

MAIS É MAIS: REM KOOLHAAS, JUNKSPACE E HIPERMODERNIDADE

MÁS ÉS MÁS: REM KOOLHAAS, JUNKSPACE E HIPERMODERNIDAD

MORE IS MORE: REM KOOLHAAS, JUNKSPACE E HIPERMODERNITY

Eixo 2 – O lugar da teoria, da crítica e da história no projeto

Carlos Jacinto Agostinho

Bacharel em Arquitetura e Urbanismo pela Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Alagoas

Maria Angélica da Silva

Professora Associada 4 da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade Federal de Alagoas/ Bolsista de produtividade do CNPq

Resumo: Este artigo lança um olhar sobre o ensaio *Junkspace*, do arquiteto holandês Rem Koolhaas, suportado pelo conceito da hipermodernidade. Baseado principalmente em uma pesquisa de fontes bibliográficas primárias, parte de uma contextualização da crítica, traça um paralelo do trabalho bibliográfico que o arquiteto tem desenvolvido desde o final da década de 1970, para então mergulhar num olhar decifrador de seu ensaio *Junkspace*, lançado em 2002 no livro *Project on the City 2: Harvard Design School Guide to Shopping*. Compreender o *Junkspace* é compreender o trabalho desenvolvido por Koolhaas, que - mais que se prender a utopias-, está mais preocupado em fazer e descrever sua realidade.

Palavras-chave: Hipermodernidade, Rem Koolhaas, Junkspace.

Resumen: Este artículo se echa un vistazo al ensayo *Junkspace*, por el arquitecto holandés Rem Koolhaas, con el apoyo de los conceptos de la hipermodernidad. Basado en gran parte en una primaria de fuentes bibliográficas, que se inicia en el contexto de la crítica, traza un paralelismo con la obra bibliográfica del arquitecto que se ha desarrollado desde finales de 1970, y luego se sumerge en una mirada decodificador en su ensayo *Junkspace*, publicado en 2002 en el libro *Project on the City 2: Harvard Design School Guide to Shopping*. Comprender el *Junkspace* es entender la obra de Koolhaas, que - más que aferrarse en las utopías-, se preocupa más por hacer y describir su realidad.

Palabras-clave: Hipermodernidad, Rem Koolhaas, Junkspace.

Abstract: This article takes a look at the essay *Junkspace*, by the Dutch architect Rem Koolhaas, supported by the concepts of hypermodernity. Based largely on primary literature sources, it starts in a context of critique and traces a parallels with the bibliographic work that architect has developed since late 1970s, and then dives into a decoder look into his essay *Junkspace*, published in 2002 in the book *Project on the City 2: Harvard Design School Guide to Shopping*. To understand the *Junkspace* is to understand the work of Koolhaas, who - more than cling in utopias-, is more concerned with making and describing his reality.

Keywords: Hypermodernity, Rem Koolhaas, Junkspace.

MAIS É MAIS: REM KOOLHAAS, *JUNKSPACE* E HIPERMODERNIDADE

O presente artigo se propõe a investigar as particularidades do processo projetual e suas implicações metodológicas, a partir de uma obsessão: adentrar no universo das obras de Rem Koolhaas. Sua idiossincrática maneira de pensar e fazer a cidade nos leva a um turbilhão de idéias e conceitos, a uma *dynamique d'enfer*¹ – como ele mesmo costuma referir aos seus atos projetuais.

A curiosidade despertada por seu trabalho levou, em princípio, a pesquisas na internet, focada na sua produção arquitetônica, inquirendo sobre como se posicionava sobre a forma, a função e o programa em seus atos projetuais. Em seguida, debruçou-se sobre sua obra teórica: **Delirius New York, S,M,L, XL, Content, Project on the City**, entre outros. No entre e fim do percurso, um texto chamou a atenção e tornou-se o primeiro objeto de pesquisa: *The Generic City*, de 1995. Os estudos precisaram também englobar seus ensaios *Bigness*, do mesmo ano, e *Junkspace*, publicado em 2002.

No decorrer do processo, esse último foi adquirindo uma maior importância, tanto por poder ser caracterizado como uma síntese dos dois anteriores, como pelo fato de poder ser entendido como uma descrição e o próprio objeto de estudo de Koolhaas. O movimento a partir de então foi duplo: compreender como Koolhaas se relacionava com seus interlocutores – qual seu posicionamento em relação à crítica pós-moderna e às que surgem depois – e Koolhaas e sua teoria em si – o que continha nas entrelinhas de seus escritos, ou seja, o que poderia se tirar de real em meio a seu discurso permeado por devaneios do surrealismo dalidiano.

O conceito de hipermodernidade, definido por Lipovetsky na obra ***Les temps hypermodernes*** (2004), situa estes questionamentos a partir da década de 1980, com o aporte da globalização e mundialização² no cenário socioeconômico, o desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação, a massificação do turismo e a introdução da lógica do consumo em todos os campos da sociedade provocando mudanças significativas na percepção do espaço urbano.

¹ Dinâmica do inferno (T.A.).

² Os dois conceitos são definidos por Lipovetsky (2010): enquanto globalização se relaciona fortemente aos aspectos econômicos da sociedade contemporânea, mundialização liga-se aos seus aspectos culturais.

Neste autor, a sociedade contemporânea vivencia um mundo cada vez mais veloz, causado pelas facilidades de deslocamento, cuja preocupação pela falta de tempo e a busca pela qualidade de vida parecem se sobrepor a questões de ordem econômica (LIPOVETSKY, 2004) – se é que é possível distingui-las. Junta-se a isso a particularização das referências e a tentativa do sujeito se auto-afirmar e ser reconhecido pela sociedade, num processo de forte individualização (BAUMAN, 2001).

DO PÓS AO HIPER: SOB O COMANDO DO TUDO E DO AGORA

No livro *Project on the City 2*, Koolhaas investiga o processo histórico-evolutivo dos centros de compras e identifica as ações, invenções e espaços que os tornaram tão importantes no contexto urbano do século XXI. Nele, se encontra o texto intitulado *Junkspace*, ou seja, Espaço-lixo, no qual discorre sobre a produção contemporânea do espaço, identificando determinadas características que têm transformado o mundo em um grande lugar de compras, onde o imediatismo e o hedonismo prevalecem e a busca pelo novo é a grande força motriz da cultura e da economia contemporâneas.

Koolhaas identifica como consequência principal das ações nesse tipo de espaço não o construído, mas os resultados da modernização, decorrente da efemeridade dos espaços produzidos agora. Mais que se perpetuarem ao longo do tempo, buscam-se soluções provisórias para solucionar problemas em curto prazo, gerando um infundável acúmulo de inovações, consumo e, como consequência, de detritos.

Traçando um breve percurso biográfico, Koolhaas nasceu em Roterdã no ano de 1944, viveu parte da infância na Ásia e, quando retornou ao seu país, desenvolveu um interesse pelo jornalismo e pelo cinema. Essa formação inicial lhe desperta o interesse pela cidade e questionamentos sobre a falta de sentido nas representações estáticas da arquitetura. Nos fins dos anos 1960, estuda na Architectural Association de Londres, que se encontrava sob influência do Archigram. De lá, parte para Cornell, nos Estados Unidos, e se torna discípulo de Oswald Mathias Ungers. Ao fim de sua formação, vai para Nova York e inicia suas atividades profissionais no Institute for Architectural and Urban Studies (IAUS), sob o comando de Peter Eisenman.

É neste último período que ele produz **Delirious New York: a retroactive manifesto for Manhattan**, uma análise do desenvolvimento histórico da cidade de Nova York e os processos de configuração de seu espaço urbano, numa perspectiva pouco usual, que construía uma apologia à cultura da congestão e ao hedonismo (KOOLHAAS, 2008).

O que Koolhaas descobre em Nova York e afirma em seu livro é que nela – na cidade moderna construída simplesmente sob a pressão da economia e submetida às forças de um capitalismo desenfreado – aparecem e se manifestam em todo o seu esplendor as formas do verdadeiro progresso (MONEO, 2008, p. 284).

Lançado em 1978, o livro investiga o processo de ocupação da mais famosa ilha da cidade, Manhattan, destacando sua origem holandesa e a forte tendência à artificialidade e mercantilismo que, com esse povo, teria migrado para o Novo Mundo: “como toda a Holanda é feita pela mão do homem, para os holandeses não existem ‘acidentes’. Eles planejam a fundação de Manhattan como se fosse uma parte de sua pátria fabricada” (KOOLHAAS, 2008, p. 34).

Koolhaas também introduz um novo significado à retícula quadricular do traçado urbano da ilha, tratando-a não como um elemento definidor da forma urbana e sim como um instrumento que permitiria “o máximo de controle para o máximo descontrole” (GORELIK, 2008, p. 12). Isso porque a retícula adotada limitou Manhattan a 2028 quadras *ad infinitum*, permitindo ser vista como uma cidade composta por várias cidades: cada quadra era vista como uma estrutura única, produzindo sua própria cultura. Ainda segundo Koolhaas, com o advento do elevador, no início do século XX, o novo limite estabelecido foi o céu. Uma cultura congestionada, que não pretendia ser universal, mas sim, no ponto de vista do autor, acolher representações de estilos de vida e ideologias diversas, e que produziu uma arquitetura lobotomizada, na qual interior e exterior não eram refletidos um no outro.

Para Moneo, Koolhaas, assim como Venturi, também está focado na cultura das massas. Entretanto, ele está interessado em “exibir quais são os resultados formais quando perdemos o respeito pelas linguagens e normas convencionais e atendemos às forças autênticas que modelam o mundo moderno: a tecnologia e a economia”

(2008, p. 284); já Venturi “é mais indulgente com a iconografia: ele a celebra, festejando a rica parafernália do *strip* americano” (2008, p. 286)³.

Nesse sentido, o posicionamento teórico de Koolhaas se afasta do pensamento corrente no Institute for Architecture and Urban Studies, encarnado principalmente na figura de Eisenman. Enquanto o holandês enxergava a arquitetura como um programa que era produto de suas duas forças motrizes, a tecnologia e o capitalismo;

a obsessão de Eisenman naquela época [1967-84] era libertar a arquitetura de suas amarras [o funcionalismo], fazer com que ela se produzisse sem contaminação nenhuma – nem do lugar, nem da função, nem dos sistemas construtivos: a arquitetura em sua pureza era, portanto, a meta; uma arquitetura que, a partir da adoção dos novos (e já infelizmente esquecidos) princípios formais da modernidade, que tivesse a mesma ambição alardeada pelos físicos ao descrever o mundo empregando novas (e não-esquecidas) fórmulas propostas pela teoria da relatividade, ou por que se ocupa do conhecimento sobre o ser humano empregando novas (e não-esquecidas) técnicas psicanalíticas. A mudança clamada pelo espírito moderno não deveria ser apenas de estilo, mas uma mudança substancial que, por inclusão, afetasse a linguagem [...] Para Eisenman, a arquitetura deveria estar disposta a resgatar seus princípios, que eram, acima de tudo, formais (MONEO, 2008, p. 138-139).

Em 1995, Koolhaas publica no livro **S, M, L, XL** dois ensaios: no primeiro, discorre sobre a **Bigness** (Grandeza) e tece indagações sobre os novos patamares alcançados pela arquitetura com as novas complexidades e escalas nas questões projetuais e estabelece cinco teoremas que poderiam guiar a produção arquitetônica contemporânea (KOOLHAAS, 2010, p. 16-18).

No segundo, intitulado **The generic city** (A cidade genérica), atribui este termo aos processos em curso em que as cidades desenvolvem suas particularidades de tal maneira que se tornam cada vez mais similares. Partindo de seus estudos, principalmente nos continentes africano e asiático⁴, questiona as similaridades observadas nas cidades e indaga se esse movimento é intencional ou não (KOOLHAAS, 2010).

³ Em 1972, Venturi publica **Learning from Las Vegas**, após estudos no *strip* comercial da cidade, no qual se colocava a favor do simbolismo e constatava o surgimento da arquitetura da comunicação. Nesse livro, ele identifica o domínio do símbolo ante a forma no espaço e a importância do sistema de propaganda para a cidade de Las Vegas, criando, como decorrência, as famosas metáforas do pato e do galpão decorado.

⁴ Koolhaas realiza um estudo de caso sobre o Delta do Rio Pérola na China, em sua pesquisa “Project on the City”, desenvolvida na Harvard Design School, que é publicada sob o título **Project on the City 1: Great Leap Forward** (Köln: Taschen, 2001). Nele, identifica e analisa os processos em curso e os resultados da aceleração da urbanização das cidades dessa região, tanto no campo arquitetônico quanto no sociológico.

Seus estudos nesse livro focaram, portanto, nas escalas da cidade e a tendência para o “*bigness*”. Trata-se da complexidade da cidade, abandonada pelos modernos, analisando a condição pós-industrial, caracterizada pela globalização e mundialização - principalmente em decorrência da aparente aproximação física dos lugares. Aborda os processos de midiatização e virtualização, e, em conjunto com o desenvolvimento de seu trabalho em escala global, identifica no espaço urbano elementos que vem tornando as cidades cada vez mais homogêneas⁵.

Salienta-se que, enquanto Koolhaas agrega essas novas questões em seu pensamento, aplicado no campo urbano-arquitetônico, as mesmas também já eram investigadas em outras ciências afins. Destacam-se aqui, principalmente, na sociologia, os trabalhos de Marc Augé e Zygmunt Bauman e no campo da filosofia, Gilles Lipovetsky e Sébastien Charles⁶.

Para eles, a partir da década de 1980, os avanços da globalização, da mundialização e das novas tecnologias de comunicação fazem surgir uma nova conjuntura socioespacial. A aparente aproximação trazida por essa nova conjuntura insere no contexto urbano uma ruptura nos preceitos estabelecidos durante séculos: o espaço público – com a primazia da lógica do consumo - substitui o ser ideal e/ ou coletivo pelo ser individual e o tempo agora é o fator determinante de todas as relações sociais e econômicas.

Baseados nessas considerações, Augé (1994), Lipovetsky (2004) e Charles (2004) afirmam que a condição moderna não se extinguiu, apenas transformou-se, influenciada pelo fator tempo, e classificam a época atual como supermoderna⁷ e

⁵ Essas características correspondem aos capítulos do texto *Cidade Genérica*: apresenta uma “Introdução” e um “Fim”, como se traçasse a gênese e o percurso dessa cidade rumo a um destino ainda incógnito. Os parâmetros por ele identificados são: Estatística, Geral, Aeroporto, População, Urbanismo, Política, Sociologia, Bairros, Programa, Arquitetura, Geografia, Identidade, História, Infraestrutura e Cultura.

⁶ Importante notar que, enquanto Koolhaas utiliza o Método Crítico-Paranóico para fazer suas conjecturas de forma irônica e paradoxal (GORELIK, 2008), Augé (1994) utiliza o Etnográfico, para contrapor o binômio lugar antropológico- não-lugar, e Lipovetsky, abandonando a metafísica, procurar expor os fenômenos que admitem demonstração e refutação (TAVOILLOT, 2004).

⁷ Para Augé, na supermodernidade (*surmodernité*), a aceleração e a abundância dos acontecimentos ditos históricos e o excesso de espaços associado com essa individualização das referências, tem como resultado a produção de não-lugares. Esses espaços caracterizam-se por terem certos fins (transporte, trânsito, comércio, lazer) e pela relação indivíduo- não-lugar, que se traduz numa tensão solitária. “O não-lugar não cria nem identidade singular nem relação [entre as pessoas], mas sim solidão e similitude” (p. 95). Local de liberdade vigiada, é dominada por palavras e texto, que indicam seu modo de usar e tem apenas três naturezas: prescritiva, proibitiva ou informativa.

hipermoderna⁸. Agora, o culto já não é o do passado ou o do futuro: cultua-se o presente, ansioso por um futuro incerto e agarrado a um passado nostálgico.

Nesta conjuntura, desenvolve-se o *Junkspace*, que apesar de parecer o elemento negativo ao espaço urbano, em tempos que advogam a sustentabilidade, é realmente sua essência, pois é criador de interesses temporários e incapaz de ser memorável. Composto de marcas e ausente de significado, um mundo sem autor e de manipulações que tenta ser único, mas é ao mesmo tempo extremamente familiar (KOOLHAAS, 2010), justamente pela sua eterna reciclagem e reutilização de ideias, numa constante renovação da sua atratividade.

Para Koolhaas (2010), esse espaço surge como resultado do processo dessa nova forma de modernização, chamada de hipermodernidade por Lipovetsky (2004), cujo produto não é necessariamente o construído ou produzido, mas o que fica enquanto ele vai se estabelecendo no mundo e suas sobras, nesse caso, todo o aparato tecnológico que surge, as novas técnicas de comunicação, *marketing* e publicidade e as novas demandas psicossociais humanas.

FELICIDADE É O INTERVALO ENTRE O LUXO E O LIXO EM FUNÇÃO DO CONSUMO

O ensaio *Junkspace* mostra-se um paradoxo, considerada a maneira com que se apresenta como texto: ao mesmo tempo em que é exposto de forma aparentemente clara e direta, ele se revela como um enigma. Talvez isso se deva ao fato de, ao abusar da função metalinguística, o ensaio e o objeto *Junkspace* encontram-se imiscuídos e se tornam um único ente.

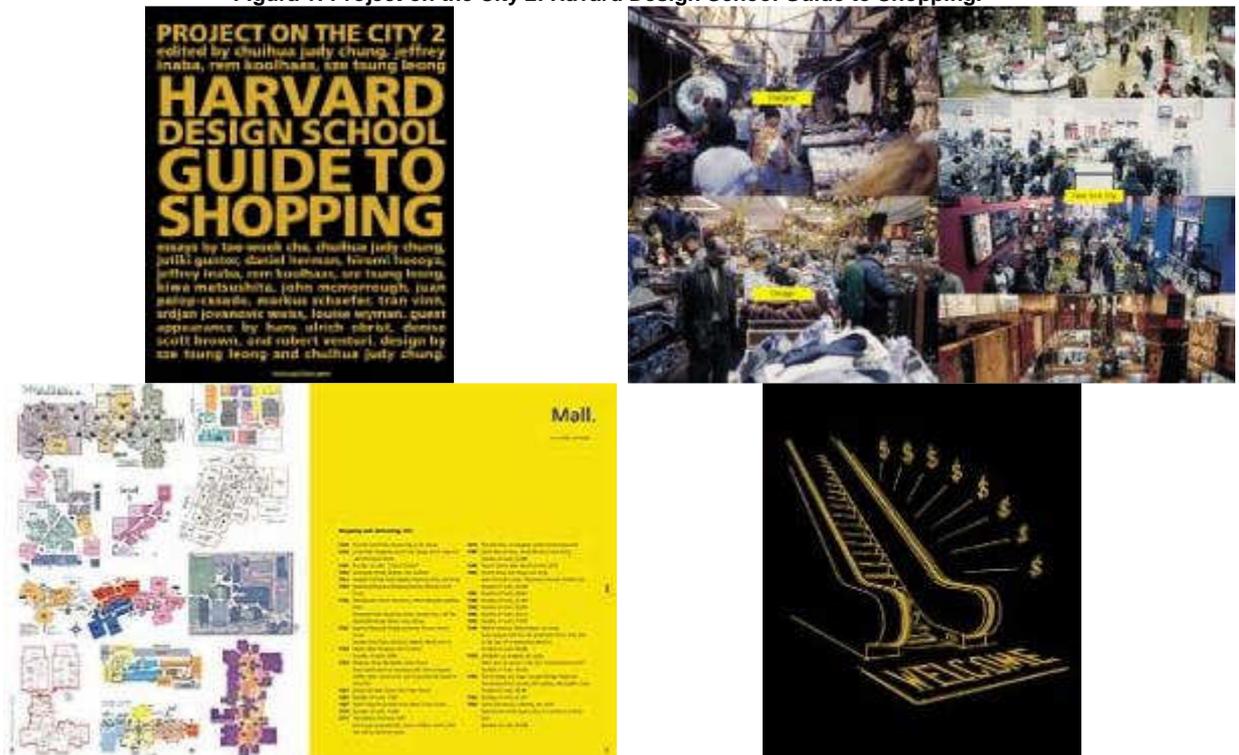
Considerando o cuidado que Koolhaas sempre dedicou aos seus trabalhos bibliográficos, no que tange ao design gráfico, a análise partiu da própria forma como o texto se apresenta materialmente.

⁸ Para Lipovetsky e Charles, na hipermodernidade (*hypermodernité*), vive-se o aqui- agora. Efêmera e sedutora, produz indivíduos que consomem para ter prazer e uma espiral crescente de distúrbios psicossomáticos, depressões e ansiedades. Lipovetsky afirma que nesse novo arranjo do tempo social substituímos “o capitalismo de produção por uma economia de consumo e de comunicação de massa” e “uma sociedade rigorístico-disciplinar por uma ‘sociedade-moda’” (2004, p. 60).

Quando de sua primeira publicação, no livro *Project on the City 2*, em 2002, o ensaio se encontrava na parte central do livro, contrastando substancialmente com a forma em que os demais capítulos são apresentados: enquanto todos os outros abusam do uso de imagens e se utilizam do recurso de uma página introdutória padrão, de cor amarela, o ensaio Junkspace é jogado inesperadamente: num primeiro olhar, ele se inicia e termina abruptamente (Figuras 1 e 2).

Em uma segunda publicação, na revista e/ou livro *Content*⁹, em 2004, o ensaio já não apresenta uma distinção em relação aos demais artigos, mantendo assim a identidade gráfica da publicação e se tornando, de fato, parte dela (Figuras 3 e 4).

Figura 1: Project on the City 2: Havard Design School Guide to Shopping.



Fonte: KOOLHAAS, 2002.

⁹ A dubiedade de sua classificação é evidenciada pelo próprio autor, ao afirmar que “*actually, I find the tension between the two super-interesting*” (KOOLHAAS, 2004, p. 13). Isso nos leva à seguinte indagação: qual a diferença entre um livro e uma revista? Seria o público a que se destinam, suas facilidades de distribuição e a velocidade de ser consumida?

Figura 3: Content



Fonte: KOOLHAAS, 2004.

Figura 04: O ensaio Junkspace, conforme apresentado em sua segunda publicação.



Fonte: KOOLHAAS, 2004 - Adaptado.

Partindo de uma análise inicial, observa-se na primeira versão um forte contraste entre o fundo branco e o maior número possível de caracteres por lauda, em única coluna. Koolhaas nos apresenta um texto que emana uma necessidade de ser consumido imediatamente e num só fôlego: composto por catorze páginas, a utilização somente de sinais de pontuação para articular as orações presentes no texto não deixam espaço para uma pausa. A ausência de títulos, subtítulos e elementos afins associada à inexistência de infografias (exceto as próprias letras) impelem o leitor a focar no texto e chegar ao fim desse grande e único parágrafo, de alinhamento irregular (Figura 02).

Em sua segunda publicação, o texto é apresentado numa nova configuração. Embora permaneça a noção de um único e imenso parágrafo, ele agora se encontra disposto em duas colunas por lauda, mantendo um alinhamento justificado, ao longo de dez páginas (Figura 04). A sensação do excesso nessa versão é reintroduzida pelo fundo escolhido, que apresenta uma variedade de letras distribuídas aleatoriamente como marca d'água, embora seja possível identificar algumas frases legíveis, além da presença de algumas imagens.

Ainda sobre a forma, um terceiro aspecto de destaque é a ordem do texto. Lançado ao leitor de forma crua e direta, sem rodeios ou maiores explicações, aparentemente seguindo uma ordem coesa e coerente, o que se nota é que se o separarmos em diversos trechos e os embaralharmos para em seguida reconstruí-lo, chegar-se-á à conclusão que ele pode ser recombinação a partir de qualquer parte ou ordenamento: numa tentativa primária, identificaram-se alguns parâmetros predominantes, embora tenha se percebido que todos estão entremeados entre si. O excesso de ideias, conceitos e exemplos tornam o texto um grande labirinto, de difícil localização de trechos, disfarçado, entretanto, pela sua aparente clareza formal.

Avaliando o padrão estilístico da escrita, constata-se que o autor se utiliza de diversos jogos de palavras, siglas, ironias e suposições, diretamente influenciadas pelo Método Crítico-Paranóico¹⁰, gerando conclusões que, para além do “absurdo”

¹⁰ O método crítico-paranóico é definido por Dalí como “um método espontâneo do conhecimento irracional baseado nas objetivações críticas e sistemáticas de associações e interpretações delirantes” (apud KOOLHAAS, 2008, p. 268). Koolhaas o enxerga como um “*delírio de interpretação*, Cada fato, acontecimento, força, observação é encaixado num único sistema especulativo e ‘entendido’ pelo indivíduo afetado de um modo que confirma absolutamente e reforça sua tese – isto é, a desilusão inicial que é seu ponto de partida. O *paranóico sempre acerta a cabeça do prego, independentemente de onde bater o martelo*” (KOOLHAAS, 2008, p. 269).

que transmitem, se transformam em fatos incontestáveis. Outro traço característico é a criação de uma série de neologismos e a incorporação de novas definições a termos já conhecidos no campo urbano-arquitetônico: identidade, continuidade, composição, vacuidade, ornamento, mega-estrutura, Real Time[®], Assinatura-Lixo[®], Preservação por Omissão[®], Obra-Prima, Espaço-Público[®], empretenimento, Sublime Empresarial, cor, E-espço, Hiperecologia[®]. No geral estes termos surgem sem explicação, como as siglas que emprega, ao invés de declarar por extenso os nomes dos aeroportos (MPX, DFW).

A despeito de todas essas características, o ensaio se traduziria ou não na forma de um manifesto? Embora não ocorra um estabelecimento explícito de novos paradigmas ou expressões como no Movimento Moderno, o texto se coloca de forma apologética. Utilizando-se de uma linguagem extremamente particular, Koolhaas pretende apenas, em uma avaliação mais superficial dos seus escritos, apresentar um processo descritivo da realidade, aclamações por mudanças.

Sintetizado por Koolhaas no sumário do livro *Project on the City 2* como “*the debris of modernization*”¹¹ (2002, p. 27), o *Junkspace* pode ser considerado tanto como um subproduto surgido do processo de transformações dos movimentos moderno e do pós-moderno, quanto a essência aflorada da Cidade Genérica (KOOLHAAS, 2010) e/ ou da Hipermodernidade (LIPOVESTKY, 2004; CHARLES, 2004).

Regurgitação dos *The Generic City* e *Bigness*, pois se apresenta como uma aglutinação de suas abordagens e a acumulação de novas observações, a sua principal diferenciação é declarar a perda gradual da força das instituições e dogmas político-sociais estabelecidos (CHARLES, 2004; LIPOVETSKY, 2004) e a exacerbação da lógica do consumo, da efemeridade e da sedução em todas as suas esferas (LIPOVETSKY, 2009).

Ignorar e dissociar os conceitos e escalas desenvolvidos nos três ensaios contrariaria a própria lógica emanada pelo *Junkspace*. Assim sendo, apesar do foco nesse, os temas desenvolvidos nos outros dois, principalmente o *The Generic City*, se entremeiam ao longo do texto, inclusive permitindo uma alternância entre as escalas discutidas – a cidade, a arquitetura e o homem.

¹¹ Detritos da modernização (T.A.).

A trilogia do espaço: do genérico ao lixo

A conformação do *Junkspace* decorre do estabelecimento de diversos fatores, entre os quais: a cultura do ócio e crescimento da importância da atividade turística, facilitada pelo aeroporto e suas possibilidades de **deslocamento**; a individualização do sujeito; as mudanças causadas pela **globalização e mundialização**; e a paisagem como apropriação cultural e a **cultura como objeto de consumo**.

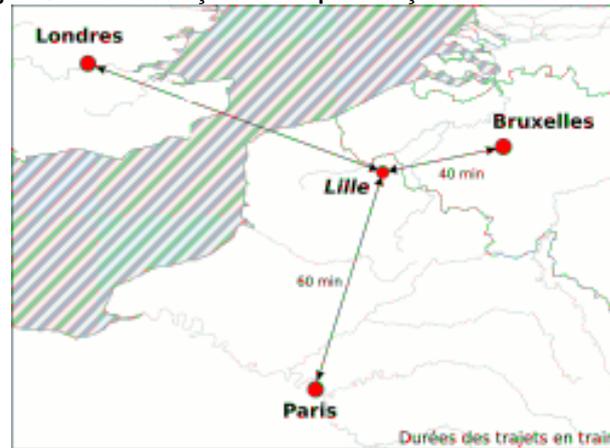
Nesse sentido, o aeroporto é tido como o elemento mais emblemático da Cidade Genérica: concebido inicialmente como um simples equipamento urbano, agora pode ser visto como um dos principais elementos que compõem o espaço urbano. Converte-se hoje, cada vez mais, como principal meio de acesso a uma cidade, em substituição às hidro-, ferro- e rodovias.

Paradoxalmente, ao mesmo tempo em que Koolhaas (2010) compara a cidade contemporânea a um aeroporto por serem todos iguais entre si, afirma também que esse equipamento é o próprio elemento de diferenciação entre cidades. Essa oposição igual/ diferente decorre principalmente do fato de nossa sociedade estar em trânsito e o aeroporto “muitas vezes é tudo que uma pessoa comum fica a conhecer de uma determinada cidade” (KOOLHAAS, 2010, p. 39).

Nesse aspecto, destaca-se seu projeto da EuroLille, na França. Trata-se de um gigantesco projeto de uma estação de trem no coração de Europa, com mais de 1 milhão de metros quadrados. Em ligação direta com o Aeroporto Lille-Lesquin, seu programa é composto por uma estação de TGV, escritórios, shoppings, parque, hotéis, 6000 vagas de estacionamento, centros de exposições, congresso e anfiteatros e uma sala de concerto e conecta Paris e Londres à capital da União Européia, Bruxelas (Imagem 05).

Portanto, a crítica aos aeroportos e ao aspecto de *junkspace* que a arquitetura toma quando aglomera diversos tipos de programa em uma única estrutura, não impede o arquiteto de se aproximar destas realidades e de ser o próprio autor das mesmas.

Figura 5: Lille no coração da Europa: Duração dos deslocamentos.



Fonte: fr.wikipedia.org

No espaço urbano, a implicação máxima do espaço-lixo é que “a rua morreu. Essa descoberta coincide com as frenéticas tentativas da sua ressurreição” (KOOLHAAS, 2010, p. 43): os transportes de massa, sejam TGV, VLT, metrô, trem, BRT entre outros, nunca são suficientes; os carros dominam a paisagem, tudo é pensado em função deles e os pedestres ficam à deriva nesta cidade, sujeitos a todas as possibilidades de acontecimento, sejam positivas ou negativas. Deslocar-se, da forma mais eficiente possível, agora é o essencial. A proposta da Eurolille parece responder a esta demanda, ao mesmo tempo em que é a prova da morte da rua.

O próprio trânsito é espaço-lixo: as vias (qualquer que seja o meio de transporte), em crescente proliferação, tem sempre seu potencial obstruído. Somente se percebe isso quando não estão sendo utilizadas. Até mesmo as calçadas perdem sua função: o solo deixa de existir, é ocupado por uma infinidade de equipamentos; ao invés de ser local de passagem, torna-se o destino em si (KOOLHAAS, 2010).

Augé (1994) identifica essa condição ao afirmar que a emergência do viajante-expectador e o espaço da paisagem são estimulados essencialmente por palavras, pois

é nas estradas das cidades, no espaço melancólico dos grandes conjuntos, das zonas industrializadas e dos supermercados que são plantados os painéis que nos convidam a visitar monumentos antigos; ao longo das rodovias, que se multiplicam as referências às curiosidades locais que deveriam reter-nos enquanto só passamos, como se a alusão ao tempo e aos lugares antigos, hoje, fosse apenas uma maneira de dizer o tempo presente (1994, p. 69).

Além da posição central do aeroporto para a conformação da Cidade Genérica, Koolhaas atribui seu surgimento também ao grande crescimento populacional visto nas últimas décadas, que torna a identificação com o lugar cada vez mais diluída. Essa diluição, decorrente dos acréscimos populacionais, origina-se das seguintes nuances das maneiras de partilhar: o compartilhamento e a apropriação.

Na identidade compartilhada, conectada ao crescimento absoluto da população das cidades, enquanto o número de habitantes aumenta exponencialmente, o patrimônio cultural permanece, quantitativamente, o mesmo, sendo compartilhado por pessoas que nem sempre apresentam relações afetivas com ele, somando-se também os fluxos de migrantes no espaço urbano¹² (KOOLHAAS, 2010; LIPOVETSKY, 2004). Entendendo a identidade como uma forma de compartilhar o passado, Koolhaas (2010) observa que esses novos acréscimos populacionais resultam, proporcionalmente, em cada vez menos o que compartilhar.

Na identidade apropriada, originada do aporte de uma população sazonal decorrente de atividades temporárias e turísticas, gera-se um aumento populacional, composto principalmente por turistas ociosos, que se apropriam de elementos representativos das cidades a que visitam, nem sempre inseridos em seu contexto original, mas entremeados pela lógica do prazer e do consumo (AUGÉ, 1994; LIPOVETSKY, 2004; CHARLES, 2004).

Nesse sentido, as relações estabelecidas entre as interações dessas duas formas de identidade, associadas ao novo cenário socioeconômico, dão origem a uma nova forma híbrida, melhor definidora dessa era hipermoderna, a identidade de logotipos.

Sobre a **identidade de logotipos**, Ribeiro (2010), discorrendo sobre a questão da diluição da identidade, afirma que ela se origina da apropriação cada vez maior de símbolos das cidades consolidadas (ou históricas) por pessoas de todo o globo e tem como consequência a produção de identidades focadas em logotipos. Para Lipovetsky e Serroy (2010), o que se observa de fato é que a cultura e o mundo se fundem num único ente: a Cultura-Mundo, na qual a cultura vira mercadoria e a mercadoria vira cultura.

¹² “150 milhões de indivíduos vivem actualmente fora de seu país de origem” (LIPOVETSKY e SERROY, 2010, p. 27).

La culture n'est plus seulement une superstructure sublime de signes, elle remodèle l'univers matériel de la production et du commerce. Dans pareil contexte les marques, les objets, la mode, le tourisme, l'habitat, la publicité, tout tend à prendre une coloration culturelle, esthétique et sémiotique. Quand l'économique devient culture et quando le culturel pénètre la marchandise, sonne l'heure de la culture-monde¹³ (LIPOVETSKY e JUVIN, 2010, p. 15-16).

O que se pode concluir dessas nuances é que a identidade, mais que um elemento de diferenciação cultural, tem se mostrado como um processo de autoafirmação, escolha e hedonismo do indivíduo contemporâneo. Separadas por uma linha extremamente tênue, as identidades de logotipos e apropriada conectam-se fortemente ao global, enquanto a compartilhada se imiscui na esfera do local.

É uma identidade composta de marcas, na qual “cada marca pretende ser global e cultural, criadora dum universo de vida, dum estilo de vida global” (LIPOVETSKY e SERROY, 2010, p. 116). Nesse contexto, o *marketing* e o *branding* se sobrepõem à produção e ao produto, gerando o desejo no indivíduo de consumir essa cultura do *junkspace*: uma lógica-moda na qual a sedução, a estilização e a inovação impõem um sentido estético ao supérfluo e os inserem no centro das discussões culturais.

Para Bauman (2001), nada resta ao homem exceto se individualizar. Essa nova faceta da modernidade¹⁴, que já não crê em uma meta utópica para o futuro, fragmenta a noção da propriedade coletiva e outorga ao indivíduo tomar as rédeas, assumindo assim os deveres e as consequências de suas escolhas. O discurso muda então de “sociedade justa” para “direitos humanos”, com o indivíduo responsável pela eleição de seu modelo de felicidade, ou modo de vida, mas coagido a respeitar o espaço do outro.

"O indivíduo" já ganhou toda a liberdade com que poderia sonhar e que seria razoável esperar; as instituições sociais estão mais que dispostas a deixar à iniciativa individual o cuidado com as definições e identidades, e os princípios universais contra os quais se rebelar estão em falta. Quanto ao

¹³ A cultura não é mais somente que uma superestrutura sublime de signos, ela remodela o universo material da produção e do comércio. Nesse contexto, as marcas, os objetos, a moda, o turismo, o habitat, a publicidade, tudo tende a tomar uma coloração cultural, estética e semiótica. Quando o econômico torna-se cultura e quando o cultural penetra nos bens, soa a hora da cultura-mundo (T.A.).

¹⁴ Para Bauman, trata-se da Modernidade Líquida. Ele afirma que a Modernidade, ou Movimento Moderno, “parece ‘pesada’ (contra a ‘leve’ modernidade contemporânea); melhor ainda, ‘sólida’ (e não ‘fluida’, ‘líquida’ ou ‘liquefeita’); condensada (contra difusa ou ‘capilar’); e, finalmente, ‘sistêmica’ (por oposição a ‘em forma de rede’). [...] Era impregnada da tendência ao totalitarismo. A sociedade totalitária da homogeneidade compulsória, imposta e onipresente, estava constante e ameaçadoramente no horizonte – como destino último, como uma bomba nunca inteiramente desarmada ou um fantasma nunca inteiramente exorcizado. Essa modernidade era inimiga jurada da contingência, da variedade, da ambiguidade, da instabilidade, da idiosincrasia, tendo declarado uma guerra santa a todas essas ‘anomalias’; e esperava-se que a liberdade e a autonomia individuais fossem as primeiras vítimas da cruzada” (2001, p.33).

sonho comunitário de "reacomodar os desacomodados": nada pode mudar o fato de que o que está disponível para a reacomodação são somente camas de motel, sacos de dormir e divãs de analistas, e que de agora em diante as comunidades - mais postuladas que "imaginadas" - podem ser apenas artefatos efêmeros da peça da individualidade em curso, e não mais as forças determinantes e definidoras das identidades (BAUMAN, 2001, p. 30).

Sob a ótica antropológica, Augé (1994) constrói sua argumentação no mesmo sentido de Bauman, ao atribuir essa perda sistemática da noção de identidade a dois processos em curso atualmente: à individualização das referências, causada pelo abandono da noção de sujeito coletivo e exaltação do culto do eu; e aos processos de homogeneização cultural, derivados do consumo e das facilidades de deslocamento atuais (sejam pessoas, informações ou capitais).

Pode-se observar no pensamento de Lipovetsky (2004) e Charles (2004) certa afinidade com essas atribuições, mas eles ressaltam que essa perda da identidade não é tão severa como se pensara: o niilismo nietzschiano não foi comprovado, pois mesmo com o imediatismo e efemeridade contemporâneos, os indivíduos ainda sentem necessidade de se agarrar a alguma coisa, desde valores, como o amor e a ética, a uma revalorização do passado. "O frenesi do 'sempre mais' não enterra as lógicas qualitativas do 'melhor' e do sentimento. Ao contrário, dá-lhes um maior espaço social, uma nova legitimidade de massa" (LIPOVETSKY, 2004, p. 83).

Lipovetsky e Serroy (2010) afirmam ainda que a homogeneização não só torna o mundo igual, mas faz aflorar também as suas diferenças: "quanto mais o mundo se globaliza, mais os particularismos e as exigências identitárias ganham importância, induzindo uma nova relação entre cultura e política" (p. 33); "apesar das forças unificadoras da cultura-mundo, as heranças culturais, 'os temperamentos nacionais' e as religiões continuaram a imprimir sua marca nos comportamentos e maneira de ser e de sentir" (p. 80).

Ainda assim não se escapa da lógica da produção dos espaços para consumir, focado em marcas, inclusive no espaço urbano. Koolhaas denomina essa estratégia de Empretenimento¹⁵. Percebe-se também que a fusão das atividades comerciais com as da vida pública, elimina naturalmente a natureza político-social do domínio

¹⁵ Neologismo (*corportament*) que funde as palavras empresa (*corporate*) e entretenimento (*entertainment*).

público. Agora, seu fim não é apenas a ociosidade ou o debate político, mas sim o consumo. O Espaço Público[®] é uma marca registrada (KOOLHAAS, 2010).

Nota-se que Koolhaas chama de domínio público o que é convencionalmente denominado de espaço público. Ele amplia sua dimensão ao agregar o espaço virtual, ou E-espaço, em seu escopo. É em todos esses domínios públicos que ocorre a vida pública e social e que, outrora, não tinha o consumo tão fortemente como meio estimulador de sua apropriação¹⁶. Da ágora grega ao centro cívico moderno, agora também se incluem as redes sociais geradoras de relações virtuais, como o *Facebook* e o *Twitter*.

A ação do empretenimento decorre dessa nova forma do capitalismo, que muda de um viés de produção de bens para um de consumo. Para Lipovetsky, trata-se do hiperconsumo, no qual

*un Homo consumericus de troisième type voit le jour, une espèce de turbo-consommateur décalé, mobile et flexible, largement affranchi des anciennes cultures de classe, imprévisible dans ses goûts et ses achats. D'un consommateur assujéti aux contraintes sociales du standing, on est passé à un hyperconsommateur à l'affût d'expériences émotionnelles et de mieux-être, de qualité de vie et de santé, de marques et d'authenticité, d'immédiateté et de communication*¹⁷ (2006, p. 12).

Ao empretenimento e ao Espaço Público[®] associam-se também outras modalidades: o E-espaço, ao utilizar a rede virtual como instrumento de marketing e disseminação de novos valores e modismos; a Hiperecologia[®], que insere a sustentabilidade em todas as esferas e gera a ecolomia¹⁸, um novo instrumento agregador de valor para os produtos do *Junkspace*. Em comum, todas permeadas pelo Sublime Empresarial, ou seja, uma reconfiguração de inventos antigos para manter o empretenimento sempre em movimento e atrativo.

¹⁶ Essa nova conjuntura urbana também tem provocado mudanças na arquitetura. Espaços anteriormente necessários vêm se tornando obsoletos. O avanço da cibernética tem possibilitado que se trabalhe em casa, eliminando a necessidade de escritórios comerciais para desenvolvimento de atividades profissionais. Atualmente, é necessário apenas fazer compras, mas o crescimento do *e-commerce* tende a tornar a função obsoleta. Nessas condições, parece se estar sempre em férias: “dantes havia uma relação entre ócio e trabalho [...]. Agora trabalhamos mais arduamente, abandonados numa interminável sexta-feira informal...” (KOOLHAAS, 2010, p. 99).

¹⁷ Um *Homo consumericus* de terceiro tipo é criado, uma espécie de turbo-consumidor deslocado, móvel e flexível, em grande parte livre de antigas culturas de classes, imprevisível nos seus gostos e compras. De um consumidor sujeito às restrições de classe social, passamos a um hiperconsumidor à espreita de experiências emocionais e de bem-estar, de qualidade de vida e de saúde, de marcas e de autenticidade, de imediatismo e de comunicação (T.A.).

¹⁸ Neologismo (*ecolomy*) que funde as palavras ecologia (*ecology*) e economia (*economy*).

Quando chegará a felicidade? A história e o Junkspace

Nessa configuração socioespacial, a nostalgia é um elemento fundamental. Sempre haverá um bairro que preservará algum objeto histórico. Essa sensação se origina após o desaparecimento de grande parte do passado, que pode ser vista a princípio como um alívio pela eliminação de sua insalubridade, no primeiro momento modernizador, para logo em seguida se transformar num saudosismo de uma história fantasiada.

Essa visão não implica que a história seja uma farsa, ela apenas é uma mercadoria, baseada em recordações de recordações, e que tende a ser exaltada em lugares que outrora eram considerados marginais. Nesse contexto,

apesar de sua ausência, a história é a principal preocupação, ou mesmo indústria da Cidade Genérica. Nos terrenos libertados, em volta das casinhas restauradas, constroem-se mais hotéis para acolher turistas adicionais na proporção directa da eliminação do passado. O seu desaparecimento não tem qualquer influência no seu número, ou talvez se trate apenas de uma avalanche de última hora. O turismo é agora independente do destino... (KOOLHAAS, 2010, p. 52).

Assim sendo, o dito histórico eleva o residual à categoria de nova essência: ele transforma-se agora no foco de intervenções, é preciso ser preservado. No decorrer do século XX, a história se acelera, e está “em nossos calcanhares. Ela nos segue como nossa sombra, como a morte” (AUGÉ, 1994, p. 29). Gomart, em uma crítica sobre a febre da preservação, afirma que

*the interval between the object and the moment of this ‘preservation’ has decreased from about two millennia in 1882 to mere decades today. Soon the interval will disappear. In a radical shift from the retrospective to the prospective, we will then have to decide what to preserve before we build*¹⁹ (2004, p. 461).

Enquanto Augé (1994) afirma que história agora é o que é reconhecido pelo senso comum, Gomart (2004) atribui à atividade de preservação um carácter extremamente político, subsidiado pela noção do politicamente correto. Para Lipovetsky, “o passado aparece cada vez mais nitidamente como, isto sim, um adorno, um referencial da vida com qualidade ou com segurança. Isto porque o ‘autêntico’ tem sobre nossas sensibilidades um efeito tranquilizador” (2004, p. 90): de um *Zeitgeist*

¹⁹ O intervalo entre o objeto e seu momento de preservação decaiu de cerca de dois milênios em 1882 para meramente décadas atualmente. Numa mudança radical de retrospectiva para perspectiva, nós teremos então que decidir o que preservar antes de o construirmos.

frívolo e despreocupado na primeira fase da hipermodernidade, temos agora um futuro baseado no risco e na incerteza.

Este retorno revigorado do passado constitui uma das facetas do cosmo do hiperconsumo experiencial: trata-se não mais de apenas ter acesso ao conforto material, mas sim de vender e comprar reminiscências, emoções, que evoquem o passado, lembranças de tempos considerados mais esplendorosos. Ao valor de uso e ao valor de troca se junta agora um valor emotivo-mnêmico ligado aos sentimentos nostálgicos. Um fenômeno indissociavelmente pós- e hipermoderno. *Pós* porque se volta ao passado. *Hiper* porque doravante há consumo comercial de relação com o tempo, pois a expansão da lógica mercantil invade o território da memória (LIPOVETSKY, 2004, p. 89).

Vale ressaltar que esta febre da memória e do patrimônio histórico não escapa da lógica mercadológica. Mais que o fim em si mesmo, ela vem carregada com o carma da geração de divisas, desenvolvimento turístico e divulgação midiática da cidade, num processo de massificação cultural (LIPOVETSKY, 2004). Outro aspecto a ser destacado é que o objeto histórico não é importante pelo que ele representa, mas pelo prazer que ele transmite ao indivíduo; talvez daí decorra a ausência de sua história.

Sob a ótica do *junkspace*: a(-)arquitetura hipermoderna

A arquitetura hipermoderna é extremamente veloz, seja a sua produção conceitual ou física. Em seu limite, implica diretamente na produção do espaço-lixo. Por muitas vezes demandar uma continuidade de espaço, só foi possível existir com o surgimento do ar-condicionado, da escada rolante e do gesso cartonado, como aponta Koolhaas (2001) – tendo como ancestral, a invenção do elevador.

Esses três elementos implicaram na criação do edifício sem fim, na possibilidade de percorrê-lo e na rapidez de sua construção, respectivamente. O objetivo principal é sempre a maior flexibilidade possível; sua consequência: a hierarquia e a composição arquitetônica são substituídas pela acumulação e a adição. Ele anula a batalha de séculos pelas relações e proporções: “mais e mais, mais é mais” (KOOLHAAS, 2010, p. 72). Isso implica na banalização da variedade e a repetição se torna o elemento destacado. É o que afirma Koolhaas como arquiteto-escritor, nos seus “Três textos sobre a cidade” e o que realiza, como arquiteto-projetista, em Lille.

A arquitetura hipermoderna é a arquitetura genérica (num paralelo com a cidade) e é também a arquitetura do espaço-lixo. Embora pareçam diferentes, são como os dois lados de uma mesma moeda: enquanto a face da arquitetura genérica visa a espetacularização, intenta auto-afirmar-se no contexto urbano; a outra, da arquitetura do espaço-lixo, busca atrair e seduzir e, conseqüentemente, induzir ao consumo.

Nessa arquitetura, a tipologia almejada é a da *Obra Prima*: “[ela] transformou-se numa punição definitiva, um espaço semântico que protege perante a crítica, deixa as suas qualidades por provar, o seu comportamento por testar e os seus motivos por questionar” (KOOLHAAS, 2010, p. 95). Assim sendo, ela gera a *Assinatura-Lixo*[®], grande força motriz dos projetos – agregadora de renome ao arquiteto, desejo dos consumidores e inflação do custo final da construção.

PARADOXOS DO TEMPO PRESENTE

Nesta fase hipermoderna (LIPOVESTSKY, 2004; CHARLES, 2004) a noção de limites desaparece: quanto mais próximo se chega nele, mais ele se afasta. É nela que encontramos a necessidade do agora, de se estar na moda e se sentir bem - o passado simboliza tudo que não queremos mais e o futuro incerto pode aguardar mais um pouco, numa primazia do presente.

Na hipermodernidade, a cultura-mundo, em seus movimentos de aproximar e diferenciar culturalmente as diferentes sociedades e produção massiva de espaços de consumo, pode ser considerada uma das principais responsáveis pela necessidade de infinitas conexões e pela volatilidade de identidades, principalmente a dos logotipos. Ela é o grande paradoxo: ao mesmo tempo em que iguala todo o mundo, faz aflorar suas diferenças.

E isso se reproduz também no espaço urbano: é um espaço onde a lógica do empretenimento impera, prevalecendo o *Espaço-Público*[®] em todos os seus lugares: sua arquitetura quer apenas se exhibir e vender; nela se reproduzem marcas e se produz lixo. Sua principal característica é atender a demandas de mercado, não necessariamente a humanista. Suas ações são três: **expandir-se**, **autodestruir-se** e **renovar-se** (KOOLHAAS, 2010).

Pode-se imaginar que essas características básicas do espaço estão em consonância com a terceira via da modernidade, definida por Charles (2004) como a “era do *hiper*” (2004, p. 25): o hiperconsumo, a hipermodernidade e o hipernarcisismo. Para ele, esses três elementos são os definidores da sociedade atual, que preza um **consumo cada vez maior e mais veloz**, numa busca emotiva e hedonística, a **liberdade individual, flexibilidade e fluidez**, e **uma obsessão do sujeito consigo mesmo**, numa eterna tensão e ansiedade devido ao medo de um futuro incerto.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Diferentemente dos momentos moderno e pós-moderno, uma das particularidades do processo projetual e suas implicações metodológicas nesse agora dito hipermoderno é a contaminação da disciplina urbano-arquitetônica por outras, principalmente às relacionadas com o planejamento estratégico, o *branding*, o *marketing*, a moda e o consumo.

A disciplina arquitetônica perde então sua primazia no ato projetual e de um discurso que outrora contrapunha exclusivamente forma, função e programa, agora se pode observar esses outros parâmetros permeando ou até mesmo sendo determinantes nos processos projetuais contemporâneos. A arquitetura, então, põe em segundo plano a sua dimensão material e se foca em sua capacidade de estimular sensações e/ ou em atuar livremente a favor do acúmulo de capital.

Nesse sentido, embora muito se aponte a incoerência entre discurso e prática na obra de Rem Koolhaas, mais que produzir uma crítica sobre os processos correntes, ele intenta expor o mundo tal qual como ele se apresenta hoje, desde *Delirious New York* - uma apologia à cultura da congestão, passando pelo *Bigness* – o estabelecimento de teoremas para a arquitetura contemporânea, até se chegar à *The Generic City e Junkspace* – uma descrição dos processos existentes na cidade da contemporaneidade.

Portanto, o termo *junkspace*, ao mesmo tempo em que nomeia um texto crítico com relação ao consumo desenfreado típico da contemporaneidade, também pode qualificar uma imensa produção de arquitetura, incluindo obras do próprio Koolhaas,

aparentemente sem trazer nenhum distúrbio à sua importância como arquiteto ou como teórico da arquitetura. Contradições ou conjunções que a Hipermodernidade faculta existirem.

Espera-se que os conceitos abordados no correr deste artigo possam ser úteis ao ensino e à prática da arquitetura ao levantar questionamentos quanto à insistência metodológica em resumir os grandes dilemas do projeto somente quanto à dicotomia forma-função. Ao polemizar quanto ao que sejam as várias camadas de essência e, sobretudo, de superficialidade inseridas no ato projetual – e também nas mais diversas instâncias da vida contemporânea –, Koolhaas nos faz atentar para as possibilidades até mesmo antagônicas de se postar sobre a arquitetura e o urbanismo hoje.

Ao atribuir o mesmo grau de importância a variáveis que temos como hábito, menosprezar ou descartar, como por exemplo, as demandas do consumo, do exorbitante e do *branding*, o arquiteto no mínimo nos faz atentar para a complexidade da tomada de um posicionamento. Se nas primeiras décadas do século passado era possível compor um manifesto com metas e objetivos claros, hoje, através dos textos de Koolhaas, tem-se a certeza de que as buscas acerca do proceder projetual configuram-se em um campo em constante movimento e as respostas serão sempre, múltiplas assim como as posturas éticas a serem defendidas e adotadas.

Ao evento Projetar, ficam postos os desafios e ambiguidades que permeiam tanto os escritos quanto as obras construídas do arquiteto. Certeza, apenas a de que cabe investir na densidade da reflexão a ponto da própria noção do ato de projetar ser posta em xeque. Talvez mais do que nunca, a dúvida, a diversidade e o circunstancial sejam ferramentas para refletir acerca de arquiteturas, cidades e paisagens.

REFERÊNCIAS

- AUGÉ, Marc. **Não-lugares**: introdução a uma antropologia da supermodernidade. Campinas, SP: Papirus, 1994.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- CHARLES, Sebastián. O individualismo paradoxal: introdução ao pensamento de Gilles Lipovetsky. In: LIPOVETSKY, Gilles; _____. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Bacarolla, 2004.
- CICERO, Antônio. Nietzsche e o niilismo. **Folha de São Paulo**. São Paulo, 12 jun. 2010. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/ilustrad/fq1206201024.htm>>. Acesso em: 24 set. 2010.
- GOMART, Emile. The invention of preservation – two opposites: intervention vs. neglect. **Content**, Köln, [S.v.], [S.n.], p. 458-9, 2004.
- _____. The onward march of preservation. **Content**, Köln, [S.v.], [S.n.], p. 460-1, 2004.
- GORELIK, Adrián. Arquitetura e capitalismo: os usos de Nova York. In: KOOLHAAS, Rem. **Nova York Delirante**: um manifesto retroativo para Manhattan. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- JENCKS, Charles. **The language of post-modern architecture**. 4. ed. Nova Iorque: Rizzoli International, 1984.
- JUVIN, Hervé; LIPOVETSKY, Gilles. Avant-propos. In: _____. **L'occident mondialisé**: controverse sur la culture planétaire. Paris : Bernard Grasset, 2010.
- KOOLHAAS, Rem. **Três textos sobre cidade**. Barcelona: Gustavo Gili, 2010.
- _____. Pós-escrito: introdução à nova pesquisa sobre “A cidade contemporânea”. In: NESBITT, Kate (Org.). **Uma nova agenda para a arquitetura**: antologia teórica (1965-1995). 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- _____. Por uma cidade contemporânea. In: NESBITT, Kate (Org.). **Uma nova agenda para a arquitetura**: antologia teórica (1965-1995). 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- _____. Para além do delírio. In: NESBITT, Kate (Org.). **Uma nova agenda para a arquitetura**: antologia teórica (1965-1995). 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- _____. **Nova York Delirante**: um manifesto retroativo para Manhattan. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- _____. **Project on the City 1**: Great Leap Forward. Köln: Taschen, 2001.
- _____. **Project on the City 2**: Harvard Design School Guide to Shopping. Köln: Taschen, 2001.
- _____; MAU, BRUCE. **S, M, L, XL**. New York: The Monacelli Press, 1995.
- KWINTER, Sanford (Ed.). **Rem Koolhaas**: conversas com estudantes. Barcelona: Gustavo Gili, 2002.
- LIPOVETSKY, Gilles. Tempo contra tempo, ou a sociedade hipermoderna. In: _____. CHARLES, Sebastián. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Bacarolla, 2004.
- _____. Apresentação. In: _____. **O império do efêmero**: a moda e seu destino nas sociedades modernas. São Paulo: Companhia das Letras, 2009.
- _____; SERROY, Jean. **A cultura-mundo**: resposta a uma sociedade desorientada. Lisboa: Edições 70, 2010.
- _____. Présentation. In: _____. **Le bonheur paradoxal**: essai sur la société d'hyperconsommation. Paris : Gallimard, 2006.
- MONEO, Rafael. Peter Eisenman. In: _____. **Inquietação teórica e estratégia projetual na obra de oito arquitetos contemporâneos**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- _____. Rem Koolhaas. In: _____. **Inquietação teórica e estratégia projetual na obra de oito arquitetos contemporâneos**. São Paulo: Cosac Naify, 2008.
- NESBITT, Kate (Org.). **Uma nova agenda para a arquitetura**: antologia teórica (1965-1995). 2. ed. São Paulo: Cosac Naify, 2008.

OBRIST, Hans Ulrich. **Rem Koolhaas: conversas com Hans Ulrich Obrist**. Barcelona: Gustavo Gili, 2009.

PORTOGUESI, Paolo. **Postmodern: the architecture of the postindustrial society**. Nova Iorque: Rizzoli Internacional, 1983.

RIBEIRO, Cláudio Rezende. **A ideologia genérica ou a crítica da crítica de Rem Koolhaas**. Disponível em <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/10.121/3444>>. Acesso em 11 ago. 2010.

TAVOILLOT, Pierre-Henri. Prefácio. In: LIPOVETSKY, Gilles. **Os tempos hipermodernos**. São Paulo: Bazarolla, 2004.

VENTURI, Robert. **Complejidad y Contradicción en La arquitectura**. 2. ed. Barcelona: Gustavo Gili, 1978.

_____. **Aprendendo com Las Vegas: o simbolismo (esquecido) da forma arquitetônica**. São Paulo: Cosac Naify, 2003.