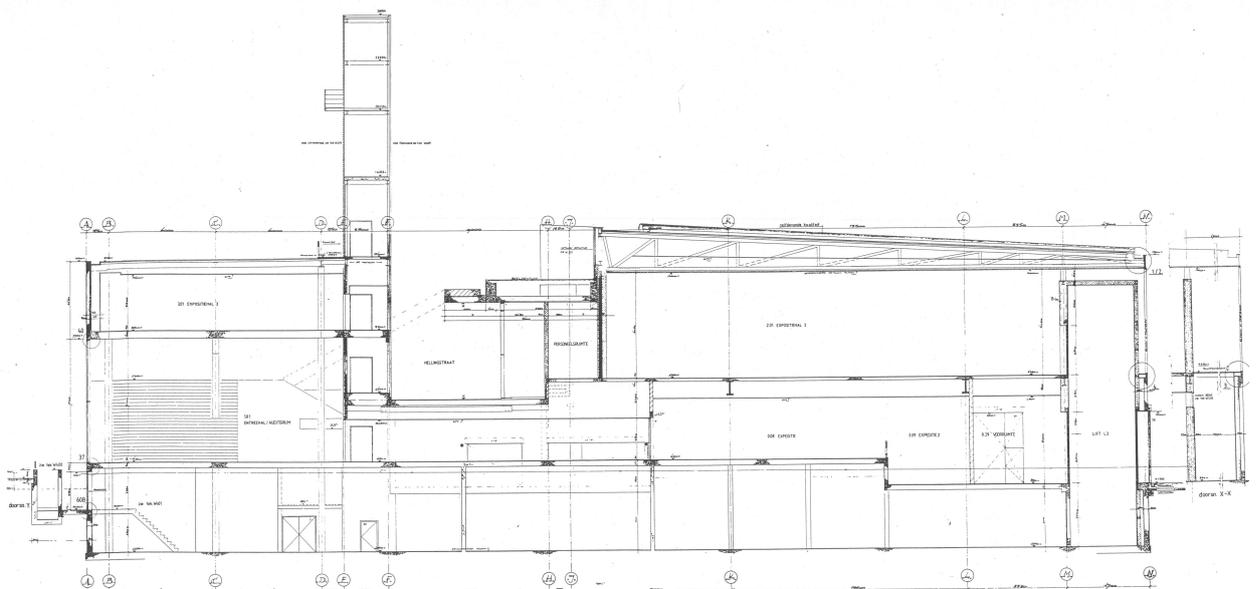


Figura 38: Corte 02.
 Fonte: KOOLHAAS, 1996



Figura 39: Edifício visto do parque.
Fonte: Autor



Figura 40: Acesso do edifício visto da rua.
Fonte: Autor

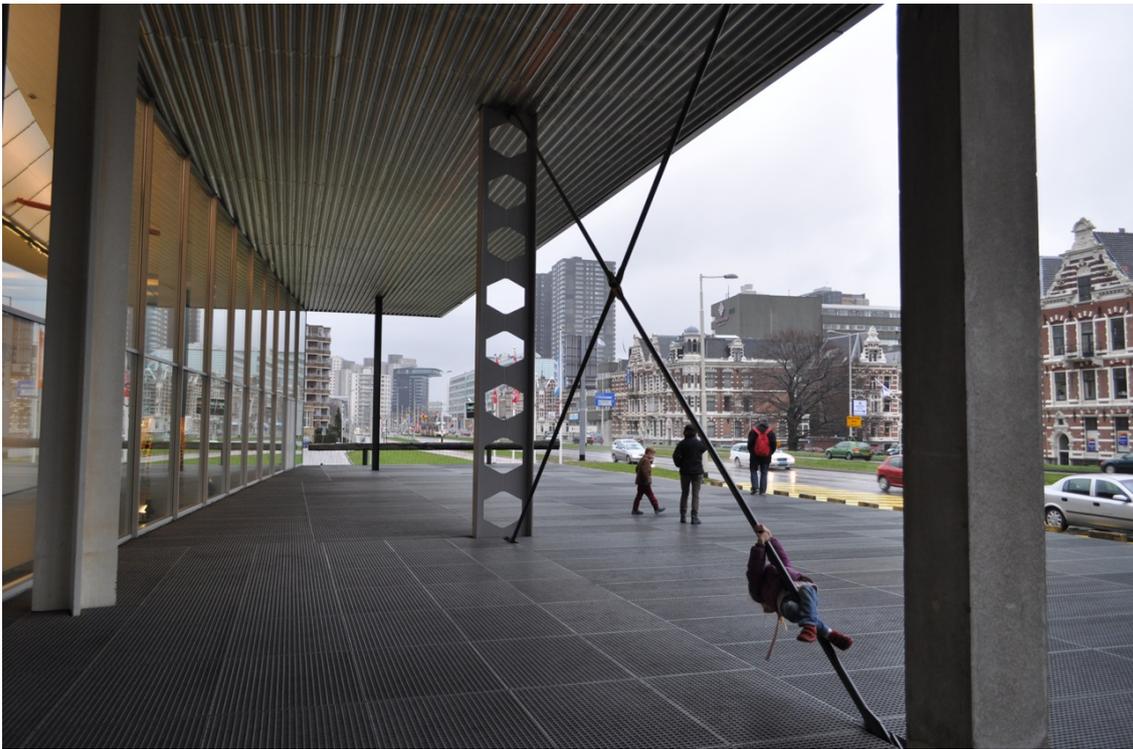


Figura 41: Fachada do edifício voltada à rua. Quatro pilares diferentes e “vitrine” da arte.
Fonte: Autor



Figura 42: Auditório flexível, localizado no acesso principal do edifício.
Fonte: Autor



Figura 43: Loja vista do restaurante. Recortes e interseções conferem complexidade ao espaço.
Fonte: Aurelio Zen

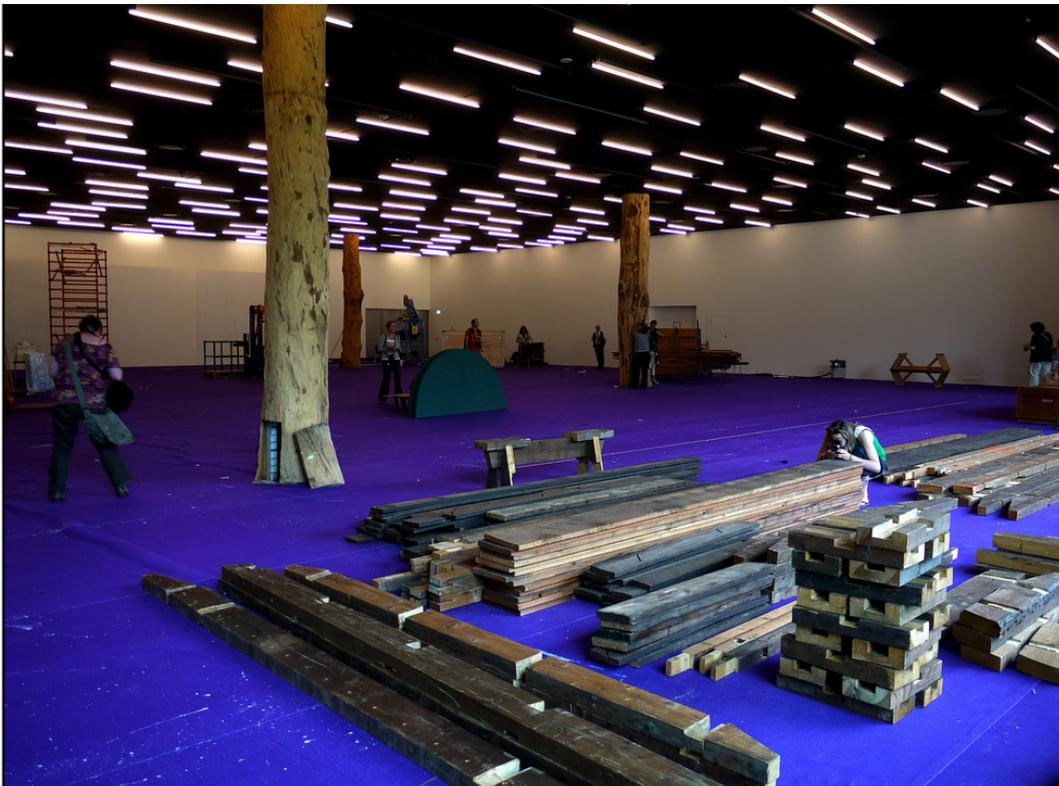


Figura 44: Sala de exposição flexível sendo reconfigurada. Os pilares revestidos com troncos para “trazer a floresta para dentro do edifício” revelam a natureza irônica do projeto.
Fonte: Aurelio Zen

3.2 Midiateca de Sendai

Introdução

Como citado anteriormente, a cultura pop depende de seus meios de comunicação para tornar-se popular. Portanto, as diversas formas de mídia são essenciais para a produção e exposição dos objetos culturais. A Midiateca de Sendai, projetada por Toyo Ito, além de abrigar um extenso acervo de mídias, conta com salas de exposição, estúdios para produção e um cinema. Como o edifício foi proposto no início do ano 2000, as possibilidades da tecnologia de informação que se desenvolvia eram desconhecidas, então o programa foi elaborado para permitir grande flexibilidade a fim de permitir usos que surgiriam com o tempo. Além disso, o projeto tem uma forte conexão com seu entorno uma vez que, segundo Montaner (2009, p. 209), foi concebido como uma sobreposição de espaços públicos e permite a abertura total do pavimento térreo para o entorno.

Programa

A Midiateca de Sendai tem 21.682 m², divididos em sete pavimentos. O programa inclui um espaço multi-uso no térreo, midiateca e biblioteca para crianças no segundo pavimento, biblioteca no terceiro e quarto pavimentos, galerias de exposição no quinto e sexto pavimentos e cinema e estúdios no sétimo.

Midiateca

O edifício projetado por Ito localiza-se no centro da cidade de Sendai, no Japão. Suas fachadas são fechadas com vidro serigrafado, ora totalmente transparente ora totalmente translúcido. Esse jogo de transparência permite a integração do entorno ao prédio e torna visível sua característica mais marcante, sua estrutura em forma de tubos que alteram seu diâmetro ao longo do corte. Esta estrutura irregular, calculada para suportar terremotos, apoia oito lajes quadradas que servem de *tabula rasa* para o programa. Desta forma Toyo Ito consegue trazer simultaneamente a instabilidade do fluxo de informações e a neutralidade exigida pela flexibilidade.

Informação

A Miditeca de Sendai é constituída por três elementos básicos: pele, pavimentos e estrutura. A pele responde à duas intenções do arquiteto. A primeira é tornar a midiateca transparente, tornando o movimento de pessoas e informações e a distinta estrutura visíveis a partir do exterior. Para conceber um edifício que abrigaria um grande fluxo de informações, Ito buscou inspiração em um elemento em constante mudança, dinâmico, “enraizado na experiência de observar plantas lânguidas e a movimentação dos peixes através da parede de vidro de um aquário gigante.”²⁵ A segunda intenção do arquiteto foi responder à indefinição tanto do programa quanto do entorno do centro de Sendai. Desta forma o edifício integra totalmente seu pavimento térreo com a rua; durante o dia, reflete o céu e as árvores e, durante a noite, transforma-se em um volume que ilumina toda quadra.

Os pavimentos, são idênticos e quadrados, apoiados na estrutura tubular. Este pavimento livre permite que a indefinição do programa acomode-se com o desenvolvimento das tecnologias da informação. As circulações verticais dão-se pelos quatro tubos próximos aos vértices, os maiores. Os tubos próximos das arestas complementam os usos técnicos, e os tubos no centro do quadrado funcionam apenas como estrutura. Para cada um desses considerou-se um raio de influência, e desta forma Ito organizou o programa apenas através de painéis e móveis. Esta configuração totalmente flexível permite que cada pavimento tenha um uso independente e organize-se de maneira completamente distinta do outro. Desta maneira o arquiteto consegue uma sobreposição do que poderiam ser diversos edifícios, diversas camadas de informação contidas num espaço quase indefinido, devido à sua transparência, e “costurados” por tubos que transportam pessoas e informações. À primeira vista pode-se pensar que a forma pura e os pavimentos regulares tornam a midiateca um edifício ordinário, porém, ao perceber os tubos irregulares que conferem a dinâmica do espaço, percebe-se que este funciona como uma metáfora perfeita para a sociedade do hipertexto.

²⁵ ITO, T. WITTE, R. *Toyo Ito: Sendai Mediatheque*. Nova York: Prestel, 2002.

Flexibilidade/Estrutura

A Midiateca de Sendai funciona como um organismo adaptável, desde seu sistema estrutural até sua funcionalidade. Os tubos de aço que servem de apoio são flexíveis, e os quatro pilares das extremidades transformam-se, no subsolo, em um quadro rígido e dúctil, permitindo com que o edifício todo balance e absorva os impactos dos terremotos, comuns na região. A estrutura, adaptável ao entorno, também mostra-se versátil para as funções internas. Os diâmetros variáveis permitem que novas instalações técnicas, necessárias com a evolução da tecnologia, sejam adicionadas sem afetar o funcionamento do edifício. Esta estrutura também é responsável por criar os *links* entre todas as atividades desenvolvidas nos pavimentos. Todo programa da midiateca é definido por móveis e divisórias que se organizam em volta da estrutura tubular. A qualquer momento pode-se alterar a função de um pavimento, utilizando o elevador de carga que corre dentro de um dos tubos das extremidades. Cada pavimento tem uma disposição diferente de vidros transparentes e translúcidos, permitindo variedade na iluminação, e diferem também na altura do pé-direito, variando de 2,90 até 6,70 metros. Ao projetar sem programa específico, Ito desenhou um edifício perfeitamente inserido em sua época, adaptável ao crescente fluxo de informações e às constantes mudanças de conceitos, mídias e modas.

Dados Técnicos (Área, Pavimentos, etc.)

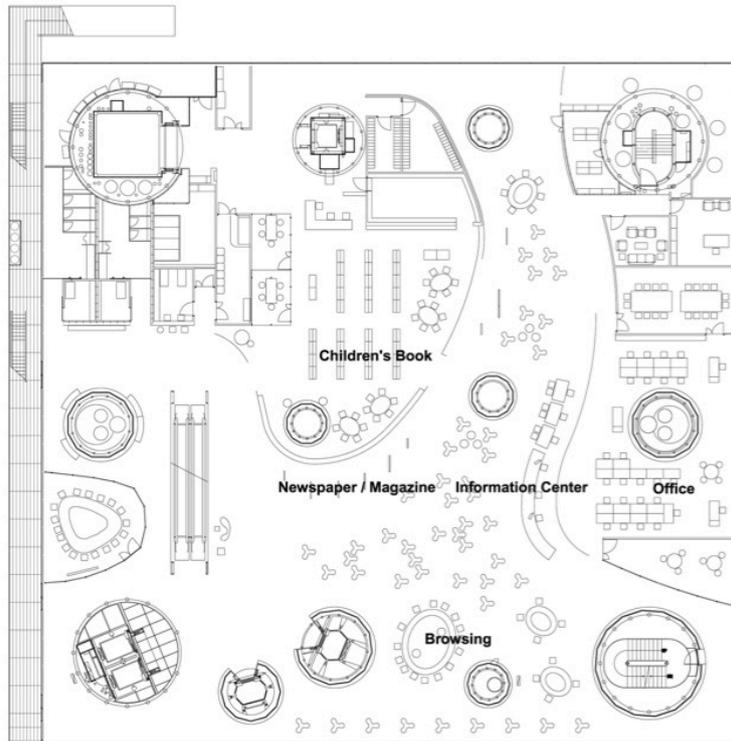
Localização: Sendai, Japão

Arquiteto: Toyo Ito

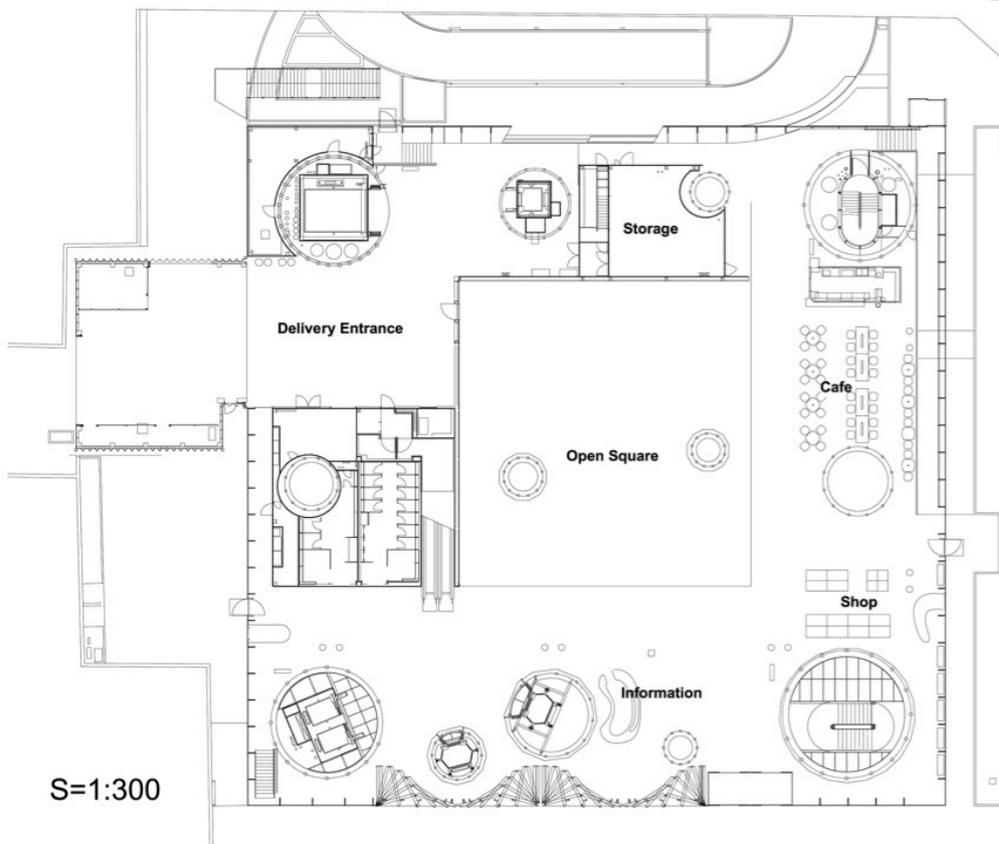
Conclusão da Obra: 2000

Área Total: 21.682 m²

Pavimentos: Sete



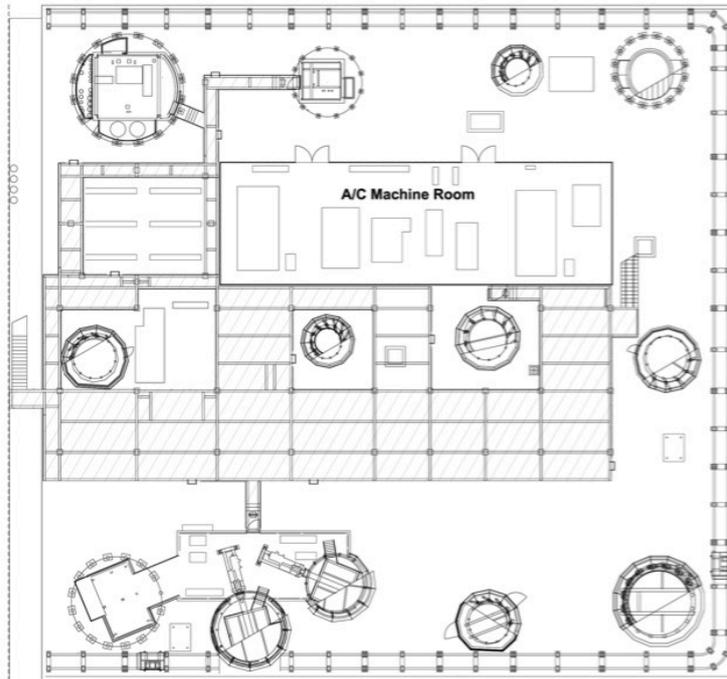
2F Information



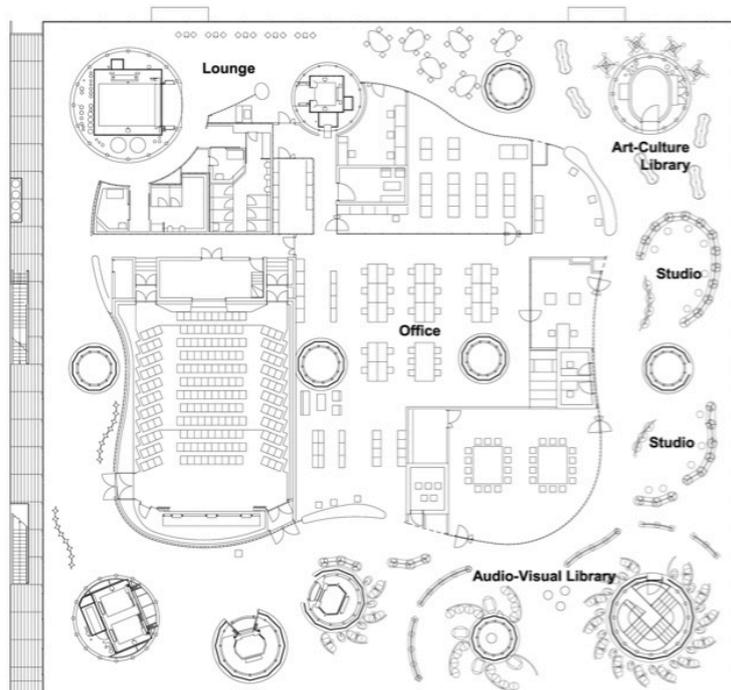
S=1:300

1F Plaza

Figura 45: Planta do térreo e 2º pavimento.
Fonte: openbuildings.com



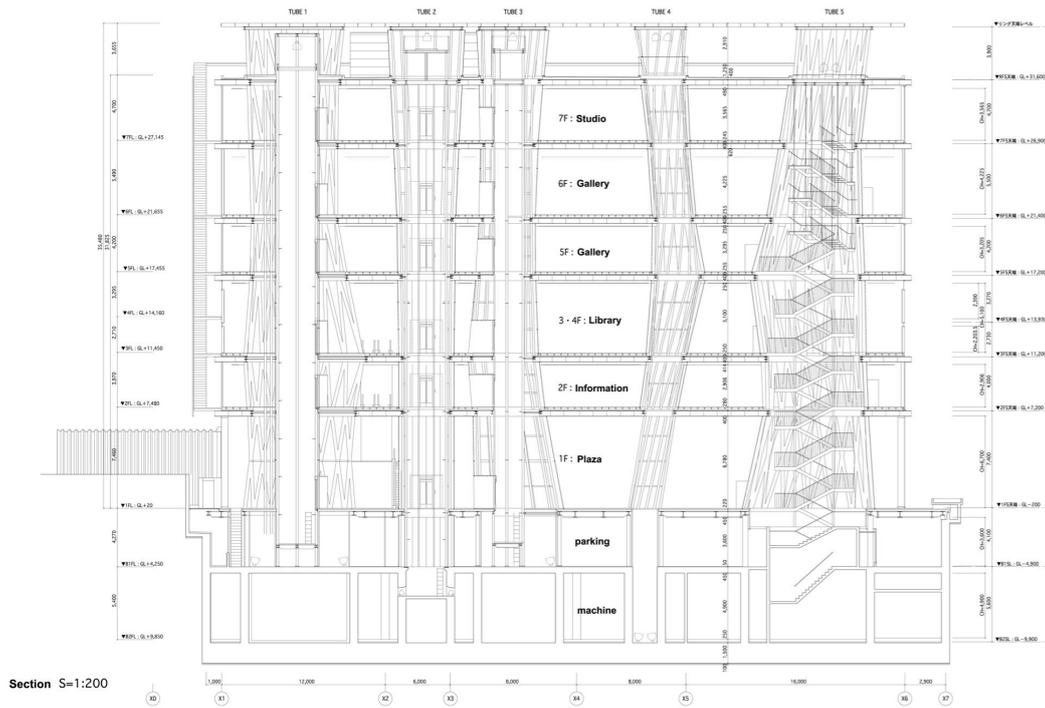
RF



S=1:300

7F Studio

Figura 46: Plantas do 7º pavimento e cobertura.
 Fonte: openbuildings.com



せんだいメディアテーク

Figura 47: Corte.
Fonte: openbuildings.com

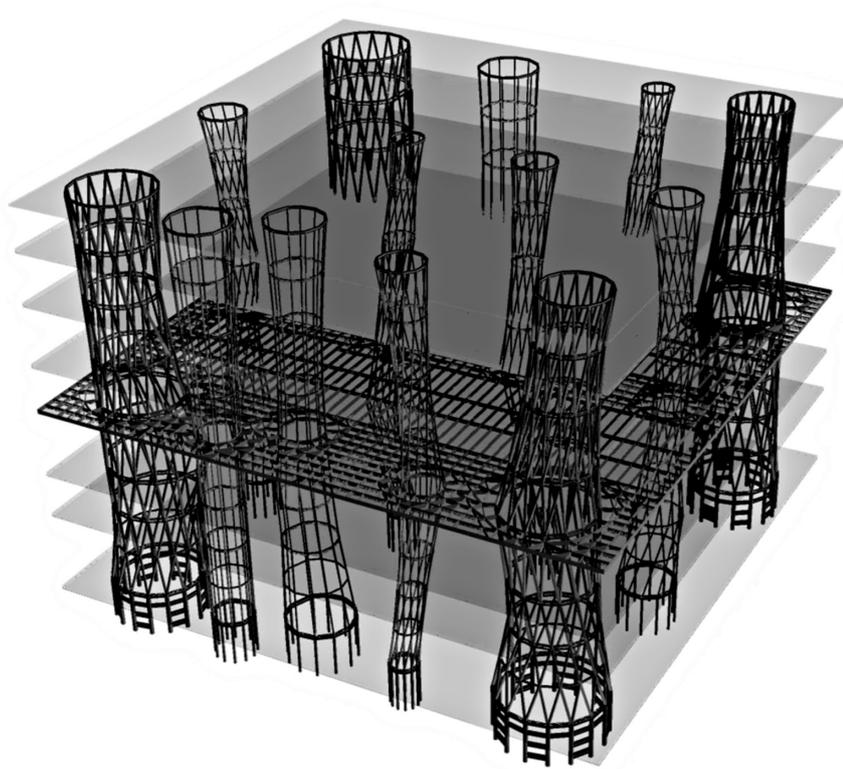


Figura 48: Diagrama da estrutura.
Fonte: openbuildings.com



Figura 49: Fachada principal do edifício. A transparência permite que se veja a estrutura com clareza.
Fonte: archdaily.com



Figura 50: Foto da loja, localizada no pavimento térreo.
Fonte: archdaily.com



Figura 51: Vista noturna do edifício.
Fonte: archdaily.com



Figura 52: Pavimento flexível, mostrado na foto sem nenhuma divisória.
Fonte: archdaily.com

3.4 *Blur Building*

Introdução

O Pavilhão *Blur Building*, projetado pelo escritório Diller+Scofidio, tem sua conceito diretamente ligada às origens da cultura pop e, conseqüentemente, da mídia. O pavilhão foi vencedor do concurso para a Feira Mundial de 2002 na Suíça, a mesma feira que, em 1851 em Londres, estimulou o inconsciente coletivo e deu origem ao século XX. A busca pelo “Espírito da Nova Era” através da tecnologia nas Feiras Mundiais gerou, ao longo do tempo, ícones que refletiam ideais de sua época, como o Palácio de Cristal em Londres, a Torre Eiffel em Paris e o Atomium em Bruxelas. Desta maneira, o *Blur Building* foi o pavilhão que representou o início século XXI, tomando partido das tecnologias de informação, das mídias, das incertezas, ironias e espetáculos da era pós-moderna.

Programa

O pavilhão não contava com nenhum programa específico, uma vez que sua intenção era provocar o visitante através de estímulos sensoriais ao longo do percurso. O visitante, após passear através da nuvem de vapor, subia em um deck, chamado de *Angel Deck*, de onde podia observar o parque de exposições como se estivesse andando sobre uma nuvem. Este deck abrigava um bar que vendia águas de vários países do mundo, agregando um valor irônico e capitalista ao projeto, uma vez que, imersos em vapor de água, no meio de um lago, os visitantes tinham a possibilidade de comprar água engarrafada importada.

Transformação

Desde sua concepção inicial até sua execução, o projeto sofreu diversas alterações. Inicialmente o pavilhão teria um teto inclinado por onde a água do lago seria bombeada e escorreria. Após alguns testes os arquitetos Elizabeth Diller e Ricardo Scofidio perceberam que o efeito gerado não refletia suas intenções e então decidiram pulverizar a água. Desta forma eles atingiriam um efeito de visão

turva, criando um edifício que questionava as definições de espaço, um tema cada vez mais recorrente em função da realidade virtual, e desafiava o sentido da visão, tão importante na sociedade contemporânea que depende de imagens e símbolos. Segundo Elizabeth Diller “O *Blur Building*, indubitavelmente um espetáculo, questiona a própria concepção do espetáculo.”²⁶ O pavilhão em si tornava-se um espetáculo para quem o via de longe, uma nuvem parada sobre o lago, porém, em seu interior, a névoa privava os visitantes de sua visão, sentido essencial para uma sociedade obcecada por imagens de alta-resolução.

O primeiro projeto contava com uma exposição de mídia mais objetiva. Os arquitetos basearam-se no conceito dos panoramas do fim do século XIX, salas redondas que continham uma pintura em 360°, a fim de inserir o espectador em outra realidade, outro tempo. Os panoramas, por abrigarem dezenas de pessoas, podem ser considerados uma das primeiras formas de comunicação em massa. Estes panoramas, recorrentes nas primeiras feiras mundiais, teriam então uma releitura no novo pavilhão da Feira Mundial de 2002. Os visitantes entrariam na nuvem, que abrigaria uma plataforma para 250 pessoas com telas de projeção dispostas em 360°, como um panorama. Estas telas receberiam projeções de nove projetores, que mostrariam uma cena da cidade de *Yverdon-les-Bains*, onde acontecia a feira. Na projeção, eventualmente o panorama unificado se fragmentaria à medida que cada imagem projetada se aproximasse das janelas dos edifícios filmados, revelando cenas do cotidiano encenadas por atores.

Esta exposição refletiria a simultaneidade, a individualidade e a fragmentação pós-moderna, além de provocar as pessoas ao trabalhar com o conceito de *voyeurismo*. Além desta exposição, o pavilhão contaria com um restaurante de sushi semi-submerso no lago, cercado por um aquário que abrigaria as espécies de peixe nele servidas. Este conceito também era uma provocação, de um lado expondo a fauna local e de outro consumindo-a como produto.

O restaurante perdeu seu patrocinador e foi deixado de lado, enquanto o conceito do panorama foi repensado e, uma vez que o pavilhão desafiava o sentido da visão, foi eliminado em favor de um tipo de mídia sensorial, que estimulasse o visitante de uma forma inédita.

²⁶ “The Blur Building, undoubtedly a spectacle, puts into question the very convention of spectacle.” Diller, E. & Scofidio, R. *Blur: The Making of Nothing*. New York: Abrams. 2002.

Mídia Social

Ao repensar o conceito de mídia para o novo século, os arquitetos decidiram criar uma exposição voltada à interação social. Inicialmente, um questionário seria preenchido num PDA e as respostas dos visitantes seriam projetadas nos pilares recobertos por LED. Estes painéis ainda mostrariam frases de pessoas que visitavam o pavilhão através da internet.

Para evitar que as pessoas molhassem suas roupas, foi decidido que todos ganhariam uma capa de chuva ao entrar no pavilhão. Os arquitetos então perceberam que a capa era o mecanismo ideal para sua concepção da instalação. Esta capa tornava todos que entravam no pavilhão iguais, e a névoa reforçava o conceito de anonimidade e igualdade.

Ao conectar a capa de chuva com o conceito do formulário, os arquitetos chegariam no seu objetivo inicial, a visão turva fornecida pela névoa funcionaria como uma forma de transpor a barreira visual entre as pessoas e incentivaria as interações pelas idéias individuais.

“Não é a pele, paradoxalmente, a coisa mais profunda do ser humano? Uma barreira que define o que está dentro e o que está fora, uma fronteira protetora, o envelope da carne, a armadura do corpo - pele separa e isola. Uma interface de dores e prazeres (zonas ‘erógenas’) - pele é ao mesmo tempo arma e armadura. Enrubescer, esbranquiçar, suar - como os olhos e a boca, a pele também é uma mídia, um meio de comunicação.”²⁷ [Tradução do Autor]

Com a névoa e as capas de chuva, Diller+Scofidio conseguiriam quebrar a barreira da pele e incentivar as interações sociais através dos pensamentos individuais, informação adquirida através do formulário preenchido. Para conseguir chegar no resultado esperado, decidiu-se unir a capa às informações do formulário, armazenando-as em um chip na capa de chuva do visitante. Desta forma a ela passou a ser chamada de *braincoat*.

²⁷ “Is skin not, paradoxically, the most profound thing about us? A border defining within and without, a protective frontier, the envelope of flesh, the body’s armor – skin separates and isolates. An interface of pains and pleasures (“erogenous” zones) – skin is both armament and armor. Blushing, blanching, sweating – like the eyes and the mouth, skin is also a medium, a means of communication.” DILLER, E, & SCOFIDIO, R. *Blur: The Making of Nothing*. Nova York: Abrams. 2002.

O *braincoat* transmitiria as respostas individuais aos sinais de LED mais próximos, expondo a todos as opiniões individuais da pessoa mais próxima do pilar. Esta pessoa, porém, estaria anônima, uma vez que a capa de chuva e a névoa não permitiam a identificação clara. Para interagir as pessoas teriam que usar seus outros sentidos, atingindo um “reequilíbrio dos sentidos”²⁸. Ao perceber o potencial deste sistemas, os arquitetos empregaram mais um artifício: os *braincoats* acenderiam LEDs vermelhos ao se aproximar de uma pessoa com respostas semelhantes no formulário, ou verdes ao se aproximar de uma pessoa com respostas diferentes. Desta forma a metáfora do *braincoat* se completava, ainda que de uma forma simplista: uma mídia baseada nas tecnologias de informação que expunha o conteúdo não palpável do ser humano.

Através do uso da tecnologia, os arquitetos conseguiram atingir uma visão de uma exposição de mídia adequada à virada do século. Ao receber o *braincoat*, o visitante literalmente faria seu *log in* e ao devolver a capa faria o *log out*, tornando o *Blur Building* um híbrido inédito de espaço construído/espaço virtual, onde, assim como na internet, o anonimato permitiria diversos tipos de interações sociais que talvez fossem impossíveis no cotidiano. Este trabalho está intimamente ligado com a filosofia do escritório Diller+Scofidio, descrito pelo arquiteto Guido Incerti:

“D+S têm explorado continuamente a informação turva através de seus trabalhos, usando mídia para criar uma visão subvertida do espaço arquitetônico e das mensagens geradas e contidas neste. Isto é uma forma híbrida de espaço nascida da intervenção artística e tecnológica. É um tipo de espaço em constante mutação, incorporando novas tecnologias de mídia, desafiando o DNA tradicional da arquitetural, explorando os processos sociais que a geram.”²⁹ [Tradução do Autor]

²⁸ DILLER, E, & SCOFIDIO, R. *Blur: The Making of Nothing*. Nova York: Abrams. 2002.

²⁹ “D+S has continuously explored blurred information throughout their careers, using media to create a subverted view of architectural space and of the messages generated by it and contained within it. This is a hybrid form of space born out of artistic and technological interference. It is a mode of space constantly mutating, incorporating new media technologies, challenging traditional architectural DNA, scanning the social processes that generated it.” INCERTI, G. RICCHI, D. & SIMPSON, D. *Diller + Scofidio (+Renfro): The Ciliary Function. Works and Projects 1979-2007*. Milão: Skira, pp. 33-43.

Infelizmente, após diversos meses de desenvolvimento, o projeto do *braincoat* perdeu seu patrocinador. O projeto final, após críticas de jornais locais e falhas nos testes foi finalmente concluído em 2002, a tempo da abertura da Feira Mundial. O pavilhão construído não contava com o restaurante de sushi nem o *braincoat*, mas ainda assim foi considerado a atração principal da Feira. Mesmo sem a exposição, de mídia o *Blur Building* foi a primeira experiência construída e visitada em larga escala que contrapunha o espaço virtual e o construído, servindo como marco da Feira Mundial da virada do século.

Dados Técnicos (Área, Pavimentos, etc.)

Localização: Yverdon-les-Bains, Suíça

Arquiteto: Diller+Scofidio

Conclusão da Obra: 2002 (Desmontado no fim da Feira Mundial)

Área Total: Sem dimensões definidas

Pavimentos: Dois

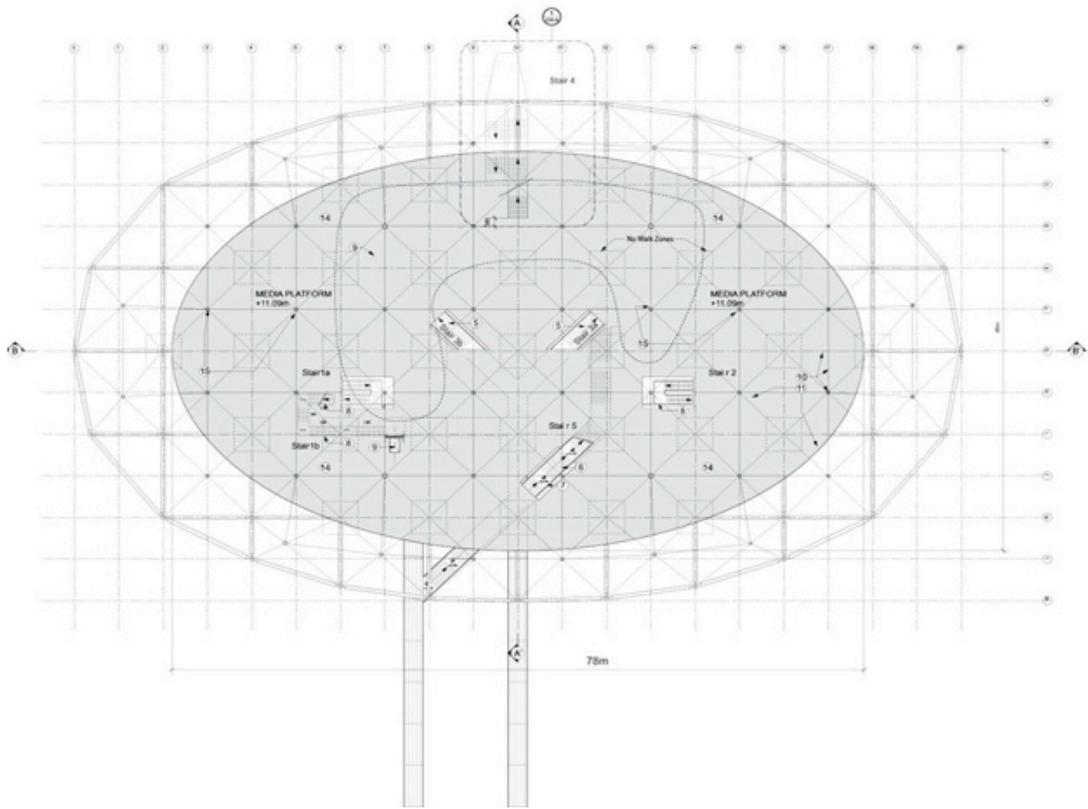


Figura 53: Planta do Pavilhão.
 Fonte: dillerscofidio.com

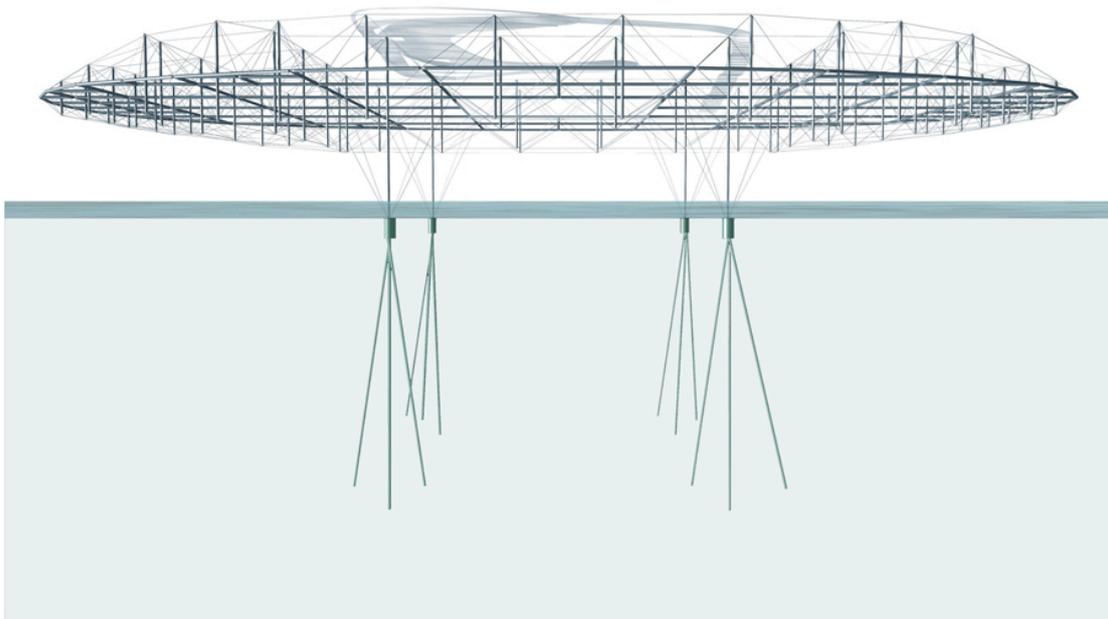


Figura 54: Perspectiva da estrutura do pavilhão.
 Fonte: dillerscofidio.com

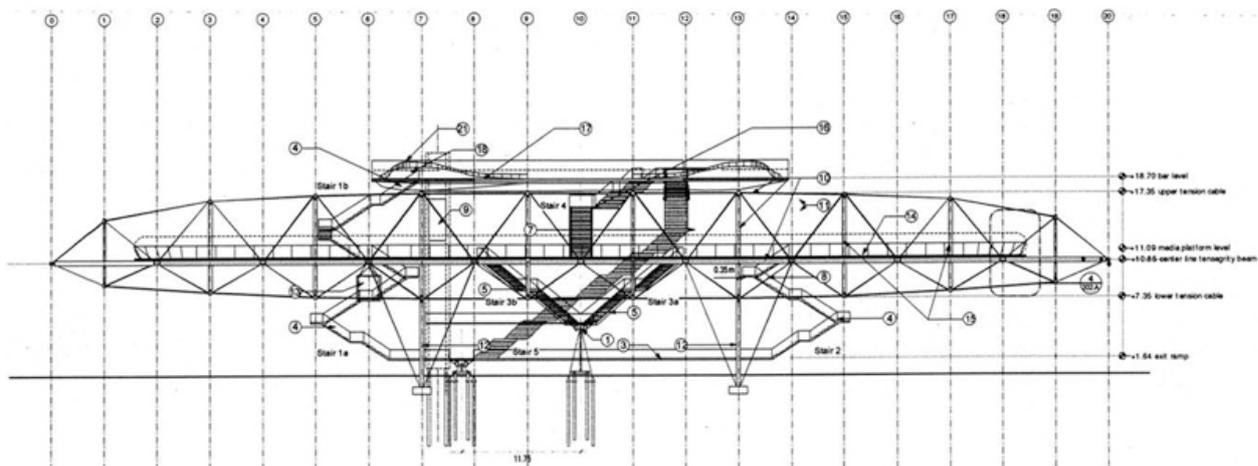


Figura 55: Corte 01.
 Fonte: dillerscofidio.com

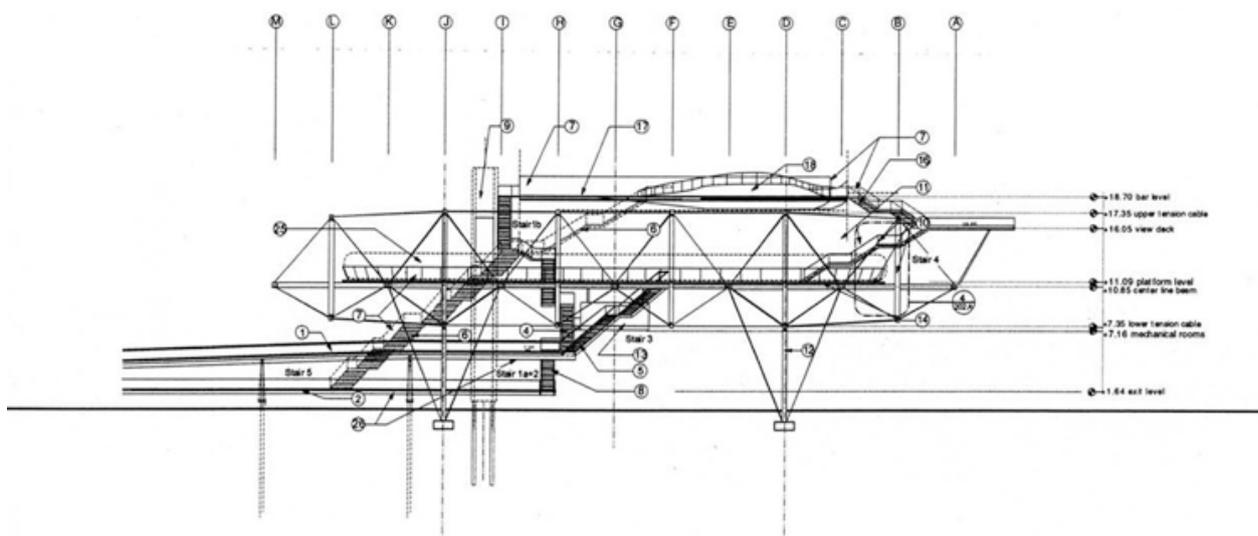


Figura 56: Corte 02.
 Fonte: dillerscofidio.com



Figura 57: Corte esquemático do Sushi Bar, não construído.
Fonte: DILLER, E. SOCIFIDIO, R. 2002.

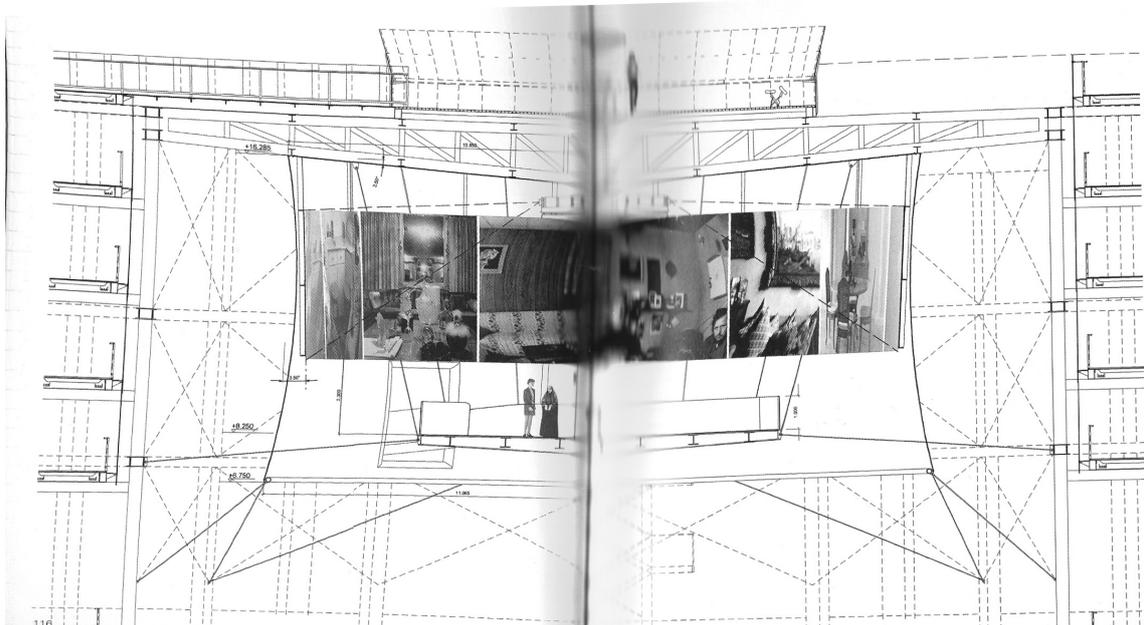


Figura 58: Corte esquemático do Panopticon, idéia descartada.
Fonte: DILLER, E. SOCIFIDIO, R. 2002.



Figura 59: Vista externa do pavilhão.
Fonte: dillerscofidio.com

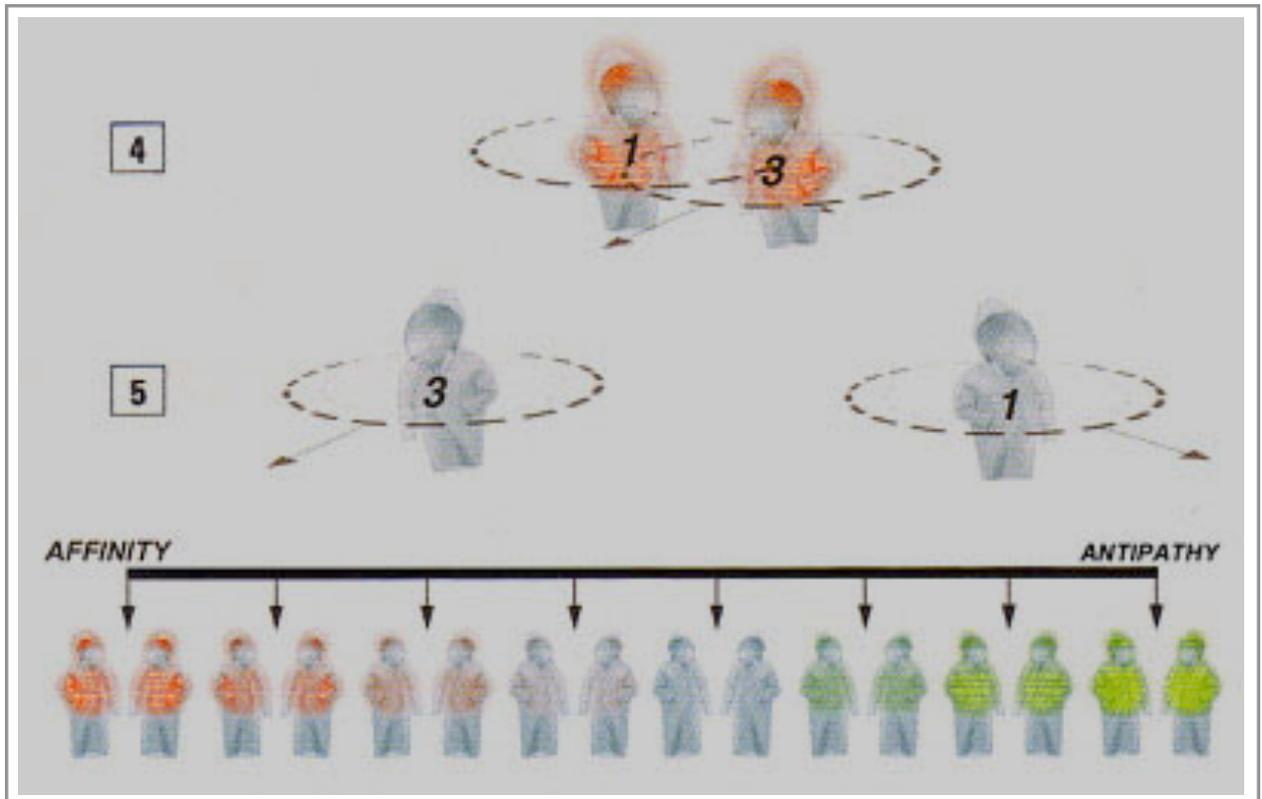


Figura 60: Diagrama explicando o funcionamento do *braincoat*.
Fonte: DILLER, E. SOCIFIDIO, R. 2002.



Figura 61: Vista aérea do pavilhão.
Fonte: dillerscofidio.com



Figura 62: Vista interna do pavilhão.
Fonte: dillerscofidio.com

4. Interpretação da Realidade

4.1. Leitura Espacial

4.1.1. Bairro São Francisco

O tema proposto, Museu de Cultura Pop, depende diretamente da influência da cidade, uma vez que baseia-se em conceitos como a arte popular, cultura de massa, mídias e do sistema capitalista. Estas características são encontradas apenas próximas ao centro das cidades, onde ocorrem manifestações artísticas e políticas, onde a especulação imobiliária influencia valores de produtos e onde existe o maior fluxo de cidadãos.

Para a implantação do Museu da Cultura Pop em Curitiba, foi escolhido o Bairro São Francisco, por sua vizinhança imediata com o Largo da Ordem, ponto de partida da cidade, e pela presença de diversos edifícios culturais. O bairro também é palco de manifestações culturais e abriga diversos bares, o que o torna ativo tanto durante o dia quanto durante a noite. Além disso, o conta com algumas escolas, valorizando as funções didáticas e participativas do museu.

O Bairro São Francisco foi onde instalaram-se os primeiros moradores de Curitiba, em volta do Largo da Ordem. Dali, a cidade se desenvolveu no sentido da Praça Tiradentes, em direção ao bairro Centro (IPPUC, 1975). A maior região do bairro, ao norte do Largo da Ordem, teve, posteriormente, um grande desenvolvimento, com a chegada de imigrantes alemães. Lá se instalaram a Igreja Luterana (1866) e o Clube Concórdia (1869).

O Largo da Ordem, como centro urbano, sempre foi local de manifestações culturais, com edifícios que reforçaram este caráter ao longo do tempo, como a Casa Romário Martins (transformada em museu em 1977), o Solar do Rosário (transformado em espaço cultural em 1992) e o Memorial de Curitiba (1996). Além do caráter cultural, o Largo da Ordem desenvolveu um caráter boêmio, com a presença de diversos bares, como o Bar do Alemão (1979), o que tornou o Bairro São Francisco um local com vida noturna ativa. Com a fundação da Igreja Luterana, foi fundado também uma escola de comunidade, que se tornaria o Colégio Martinus. Além deste, o bairro recebeu mais duas grandes escolas, o Colégio Anjo da Guarda e o Colégio Jean Piaget.

Estes fatores combinados tornaram, ao longo do tempo, o Bairro São Francisco um pólo cultural que atraiu cafés, livrarias, teatros e casa noturnas. Porém, como é comum em centros urbanos, o bairro sofreu com o processo de descentralização e degradação.

Atualmente diversas casas estão abandonadas, foram transformadas em estacionamento ou estão mal conservadas. No período da noite as ruas que conectam os bares e edifícios culturais existentes ficam mal iluminadas e as casas abandonadas, além de servirem de pontos de consumo de drogas, isolam o pedestre e tornam o local perigoso.

4.1.2. Terreno

O terreno escolhido para o projeto fica localizado entre as ruas Presidente Carlos Cavalcanti e Paula Gomes. Este terreno é composto por cinco lotes, totalizando 1.300 metros quadrados e que, unidos, atravessam a quadra, possibilitando o acesso por ambas as ruas. Atualmente um lote está sendo usado como estacionamento, um como local para armazenar produtos e outros três como residência. Porém as residências estão mal conservadas e não se sabe se são habitadas.

A escolha do terreno foi dada por três principais diretrizes: sua centralidade, já discutida anteriormente, sua possibilidade de atravessar a quadra, aumentando a participação da população e sua localização em relação a outros edifícios culturais. O terreno ainda conta com um declive de aproximadamente quatro metros, que pode ser usado como ponto chave no desenvolvimento do partido arquitetônico e facilita a criação do estacionamento subterrâneo, necessário na região cada vez mais afogada pelo trânsito.

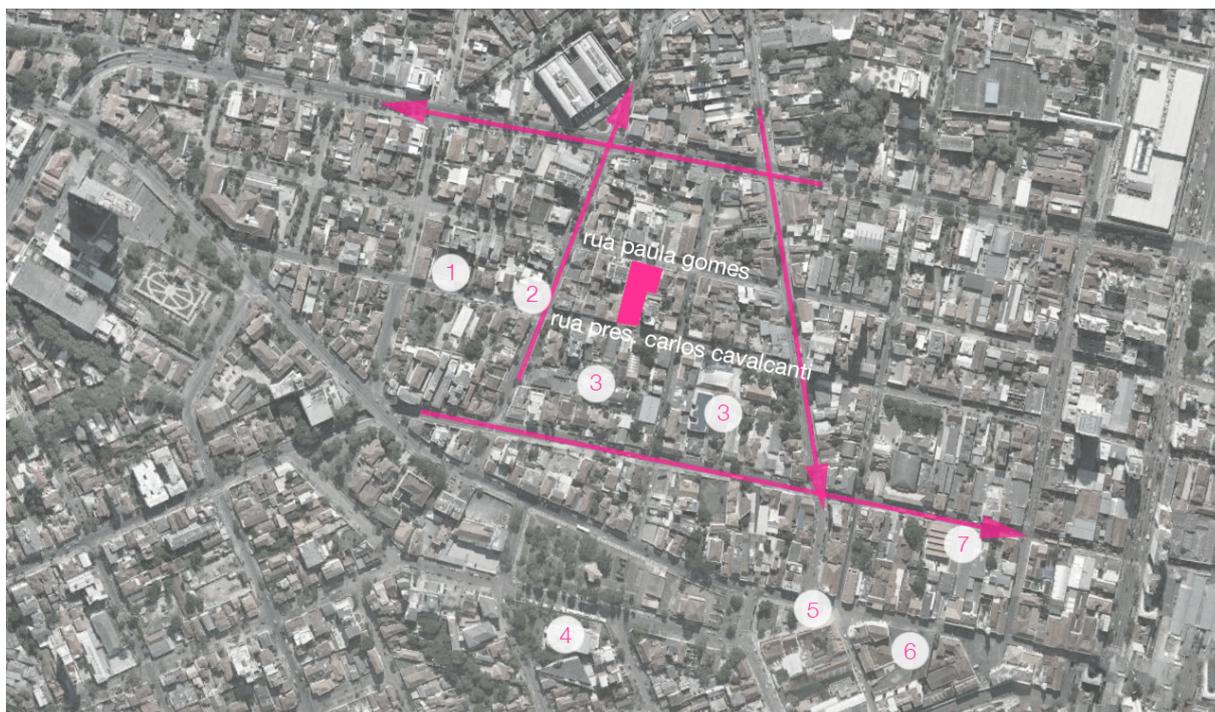


Figura 63: Imagem de satélite do terreno, com pontos de interesse e principais fluxos da região.
 1 - Teatro Novelas Curitiba 2 - Cinemateca de Curitiba 3 - Escolas 4 - Museu Paranaense
 5 - Largo da Ordem 6 - Memorial de Curitiba 7 - Teatro Lala Schneider
 Fonte: Autor



Figura 64: Imagem de satélite aproximada do terreno, evidenciando percursos.
 1 - Teatro Novelas Curitiba 2 - Cinemateca de Curitiba 3 - Rua Trajano Reis
 Fonte: Autor

Na figura 63 estão destacados os principais edifícios culturais, escolas e o Largo da Ordem. A localidade do terreno reforça o caráter cultural da região, estabelecendo um eixo cultura no sentido Leste-Oeste e complementando os usos dos edifícios existentes ao norte do Largo da Ordem. A figura também destaca os principais fluxos da região, através das ruas Inácio Lustosa, Treze de Maio, Trajano Reis e João Manoel. O bairro ainda conta com uma infra-estrutura consolidada de transporte público, facilitando o acesso ao terreno proposto.

Já a figura 64 mostra o entorno imediato do terreno. Nela estão destacados o Teatro Novelas Curitibanas (número 1) e a Cinemateca de Curitiba (número 2). Estes dois edifícios contam com programa cultural complementar ao programa proposto para o museu, possibilitando o uso compartilhado dos espaços. A imagem também destaca, no número 3, a Rua Trajano Reis, que conta com diversos bares, cafés e casas noturnas. As setas destacam os percursos utilizados para se acessar, a partir do ponto mais movimentado durante a noite, os pontos culturais e evidencia como a implantação do museu pode não apenas conectar estes pontos mas também, através de um programa multifuncional, operar tanto de dia quanto de noite e garantir a segurança das quadras adjacentes.

4.2. Legislação

Os lotes escolhidos para o projeto situam-se numa zona ZR-4. A legislação prevê para esta um coeficiente de aproveitamento de 2,0, possibilitando a construção de 2.600 metros quadrados, área ideal para o tema proposto. O número máximo de pavimentos é seis, permitindo liberdade suficiente para o trabalho do corte do edifício a ser proposto. A taxa de permeabilidade e de ocupação, 25% e 50% respectivamente, podem ser atendidas ao criar espaços públicos que funcionem como convite para o pedestre.

ZONA RESIDENCIAL 4 – ZR-4

PARÂMETROS DE USO E OCUPAÇÃO DO SOLO

USOS			OCUPAÇÃO							
PERMITIDOS	TOLERADOS	PERMISSÍVEIS	PORTE (m²)	COEFIC. APROV.	TAXA OCUP. MÁX. (%)	ALTURA MÁXIMA (PAV.)	RECULO MÍN. ALIN. PREDIAL (m)	TAXA PERMEAB. MÍN. (%)	AFAST. DAS DIVISAS (m)	LOTE MÍN. (Reserva de Área)
<ul style="list-style-type: none"> - Habitação Coletiva - Habitação Transitória 1 (2) - Habitação Institucional 	<ul style="list-style-type: none"> - Habitação Unifamiliar (1) - Habitações Unifamiliares em Série (1) 			2	50%	6	5m	25%	Até 2 pav.= Facultado Acima de 2 pav. = H/6 atendido o mínimo de 2,50m	15x450
		<ul style="list-style-type: none"> - Comércio e Serviço Vicinal e de Bairro (3) 	200m²				2			
	<ul style="list-style-type: none"> - Comunitário 1 (3) 		200m²							

Tabela 01: Parâmetros de uso e ocupação do solo – ZONA RESIDENCIAL 4
Fonte: IPPUC, 2012.



Figura 65: Foto do terreno visto da Rua Pres. Carlos Cavalcanti
Fonte: Autor.



Figura 66: Foto do terreno visto da Rua Pres. Carlos Cavalcanti
Fonte: Autor.



Figura 67: Foto do terreno visto da Rua Paula Gomes
Fonte: Autor.



Figura 68: Foto do terreno visto da Rua Paula Gomes
Fonte: Autor.



Figura 69: Foto da Cinemateca de Curitiba, próxima ao terreno escolhido.
Fonte: Autor.

5. Conclusão

5.1 Diretrizes

A partir da conceituação do tema, estudos correlatos e análise territorial, foram elaboradas as diretrizes apresentadas a seguir. Estas baseiam-se na compatibilização entre conceitos e técnicas analisadas com o terreno escolhido no Bairro São Francisco, em Curitiba.

I - Multifuncionalidade

Como observado anteriormente, são acrescentadas cada vez mais funções aos programas de museus. Isto se deve ao fato de, tanto os museus quanto a arte, serem reflexos direto da sociedade contemporânea, “com caráter poliédrico e multicultural do século XXI.”³⁰ O museu contemporâneo deve abrigar diversas funções a fim de atrair o público mais amplo possível. Os usos das salas de exposições são complementados por cafés, livrarias, lojas, auditórios, ateliers e espaços públicos.

Além das funções diversas previstas para o programa de necessidades do Museu da Cultura Pop, o projeto contará com a proximidade de outros edifícios culturais, como a Cinemateca, adicionando, neste exemplo, salas de cinema ao programa. Desta forma, o programa permite uma grande flexibilidade programática, além de não alienar o visitante em uma caixa isolada, uma vez que exposições podem acontecer em mais de um edifício, convidando visitantes a passearem nas ruas da cidade.

A multifuncionalidade também permite que o museu opere tanto de dia quanto de noite, fator essencial para melhorar a segurança da região e a participação de diversos grupos sociais.

³⁰ MONTANER, Josep M. *Museus para o Século XXI*. Barcelona: Gustavo Gili. 2003. p. 151



Figura 70: Áreas de influência de equipamentos culturais antes e depois da implantação do museu.
Fonte: Autor.

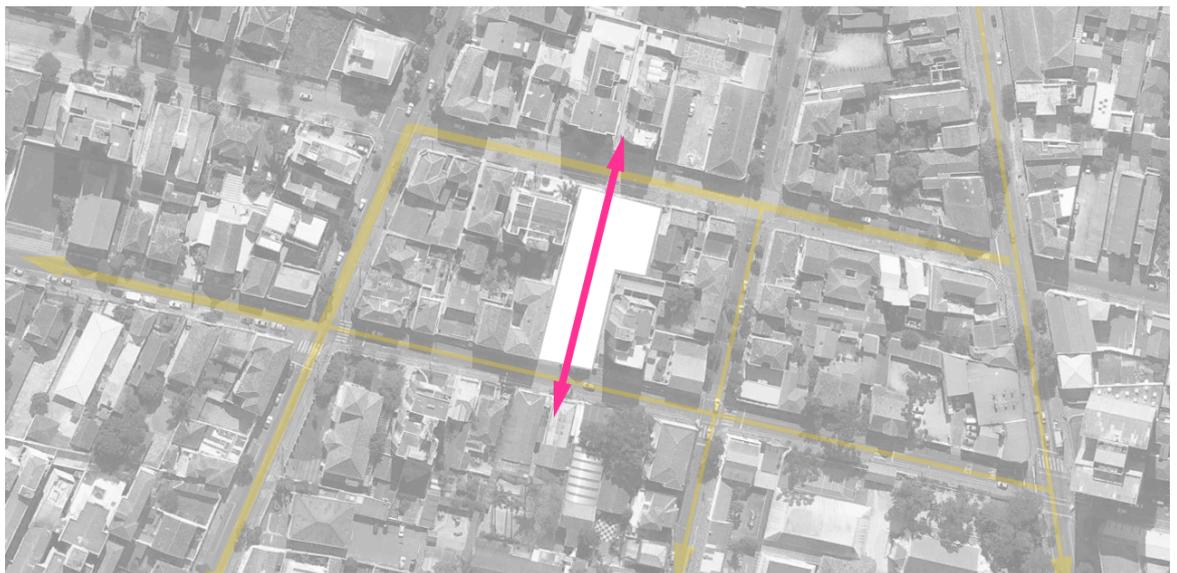


Figura 71: Em amarelo, percursos existentes, em vermelho a nova conexão criada pelo museu.
Fonte: Autor.

II - Convite

O Museu da Cultura Pop depende não só de exposições mas também da participação. O projeto deve adotar formas convidativas para os pedestres, induzindo transeuntes a entrar no museu e também deve se valer de espaços públicos para permanência dos visitantes. Este caráter convidativo é reforçado pelo terreno escolhido, que atravessa a quadra e permite que pessoas andando pela região utilizem o terreno como passagem e, desta forma, entrem em contato com os artefatos culturais em exposição e em criação.

Esta diretriz também reforça o percurso cultural evidenciado na interpretação da realidade, reforçando o eixo cultural das ruas Paula Gomes e Presidente Carlos Cavalcanti. A localização do terreno forma uma ponte entre edifícios culturais e ruas movimentadas que são palco de manifestações culturais, permitindo o trânsito entre os locais com maior diversidade e segurança, evitando a degradação urbana na região.

III - Produção *Indie*

A participação da população no processo de criação de artefatos culturais é essencial para a cultura pop. Como evidenciado na conceituação temática, a distribuição digital permitiu que diversos artistas divulgassem seus trabalhos e tivessem reconhecimento independente do aval de produtoras, editoras ou críticos. A produção cultural na cidade de Curitiba teve um aumento significativo, gerando eventos como a Virada Cultural, a Quadra Cultural, o Festival de Teatro e a GibiCon.

O Museu de Cultura Pop deve contar não apenas com espaços para expor e divulgar a cultura pop local, mas também com espaços para cursos de curta duração, *workshops* e palestras a fim de incentivar a produção cultural independente, permitindo também a exposição e venda destes produtos. A localidade escolhida também toma partido da proximidade de escolas, convidando estudantes para conhecer a cultura pop e seus processos de criação.

IV - Flexibilidade

As diversas formas de mídia presentes na arte atualmente exigem uma flexibilidade cada vez maior dos espaços. Esta flexibilidade deve estar presente tanto em espaços de exposição quanto em espaços considerados mais herméticos, como auditórios, lojas ou cafés. A variedade de mídias pode utilizar tanto uma sala pequena que projeta um vídeo, até o edifício inteiro como tela para sua exposição. O museu deve contar com galerias, salas de pé-direito variado, espaços para a interação com computadores e *video games* e locais que permitam projeções de áudio e vídeo.

Assim como suas salas, o percurso do museu também deve ser flexível. Devido à seu caráter convidativo, o museu deve permitir a possibilidade do visitante simplesmente atravessá-lo sem visitar nenhuma sala, permitir a visita de salas e espaços criativos isoladamente ou permitir a visita do museu como um todo, com um percurso claro e lógico.

V - Hipertexto

Sendo a cultura *pop* um produto direto do sistema capitalista, da fragmentação, ironia e espetáculo pós-modernista e da descentralização da produção artística, o Museu da Cultura Pop deve, inevitavelmente, demonstrar estas características através de qualidades espaciais, conceitos, metáforas e diversas camadas de informação. O museu deve também funcionar como a tipologia contemporânea desmaterializada, partindo de conceitos como o edifício-propaganda de Venturi, projetando a arte exposta no interior para o exterior. Além disto deve repensar as formas de exposição de sua arte, levando em consideração que grande parte de seus artefatos culturais serão produzidos em massa, passíveis de comercialização.

A galeria que atravessa a quadra permite que se revele as exposições e se exponha vitrines da mesma forma. A palavra “galeria” gera uma dualidade, revelando diversos significados, conceito intimamente ligado com a sociedade do Hipertexto. Esta dualidade permite que o visitante do museu aprecie obras de arte como uma “galeria de arte”. Também permite que o transeunte, que apenas passa pelo edifício, perceba e se interesse pela arte exposta, como numa vitrine, uma “galeria de lojas”. Esta exposição das obras como produtos também incentiva a sua

compra, gerando capital para apoiar artistas independentes e incentivar a produção da arte local. Estas camadas de informação devem permear não apenas os conceitos e metáforas mas também o ambiente construído, misturando exposições convencionais com experiências de mídia interativa e permitindo vislumbres de dentro para fora do museu, criando conexões entre transeuntes e visitantes através de rampas, recortes, interseções e aberturas no espaço, tornando-o mais complexo e fragmentado.

O Museu de Cultura Pop não deve contar com nenhum acervo fixo, uma vez que reflete o caráter sempre mutante da sociedade pós-moderna e dos espaços virtuais. Suas exposições devem variar com frequência e, quando não houverem exposições, as salas devem permitir diferentes configurações para complementar usos culturais necessários para a cidade. A ausência de acervo permite também que o museu, mesmo com tamanho reduzido, apele à diversos grupos sociais, aumentando a flexibilidade do espaço e eliminando a necessidade de salas dedicadas à estocar o acervo fixo quando ocorrerem exposições temporárias.

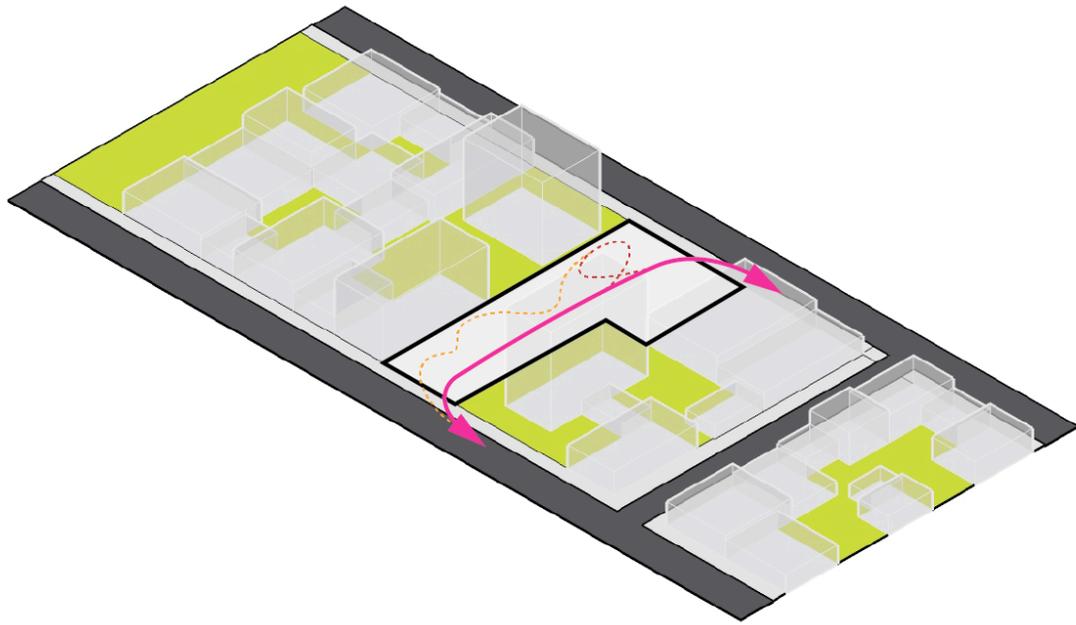


Figura 72: Diagrama de percursos flexíveis, mostrando três possibilidades.
 Fonte: Autor.

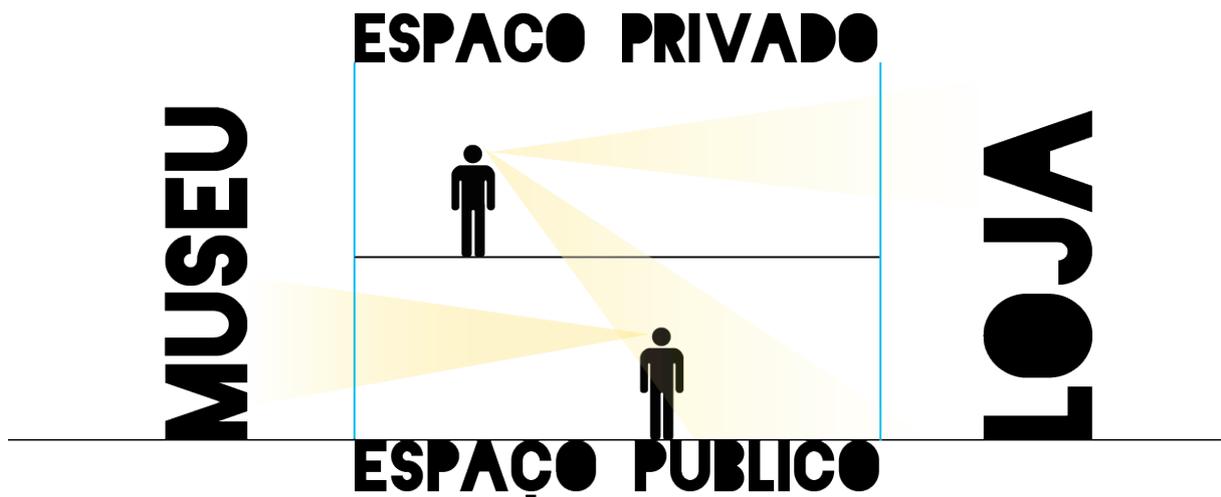


Figura 73: Diagrama conceitual, mostrando as diversas conexões visuais propostas.
 Fonte: Autor.

5.2 Programa de Necessidades

Para concluir o trabalho foi desenvolvido um programa de necessidades preliminar, baseado nas diretrizes supracitadas. Este programa de necessidades serve como base para o desenvolvimento do projeto final para a disciplina TA041.

- Sala de Exposição 01 - 400m²
- Sala de Exposição 02 - 400m²
- Sala de Mídia - 400m²
- Espaço Didático - 200m²
- Espaço de Produção - 200m²
- Auditorio para 150 - 200m²
- Loja/Café/Livraria - 80m²
- Administração e Serviços - 200m²

Total - 2.080m²

REFERÊNCIAS

- ADORNO, T. *Indústria cultural e sociedade*. São Paulo: Paz e terra, 2011.
- ASCHER, F. *Os novos princípios do urbanismo*. São Paulo: Romano Guerra, 2010.
- BALMOND, C. *Informal*. USA: Prestel, 2003.
- BELL, D. *The cultural contradictions of capitalism*. 1978. Disponível em: http://stevewatson.info/readings/politics_perspectives/Bell-CulturalContradictions.pdf. Acessado em: 04/04/2012
- BERKEL, B. V.; BOS, C. *Move*. Amsterdam: Goose Press, 1999.
- BERKEL, B. V.; BOS, C. *Reflections*. Amsterdam: UN Studio, 2010.
- DEBORD, G. *Sociedade do Espetáculo*. 1967. Disponível em: <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/socespetaculo.pdf>. Acessado em: 12/10/2012
- DILLER, E, & SCOFIDIO, R. (2002) *Blur: The Making of Nothing*. Nova York: Abrams, 2002.
- FERNANDES, A. et. al. *Civilities*. 2005
- FIRMINO, R; DUARTE, F. 2008. *Cidade infiltrada, espaço ampliado: as tecnologias de informação e comunicação e as representações das espacialidades contemporâneas*. Disponível em: <http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/08.096/3408>. Acessado em: 04/04/2012.
- GUIBAULT, S. *How New York stole the idea of modern art*. Chicago: University Of Chicago Press, 1983.
- HARVEY, D. *Condição pós-moderna*. 22. ed. São Paulo: Loyola. 2012
- ITO, T. WITTE, R. *Toyo Ito: Sendai Mediatheque*. Nova York: Prestel, 2002.
- INDIE Game: The Movie. Direção de Lisanne Pajot, James Swirsky. Los Angeles, Califórnia: Documentário, 2011. 1 DVD (94 min), cor.
- KOOLHAAS, R. *Delirious New York*. Nova York: Monacelli Press, 1994.
- KOOLHAAS, R.; MAU, B. S, M, L, XL. Nova York: Monacelli Press, 1996.

KOOLHAAS, R. Junkspace. 2001. Disponível em: <http://www.quotesque.net/junkspace/>. Acessado em: 04/04/2012.

LEWIS, G. *The history of Museums*. 1987 Disponível em: http://www.muuseum.ee/uploads/files/g._lewis_the_history_of_museums.pdf. Acessado em: 04/10/2012

MONTANER, J. M. *Sistemas arquitetônicos contemporâneos*. Barcelona: Gustavo Gili. 2009.

MONTANER, J. M. *Museus para o Século XXI*. Barcelona: Gustavo Gili. 2003.

MONEO, R. *Theoretical anxiety and design strategies*. Barcelona: Actar. 2004.

NESBITT, K. *Uma nova agenda para a arquitetura: antologia teórica (1965-1995)*. São Paulo: Cosac Naify. 2008.

PRAXIS. 8. ed. Columbus: Praxis. 2006.

SENNETT, Richard. *Carne e pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental*. 2. ed. Rio de Janeiro: BestBolso, 2010.

YANEVA, A. *Made by the Office for Metropolitan Architecture: An Ethnography of Design*. Rotterdam: 010. 2009.

FONTES DAS IMAGENS

Figura 01: “Le Voyage dans la Lune” de Georges Mélié. Fonte: http://www.pleinlabobine.com/images/Voyage_dans_Lune.jpg. Acessado em: 15/05/2012.

Figura 02: Luna Park Fonte: <http://cdn102.iofferphoto.com/img/item/144/411/937/HUZW.jpg>. Acessado em: 15/05/2012.

Figura 03: Phantom Detective de Maio de 1936. Fonte: http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/f/f1/Phantom_Detective_5-36.jpg. Acessado em: 15/05/2012.

Figura 04: Cena do filme Metropolis. Fonte: <http://abismoinfinito.files.wordpress.com/2010/12/filme-metropolis.jpg>. Acessado em: 15/05/2012.

Figura 05: Mural de Diego Rivera. Fonte: <http://www.ksvoboda.com/wp-content/uploads/2011/04/detroit-industry.jpg>. Acessado em: 17/05/2012.

Figura 06: Superman na Feira Mundial de 1940, em Nova York. Fonte: <http://superman.nu/sites/thescreen/radio/supermanday.gif>. Acessado em: 17/05/2012.

Figura 07: Cena do filme Singing in the Rain (1952). Fonte: <http://www.imdb.com/media/rm2441526016/tt0045152>. Acessado em: 17/05/2012

Figura 08: Publicidade da Bell Telephone. Fonte: <http://wellmedicated.com/wp-content/uploads/2008/09/bell-telephone-system1.jpg>. Acessado em :17/05/2012.

Figura 09: Revolta em Detroit, 1968. Fonte: http://www.blackpast.org/files/blackpast_images/detroit_race_riot_1967.jpg. Acessado em: 17/05/2012.

Figura 11: Persimmon, Robert Rauchsberg (1964). Fonte: <http://www.artnet.com/Magazine/news/finch/Images/finch9-25-3.jpg>. Acessado em: 25/05/2012.

Figura 12: Piazza d'Italia, Nova Orleans, Charles Moore (1978). Fonte: http://photos.igougo.com/images/p355010-New_Orleans-Piazza_dItalia.jpg. Acessado em: 25/05/2012.

Figura 13: Watchmen, Alan Moore (1986). Fonte: http://images3.wikia.nocookie.net/_cb20080618074455/marvel_dc/images/c/ca/Watchmen_1.jpg. Acessado em: 25/05/2012.

Figura 14: Cena do filme Blade Runner, de Ridley Scott (1982). Fonte: <http://www.imdb.com/media/rm1068863488/tt0083658>. Acessado em: 25/05/2012.

Figura 15: Imagem do jogo Super Mario Bros. Fonte: <http://www.mariowiki.com/images/a/a0/Smbtitle.gif>. Acessado em: 25/05/2012.

Figura 16: Family Group, de Andre Zelck. Fonte: <http://www.andrezelck.com/> Acessado em: 04/04/2012.

Figura 17: Imagem do filme Akira (1989). Fonte: <http://www.k3.dion.ne.jp/~ctybldr/Resources/neotokyo.jpeg>. Acessado em: 12/06/2012.

Figura 18: Metacity/Datatown (1999), MVRDV. Fonte: <http://www.mlcstudio.co.uk/blog/wp-content/gallery/mvrdv/metacity-datatown-c-mvrdv.jpg>. Acessado em: 12/06/2012.

Figura 19: Pequena Miss Sunshine (2007) de Jonathan Dayton. Fonte: <http://www.imdb.com>. Acessado em: 12/06/2012.

Figura 20: Batman: Cavaleiro das Trevas (2007) de Christopher Nolan. Fonte: <http://www.imdb.com>. Acessado em: 12/06/2012.

Figura 21: Museu de Crescimento Ilimitado, de Le Corbusier (1939). Fonte: http://lukethompson.co.uk/blog/wp-content/uploads/2010/10/thedelirious_museum_01.jpg. Acessado em: 15/09/2012.

Figura 22: Museu para uma pequena cidade, Mies Van der Rohe (1942). Fonte: moma.org. Acessado em: 15/09/2012.

Figura 23: Museu Solomon R. Guggenheim, em Nova York, de Frank Lloyd Wright (1959). Fonte: <http://www.architecturepics.org/wallpapers/2012/02/Architecture-Wallpapers-5-1920x2560.jpg>. Acessado em: 15/09/2012.

Figura 25: MASP, de Lina Bo Bardi (1947). Fonte: <http://www.sp-turismo.com/imagens/masp.jpg>. Acessado em 15/09/2012.

Figura 26: Museu de Escultura, de Paulo Mendes da Rocha (1995) Fonte: <http://comoviaja.com.br/wp-content/uploads/2012/09/MuBE-Museu-Brasileiro-da-Escultura-S%C3%A3o-Paulo-Foto-Nelson-Kon-Divulga%C3%A7%C3%A3o.jpg>. Acessado em: 15/09/2012.

Figura 27: Staatsgalerie, em Stuttgart, de James Stirling (1984).Fonte: www.staatsgalerie.de/. Acessado em: 15/09/2012

Figura 28: Pavilhão temporário PS1, de HWKN (2012). Fonte: <http://momaps1.org>. Acessado em: 15/09/2012.

Figura 29: Zentrum fur Kunst und Mmedientechnologie - ZKM, de OMA (1992). Fonte: oma.eu. Acessado em: 15/09/2012.

Figura 30: Kunsthaus, em Bregenz, de Peter Zumthor (1997) Fonte: archdaily.com. Acessado em: 15/09/2012.

Figura 31: Loja da Prada, em a York, OMA (2001). Loja de departamento como museu. Fonte: oma.eu. Acessado em: 15/09/2012.

Figura 32: Kunsthal, em Rotterdam, OMA (1994). Fonte: <http://www.flickr.com/photos/mickvisser/5496119175/in/photostream/>. Acessado em: 15/09/2012.

Figura 33: Planta do 1º pavimento. Fonte: archdaily.com Acessado em: 13/04/2012.

Figura 34: Planta do 2º pavimento. Fonte: archdaily.com Acessado em: 13/04/2012.

Figura 35: Planta do 3º pavimento. Fonte: archdaily.com Acessado em: 13/04/2012.

Figura 36: Axonométrica do percurso do museu. Fonte: KOOLHAAS, R.; MAU, B. S, M, L, XL. Nova York: Monacelli Press, 1996.

Figura 37: Corte Kunsthal 01. Fonte: KOOLHAAS, R.; MAU, B. S, M, L, XL. Nova York: Monacelli Press, 1996.

Figura 38: Corte Kunsthal 02. Fonte: KOOLHAAS, R.; MAU, B. S, M, L, XL. Nova York: Monacelli Press, 1996.

Figura 43: Loja vista do restaurante. Fonte: <http://www.flickr.com/photos/aureliozen/367767473/sizes/z/in/photostream/> Acessado em: 12/10/2012.

Figura 44: Sala de exposição. Fonte: <http://www.flickr.com/photos/aureliozen/3671325057/sizes/l/in/photostream/> Acessado em: 12/10/2012.

Figura 45: Planta do térreo e 2º pavimento. Fonte: openbuildings.com. Acessado em: 27/09/2012.

Figura 46: Planta do 7º pavimento e cobertura. Fonte: openbuildings.com. Acessado em: 27/09/2012.

Figura 47: Corte Midiateca. Fonte: openbuildings.com. Acessado em: 27/09/2012

Figura 48: Diagrama da estrutura. Fonte: openbuildings.com. Acessado em: 27/09/2012.

Figura 49: Fachada principal do edifício. Fonte: archdaily.com. Acessado em: 27/09/2012.

Figura 50: Imagem da loja. Fonte: archdaily.com. Acessado em: 27/09/2012.

Figura 51: Vista noturna da Midiateca. Fonte: archdaily.com. Acessado em: 27/09/2012.

Figura 52: Pavimento flexível. Fonte: archdaily.com. Acessado em: 27/09/2012.

Figura 53: Planta do Pavilhão. Fonte: dillerscofidio.com. Acessado em 20/08/2012.

Figura 54: Perspectiva da estrutura do pavilhão. Fonte: dillerscofidio.com Acessado em 20/08/2012.

Figura 55: Corte 01. Fonte: dillerscofidio.com. Acessado em 20/08/2012.

Figura 56: Corte 02. Fonte: dillerscofidio.com. Acessado em 20/08/2012.

Figura 57: Corte esquemático do Sushi Bar, não construído. Fonte: DILLER, E, & SCOFIDIO, R. Blur: The Making of Nothing. New York: Abrams. 2002.

Figura 58: Corte esquemático do Panopticon, idéia descartada. Fonte: DILLER, E, & SCOFIDIO, R. Blur: The Making of Nothing. New York: Abrams. 2002.

Figura 59: Vista externa do pavilhão. Fonte: dillerscofidio.com. Acessado em: 20/08/2012.

Figura 60: Diagrama explicando o funcionamento do braincoat. Fonte: DILLER, E, & SCOFIDIO, R. Blur: The Making of Nothing. New York: Abrams. 2002.

Figura 61: Vista aérea do pavilhão. Fonte: dillerscofidio.com. Acessado em: 20/08/2012.

Figura 62: Vista interna do pavilhão. Fonte: dillerscofidio.com. Acessado em: 20/08/2012.