

A FORMA SEGUE A FICÇÃO: A ARQUITETURA CONTEMPORÂNEA COMO CENOGRAFIA

DETONI, Luana Pavan; ORTEGA, Camila Parolin; KUHLHOFF, Ivan Ribebeiro
UFPel, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Programa de Educação Tutorial – PET FAUrb.
luanadetoni@gmail.com, milaortega@hotmail.com, jellier@gmail.com

PORTELLA, Adriana

UFPel, Faculdade de Arquitetura e Urbanismo, Programa de Pós Graduação em Arquitetura e Urbanismo – PROGRAU FAUrb. adrianaportella@yahoo.com.br

1 INTRODUÇÃO

Esta pesquisa consiste em uma reflexão crítica sobre os conceitos estéticos e simbólicos que estão por detrás das práticas de projeto em áreas comerciais que visam atender aos preceitos de uma indústria de marketing que têm a cidade como mercadoria de múltiplos valores. A expressão do título deste trabalho “A Forma segue a Ficção” faz menção ao termo utilizado por Bernard Tschumi em 1983 na publicação *The Manhattan transcripts: theoretical projects*. Para esse autor, arquitetura não se trata simplesmente de espaço e forma, mas também de evento, ação e o que acontece no espaço.

Este projeto de pesquisa parte da idéia que arquitetura é mais do que uma preocupação estética com a composição de uma fachada, ou com o impacto que determinado espaço irá provocar no espectador ou no usuário. Entretanto reconhece que é preciso deixar claro que o conhecimento dos materiais, das técnicas e dos demais aspectos da construção tem de estar à disposição da invenção estética, pois é só com ela que a arquitetura transcende a mera construção. É por meio da *venustas*, seja ela traduzida por graça, beleza, conceito, ou estética, que a arquitetura se distingue da engenharia e estabelece seu território. É a busca de significados além da mera lógica funcional e da técnica construtiva – significados, muitas vezes, equivocados, mas, mesmo assim, além do escopo funcional e técnico – que leva a arquitetura a penetrar no domínio da filosofia, afirmando-se como arte que busca dar sentido à vida. Nada de errado com as questões que atualmente influenciam as obras arquitetônicas do ponto de vista da cultura do consumo, mesmo porque Rossi (2001:57) já dizia que “uma função é sempre caracterizada no tempo e na sociedade”; e a sociedade contemporânea é marcada pela globalização da cultura e consumo. Por exemplo, estabelecimentos de franquias que são encontradas em centros comerciais nos Estados Unidos, são encontrados também no Brasil e na Inglaterra. Os questionamentos começam a surgir no momento que a arquitetura passa a ser projetada como cenário apenas e exclusivamente para atrair o consumidor e satisfazer as necessidades visuais geradas por essa cultura.

O problema e a pergunta de pesquisa consistem: Muitas vezes a remodelação de cidades implica na camuflagem e remoção de elementos “indesejáveis”; da mesma forma, aspectos fundamentados no simbolismo da cultura do consumo são enfatizados ou simplesmente inventados, sem qualquer relação com a história e cultura local. A criação dessas novas paisagens para o consumo considerando a cidade como mercadoria toca em uma delicada questão: Qual o papel da arquitetura contemporânea e de exemplares históricos

revitalizados em áreas comerciais dentro do contexto da cultura do consumo? Linguagem comunicacional ou obra meramente cenográfica?

Este estudo tem como objetivos: (i) analisar os conceitos estéticos aplicados nas obras de arquitetura contemporânea e exemplares históricos revitalizados em áreas comerciais dentro do contexto da cultura do consumo; (ii) analisar o impacto estético dessas obras sobre a imagem da cidade do ponto de vista da arquitetura como linguagem comunicacional ou obra meramente cenográfica; (iii) gerar subsídios teóricos que possam orientar a prática de projeto em ateliê.

Uma das etapas da pesquisa proposta é o aprofundamento dos referências teóricas adotados na investigação. Mas basicamente, nessa etapa inicial, pode-se dizer que a revisão teórica se baseará nos conceitos ligados: (i) a estética da arquitetura; (ii) a cultura do consumo; (iii) e arquitetura de cenários.

2 METODOLOGIA (MATERIAL E MÉTODOS)

Do ponto de vista do problema investigado, a pesquisa proposta é qualitativa, pois a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas nesse estudo, não requerendo o uso de métodos e técnicas estatísticas, por exemplo. De acordo com os objetivos definidos, essa pesquisa está dentro do método hipotético-dedutivo e é tanto exploratória, pois visa proporcionar maior familiaridade com o problema com vistas a torná-lo explícito ou a construir hipóteses, quanto explicativa, pois visa identificar os fatores que determinam ou contribuem para a ocorrência dos fenômenos, aprofundando o conhecimento da realidade através da investigação do “porquê” das coisas (Zen, 2009, 2008). A metodologia proposta possui as seguintes etapas: (i) pesquisa bibliográfica; (ii) análises arquitetônicas; (iii) levantamento, será investigado como estudantes de arquitetura avaliam a qualidade estética dos objetos estudados, a fim de identificar como esses futuros profissionais avaliam a prática de projeto dentro do contexto da cultura do consumo, isso será realizado como exercício em ateliê; (iv) análise dos dados.

3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

Com os resultados espera-se constituir subsídios teóricos para discutir a necessidade do crescimento da consciência da dimensão estética nas práticas teóricas, críticas e projetuais da arquitetura contemporânea, que estão sendo desenvolvidas tanto no meio profissional como acadêmico, de forma a indicar diretrizes projetuais para evitar que a arquitetura se torne um mero produto de consumo, de tendências de moda e caráter totalmente efêmero, esquecendo sua função principal de programa, forma e construção no espaço da cidade. Também, se procura elaborar materiais que possam familiarizar as práticas de ateliê em arquitetura e urbanismo com uma terminologia mais precisa dos conceitos de estética, tanto numa análise filosófica quanto empírica, bem como de teorias da arquitetura e da crítica estética e arquitetônica.

4 REFERÊNCIAS

- Abbagnano, N. (1982). **Dicionário de Filosofia**. São Paulo: Mestre Jou.
- Barbosa, L. (2004). **Sociedade de consumo**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Baudrillard, J. (1996). **A troca simbólica e a morte I**. Lisboa: Edições 70.
- Baudrillard, J. (2000). **Sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, Col. Arte & Comunicação.
- Baudrillard, J. (2001). **A ilusão vital**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira.
- Bauman, Z. (1999). **Modernidade e ambivalência**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Bourdieu, P. (1979). **La distinction: critique sociale du jugement**. Paris: Les Editions de Minuit.
- Douglas, M.; Isherwood, B. (2004). **O mundo dos bens: para uma antropologia do consumo**. Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro.
- Featherstone, M. (1995). **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel.
- Fine, B. & Leopold, E. (1993). **The world of consumption**. London: Routledge.
- Foucault, M. (2002). **A ordem do Discurso**, São Paulo, Edições Loyola.
- Goss, J. (1988). "The Built Environment and Social Theory: Towards an Architectural Geography". **The Association of American Geographers**. Professional Geographer, 40(4), November, p. 392-403
- Harvey, D. (1993). **Condição pós-moderna**. 6ª ed. São Paulo: Loyola.
- Harvey, D. (2005). **A Produção Capitalista do Espaço**. São Paulo.
- Jameson, F. (1997). **Pós-modernismo: a lógica cultural do capitalismo tardio**. 2ª ed. São Paulo: Ed. Ática.
- Jimenez, M. (2004). **O que é Estética?** São Leopoldo: Ed. UNISINOS.
- Kant, I. (1986). **Crítica da Razão Prática**. Lisboa: Edições 70. *Projeto de Pesquisa - A Forma segue a Ficção: a Arquitetura Contemporânea como Cenografia*
- Kant, I. (1995). **Crítica da Faculdade do Juízo**. Rio de Janeiro: Forense Universitária.
- Lang, J. (1987). **Creating Architectural Theory, The Role of the Behavioral Sciences in Environmental Design**. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Liotard, J.-F. (2002). **A condição pós-moderna**. 7ª ed. Rio de Janeiro: José Olympio.
- Mahfuz, E. (2001). A arquitetura consumida na fogueira das vaidades. **Arquitextos**. Ano 01, maio.
<http://www.vitruvius.com.br/index.php/revistas/read/arquitextos/01.012/886>
- Moles, A. (1987). **O Cartaz**. São Paulo: Perspectiva.
- Nasar, J. L. (1998). **The Evaluative Image of The City**. London/New Delhi: SAGE.
- Nesbitt, K.(org.). (2008). **Uma nova agenda para a arquitetura – Antologia teórica 1965-1995**. São Paulo: Cosac & Naify.
- Rossi, A. (2001). **A arquitetura da cidade**. São Paulo: Martins Fontes.
- Scruton, R. (2000). **An Intelligent Person's Guide to Modern Culture**. South Bend, Indiana: St. Augustine's Press.
- Scruton, R. (2004). **Estética da Arquitetura**. São Paulo: Martins Fontes Ltda.
- Slater, D. (2004). **Cultura do consumo & modernidade**. São Paulo: Nobel.
- Stamps, A. E. (2000). **Psychology and the Aesthetics of the Built Environment**. San Francisco: Kluwe Academic Publisher.

- Tschumi, B. (1983). **The Manhattan transcripts: theoretical projects**. London, Academy Editions.
- Vigotski, L. S. (2001). **Psicologia da Arte**. São Paulo: Martins Fontes.
- Weber, R. (1995). **On the Aesthetics of Architecture**. Sydney: Avebury.
- Zen, A. M. D. (2008). **Abordagens e tipos de pesquisa**. Porto Alegre.
- Zen, A. M. D. (2009). **Estrutura e Apresentação de Projetos de Pesquisa**. NBR 15287/ jan 2006. Porto Alegre.