FAUP . FACULDADE DE ARQUITECTURA DA UNIVERSIDADE DO PORTO

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO . ANO LECTIVO 2011/2012

EFEITOS DA GLOBALIZAÇÃO NA ARQUITECTURA

A Cidade-Evento, o Edifício-Consumo e a Arquitectura-Ícone

PROFESSOR ORIENTADOR . PROFESSOR DOUTOR NUNO GRANDE

FILIPA ALEXANDRA DOS SANTOS REIS . ALUNA NO. 060201047

Aos meus pais e irmã, pelo amor e apoio incondicional

Ao Professor Doutor Nuno Grande, Orientador desta dissertação, pelas suas contribuições, sugestões e críticas ao longo deste ano

Aos meus amigos, colegas e professores da Faculdade de Arquitectura da Universidade do Porto que me acompanharam e apoiaram durante este percurso

ÍNDICE

I. Motivação
II. Objecto de Estudo, Objectivos e Estruturação de Conteúdos
III. Metodologia

INTRODUÇÃO . **Três dimensões da Globalização** 15
I. Transformações Económicas, Políticas e Sociais 17
II. Revolução Tecnológica 18
III. Influência na Arquitectura 19

UM . **Cidade-Evento** 23
1.1. Século XIX – As grandes Exposições Universais 25

1.2. Do Estado-Providência ao Neo-Liberalismo 27
1.2.1. O Neo-Liberalismo – um novo mundo, uma nova sociedade 27
1.2.2. "Cidade Global" e "Cidade Criativa" 28
1.2.3. Novas monumentalidades, novos ícones: 29
. Royal Festival Hall
. Filarmónica de Berlim
. Ópera de Sydney

1.3. "Ocasião", "Grande Evento" – "Cidade Ocasional" 32
1.3.1. Efeito Glasgow 90' (Capital Europeia da Cultura 90')/ Porto 2001 33
1.3.2. Efeito Barcelona (Jogos Olímpicos Barcelona 92')/ Expo'98 39
1.3.3. Efeito Bilbau (Museu Guggenheim, Bilbau)/ Casa da Música 44

DOIS . **Edifício-Consumo** 49
2.1. Século XIX – Os grandes Armazéns 51

2.2. Do Estado-Providência ao Neo-Liberalismo 53
2.2.1. Neo-Liberalismo e democratização do consumo – hiperconsumismo 53
2.2.2. O centro comercial, origem e evolução 55
2.3. O Arquitecto-Estrela, a Arquitectura Icónica e a Imagem de Marca 58

2.4. A loja de marca e o Arquitecto-Estrela 60
2.4.1. Flagship Store e Concept Store, origem e filosofia 60
2.4.2. Miuccia Prada, a Fundação Prada e a Arquitectura 62
2.4.3. Prada Nova Iorque – the street, por Rem Koolhaas e OMA 63
2.4.4. Prada Tokyo – the void, por Herzog & De Meuron 64

TRÊS. **Arquitectura-Ícone** 65
3.1. O ícone, a cidade e o arquitecto-estrela 67
3.1.1.O Ícone: origem, evolução e significado na arquitectura 67
3.1.2. A Arquitectura Icónica e a "Cidade Genérica" 71
3.1.3 A Arquitectura icónica, o Arquitecto e a prática da Arquitectura 73

3.2. Do Ocidente para o Oriente: 77
Novos mercados e a proliferação do edifício icónico

3.3. O Futuro da Arquitectura Icónica 80

QUATRO. **Braga - um evento, um ícone e um arquitecto** 83
4.1. Portugal e a organização de eventos internacionais, de 1994 a 2004 85
. Lisboa'94, Expo'98, Porto 2001, UEFA Euro 2004

4.2. O desenvolvimento urbano da cidade de Braga e o Euro 2004 87
. Braga como 'cidade ocasional'

4.3. Braga e os novos ícones, as novas monumentalidades 88
4.3.1. Estádio AXA - Estádio Municipal de Braga 88
4.3.2. Centro Comercial Dolce Vita 91

4.4. Efeito Euro 2004 em Braga 91

CONCLUSÃO . **A Arquitectura Icónica como reflexo de uma nova realidade** 95

BIBLIOGRAFIA . ÍNDICE/FONTES DE IMAGENS 101

RESUMO

EFEITOS DA GLOBALIZAÇÃO NA ARQUITECTURA:
A Cidade Evento, o Edifício-Consumo e a Arquitectura-Ícone

A seguinte dissertação explora a importância crescente dos processos de globalização e sua influência sobre o arquitecto, a prática da arquitectura e a cidade, numa relação de tensão constante com uma economia capitalista. É a criação de uma visão geral sobre a indústria da arquitectura, partindo de dois dos mais proeminentes efeitos da globalização nesta disciplina: a ocasionalidade e o consumismo.

Esta visão parte da constatação e compreensão das transformações sistémicas a nível social, político e económico, que tiveram lugar após a II Guerra Mundial e durante as décadas seguintes. As consequências destas alterações revelaram-se determinantes no processo evolutivo da arquitectura e das diferentes direcções tomadas, primeiramente durante a década de 60/70 e, mais tarde, de forma mais óbvia, após a queda do Muro de Berlim, em 1989.

As questões levantadas e exploradas ao longo desta análise centram-se na resposta da arquitectura ao surgimento de novos mercados, com novas exigências – no que respeita principalmente à ocasionalidade e ao consumismo – através de uma arquitectura icónica, desenvolvida por um grupo restrito de arquitectos-estrela que combinam a celebridade com a hipermobilidade e uma base conceptual cada vez mais abstracta.

Na procura das consequentes respostas, os exemplos que são aprofundados no desenvolvimento desta dissertação, ou a que são feitas referências, procuram demonstrar a atopia em que a arquitectura contemporânea se encontra envolta, bem como o papel que a globalização e a evolução da tecnologia têm tido neste sector do mercado, desde o continente americano ao asiático, passando obviamente pelo europeu.

ABSTRACT

GLOBALIZATION EFFECTS ON ARCHITECTURE
The Event-City, the Consumerism-Building and the Icon-Building

The following essay explores the ever increasing importance of processes of globalization and its influence on the architect, the practice of architecture and the city, in a constantly stressed relation with the capitalist economy. It is the creation of an overview upon the architecture industry, starting from two of the most prominent effects of globalization on this discipline: occasion and consumerism.

This perspective proceeds from the observation and comprehension of the systemic transformations on social, political and economic levels that took place after the World War II and during the following decades. The consequences of these alterations revealed as determinant in the evolving process of architecture and the different directions taken, firstly during the sixties and seventies and, later on, more obviously, after the fall of the Berlin Wall, in 1989.

The questions that arise and are explored throughout this analysis focus on how architecture answers to the emergence of new markets, with new demands – mainly referring to occasion and consumerism – through an iconic architecture, developed by a restricted group of starchitects, who combine celebrity with hypermobility and an ever more conceptual basis.

On the quest for subsequent answers, the more in-depth examples within this essay, or those to which reference is made, look forward to demonstrate the atopy in which contemporary architecture is involved. This same atopy, coupled with the role that globalization and technological evolution have been playing within this market sector, is evident in both in the American and Asian continent, as well as in Europe.

I. Motivação

Esta dissertação partiu da vontade em tentar compreender de que forma e até que ponto o fenómeno da globalização veio influenciar a Arquitectura, desde o século XIX e até aos dias de hoje, mas principalmente durante as últimas décadas.

Apercebendo-me do longo alcance deste tema, após alguma pesquisa e segundo o meu interesse pessoal, considerei que o mais interessante seria focar-me em dois dos resultados mais evidentes da influência da globalização e homogeneização dos fenómenos da cultura e do consumo, e aprofundar as suas ligações com a Arquitectura, valorizando a sua interdependência com vertentes tais como a economia e a política, entre outras.

A relação entre Arquitectura, Cultura e Consumo tem vindo a despertar o meu interesse como estudante, bem como a sua interligação com o arquitecto, o seu papel social e a sociedade. Acompanhada também de uma reflexão sobre a actualidade global surgiram mais algumas questões que senti necessidade de explorar, como por exemplo, o futuro e a sustentabilidade da arquitectura icónica e do arquitecto estrela. Sempre tentando compreender tanto a dimensão material como a dimensão imaterial destas problemáticas.

II. Objecto de Estudo, Objectivos e Estruturação de Conteúdos

A presente dissertação tem como objecto fundamental de estudo a Influência da Globalização na Arquitectura. Consideram-se, neste âmbito, duas temáticas principais: A Cidade-Evento e o Edifício-Consumo, seguidas de uma reflexão sobre alguns dos temas em estudo: o ícone, o arquitecto e a prática da arquitectura na contemporaneidade.

As duas primeiras pretendem ser, principalmente, uma análise dos efeitos da globalização, mas enquanto a primeira – correspondente ao primeiro capítulo – se centra, sobretudo, em processos de renovação e reabilitação de algumas cidades; a segunda – segundo capítulo – foca os resultados da reinvenção e o desenvolvimento do comércio e das marcas, por intermédio da concretização de edifícios próprios dedicados ao consumo. Tudo isto num espaço temporal que começa no início do século XIX e se prolonga até aos dias de hoje. As duas temáticas são

aprofundadas, tanto numa dimensão material representada pela "cidade" e pelo "edifício", como numa dimensão imaterial, pelo "evento" e pelo "consumo", que pretende assim contemplar perspectivas provenientes de diferentes campos interdisciplinares. O desenvolvimento destas análises tem sempre como ponto de partida a consideração das transformações políticas, sociais, económicas e tecnológicas, que acompanharam a passagem do Estado-Providência para o modelo Neo-Liberal ou "Tardo-Capitalista", que Fredric Jameson explora em *Postmodernism or the cultural logic of late Capitalism*, e, posteriormente, para o "Capitalismo Informacional" apresentado por Manuel Castells em *The Informational City*.

Estas duas vertentes das consequências da globalização na Arquitectura levam a um dos objectivos finais – o terceiro capítulo – que consiste numa reflexao acerca da evolução da Arquitectura durante as últimas décadas, suas transformações e alterações no tipo de respostas hoje apresentadas a uma sociedade com novas exigências; bem como a evolução do papel do arquitecto no panorama da actualidade e o futuro e sustentabilidade, tanto da arquitectura de autor. O outro objectivo – correspondente ao quarto e último capítulo – pretende fazer uma reflexão acerca de todos os assuntos anteriormente estudados, tendo como ponto de partida o exemplo da cidade de Braga, da sua participação no desenvolvimento do evento desportivo internacional UEFA Euro2004, bem como do estádio projectado pelo arquitecto Eduardo Souto de Moura e a área urbana em que este se enquadra. O desenvolvimento deste tema tem porém um carácter mais pessoal baseado na observação empírica do mesmo ao longo dos anos.

Esta dissertação tem por base análises teóricas que surgem com o intuito de aprofundar conhecimentos dentro de áreas disciplinares, intrinsecamente ligadas à arquitectura e que se revelaram, através dos seus conceitos-chave, de grande importância para uma correcta interpretação dos fenómenos que sucederam ao longo da evolução da arquitectura durante as últimas décadas. A escolha dos vários exemplos utilizados ao longo deste trabalho permitem, sobretudo pela sua localização geográfica dispersa, uma análise imparcial e abrangente de múltiplos factores ligados a diferentes áreas de estudo intrinsecamente relacionadas com a Arquitectura, para que a construção desta perspectiva se aproxime, tanto quanto possível, da realidade em questão.

III. Metodologia

A narrativa desta Dissertação tem como suporte uma metodologia de investigação e desenvolvimento que segue, sobretudo, dois percursos. Ainda que distintos, estes cruzam-se com o intuito de alcançar uma maior precisão, objectividade e clareza da mensagem a transmitir.

O primeiro consiste na leitura e análise de diferentes fontes bibliográficas, provenientes de diversos campos disciplinares, tais como a Crítica, História e Teoria da Arquitectura, Sociologia, Antropologia, Geografia e Economia. A investigação com base nestas disciplinas tem o propósito de informar acerca das principais problemáticas da Arquitectura, Cidade e Sociedade, na sua relação com a temática central desta Dissertação. O objectivo é alcançar uma análise fundamentada no cruzamento e comparação de informação precedente de ensaios, monografias e consulta de artigos e notícias em periódicos da especialidade em causa, que conduzam a uma

narrativa própria. O segundo trata-se de uma abordagem com mais especificidade, relativa aos exemplos referidos e com enfoque no desenvolvimento de uma perspectiva pessoal. Também esta com base em diferentes campos disciplinares, com referência a monografias existentes sobre as diferentes temáticas, mas debruçada, sobretudo na leitura e interpretação pessoal das mesmas, bem como de outros documentos que considerei relevantes para a constituição desta narrativa e seu sequente debate.

São feitas referências à bibliografia e aos endereços virtuais consultados ao longo do texto, nomeadamente sob a forma de citações devidamente contextualizadas, entre outras. Sempre que possível, estas são feitas na sua língua original, evitando deturpações da mesma.





1. Queda do Muro de Berlim
2. Cartoon: *West-Erde vs. Ost-Erde* (Terra Ocidental – Liberalismo vs. Terra Oriental – Estado Providência)

I. Transformações Económicas, Políticas e Sociais

As dinâmicas urbanas iniciadas posteriormente à II Guerra Mundial caracterizaram a pós-modernidade através da evolução económica, política, social e cultural, reflectindo a evolução das cidades e do modo de vivência urbano por parte dos diferentes grupos sociais.

Segundo Manuel Castells foram três os processos que durante as décadas de 60 e 70, em conjunto, culminaram na origem de um novo mundo acompanhado de uma nova estrutura social: a revolução tecnológica; a crise económica do capitalismo e do estatismo e sua sequente reestruturação; e o surgimento de alguns movimentos sócio-culturais como a luta pelos direitos humanos, o feminismo e o ambientalismo. A emergência do continente asiático como um novo e poderoso parceiro económico aliado ao enfraquecimento do estatismo da União Soviética, levaram a uma nova escala da economia que se tornou global, acompanhada do funcionamento dos mercados globais em tempo real. A queda do Muro de Berlim, a 9 de Novembro de 1989, símbolo do final da Guerra Fria, não foi mais que o epitomar das transformações sistémicas referidas e o ponto de partida para a redefinição das relações de poder, produção e experiência que a sociedade tem por base[1].

Foi a passagem do *tardo-capitalismo*[2] para o *capitalismo informacional*[3] e a materialização de uma *sociedade em rede*[4], que originaram, nos espaços intersticiais da sociedade, uma *sociedade ternária*[5], fruto da tensão local/global, uma lógica de movimento permanente tão característico deste panorama multicultural cosmopolita contemporâneo. O novo ciclo que se iniciou nestas décadas, marcado pela globalização, pela procura de flexibilidade e polivalência generalizada, foi também o resultado de uma nova interpretação do conceito de velocidade e da experimentação de novos modelos de organização industrial e do desenvolvimento da logística, transportes e comunicações, tal como analisaremos de seguida.

1.Ver *The Information Age: Esconomy, Society and Culture Volume III – End of Millennium* por Manuel Castells, p.367-371

2. Termo desenvolvido por Fredric Jameson em *Postmodernism or, The Cultural Logic of Late Capitalism.*

3. Termo desenvolvido por Manuel Castells nos três volumes de *The information Age: Economy, Society and Culture*.

4. op. Cit.

5. Termo desenvolvido por François Ascher em *Metapolis – Acerca do Futuro das cidades.*





3. Máquina a Vapor
4. iPad 3, lançado pela Apple a 7 de Março de 2012

II. Revolução Tecnológica

As revoluções tecnológicas são sempre o reflexo de mudanças de paradigmas transversais a toda a sociedade. Tomemos em primeiro lugar o exemplo da revolução industrial. Foi no início do século XIX, com a introdução da máquina a vapor e, por consequência, de novos meios de transporte, que toda a lógica de bens e pessoas foi totalmente alterada, de acordo com uma nova percepção da relação tempo-espaço. Suscitaram novas necessidades em conformidade com as novas possibilidades criadas e o ritmo de vivência urbana foi completamente alterado, o que resultou, sobretudo, na expansão da cidade moderna.

A partir dos anos 70, primeiro com a televisão e, posteriormente com o computador, a comunicação foi ultrapassando todos os limites imaginados expandindo-se através das várias dimensões da sociedade. As redes de comunicações representam hoje o que a máquina a vapor representou para a revolução industrial, e o que a proliferação dos media, das auto-estradas e dos caminhos-de-ferro representaram para a sociedade pós-industrial. Entre a década de 70 e 90 deu-se um forte desenvolvimento das telecomunicações e dos processos em rede; hoje é o acesso democratizado à informação digital e multimédia que caracteriza a forma como as tecnologias fazem a ponte entre o indivíduo e o mundo que o rodeia. Os anos 80 foram a década em que a cidade industrial começou a apagar os seus rastos através da sua transformação numa espécie completamente renovada. Conceitos como a economia e a migração desenvolveram-se de uma forma inimaginável, sobretudo por causa das inovações tecnológicas que vieram eliminar as indústrias tradicionais, lançando novas indústrias em locais completamente imprevisíveis e a distâncias cada vez maiores[6].

De todas as transformações que a evolução da tecnologia provocou, a mais importante será, certamente, a metamorfose da forma de pensar e agir de uma sociedade por inteiro. A época em que vivemos é caracterizada por um ritmo de mudança acelerado e pela dimensão atingida por valores imateriais como o conhecimento e a informação. Fez-se assim a passagem de uma sociedade pós-industrial para uma sociedade de informação, uma sociedade em rede, cuja forma de pensar e actuar revela a cada dia alterações que são, sem dúvida, consequência da utilização massiva da tecnologia em qualquer tipo de actividade quotidiana,

6. Ver *Notas sobre o Espaço da Técnica digital*, por Gonçalo Furtado, p.5-10

independentemente do indivíduo que se tenha em consideração. A vida atópica do ser humano conforma-se, cada vez mais, pelos limites, constantemente alargados e ultrapassados, desta mesma tecnologia, acompanhada do despertar de uma obsessão pela "segurança"[7], que vem fazendo crescer de forma exponencial o grau de manipulação e vigilância da sociedade bem como de novas formas de discriminação e segregação.

III. Influência na Arquitectura

A arquitectura é tanto uma construção física como uma construção social ou política. O edifício é produto e resposta do tempo, do lugar e de uma cultura, que actualmente resulta da globalização, mediatização e tecnologia. A arquitectura não é mais que a consequência do que somos e o reflexo da cultura por nós criada. Diversas técnicas aproximaram e democratizaram o acesso à imagem de arquitectura, descodificando-a, questionando fronteiras disciplinares e alargando o campo da cultura visual. A cultura digital proporcionou uma acessibilidade ímpar a um público vasto, com base na interactividade e no estímulo da acção da participação, valorizando o indivíduo e o seu quotidiano.

A globalização, propulsora do icónico e do simbólico como dispositivos de comunicação, acompanhada pela demanda de uma melhor performance aliada à evolução da tecnologia, levaram à ineficácia da linguagem arquitectónica, das suas articulações tradicionais, resultando na incapacidade de demonstração do poder representativo do edifício. A emergência de novas formas de política surge em paralelo com o desenvolvimento de novos "envelopes"[8] diferentes dos modelos primitivos da facialidade. Com um eleitorado e tácticas políticas que cada vez mais se afastam das linhas ideológicas partidárias, favorecem-se mecanismos subpolíticos, movimentos e tendências que proliferam numa facialidade que não pode mais ser cingida às dicotomias público/privado, parede/cobertura, por exemplo. Torna-se necessário compreender

---

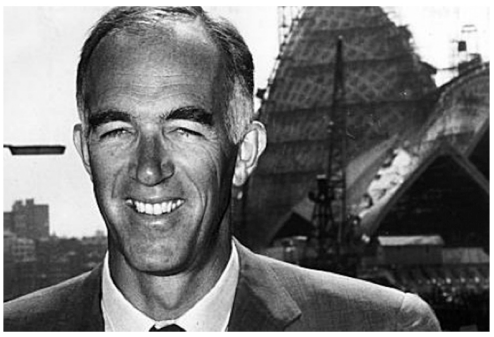
7. Ver *Introducción: variaciones sobre un parque temático*, por Michael Sorkin, em *Variaciones sobre um parque temático – La nueva ciudad americana y el fin del espacio público* (Ed. Michael Sorkin). p. 9-14

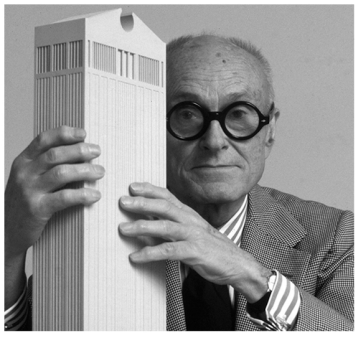
8. *The building envelope is possibly the oldest and most primitive architectural element. It materializes the separation of the inside and outside, natural and artificial and it demarcates private property and land ownership (one of the most primitive political acts). When it becomes a façade, the envelope operates also as a representational device in addition to its crucial environmental and territorial roles. The building envelope forms the border, the frontier, the edge, the enclosure and the joint: it is loaded with political content. (…) In the past, the envelope has never had this capacity to directly affect and structure communities and has been traditionally relegated to a mere 'representational' or 'symbolic' function. The reasons for such a restricted political agency may lie in the understanding of the envelope as a surface, rather than as a combined effect of the construction technology of the building's skin and the specificities of its massing. (…). The envelope exceeds the surface by incorporating a much wider set of attachments (…) The envelope is the surface and its attachments. The envelope is a core concern of the discipline affecting materiality and construction, environmental performance, energy efficiency and other issues, but it also engages several political forms: economical, social and psychological.*

Alejandro Zaera-Polo - *The Politics of the envelope, a Political Critique of Materialism*. Log 17, p.17-18

que estas relações são cada vez mais intrincadas e complexas. O edifício deve hoje reflectir um complexo sistema de referências para que nele se possa ler um campo de intersecções entre identidade, segurança e performance ambiental carregado de intenções que se ligam à expressão arquitectónica, social e política.

Um retrato da diversidade cultural e do espírito colectivo com base no indivíduo. A tradição do edifício icónico começou durante os anos 60/70 com Jørn Utzon e a Ópera de Sydney[9], entre outros tais como o edifício da AT&T por Philip Johnson[10]. Foi o ponto de viragem que trouxe para a opinião pública este tipo de arquitectura, uma nova arquitectura expressiva que democratizou as hierarquias de então. A cultura global evoluiu, a partir daí, até ao fenómeno que foi Bilbau com o seu *Guggenheim Museum*, um edifício singular que reverteu totalmente as tendências económicas de uma urbe. Tal leva-nos a analisar questões como o poder político, o marketing, o sistema de celebridades e o branding e a forma como a arquitectura respondeu a estas pressões. A arquitectura deixou de ser imune aos media.





5. Jørn Utzon e a Ópera de Sydney como pano de fundo
6. Philip Johnson e uma maqueta do edíficio da AT&T

Foi a partir de 1990, após a já referida queda do Muro de Berlim, que a globalização avançou e acelerou a transformação sistémica que se vinha estendendo já ao longo das últimas décadas, transversalmente a toda a sociedade e, claramente, também a nível da arquitectura. Uma arquitectura então resultante de uma sociedade hiper-consumista, liberta das tensões ideológicas do passado. Esta arquitectura de autor, tendencialmente escultórica, cresceu em paralelo com a globalização e agradou tanto a promotores privados como públicos. Permitindo aos primeiros ultrapassar limites e normativas e, aos últimos, o renascer de cidades que se encontravam estagnadas, voltando a acordá-las para uma rede global[11]. Os problemas sociais e económicos herdados do declínio do Estado-Providência, das crises energéticas e sequente desindustrialização tornaram as políticas urbanas mais flexíveis e capazes de manter ou trazer as cidades para o mapa das redes globais, fazendo uso do protagonismo dos grandes eventos,

9. Ver entrevista de Charles Jencks a Frank Gehry em *The Iconic Building – The Power of Enigma*, por Charles Jencks. p.9-12

10. Ver *Controversy around Images* por Krunoslav Ivanisin em *Iconoclastia, News of a Post-Iconic World – Architectural Papers IV*, Josep Lluís Mateo (ED). p.14

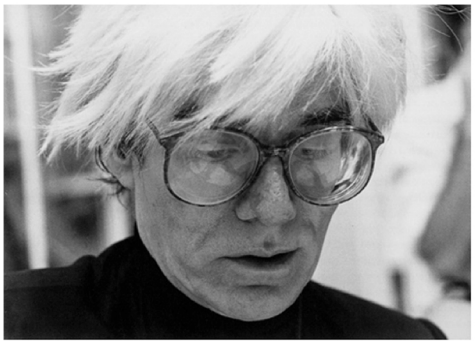
11. Ver *Arquitectura Milagrosa – Hazañas de los arquitectos estrella en la España del Guggenheim*, por Llàtzer Moix. p. 9-16

bem como do poder dos starchitects[12] e dos seus edifícios icónicos. Dos Jogos Olímpicos às Exposições Universais, as Bienais de Arte ou as Capitais Europeias da Cultura, deve-se tentar compreender estes eventos, suas infra-estruturas, e suas consequências a nível físico, social e político, nestas que passam a ser cidades ocasionais, à procura de um impulso regenerador da urbe, que as eleve a um estatuto global. Foi também nos anos 90 que o modelo capitalista cresceu em paralelo com a globalização. Os mercados bateram todos os recordes positivos alcançados até então, após uma escalada sem precedente que durou cerca de duas décadas. Andy Warhol comentou sobre o futuro próximo:

All department stores will become museums, and all museums will become department stores.[13]

E foi Rem Koolhaas quem alertou para o seguinte:

Shopping is killing the city even as it gives it the kiss of life.[14]





7. Andy Warhol, artista plástico
8. Rem Koolhaas, arquitecto

A esta altura todos contratavam arquitectos capazes de distinguir as suas marcas, o que resultava em estratégias repetitivas, não diferenciadoras do local ou público a que se direccionavam. Miuccia Prada foi uma das designers de alta-costura que se reinventou através do espaço arquitectónico, explorando todas as relações que este pode proporcionar[15]. Enquanto para os primeiros era a comercialização da cultura e a perda de ideais, para Miuccia Prada era a experiência e o enriquecimento cultural através do acto consumista, como

12. *There can never have been a moment when quite so much high-visibility architecture has been designed by so few people. Sometimes it seems as if there are just thirty architects in the world, a flying circus of the perpetually jet-lagged that consists of the twenty who take another seriously enough to aknowledge the presence of another member of the magic circle when they meet in the first class lounge at Heathrow and another ten running on empty (...) Taken together, they make up for the group that provides names that come up again and again when yet another sadly deluded city finds itself laboring under the mistaken impression that this is going to trump the Bilbao Guggenheim with an art gallery that looks like a flying saucer, or a hotel with the form of a twenty-story-high meteorite. (...) They cross and recross one another's paths, taking part in the same invited competitions, on the platform at the Pritzker Prize ceremonies, and on the juries that select the victors in the design that they do not enter themselves.*

Deyan Sudjic em The Edifice Complex, how the rich and powerful – and their architects – shape the world. p.317-318

13. Charles Jencks citando Andy Warhol em *The Iconic Building – The power of Enigma*, por Charles Jencks. p.44

14. Charles Jencks citando Rem Koolhaas em *The Iconic Building – The power of Enigma*, por Charles Jencks. p.44

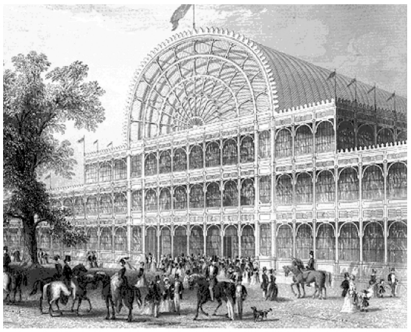
15.Ver P*rada reinvents fashion* em *Domus* nº836 Abril 2001. p.95-101

exploraremos mais aprofundadamente no segundo capítulo.

O tipo de arquitectura escultórica que se desenvolveu nas últimas décadas foi o resultado de uma determinada conjuntura que, acompanhada do desejo de construir apontava para apenas uma solução: o "egnimatic signifier"[16], algo anteriormente gerado por catedrais. Entre várias outras coisas, o que torna um edifício icónico num edifício bem sucedido é a sua relação com a realidade local. O objectivo é, portanto, o apelo à fé, aos ideais, ao pluralismo e à diversidade cultural, uma atitude positiva em relação ao próximo que desperte o interesse e a curiosidade e levante sempre novas questões e interpretações variantes consoante o observador e o espaço temporal em que é efectuada. O que se espera desta arquitectura é que surpreenda, que fique marcada na memória de quem a observa, ainda que só por uma vez, eventualmente. É indiscutível que os arquitectos que praticam esta arquitectura sejam mentes criativas e talentosas, ainda que por vezes as reais necessidades da sociedade sejam relegadas para segundo plano em prol do espectáculo da arquitectura contemporânea que os mesmos procuram materializar.

16.*(...) the enigmatic signifier provokes an emotional response – positive and negative – rather like a religious icon, except that now there is no pre-existing referent to the signifier and no doctrine to uphold. (...) The ultimate meaning of the iconic building may be partially open – and this is the point of the open work of our time – but it is consistent enough to provoke the pilgrim, or tourist, to try to decipher the icons. The successful building is, in effect, a giant iconostasis asking to be decoded, which is why people come back again and again to try to fathom the meaning.*

Charles Jencks em *The Egnimatic Building – The Power of Enigma*. p.182





9. Palácio de Cristal, Grande Exposição dos Trabalhos da Indústria de Todas as Nações de 1851, em Londres.
10. Exposição Universal de 1900, em Paris.

UM . **Cidade-Evento**

1.1. AS GRANDES EXPOSIÇÕES INTERNACIONAIS/UNIVERSAIS

A Revolução Industrial, acompanhada de um grande crescimento demográfico, impulsionou a diversificação e divulgação de novas possibilidades técnicas relacionadas com a utilização de materiais como o ferro, aço e vidro. Surgiu, como consequência, nos países onde a Revolução Industrial se fez sentir com maior peso, a vontade de promover e comercializar estas inovações tecnológicas nos países vizinhos. O século XIX revelou-se assim a altura ideal no que foi a origem de um tipo de evento totalmente inédito: as exposições internacionais/universais, que permitiam a tão desejada promoção industrial, cultural, económica e política, a uma escala quase global[17].

Em 1851, no dia 1 de Maio, inaugurou, em Londres, "A Grande Exposição dos Trabalhos da Indústria de Todas as Nações", *The Great Exhibition of the Works of Industry of All Nations*[18]. Esta exposição foi um marco histórico, permitindo pela primeira vez que representantes de diversas proveniências se reunissem e partilhassem opiniões sobre as diferentes nações 'civilizadas'. A exposição, realizada no Palácio de Cristal no *Hyde Park*, marcou também o período áureo da Grã-Bretanha como o país mais poderoso da altura, com um vasto império e frota naval. Esta exposição revelou-se um enorme sucesso, apresentando um lucro inimaginável para a época. As primeiras exposições deste género tiveram um carácter bastante ambíguo, apostando sobretudo na componente lúdica e no apelo ao fantástico, na exposição de novidades e invenções mirabolantes que fossem capazes de mobilizar multidões. Focaram-se sobretudo no atractivo novo mundo industrial, desenvolvendo no imaginário do público a promessa de um melhor nível

17. *(...) there was no reason to bring together products from all over the world unless there existed at the same time the possibility of selling to the whole world. (...) These great exhibitions were the product of the liberal conception of eco*nomy: free trade, free communication, and improvement in production and performance through free competition.

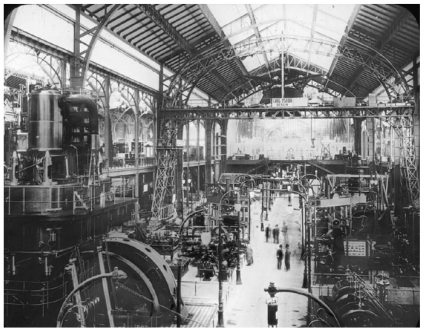
Sigfried Giedion – *Escritos Escogidos. Múrcia: Colegio Oficial de Aparejadores e Arquitectos Técnicos de Múrcia*, 1997. p.145

18. Segundo o BIE, Bureau International des Expositions, cuja função é regular a frequência e qualidade das exposições sob a sua alçada, que são todas as exposições internacionais não comerciais, com uma duração superior a três semanas, organizadas oficialmente por um país e onde os restantes países sejam convidados a participar através de vias diplomáticas.

Ver *http://www.bie-paris.org/site/en/expos/historical-expos.html* (consulta de Março de 2012)

de vida generalizado, por intermédio das invenções apresentadas[19]. Outra exposição marcante foi a Exposição Universal de 1900, em Paris, aberta ao público a 15 de Abril, recebendo cerca de 51 milhões de visitantes, durante os sete meses que se seguiram[20]. Vivia-se já a *Belle Époque* e as principais inovações tinham deixado de se focar no mundo industrial, passando a dar mais atenção à cultura, sofrendo influências do Impressionismo e da *Art Nouveau*. Paris tinha conseguido um lugar de destaque na Europa, como pólo produtor e exportador de cultura e a Exposição de 1900 veio, sem dúvida, reflectir este espírito. A exposição focava o Ensino, as Artes e os equipamentos científicos e artísticos e, só depois, a área industrial, demonstrando que esta era, agora, uma exposição de carácter global e não industrial.





11. Interior do Palácio de Cristal, Londres, 1851
12. Vista interior num pavilhão da Exposição Universal de Paris, 1900

Os edifícios destas exposições deviam, à imagem do conceito e filosofia que defendiam, transparecer modernidade, uma imagem alcançada sobretudo através da utilização da combinação entre o ferro e o vidro, materiais que a produção industrial havia tornado economicamente viáveis e que permitiam concretizar espaços amplos e de grandes dimensões, através de uma estrutura bastante ligeira. Estes edifícios eram, na sua maioria, construídos com um carácter efémero e, neste sentido, o ferro revelava-se novamente como um dos materiais preferidos, já que, pela sua pré-fabricação, podia ser erguido e desmantelado de uma forma bastante rápida. Este carácter pouco perene dava também asas a uma maior liberdade conceptual que era acompanhada por uma liberdade financeira e que se materializava em edifícios com uma imagem monumental[21]. Estas exposições foram a origem do que hoje conhecemos como EXPO, um evento que continua a decorrer com intervalos de, aproximadamente, 5 anos. Portugal foi o país responsável pela organização deste evento em 1998. A EXPO'98[22] decorreu em Lisboa, seguindo o exemplo deixado já pela organização de Lisboa'94, Capital Europeia da Cultura.

---

19. *The first World Expo took place in 1851 in London. At the time England was the world's leading industrial power, which with its vast empire had profited handsomely from free trade and the prosperity of the Victorian era. The Expo was an overwhelming success. (...)*

ver *http://www.bie-paris.org/site/en/expos/historical-expos.html* (consulta de Março de 2012)

20. segundo o BIE, Bureau International des Expositions, op. Cit.

21. ver *Paris1900FR* em *http://www.bie-paris.org/site/en/library-a-publications/document-library/cat_view/100-expo-documents.html?start=45* (consulta de Março de 2012)

22. segundo BIE, op. Cit.

1.2. DO ESTADO-PROVIDÊNCIA AO NEO-LIBERALISMO

1.2.1. O Neo-Liberalismo, um novo mundo, uma nova sociedade

"At the dawn of the Information Age, a crisis of legitimacy is voiding of meaning and function the institutions of the industrial era. Bypassed by global networks of wealth, power, and information, the modern nation-state has lost much of its sovereignty. (...) The privatization of public agencies and the demise of the welfare state, while alleviating societies from some burocratic burden, worsen living conditions for the majority of citizens, break the historic social contract between capital, labor, and state, and remove, much of the social safety net (...) At first sight, we are witnessing the emergence of a world exclusively made of markets, networks, individuals, and strategic organizations, apparently governed by patterns of "rational expectations" (...)" [23]

As décadas que se seguiram ao final da II Guerra Mundial, sobretudo as de 60 e 70, reflectiram o crescimento do Neo-Liberalismo simultâneo ao enfraquecimento do Estado providência, inspirado em políticas urbanas fruto de parcerias público-privadas que se baseavam sobretudo no investimento público[24].

Mas foram os anos 80 que se revelaram como o ponto de viragem, tanto a nível do planeamento urbano e da arquitectura, como de uma sociedade que aliava agora a 'estética' à 'ética'. Esta década foi o embrião de uma nova sociedade que reflectia a saturação em relação aos modelos *Fordista* e *Taylorista* da massificação dos produtos, incompatíveis com a flexibilidade de um novo mundo *sobremoderno*[25] ou *hipermoderno*[26], assinalado pelo fim das grandes crenças ideológicas e pelo sentimento de libertação em relação aos grandes discursos políticos, caminhando em direcção à valorização do indivíduo e da democracia, bem como do mercado e das tecnologias de informação. O planeamento urbano era sustentado sobretudo pelo investimento público, com base em iniciativas individuais como a de Margaret Tatcher, que utilizou princípios liberais para promover uma concepção de 'planeamento conduzido pelo mercado' (*market lead planning*), em que o mercado escolhia e decidia quais as alterações mais aconselháveis, com o apoio do poder governamental[27]; ou a de François Miterrand com os seus *Grand Travaux* que não foram mais que a consequência da demonstração do controlo que ele

23. Manuel Castells em *Conclusion: Social Change in the Network Society* em *The Information Age: Economy, Society and Culture Volume II – The Power of Identity*, p.355-356

24. Ver *Metapolis, acerca do futuro da cidade* por François Ascher, p.137-140

25. *(...) a noção de "sobremodernidade", particularmente desenvolvida por Anthony Giddens (...) caracteriza a modernidade, baseada no uso da razão e da ciência, está mais presente que nunca, tendo apenas mudado os paradigmas científicos quando passaram do universo da complicação para o da complexidade. (...)*

François Ascher, op. Cit., p.58

26. O hipermodernismo foi um conceito desenvolvido pelo filósofo Gilles Lipovetsky durante a década de 70. Ver entrevista de Gilles Lipovetsky ao jornal brasileiro Extra Classe em Dezembro de 1999 em
http://www.sinpro-rs.org.br/extra/dez_99/entrevista.asp
(consulta de Maio de 2012)

27. ver *Metapolis, acerca do futuro da cidade* por François Ascher, p.38-39, 137-140

deteve, em relação à 'modernidade' parisiense[29].

Foi o início da apelidada "sociedade em rede" (*social network*), integrada numa "era informacional" (*information age*) posterior ao tardo-capitalismo cujo poder não mais se concentrava nas instituições do estado, ou controladores simbólicos como os *media* e a religião, mas antes se dissolve em redes de informação que circulam e se transformam sem obedecer a determinados padrões, sejam eles geográficos ou outros. A novidade do poder que assim se forma é a sua omnipresença, o seu *just in time*, a sua característica dispersa e difusa e a influência que exerce, de forma subliminal, na mentalidade de uma sociedade que se encontra em constante transformação, graças às redes de informação acima mencionadas . A reinvenção da cidade-estado foi um dos resultados mais proeminentes desta nova era global, correspondente à perda progressiva de soberania por parte dos estados[30].

1.2.2. "Cidade global" e "cidade criativa"

Os acontecimentos descritos levaram a alterações e reconversões das dinâmicas urbanas, atraindo diferentes grupos sociais com maior qualificação, numa tentativa de aumentar a competitividade destas cidades a nível global. Independentemente da sua dimensão, as cidades apostaram sobretudo na reconversão das frentes de rio e na promoção de eventos em volta de centros históricos reabilitados, na conquista por um lugar na rede do turismo urbano global, agora massificado. Tal deu origem a uma competição aguerrida entre as mesmas, na hipotética obtenção de fundos e potenciais investimentos. A socióloga e economista Saskia Sassen apelida estas como "cidades globais" na sua obra de 1991 *Global Cities*, referindo-se a cidades como Nova Iorque, Londres, Tóquio. O poder financeiro destas cidades sobrepunha-se à soberania económica e financeira dos seus países. Cidades como Nova Iorque, Frankfurt, Londres ou Tóquio, conseguiam concentrar sedes financeiras de multinacionais e serviços especializados, propulsores da sua economia. Tal resultou numa larga oferta de empregos no sector terciário, tornando estas cidades num local perfeito para receber múltiplas comunidades imigrantes. Estas urbes tornaram-se, progressivamente, em territórios multiculturais sem fronteiras, tanto a nível da sua identidade, como da captação de capitais, o que levou à afluência de profissionais criativos e novos intermediários culturais. Este novo grupo social, baseado nestes fluxos de informação, de culturas e identidades locais endógenas, levou à definição de novas políticas urbanas, até então dependentes de capitais externos e do seu investimento por parte de multinacionais[31].

---

29. *(...) In a sense, power, while real, becomes immaterial. It is real because wherever and whenever it consolidates, it provides, for a time, individuals and organizations with the capacity to enforce their decisions regardless of consensus. But it is immaterial because such a capacity derives from the ability to frame life experience under categories that predispose to a given behavior and can then be presented as to favor a given leadership. (...)*

Manuel Castells em *The Information Age: Economy, Society and Culture volume III – End of Millennium,* p.378

30. Ver *The Information Age: Economy, Society and Culture Volume II – The Power of Identity* por Manuel Mastells, p.355-362

31. Ver *Os "nós " da rede: das "cidades globais" às "cidades criativas"* em *Arquitecturas da Cultura: Política, Debate e Espaço – Génese dos Grandes Equipamentos Culturais da Contemporaneidade Portuguesa,* Dissertação de Douturamento em Arquitectura por Nuno Alberto Leite Rodrigues Grande, orientada pelo Professor Doutor Mário Júlio Teixeira Krüger, DARQ/FCTUC, 2009. p 450-453

Em “The Creative City”, uma obra lançada em 2000 por Charles Landry, ele analisa a questão da competitividade e protagonismo das cidades na era da globalização sob uma nova perspectiva. As grandes cidades deixavam de ser ‘marcas’ exclusivamente financeiras, para passarem a ‘marcas’ culturais, com uma constante oferta cultural e lúdica que continuava dependente do acesso a grandes eventos, propulsores do turismo de massas, mas agora também da dinamização dos seus sectores criativos. Mas para Landry era também essencial nestas cidades, a manutenção do que ele chamava de “creative millieus”: lugares onde o cruzamento e a partilha de informações, culturas e identidades proporcionasse o fluir de novas ideias. Estes eram contextos cosmopolitas onde intelectuais, activistas, artistas, administradores, investidores e estudantes interagiam na criação de novos produtos, serviços, instituições, como contributo para o sucesso económico. Estes “creative millieus” desenvolveram-se ao longo da década de 90 em muitas das então cidades globais, consequência, sobretudo, dos grandes eventos, das instituições culturais e das comunidades criativas. Esta década confirmou a importância destas cidades no contexto na globalização, mas chamou também a atenção para as tensões criadas entre os extremos da mediatização dos eventos e dos seus ícones arquitectónicos; e a recusa em estruturar e apoiar institucionalmente algumas comunidades criativas[32].

1.2.3. Novas Monumentalidades, novos ícones - Royal Festival Hall, Filarmónica de Berlim e Ópera de Sydney

O *Royal Festival Hall*, uma sala de espectáculos com 2900 lugares, a cargo do *London County Council*, desenhado por Sir Leslie Martin e Peter Moro, foi o símbolo do positivismo britânico pós guerra, mas sobretudo da reestruturação e revitalização da margem sul do Tamisa. A integração de equipamentos lúdicos e culturais nos tecidos da cidade Londrina antecipava já o papel fulcral que a cultura arquitectónica teria durante as décadas seguintes, tanto para o governo britânico, como para outros que lhe seguiram o exemplo. O *Royal Festival Hall* elemento gerador do *South Bank Centre*, compreende ainda o *Queen Elizabeth Hall, The Pursell Room* e a *Hayward Gallery.*

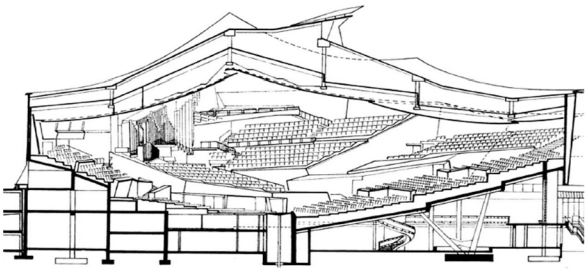




13. Royal Festival Hall, vista exterior
14. Royal Festival Hall, auditório principal

Hans Scharoun foi o grande responsável pelo primeiro plano reconstrutor da cidade de Berlim, o *Kollektivplan* de 1946. A sua equipa incluía profissionais de diferentes áreas disciplinares, unidos por um principal objectivo: dissolver a materialização da perspectiva de Hitler sobre o mundo. A proposta envolvia, tal como em Londres, o rio que passa pela cidade, neste caso o Spree,

32. op. Cit. p. 454-456





15. Secção da Orquestra Filarmónica de Berlim, por Hans Scharoun
16. Hans Scharoun, arquitecto

reestruturando e revitalizando as áreas que se estendiam sobre as margens deste de forma fluida e orgânica. Esta sala de concertos veio substituir a antiga casa da Orquestra Filarmónica de Berlim, destruída durante a guerra, em 1944. O edifício abriu portas em 1963 e foi, sem dúvida, o propulsor dos restantes equipamentos culturais projectados para o *kulturforum*, não muito distante da *Potsdamer Platz*. Um projecto que teve início em 1964 e apenas viu chegar o seu fim em 1975, contando já com a Biblioteca Nacional (*Stadtbibliotek*) e a Nova Galeria Nacional (*National Gallery*), esta última desenhada por Mies van der Rohe. A forma assimétrica, orgânica e enigmática do edifício veio quebrar a imagem arquitectónica que Hitler vinha criando, com os seus arquitectos, como instrumento essencial para a divulgação da sua propaganda política[33].

Um dos mais mediáticos de todos os projectos de equipamentos culturais desenvolvidos durante as décadas posteriores à II Guerra Mundial foi, inquestionavelmente, a Ópera de Sydney[34], localizada em *Bennelong Point*, no porto de *Sydney*, a nordeste do *Sydney Central Business District*[35]. Tornou-se o presságio do estrelato atingido por equipamentos deste género durante a segunda metade do século XX, nas cidades que começavam a projectar a sua imagem na crescente rede global. O seu arquitecto, o dinamarquês Jørn Utzon, vencedor do concurso em 1957, viu o seu edifício inaugurado a 20 de Outubro de 1973[36], ainda que Jørn Utzon tenha sido o vencedor do tão famoso prémio *Pritzker*, no ano de 2003[37] e que o seu edifício tenha integrado a lista de Património Mundial da UNESCO apenas em 2007[38]. Siegfried Giedion

33. Ver ***A Filarmónica de Berlim e Hans Scharoun – Uma Bibliografia Crítica***, Dissertação de Mestrado por Lia Cristina Ferreira de Sousa Costa e Silva, orientada pela Prof. Doutora Maria Teresa Saraiva Pires da Fonseca Dias da Fonseca, FAUP 2009-2010, p.61-72

34. *At the age of thirty-seven Jørn Utzon designed the most famous building of the twentieth century. Sydney Opera House burst like a comet across the architectural firmament and Utzon's star burned brightly for a decade (...)*

Richard Weston em *Conclusion* em *Utzon*, p.404

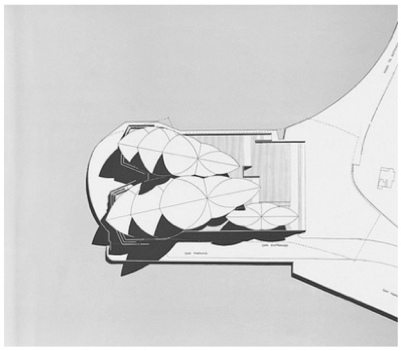
35. Ver *Sydney Opera House* em *Utzon* por Richard Weston, p.112

36. Richard Weston, op. Cit.

37. ver Krunoslov Ivanisin em *Controversy around Images* em *Iconoclastia, News from a Post-Iconic World – Architectural Papers IV*, p.14

38. *Sydney Opera House was formally recognised as one of the most outstanding places on Earth with its inclusion on the UNESCO World Heritage List under the World Heritage Convention on 28 June 2007. (...)*
em *http://www.sydneyoperahouse.com/the_building/world_heritage.aspx* (consulta de Maio de 2012)





17. Vista da Ópera de Sydney
18.Planta de localização da Ópera de Sydney

assinala ainda este momento como aquele em que, tendo como líder Jørn Utzon, nasceu uma "Terceira Geração de arquitectos modernos"[39].

Ao contrário do que seria de pensar, o edifício destina-se à apresentação de diferentes artes performativas, sendo um dos equipamentos culturais mais requisitados do mundo, com mais de 1500 performances por ano, o que equivale a cerca de 1.2 milhões de espectadores por ano – sendo que o seu total anual de visitantes perfaz os 7 milhões de pessoas. O Edifício é ainda a casa de companhias como a *Opera Australia, Sydney Symphony Orchestra, Sydney Theatre Company* e *The Australian Ballet*, entre outras[40].

O *Royal Festival Hall* e a Filarmónica de Berlim, edifícios desenvolvidos durante as décadas posteriores à II Guerra Mundial, tiveram origem num contexto social e político complexo, numa fase em que o Estado-Providência investia na construção de uma cultura ocidental, agora democratizada e profusa, com base social-democrata e políticas positivistas que visavam projectar mundialmente a imagem de um novo Ocidente. Estas obras foram o símbolo máximo desta mudança de paradigma para uma arquitectura que se centrava na concepção de equipamento colectivo no âmbito político, social e cultural, quando outrora se havia focado sobretudo no programa habitacional - durante o período entre guerras e imediatamente após a II Guerra Mundial. Os equipamentos culturais foram assim adquirindo, ao longo das décadas do pós-guerra, um protagonismo apenas comparável, no passado, ao dos edifícios religiosos. A revolução de costumes e valores sociais, bem como as alterações da sociedade a nível de consumo, levaram a uma demanda por reconhecimento instantâneo e crescimento económico, que se materializou através destes pontos de referência expressivos que vieram desafiar anterior noção de tradição e monumento arquitectónico. Estes eram, de facto, novas 'catedrais modernas da cultura'[41] e, como catedrais, pretendiam difundir uma imagem, a nova imagem fortificada e

39. *(...) To Siegfried Giedion, Sydney marked Utzon out as the leader of the Third Generation of modern architects (...) for the most distinguished of the judges, Eero Saarinen, it was manifestly 'a work of genius' (...)*

Richard Weston citando Siegfried Giedion em *Sydney Opera House* em *Uzton*, p.114

40. Ver *http://www.sydneyoperahouse.com/the_building.aspx*
(consulta de Maio de 2012)

41. ver A Nova Monumentalidade e as Catedrais Modernas da Cultura em Arquitecturas da Cultura: Política, Debate e Espaço – Génese dos Grandes Equipamentos Culturais da Contemporaneidade Portuguesa, Dissertação de Douturamento em Arquitectura por Nuno Alberto Leite Rodrigues Grande, orientada pelo Professor Doutor Mário Júlio Teixeira Krüger, DARQ/FCTUC, 2009. p.39-50

positiva dos países que as albergavam. A amplificação do significado cultural destes edifícios verificou-se um eficiente método de propaganda ideológica, sobretudo nos processos de redignificação e revalorização de uma Europa que havia sido devastada.

Ainda que os equipamentos culturais referidos sejam o resultado de diferentes conjunturas políticas, sociais e económicas e a resposta a diferentes problemáticas, todos se remetem a um período em que as cidades – ou países – sentiram a necessidade de criar algum positivismo face ao futuro, bem como de quebrar algumas ligações com um passado próximo, dinamizando tanto as populações, como os espaços e organizações. Assim, através da instrumentalização da cultura, se construía uma nova imagem para estas cidades, reveladora do seu poder económico e das suas capacidades infra-estruturais e logísticas, em suma, da sua competitividade relativamente a outras cidades da rede global que passavam a integrar.

Estes são edifícios com uma localização geográfica estratégica, com grande visibilidade e notabilidade em relação à área que integram. Tratam-se, normalmente de zonas relativamente recentes das cidades ou em processos de re-urbanização, ligadas ao sector terciário, demonstrativas da sua capacidade económica e financeira. Pretendia-se assim dotar novas centralidades de pontos de referência, novas "monumentalidades", conferindo-lhes uma nova expressividade. Estes equipamentos serviam assim como dinamizadores e multiplicadores da vida urbana através da democratização do seu espaço, tratando-se de espaços informais socialmente e culturalmente atractivos na vida quotidiana e não apenas aquando dos seus eventos.

1.3. "OCASIÃO", "GRANDE EVENTO", "CIDADE OCASIONAL"

A década de 70 revelou as consequências das lutas e movimentos sociais que se desenvolveram por toda a Europa, ainda que com diferentes intensidades. O problema da gestão das cidades evidenciou-se e a sociedade manifestava urgência em relação ao melhoramento da sua qualidade de vida urbana. Exigiam sobretudo melhoras ao nível da vida quotidiana que, consequentemente, potenciassem a economia e a produtividade. A palavra mais utilizada à época era "modernização", uma modernização que tinha por base a utilização de vazios urbanos como forma de resposta às necessidades do sector terciário, ao invés do seu uso enquanto forma de enriquecer a população através de equipamentos necessários. Ainda que as respostas tenham variado segundo os diferentes países, as respostas foram, no cômputo geral insuficientes ou insatisfatórias[42].

Foi neste contexto que a "ocasião" se tornou determinante. Vários acontecimentos passaram a ser considerados oportunidades, ocasiões; o próprio vazio urbano, uma calamidade natural, um evento. Qualquer uma destas ocasiões se revelava como o momento apropriado para uma viragem, para a utilização de capitais públicos com a finalidade de valorizar a urbe e activar processos especulativos. As cidades acabam por se tornar o produto destas ocasiões e, simultaneamente, geradores de ocasiões também: "cidades ocasionais". Aqui surge o interesse

42. ver *Os "Grandes Acontecimentos" e a Cidade Ocasional* em ***Lisbon World Expo 98 . Projects*** por Francesco Indovina, p.25-26

em aprofundar o conceito de "grande evento":

(...) o "grande evento" é considerado como tal, se produz uma intervenção que implica a construção de edificado (independentemente se se trata de edifícios ou de obras infra-estruturais). Em certa medida, é a própria edificação que determina a possibilidade de qualquer evento poder ser classificado entre os grandes eventos. Embora se possa evidenciar características diversas, consoante os diferentes países, a relação entre grandes eventos e edificação parece constituir uma constante. (...) um "grande evento" é considerado como tal, se produzir efeitos de transformação (construção) no local onde se desenrola.[43]

Os grandes eventos são *manifestações limitadas no tempo*[44] e podem ter propósitos diversos: existem os eventos religiosos (provavelmente os mais delicados), mas aqui iremo-nos centrar em eventos desportivos, nomeadamente no fenómeno dos Jogos Olímpicos; e eventos expositivos, tais como as exposições mundiais e as capitais europeias da cultura. Todos estes eventos se desenvolvem no sentido da multiculturalidade e para lá de fronteiras e identidades, onde a cultura se constitui como um cruzamento entre a multiplicidade social e urbana e o fenómeno da globalização. Assim, estes tomam lugar, necessariamente, em grandes cidades que integram uma rede global de cidades, com capacidade de atrair grandes públicos diferenciados. Os grandes eventos revelam-se assim como um dos mais fortes constituintes da "ocasião", provocando a necessidade de grandes obras sem as quais os mesmos nunca se poderiam realizar, independentemente do seu propósito, que acaba por se tornar irrelevante. A captação do tipo de financiamentos necessários a estes eventos seriam impossíveis de obter com um orçamento comum e a sequente movimentação, de pessoas e meios, permitem a construção e reconversão de áreas incríveis.

Considere-se o exemplo que a seguir exploraremos, o impacto dos Jogos Olímpicos de Barcelona de 1992[45] na cidade, tanto ao nível da reconversão urbana e novos edificados, como da projecção do seu nome e imagem na esfera global. Tenha-se também em atenção o fenómeno que são as Bienais de Arte, as Exposições Internacionais ou mesmo as Capitais Europeias da Cultura como Glasgow, que aprofundaremos mais à frente. A não esquecer também o importante exemplo que é Bilbau, com o seu *Guggenheim Museum* e toda uma conjuntura única na origem da ilusão de que as crises urbanas pós industriais eram, afinal facilmente ultrapassáveis.

1.3.1. Efeito Glasgow 90'/ Porto 2001 Capital Europeia da Cultura

A ideia inicial da 'Capital Europeia da Cultura' remonta a 1985, quando o esquema 'Cidade Europeia da Cultura' foi lançado, por acordo, após um Conselho de Ministros. Trata-se, à altura,

43. Francesco Indovina em *Os grandes eventos e a cidade ocasional* em *A cidade da Expo'98*, Vítor Matias Ferreira e Francesco Indovina (org.), p.133

44. Francesco Indovina em *Os "Grandes Acontecimentos" e a Cidade Ocasional* em *Lisbon World Expo 98 . Projects,* p.28

45. Segundo informação recolhida no site oficial do IOC, International Olympic Committee em *http://www.olympic.org/barcelona-1992-summer-olympics*

de uma acção inter-governamental e não de uma acção comunitária da UE. Este esquema foi sugestão da Ministra da Cultura Grega de então, Melina Mercouris[46].

O conceito original dizia que, a cada ano, um Estado-Membro deveria nomear uma cidade para receber o evento e que tal deveria acontecer por ordem alfabética. Embora este ideal não tenha sido totalmente seguido, nomeadamente no que respeita à escolha por ordem alfabética, foram escolhidas 15 cidades[47] que acolheriam o evento entre os anos de 1985 e 1999. Foram essas cidades:

1985 – Atenas, Grécia
1986 – Florença, Itália
1987 – Amesterdão, Holanda
1988 - Berlim, Alemanha
1989 - Paris, França
1990 – Glasgow, Reino Unido
1991 – Dublin, Irlanda
1992 – Madrid, Espanha
1993 – Antuérpia, Bélgica
1994 – Lisboa, Portugal
1995 – Luxemburgo, Luxemburgo
1996 – Copenhaga, Dinamarca
1997 – Thessaloniki, Grécia
1998 – Estocolmo, Suécia
1999 – Weimar, Alemanha

No ano de 1990, os Ministros da Cultura acordaram na criação de mais um evento: o do 'Mês Europeu da Cultura'[48], que teve início em 1992. Mas foi em 1999 que o Parlamento Europeu e o Conselho da União Europeia acordaram em fazer do esquema 'Cidade Europeia da Cultura' uma acção comunitária da UE. Só em 2004 foi oficializado o nome de 'Capital Europeia da Cultura', mas entretanto, já algumas das cidades acolhedoras do evento haviam feito uso da expressão.

A escolha de Glasgow, em 1990, demonstrou a alteração dos parâmetros para a escolha das cidades acolhedoras do evento[49]. Este deixava de ser exclusivo das grandes capitais europeias,

---

46. *The initial scheme of 'The European City of Culture' was initially not an EU Community Action but launched at inter-governmental level in 1985 by the Council of Ministers (Resolution 85/C153/O2), on the basis that Europe has been and remains the focus of rich and varied cultural activities, and that cities have played an important role in the creation and spread of Europe's cultures. The scheme was established at the suggestion of the Greek Minister of Culture at that time (Melina Mercouris), and was agreed by the Culture Ministers at an informal meeting. Melina Mercouris argued that "it was time for our (the Culture Ministers) voice to be heard as loud as that of the technocrats. Culture, art and creativity are not less important than technology, commerce and the economy". (...)*

ver *European Cities and Capitals of Culture, Part I - Study Prepared for the European Commission por* PALMER/RAE ASSOCIATES, BRUSSELS, Agosto 2004. p. 41

47. Op. Cit, p.41

48. *The scheme of European Cultural Months was launched in 1990. The title for the event in each designated city was "Europe in..... (the city)" and the date. In this report the terms 'ECM' and 'cultural month' refer to this scheme. If cities chose to do so, the event could last for longer than a month.*

Op. Cit.

(...) The designation of Glasgow (1990) was a turning point for the ambitions of ECOC in that the city set multiple aims with specific reference to cultural, economic and social goals. Almost all cities that followed have taken a similar approach, although the emphasis and priorities have altered from city to city. (...)

Op. Cit, p. 47





19. Bandeira da União Europeia
20. Logotipo de Glasgow 1990, Capital Europeia da Cultura

passando a incluir cidades de província ou cidades menos globalizadas, caracterizadoras dos potenciais da região e mesmo do país. Estas cidades sofriam ainda as consequências da desindustrialização, tal como Glasgow, fazendo com que esta acção tivesse um efeito totalmente regenerador, tanto ao nível físico, urbano e de infra-estruturas, como ao nível da população, devolvendo-lhe auto-confiança e motivação, impulsionando o desenvolvimento da economia regional, sobretudo na criação de empregos na área do turismo. Ao longo desta década, a imagem da Capital Europeia da Cultura veio alterar-se profundamente, deixando de ser um fim em si mesma, para passar a ser vista como o propulsor da regeneração das cidades, dos seus tecidos urbanos e das suas instituições, levando o seu nome ao mapa das grandes cidades globais, com um consumo cultural e turismo urbano elevado.

No contexto das celebrações do final do milénio que se faziam sentir à escala global, os responsáveis por esta acção decidiram simbolicamente, em 2000, nomear nove cidades como capitais europeias da cultura. A partir de então passaram a ser, normalmente, nomeadas duas cidades, que partilhariam o título de Capital Europeia da Cultura entre si, durante o mesmo ano. Foi neste contexto que a cidade do Porto partilhou este evento com Roterdão, na Holanda, em 2001[50]. Mas se por um lado esta partilha trazia resultados fracos ao nível da cooperação cultural, como a troca de ideias, projectos e pessoas, bem como a promoção conjunta de vários eventos; por outro, tornava mais concretas as diferenças entre as duas cidades escolhidas, a sua escala, o seu orçamento e os seus interesses e objectivos[51].

50.*(...) For the year 2000, nine cities were designated as European Cities of Culture, as a symbolic gesture to the millennium year. (...)The nine cities did form an international association, "The Association of European Cities of Culture and Cultural Months of the Year 2000 (AECC)". For 2001 two cultural cities and two cultural months were selected (Rotterdam/Porto and Basel/Riga). (...)*

op. cit., p.44

51.*There was some limited cooperation with Rotterdam Capital of Culture 2001 but respondents felt that Rotterdam was less interested in the collaboration than them.*

Ver European Cities and Capitals of Culture, Part II - Study Prepared for the European Commission por PALMER/RAE ASSOCIATES, BRUSSELS, Agosto 2004. p. 264

Although there were joint projects with Porto, such as Squatters (featuring art in unusual public spaces) official relations seem to have been uneasy. One respondent felt strongly that R2001 had made repeated efforts to engage with the organisers in Porto, but that there had been little response.

Op. cit. p.283





21. Logotipo da Porto 2001, Capital Europeia da Cultura
22. Logotipo de Roterdão 2001, Capital Europeia da Cultura

Passando agora a uma análise do caso da Porto 2001 convém novamente destacar uma década marcada pela queda do muro de Berlim e pela rectificação do Tratado de Maastricht, em que António Guterres, o então primeiro-ministro, tentou introduzir políticas públicas que situassem o país na estratégia geográfica global. Essas políticas apontavam agora para a requalificação do território, articulando políticas culturais com políticas urbanas, reconhecendo a importância da integração das cidades na rede global.

A cidade do Porto começou por ver o seu centro histórico parcialmente reconhecido como património UNESCO, em 1996, como resultado do esforço da autarquia na reconversão de vários dos seus espaços culturais, assim como a reabilitação do próprio centro histórico[52]. Mas foi em Maio de 1998, com Manuel Maria Carrilho, Ministro da Cultura no activo desde 1996, que o Porto conseguiu a sua nomeação como Capital Europeia da Cultura para 2001. Esta foi, sem dúvida, a acção mais mediática do mandato do Ministro da Cultura[53].

Durante a década de 1990, o Porto sentiu fortemente as consequências da desindustrialização. A cidade estava cada vez mais desgastada pela recessão pós-industrial e a população vivia um momento de estagnação e indiferença perante a situação decadente da sua urbe. Mas foi também durante esta década, num contexto de uma tensão local/global generalizada, que o modelo capitalista ganhou força, em paralelo com a globalização e se desenvolveu uma arquitectura progressivamente escultórica, que pretendia responder a uma nova sociedade hiper-consumista, que se vinha libertando das tensões ideológicas de outrora.

À imagem de outras cidades médias europeias, como a já referida Glasgow ou Barcelona, o Porto aproveitou as oportunidades que se acercaram para reverter estas tendências e passar então à dinamização e revitalização da cidade à medida que o novo século se aproximava, nomeadamente através da Porto 2001. Pretendia-se então reinventar, renovar e modernizar os tecidos urbanos, para que estes servissem agora como base ao sector terciário. A cidade viu

52. *(…)The motivation to get the title of Capital of Culture came from different sources. Porto feeling very much on the periphery of Europe wanted to assert itself and become recognized at the European level. The city gained confidence by becoming a UNESCO heritage site in 1996 and wanted to develop its cultural infrastructure. (…)*

ver European Cities and Capitals of Culture, Part II - Study Prepared for the European Commission por PALMER/RAE ASSOCIATES, BRUSSELS, Agosto 2004. p. 262

53. Ver *A Nova Maioria e a política cultural de Manuel Maria Carrilho* em *Arquitecturas da Cultura: Política, Debate e Espaço – Génese dos Grandes Equipamentos Culturais da Contemporaneidade Portuguesa*, Dissertação de Douturamento em Arquitectura por Nuno Alberto Leite Rodrigues Grande, orientada pelo Professor Doutor Mário Júlio Teixeira Krüger, DARQ/FCTUC, 2009. p.497-498

aqui a oportunidade para o lançamento da cidade nas redes culturais globais, propulsoras do turismo de massas e da economia em geral.





23. Museu Nacional de Arte Moderna, Fundação Serralves, exterior
24. Museu Nacional de Arte Moderna, Fundação Serralves, interior

Foi a jornalista Manuela Melo, a responsável pela Vereação da cultura durante 12 anos, desde 1989 até 2001. As suas primeiras acções consistiram na reabilitação do Teatro Tivoli, no centro da baixa portuense e na requalificação de bibliotecas e arquivos históricos, nomeadamente a Biblioteca Pública Municipal. Foram também lançados alguns novos projectos dinamizadores culturais, como por exemplo a Nova Biblioteca Almeida Garret ou mesmo o Arquivo Histórico Casa do Infante, na zona medieval da cidade: a Ribeira. Já o Estado ocupou-se da reabilitação do Cine-Teatro São João, obra do arquitecto emblemática Marques da Silva. Manuel Maria Carrilho, que centrou as suas atenções no Porto durante toda a sua acção governativa, decidiu ainda sediar na cidade o Instituto Português da Fotografia e apoiar um dos mais decisivos equipamentos culturais até à data: o então Museu Nacional de Arte Moderna, projecto gerido pela Fundação de Serralves e desenvolvido pelo arquitecto Álvaro Siza Vieira, cuja construção teve início em 1996. O Porto conseguiu assim, ao longo desta década, colocar-se ao mesmo nível das cidades médias europeias, tanto pelo seu património como pela oferta cultural. Mas se a Porto 2001 enaltecia a estreita relação entre o espaço público e o edificado, reflexo da longa evolução histórica da cidade, assim como a sua rede de equipamentos culturais, revelava também alguns novos projectos, tendo como exemplo Glasgow 90' e a intervenção no espaço urbano como acto cultural. Viu-se aqui, no ano de 2000, a oportunidade certa para o lançamento de várias frentes de obras públicas, já há muito desejadas e necessárias, envolvendo sobretudo o tecido urbano da baixa portuense. À imagem de Glasgow 90' e também da mais recente Expo 98' em Lisboa, aliava-se o carácter efémero e festivo do evento à reestruturação profunda da cidade. Nesse sentido, os objectivos da Porto 2001 pareciam claros: era essencial criar um efeito rede, tanto no seu programa cultural, como a nível físico, ligando os principais equipamentos culturais da cidade através de uma dinâmica urbana clara. Era também parte integrante desta acção revitalizar os espaços públicos, nomeadamente as praças tradicionais do Porto, interligadas sobretudo ao carácter festivo do evento e sua mediatização[54].

O evento foi gerido por uma entidade independente, a Porto 2001 SA, criada a 31 de Dezembro de 1998, tendo dado início às suas actividades a partir de 30 de Janeiro de 1999. O comissário

54. Ver *O Porto e a Criação Contemporânea: a caminho de 2001* em *Arquitecturas da Cultura: Política, Debate e Espaço – Génese dos Grandes Equipamentos Culturais da Contemporaneidade Portuguesa*, Dissertação de Douturamento em Arquitectura por Nuno Alberto Leite Rodrigues Grande, orientada pelo Professor Doutor Mário Júlio Teixeira Krüger, DARQ/FCTUC, 2009. p.514-518

geral designado foi Artur Santos Silva, banqueiro. O mesmo decidiu demitir-se em Novembro de 1999, sendo Teresa Lago a nova escolhida, professora universitária, ocupando o seu cargo ainda em Novembro de 1999 e, segundo o relatório preparado para a Comissão Europeia, *European Cities and Capitals of Culture – City Reports, Part II*, estas alterações tiveram reflexos negativos na organização da Capital da Cultura sobretudo por revelarem que esta sociedade anónima, dominada pelos poderes políticos, não representou integralmente os interesses da cultura e da comunidade durante o desenvolvimento das suas estratégias.

O apoio financeiro veio, sobretudo da parte do governo perfazendo um orçamento global de cerca de 226,5 milhões de Euros. Este orçamento serviu sobretudo a requalificação urbana e ambiental e a reabilitação ou construção de novos equipamentos, relegando para segundo plano a programação cultural do evento e outros projectos de carácter cultural. A Porto 2001, Capital Europeia da Cultura encerrou a 22 de Dezembro de 2001, contando com um total de 1,2 milhões de visitantes. Algumas das obras relacionadas com a Porto 2001 terminariam apenas em 2003, em maioria as que se encontravam ligadas à reorganização e reestruturação dos seus tecidos urbanos[55]. Este facto não impediu a dinamização em rede do evento, tal como esta havia sido idealizada, mas diminuiu, com certeza, o seu bom funcionamento. Apesar de estas obras proporcionarem um regresso em força à baixa portuense, como consequência do trabalho interdisciplinar efectuado, faltou o investimento na dinamização do comércio tradicional, bem como a essencial recuperação do edificado habitacional.

O maior legado deixado pela Porto 2001, Capital Europeia da Cultura foi, sem dúvida, o desenvolvimento das consideráveis infra-estruturas culturais e a reabilitação e renovação de edifícios e espaços urbanos, ainda que algumas apenas tenham sido terminadas após o ano cultural[56]. Revelou-se, no entanto, um interesse e apoio financeiro estatal decrescente, que se reflectiu numa quebra profunda a nível da programação cultural e consequente aproveitamento das infra-estruturas criadas[57].

---

55. Ver *O Porto e a Criação Contemporânea: a caminho de 2001* em *Arquitecturas da Cultura: Política, Debate e Espaço – Génese dos Grandes Equipamentos Culturais da Contemporaneidade Portuguesa*, Dissertação de Douturamento em Arquitectura por Nuno Alberto Leite Rodrigues Grande, orientada pelo Professor Doutor Mário Júlio Teixeira Krüger, DARQ/FCTUC, 2009. p.522-528

56. *(...)The most visible legacies of Porto 2001 are clearly the infrastructural developments that have taken place: the number of renovated buildings that now house important cultural institutions, the development of urban space and parks. (…)*

ver *European Cities and Capitals of Culture, Part II - Study Prepared for the European Commission* por PALMER/RAE ASSOCIATES, BRUSSELS, Agosto 2004. p. 266

57. *(…) Many respondents felt that the unexpected change of city government at the end of 2001 and the decreased cultural budgets both of the city and the state have had a negative impact on the sustainability of the cultural programme and the cultural dynamism of the city. Many respondents commented on the lack of political support towards the cultural sector especially in recent years. (…)*

op. cit.

1.3.2. Efeito Barcelona, Jogos Olímpicos de 1992 / Expo 98' Lisboa

Os Jogos Olímpicos tiveram origem na Antiga Grécia, em Olímpia, onde aconteciam a cada 4 anos. A História diz-nos ainda que os Jogos aconteceram pela primeira vez no século VIII a.C.[58] e pela última no século IV d.C..

O Comité Olímpico Internacional (IOC – International Olympic Committee), responsável pelo ressurgimento dos Jogos Olímpicos, foi fundado em 1894, aproximadamente 1500 anos após o seu término na Grécia, pela mão do aristocrata francês Pierre de Coubertin[59], num acto de revivalismo da época Clássica, plenamente enquadrado com a imagem e o estilo Neoclássico então em voga. Começaram também a ser sempre organizados, tal como anteriormente, a cada 4 anos, mas agora em cidades distintas que demonstrassem ter capacidades físicas e logísticas para os acolherem.

Os primeiros Jogos Olímpicos da era moderna tiveram, em 1896, em Atenas, o intuito de celebrar a Grécia como o local da sua origem[60]. Apesar dos muitos obstáculos e dificuldades que terão sucedido ao longo da organização e acontecimento deste evento, este foi considerado, já na altura, um verdadeiro sucesso. Os Jogos Olímpicos seguintes, em 1900[61], tiveram lugar em Paris e aconteceram em simultâneo com a Grande Exposição Universal, apenas regressando à Grécia passados já 108 anos, em 2004[62].

Desde os primeiros Jogos Olímpicos da era moderna, este evento evoluiu de forma exponencial em todas as dimensões que afecta e constitui hoje um dos eventos com maior ressonância a nível mundial, contando agora com a presença de 204 países[63].

---

58. *According to historical records, the first ancient Olympic Games can be traced back to 776 BC. They were dedicated to the Olympian gods and were staged on the ancient plains of Olympia. They continued for nearly 12 centuries, until Emperor Theodosius decreed in 393 A.D. that all such "pagan cults" be banned. (...)*

ver *http://www.olympic.org/ancient-olympic-games*
(consulta de Março de 2012)

59. *Beginning in 1890, Pierre de Coubertin worked actively on re-establishing the Olympic Games (OG). After a failure in 1892, he organised the International Athletics Congress in Paris, in 1894, after which the International Olympic Committee (IOC) was created and the OG re-established.*

Ver *Pierre de Coubertin - Overview of the content of the archives concerning his biography, mandates and activities from 1882 to 1999. Historical Archives, Olympic Studies Centre*, p.1
http://www.olympic.org/Assets/OSC%20Section/pdf/LRes_16E.pdf
(consulta de Março de 2012)

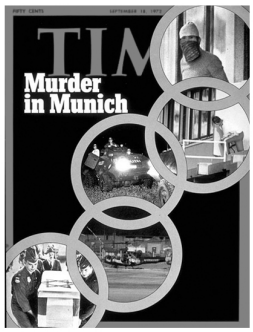
60. Ver *http://www.olympic.org/athens-1896-summer-olympics*
(consulta de Março de 2012)

61. Ver *http://www.olympic.org/paris-1900-summer-olympics*
(consulta de Março de 2012)

62. Ver *http://www.olympic.org/athens-2004-summer-olympics*
(consulta de Março de 2012)

63. Segundo informação recolhida no site oficial IOC, ver *http://www.olympic.org/national-olympic-committees*
(consulta de Março de 2012)





25. Logotipo dos JO de Verão de Munique, em 1972
26. Capa da revista america Times, relativa ao acontecimento terrorista ocorrido

Prova da proporção mediática e dimensão política deste evento é, por exemplo, o atentado terrorista ocorrido durante os Jogos Olímpicos de Verão em Munique, na Alemanha, em 1972[64]. Nada ilustra melhor a competição entre as grandes cidades que operam a um nível global do que o caminho percorrido pelas organizações durante a candidatura aos Jogos Olímpicos, apesar do historial de violência, corrupção e gastos extraordinários que fazem parte do legado da história moderna deste evento. A arquitectura assumiu um estatuto altíssimo, que é posto em prática anos antes, com um risco igualmente alto, o do prestígio. E é este prestígio que justifica todos os gastos, mesmo que o seu resultado seja um conjunto de infra-estruturas sem qualquer tipo de utilidade após o evento.

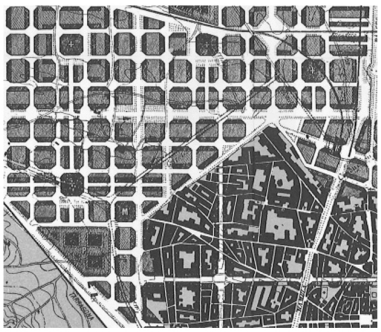
Los Angeles mostraram que era possível, afinal, ter um bom retorno do investimento aplicado se se recuperassem apenas as infra-estruturas já existentes, construísse o mínimo possível e se fizessem bons acordos com as cadeias televisivas acerca dos direitos de transmissão. Barcelona, anfitriã em 1992, veio, novamente, fazer a diferença em relação a todos os anteriores Jogos Olímpicos. Foi pioneira na utilização deste evento como ferramenta de renovação urbana. Muito mais do que um evento desportivo, os Jogos Olímpicos de Barcelona serviram para dar um importante salto face a questões tão importantes como as infra-estruturas, as comunicações e os transportes, para conseguir atingir cotas de competitividade que a sociedade requeria face ao aproximar do novo século. Esta foi a grandeza deste evento: o grande serviço que prestaram a Barcelona e à Catalunha.

Com esta celebração, Barcelona transformou em realidade a sua mais importante transformação urbana de todo o século XX. Desde o Plano Cerdà, de 1858[65], que a cidade não havia conseguido levar a cabo uma renovação e modernização do seu espaço urbano da magnitude e transcendência desta, em menos de 10 anos.

64. Segundo informação recolhida no site oficial IOC, ver *http://www.olympic.org/national-olympic-committees* (consulta de Março de 2012)

65. Os membros da equipa olímpica Israelita foram feitos reféns e, eventualmente assassinados por um grupo Palestiniano que se dava pelo nome de *Black September*. Um acontecimento que vinha mais uma vez dar voz à grave disputa entre a Palestina e Israel. Tal não veio, obviamente, ajudar a organização do evento a apagar memórias relativamente aos Jogos Olímpicos de Berlim, em 1936, explorados por Adolf Hitler, que os utilizou, acima de tudo, como meio de propaganda política em favor do seu regime ditatorial nazi.

66. Plano urbano de renovação e modernização, regra de geração da cidade desde 1859, levado a cabo por Ildefons Cerdà, apelidado de Plano Cerdà ou *Plan de Ensanche*.





27. Imagem do Plano de Cerdà, Barcelona, 1858
28.Logotipo dos JO de Verão de Barcelona, em 1992

A estratégia apresentou-se sobretudo pela recentralização económica, mas também através de três outras características específicas: a boa definição geográfica da cidade, entre uma cordilheira e o mar, definindo um grande espaço central; o grande centro moderno configurado pela força do Plano Cerdà; e a explosão periférica de Barcelona que se produziu de uma forma muito desarticulada durante os anos 60 e 70, com uma alta densidade e poucos serviços. Estas foram as principais características da estratégia da nova centralidade para Barcelona, que aproveitou as vantagens da cidade – vazios intersticiais de baixo uso – para dinamizar novas actividades centrais a periferias monofuncionais e serviços e espaços livres a sectores residenciais pouco estruturados[66].

O projecto olímpico surgiu em meados de 1980 e recebeu o seu principal impulso no princípio de 1981. Estes eram momentos difíceis e o projecto dos Jogos Olímpicos surgiu como uma forma de recuperar a esperança e a confiança da cidade e dos seus habitantes. A organização destes Jogos Olímpicos contou assim com uma grande intervenção do Estado fundamentada num amplo consenso político e social que comportava também a construção das infra-estruturas e serviços necessários para acolher de modo adequado o maior acontecimento desportivo mundial, bem como o enorme número de pessoas que o organiza e nele participa, para que a cidade pudesse integrar o selectivo grupo das cidades olímpicas.

Barcelona carecia, à data, de obras e intervenções por que outras cidades europeias haviam já passado aquando da transição entre uma época industrial e uma outra de carácter electrónico e informático que impulsionava a re-urbanização das cidades, a realização de novos edifícios e a resolução da problemática da migração. Estes trabalhos vinham há muito sendo reclamados, desde há 4 décadas, fruto do abandono da região por parte do anterior regime franquista.

A regeneração da cidade inspirou-se selectivamente em ideias do Neorracionalismo, mantendo tipologias urbanas tradicionais como a rua, a praça e o quarteirão, tendo sempre o cuidado de adaptar estes elementos às diversas realidades da vida contemporânea. Foram mais de 330 projectos que compreenderam diversas actuações que deveriam já ter sido confrontadas no passado, entre elas a recuperação da frente marítima de Barcelona, a melhoria da rede viária, a construção de um passeio marítimo e um porto desportivo, a regeneração de determinados espaços e áreas urbanas, a ampliação e renovação da rede de saneamento e a construção de

66.Ver *Proyectos olímpicos y estratégia urbanística* por Joan Busquets em *Barcelona Olímpica – La ciudad Renovada,* p.86-93

um centro de promoção económica e comercial. O projecto teve um investimento global de 926 milhões de pesetas, sendo que mais de 60% foram direccionados para os trabalhos acima referidos. Em novos equipamentos e espaços comerciais foram investidos 15,1% do total. Em equipamentos hoteleiros e outros serviços houve um investimento de 12,9% e, por último, em equipamentos desportivos, apenas 9,4%[67]. A descrição do investimento torna-se assim bastante clara quanto ao perfil do projecto Barcelona 92' que foi, com efeito, nada mais que uma operação de infra-estruturas e renovação urbana, a cargo da HOLSA (*Barcelona Holding Olympic SA*).Os jogos foram, sem dúvida, o pretexto para levar a cabo esta importante transformação urbana. Esta foi a grande virtude do projecto Barcelona 92': a habilidade para, com a cumplicidade dos Jogos Olímpicos, fazer acontecer tais alterações. Ao impulso inicial olímpico somou-se a vontade política de Barcelona, que encontrava, enfim, a desculpa para pôr em prática esta revolução urbana de proporções singulares. O projecto contou assim com a colaboração entre a Administração Central, a *Generalitat de Catalunya* e o *Ayuntamento de Barcelona*, e ainda uma destacada participação privada e uma crescente participação pública[68]. Mas o mais importante é que os Jogos deixaram uma aura positiva sobre a cidade, comparável a momentos que marcaram esta, tais como a queda das muralhas que a rodeavam ou os anteriores eventos internacionais decorridos. Barcelona soube, aproveitando o projecto, transformar-se e demonstrar a sua capacidade regenerativa, fazendo despertar as suas potencialidades e alcançando, finalmente, a posição de uma grande cidade enquanto cidade global, preparada para o novo milénio. O balanço deste grande esforço conseguiu assim oferecer à cidade condições para acolher a organização dos Jogos Olímpicos e, principalmente, qualidades urbanas à cidade enquanto cidade global. Os Jogos serviram assim para mostrar ao mundo que esta grande cidade era capaz de acolher tal evento e de integrar a rede global como uma cidade dinâmica e com grande potencial e competitividade[69].

Portugal não albergou nunca um evento como os Jogos Olímpicos, mas Lisboa tentou, sem dúvida, evitar um legado como o da Expo Sevilha'92 e seguir o bom exemplo da reinvenção urbanística de Barcelona, através da integração de um evento de massas nas políticas de renovação da cidade organizadora: a Expo'98. A exposição apresentava *a priori* dois objectivos principais: a organização de um grande evento de escala global totalmente efémero e a criação de um novo centro urbano numa antiga zona industrial da cidade de Lisboa[70]. O jornalista e

---

67. *(...) el proyecto Barcelona '92 supone una inversión global estimada, de 926 mil millones de pesetas. (...) que suman más de 563 mil millones de pesetas e representam el 60,8% del total. Le siguen en importância la inversión en viviendas, oficinas y locales con sus correspondientes equipamientos, que suman en torno a 139 mil millones de pesetas un 15,1 por ciento del total. (...) A la inversión en equipamientos hoteleros y servicios – 12,9 por ciento –, e instalaciones y equipamientos deportivos – 9,4 por ciento –. (...)*

Santiago Roldán em *El proyecto Barcelona '92: los Juegos Olímpicos como excusa* em *Barcelona Olímpica – La ciudad Renovada*, p.23-24

68. Op.Cit. p.23-27

69. ver *La Ciudad Renovada* por Pascual Maragall em *Barcelona Olímpica – La ciudad Renovada*. p.17-18

70. *(...) Considérant les principaux aspects du projet global de l'Expo'98, qui impliquaient une complete articulation de la réalisation de l'Exposition de l'Exposition avec la réhabilitation urbaine, il est facile de comprendre que, en termes conceptuels, projeter le Site de l'Expo'98, dans la double perspective de (1) un lieu pour un grand événement totalement éphémère et (2) un futur centre urbain métropolitain, le coeur d'un nouveau quartier de Lisbonne, a étéun des principaux défis qui sont posés aux architectes. (…)*

Extracto de relatório *Lisbon1998FR* para o BIE sobre a Expo'98
Ver *http://www.bie-paris.org/site/en/library-a-publications/document-library/cat_view/100-expo-documents.html*





29. Pavilhão de Portugal, representando Portugal na EXPO'98, pelo arquitecto Álvaro Siza Vieira
30. Oceanário da EXPO'98, pelo arquitecto Peter Chermayeff

e escritor António Mega Ferreira, foi quem liderou a candidatura da cidade ao BIE (*Bureau Internationale des Expositions*), ainda que num sentido mais global, em torno dos mesmos mares e oceanos, mas tendo antes em vista o futuro destes e a sua preservação enquanto 'património para o futuro', para além do enfoque sobre os descobrimentos portugueses, representado de forma marcante através do Pavilhão de Portugal pelo arquitecto Álvaro Siza Vieira. Neste pequeno mundo de cerca de 70 hectares de criação e desenvolvimento de desenho urbano, expressão arquitectónica e diversidade programática junto ao Tejo[71], destacaram-se algumas infra-estruturas tais como o já referido Pavilhão de Portugal, por Álvaro Siza Vieira; o Oceanário de Peter Chermayeff; o Pavilhão do Conhecimento e dos Mares, por João Luís Carrilho da Graça, a Torre Vasco da Gama, pelo escritório internacional SOM (*Skidmore Owings and Merrill*); o Pavilhão Atlântico, de Regino Cruz; e o Teatro Camões, de Manuel Salgado/Risco. Todos estes edifícios icónicos assinados por arquitectos-estrela integravam vastas zonas de lazer e descanso, com espaços públicos cuidados, uma espécie de novidade em Portugal[72]. A exposição inaugurou a 22 de Maio de 1998 e teve mais de 10 milhões de visitantes, maioritariamente portugueses, tornando-se na imagem de um Portugal integrado no novo contexto europeu. O seu encerramento deu-se a 30 de Setembro de 1998, e imediatamente, o projecto deu origem ao *Programa Polis*, estendido agora a outras cidades nacionais. O objectivo primário de estabelecer uma nova centralidade na zona oriental de Lisboa acabou por ficar aquém das expectativas, sobretudo porque esta área não criou relações de interdependência com a sua envolvente mais próxima, tornando-se numa espécie de ilha, facto ainda mais agravado pelo adiamento das suas ligações físicas, ainda que se tenha desenvolvido o alcance do metropolitano e se tenha construído a Ponte Vasco da Gama e a Estação do Oriente, desenhada por Santiago Calatrava[73]. Lisboa e, numa escala mais ampla, Portugal, certamente

71. *(...) Le Site de l'Expo'98, qui a en définitive dépassé 70 hectares, se situe au coeur de la ZA, qui continue d'être l'objet d'une grande opération de rénovation urbaine. (…)*

Extracto do relatório *Lisbon1998FR* para o BIE sobre a Expo'98, op. Cit.

72. Ver Os Projectos da Exposição Mundial de Lisboa em Lisbon World Expo 98 . Projects por Michel Toussaint, p.59-70

73. *(...) le Site de l'Exposition deviendra un des principaux centres de la zone orientale de Lisbonne et le noyau d'un quartier important. Dans le projet global de l'Expo'98, comme on l'a déjà vu, on prétend créer, dans l'ensemble de la ville et de sa zone métropolitaine, des changements significatifs dans les accessibilités, dans la récupération environnementale et dans la localisation d'équipements structurants, ce qui est en train de donner lieu à un processus très approfondi des relations urbaines, qui provoque des relocalisations d'activité, la récupération d'anciennes zones dégradées et, en conséquence, des variations significatives dans le prix des terrains, une preuve indiscutable de la revalorisation de l'ancienne zone pauvre de Lisbonne. (…)*

Extracto de relatório *Lisbon1998FR* para o BIE sobre a Expo'98, op. Cit.

beneficiaram com a organização deste evento, como de outros – Lisboa 94' e Porto 2001 – mas tiveram também de lidar com algumas consequências menos positivas que os mesmos trouxeram.

1.3.3. Efeito Bilbau (Museu Guggenheim, Bilbau)/ Casa da Música (Porto 2001)

Foi em 1997 que o Museu Guggenheim inaugurou a sua primeira sede europeia em Bilbau, fruto de uma *joint venture* entre o arquitecto Frank Gehry e o seu director Thomas Krens[74] que havia começado há já 6 anos, em 1991[75]. Assim se mostrava a vontade por parte da Fundação Guggenheim em tornar-se parte integrante das lógicas da globalização cultural e financeira, tirando partido do clima político calmo e positivo instalado na Europa de então, a seguir à queda do Muro de Berlim e ao final da Guerra Fria. Foi, claramente, um caso de socorro mútuo entre uma sociedade que procurava a sua 'Ópera de Sydney' e uma organização que queria encontrar a forma mais espectacular de integrar a rede cultural global numa Europa que se museificava a passos cada vez mais largos.

Bilbau foi a primeira cidade espanhola onde trabalharam arquitectos estrangeiros e onde se verificou o milagre arquitectónico onde um edifício como o Guggenheim foi o factor responsável por toda uma reconversão da urbe. A partir desse momento Espanha tornou-se o cenário perfeito de numerosas operações do mesmo tipo, tais como a de Santiago Calatrava em Valência, Peter Eisenman em Santiago de Compostela ou Zaha Hadid em Zaragoza. O efeito destes edifícios, mas sobretudo do Museu Guggenheim teve uma repercussão mundial, tanto de admiração como de assombro.





31. Cidade das Artes e das Ciências, por Peter Eisenman, em Santiago de Compostela
32. Edifício-ponte, por Zaha Hadid, em Zaragoza

74. *(...) hubo que esperar hasta 1997 para escuchar en España el estruendoso pistoletazo de salida de la nueva competición. Fue entonces cuando Bilbao, (...) en recesión posindustrial y azotada por el terrorismo, inauguro su sede del Museo Guggenheim y logro reinventarse. (...) un país rico pero al filo de la desesperación y un arquitecto innovador como Frank Gehry (...) cantaron um memorable bingo. El produto de su joint venture, impulsada por Thomas Krens, (...) fue aplaudido en todo el mundo. (...)*

Llàtzer Moix em *Arquitectura Milagrosa – Hazañas de los arquitectos estrella en la España del Guggenheim*, p. 16

75. *Fue entonces, en 1991, cuando se produjo – o, mejor dicho, cuando cristalizó – la feliz coincidência. La necessidad que tenía Bilbao de dotarse de un foco de atracción cultural coincidió con la desesperada búsqueda, por parte de la Fundación Guggenheim, de una sede europea que le permitiera llevar adelante su politica de expansión internacional. (...)*

Llàtzer Moix, op.cit. p.27

Ao longo das últimas décadas a cidade tinha-se tornado numa ruína, consequência da forte desindustrialização que se fazia sentir, tanto em termos industriais, como económicos, sociais, fluviais e ecológicos. Era uma sociedade deprimida e imobilizada pelo fracasso de todas as frentes em que havia investido. Com o aproximar do novo século Bilbau decidiu finalmente apostar na renovação e modernização do seu tecido industrial e combiná-lo com a com o sector terciário, sobretudo na área do Turismo[76]. Nasceu assim, em 1989, o projecto Bilbau Ria 2000, anunciando a reconversão das frentes do delta do rio Nervión, através da eliminação dos estaleiros industriais e navais existentes nas suas margens e a reestruturação das acessibilidades, através da implantação de uma nova linha de metropolitano, desenhada por Norman Foster, uma nova estação ferroviária central atribuída a James Stirling e Michael Wilford, e um novo terminal aeroportuário da responsabilidade de Santiago Calatrava. Associavam-se assim os starchitects à reestruturação infra-estrutural da cidade, bem como à criação de um novo pólo cultural na cidade, de impacto global[77]. O edifício do Guggenheim não foi a origem, mas sim a peça central que se veio encaixar num esquema prévio, convertendo-o num plano ainda mais complexo. Este plano visava sobretudo a reconversão da frente de rio e das antigas áreas industriais em zonas de oportunidade, atendendo às necessidades de habitação, indústria e equipamentos da cidade.

O Guggenheim foi a folha de rosto, o propulsor deste enorme investimento em cultura e know how e a escolha de Frank Gehry como arquitecto responsável pelo Museu Guggenheim não foi, feita ao acaso. Aos olhos dos responsáveis pela sua escolha, nenhum outro arquitecto poderia materializar a sensação de sedução que pretendiam transmitir[78].

Inaugurado em Outubro de 1997, o Guggenheim tornou-se automaticamente na imagem de marca da fundação, agora reinventada e pronta para a chegada do novo milénio. Revelou-se também na principal referência pública e crítica à mestria de Frank Gehry. Para a cidade, o investimento traduziu-se no aumento exponencial do sector terciário, sobretudo da actividade

76. *(...) Esta ciudad tiene poco que ver con la que hace veinte o treinta años sobrevivia en penoso estado. (...) Bilbao era una ruína, tanto em términos industriales como económicos, sociales, fluviales y ecológicos. La ciudad vivía de espaldas a la ría, que estaba ocupada por las actividades portuárias o relacionadas con la industria pesada, a un paso de la obsolescência. (...) la sociedad bilbaína, paralizada por un fracasso multissistémico, baqueteada por el terrorismo, la reconversión industrial (...) y abocada al desánimo colectivo. (...) Siendo el turismo uno de los nichos clãsicos de la economía de servicios, y careciendo de playa, nieve o grandes eventos deportivos, Bilbao decidió reorientarse hacia el turismo cultural. (...)*

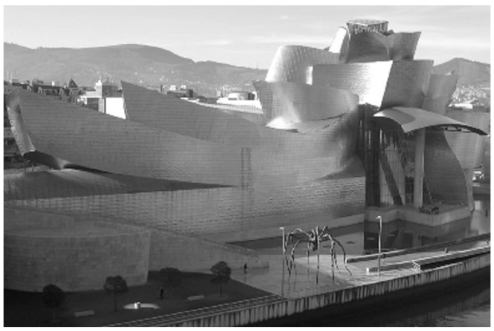
Llàtzer Moix, op.cit. p.26-27

77. Ver *A expansão do "museu-marca": entre o "efeito Bilbau" e a "Londres do Milénio"* em *Arquitecturas da Cultura: Política, Debate e Espaço – Génese dos Grandes Equipamentos Culturais da Contemporaneidade Portuguesa*, Dissertação de Douturamento em Arquitectura por Nuno Alberto Leite Rodrigues Grande, orientada pelo Professor Doutor Mário Júlio Teixeira Krüger, DARQ/FAUP, 2009. p.479

78. *(...) Fue un caso de socorro mutuo entre una sociedad que buscaba su Ópera de Sidney – según afirma Gehry, "eso fuel o que me pidieron, textualmente: 'queremos un edifício que haga por Bilbao lo que hizo el de la ópera de Jørn Utzon por Sidney'"*

Llàtzer Moix citando Frank Gehry em *Arquitectura Milagrosa – Hazañas de los arquitectos estrella en la España del Guggenheim*, p. 28





33. Museu Guggenheim em Bilbau, pelo arquitecto Frank Gehry
34. Casa da Música no Porto, pelo arquitecto Rem Koolhaas, OMA/AMO

turística local, com um acréscimo de 2 milhões de turistas, entre 1997 e 2000, 87% dos quais vindos de fora do País Basco[79]. A chamada *Campa de los Ingleses*, que em tempos havia sido o núcleo da velha indústria a partir do qual Bilbau se relacionava com o mundo, voltava agora a desempenhar as mesmas funções, graças ao museu aí implantado, novo reflexo da identidade terciária da cidade. Um êxito como o Guggenheim requer uma localização e um *timing* perfeito. Para que funcione bem, mais do que arquitectura de qualidade, é necessário o acordo sobre o conteúdo do novo equipamento e sobre a função que este deve cumprir para contribuir no desenvolvimento colectivo.

Para a Porto 2001, o grande projecto de raiz foi, por desígnio do município e do governo, a Casa da Música. Um edifício completamente distinto da homogeneidade do centro histórico do Porto que, tal como o Guggenheim em Bilbau, deveria oferecer interacção e pluralidade funcional a esta área mais recente da cidade. Este tornar-se-ia então, no símbolo político da Porto 2001, por reunir em si todas as qualidades que o evento queria materializar[80]. Ainda que o objectivo principal deste edifício fosse proporcionar uma marca arquitectónica a nível global, o seu programa vinha a ser desenvolvido de acordo com as necessidades locais. Aliava-se a aposta na tradição do ensino da escola de música do Porto com a nova casa da Orquestra Sinfónica do Porto, sugerindo a vontade de estimular, na cidade, a criação e expressão musical contemporânea, tanto nacional como internacional.

Foi organizado um concurso internacional, cujo projecto vencedor, pertencente ao *starchitect* Rem Koolhaas e ao seu escritório OMA/AMO foi apresentado no Verão de 1999. Rem Koolhaas foi, por sinal, agraciado com o prémio *Pritzker* no ano seguinte (2000). O edifício tornou-se automaticamente na imagem da Porto 2001, pelo poder icónico da sua geometria poliédrica.

A cidade passou a contar com dois novos auditórios, um com 1400 lugares, outro com 600. A solução tipológica não foi, certamente, a mais usual, mas demonstrou ser eficaz tanto nos

79.Ver Llàtzer Moix em Arquitectura Milagrosa – Hazañas de los arquitectos estrella en la España del Guggenheim, p. 30-31

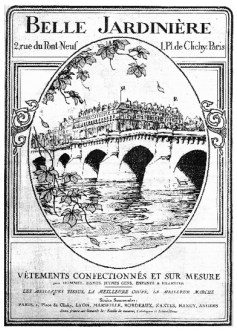
80.*(...)The Casa da Musica, although not yet open and the subject of much debate, promises to be an important architectural landmark in Porto. It will be one of the most important cultural venues alongside the Serralves Museum that opened in 1999. (...)*

ver *European Cities and Capitals of Culture, Part II - Study Prepared for the European Commission* por PALMER/RAE ASSOCIATES, BRUSSELS, Agosto 2004. p. 266

resultados acústicos obtidos, como na dinamização de diversas actividades no interior e exterior do edifício. Serviram como factor atractivo as escadarias, galerias, *foyers*, bares e restaurante, reforçando assim a ideia de uma nova centralidade na cidade.

O Porto estava, agora sim, a par das suas congéneres europeias. Era uma '*cidade ocasional*' e tinha o seu edifício ícone assinado por um arquitecto de renome do *star system*. Se Bilbau tinha tido como ponto de partida para uma grande reconversão urbana o Guggenheim de Frank Gehry, o Porto tinha agora o mote para dar início à sua transformação, com a Casa da Música de Rem Koolhaas.

DOIS . **Edifício-Consumo**





35. La Belle Jardinière, grande armazém parisiense
36. Bon Marché, grande armazém parisiense

DOIS . **Edifício-Consumo**

2.1. SÉCULO XIX – OS GRANDES ARMAZÉNS

É necessário compreender que a origem dos grandes armazéns não foi mais que o resultado de toda uma conjuntura bastante singular. Para tal, torna-se indispensável relembrar a Revolução Francesa como um conflito social e económico entre classes privilegiadas e não privilegiadas, rastilho de toda uma alteração do sistema de classes que havia vigorado na Europa durante séculos. A Burguesia consolidava cada vez mais o seu poder económico e a sociedade francesa exigia que o país se modernizasse, apesar do entrave absolutista. A classe burguesa acabou por se tornar no motor da revolução, que resultou na abolição do regime senhorial e feudal, partindo para uma sociedade de livre concorrência e de democracia representativa sustentada pela produção industrial. Tudo isto se revelou como o ponto de partida para a iniciativa privada e a especulação imobiliária em Paris, dadas as novas necessidades do comércio e indústria e novos hábitos de interacção social entre indivíduos livres e iguais.

Mas a grande alteração que ocorreu em Paris, ainda na primeira metade do século, foi o plano urbano levado a cabo por Haussmann, cujo objectivo primário seria defender a cidade de uma guerra civil. Este plano pretendia impossibilitar a construção de barricadas na cidade, tornando as ruas mais amplas e criando novas ruas que permitissem um acesso mais rápido a diferentes áreas da cidade. Todas estas alterações profundas desenvolvidas no tecido orgânico da antiga cidade levaram a que os seus habitantes não se sentissem familiarizados, durante os primeiros anos, com a 'nova cidade', que havia agora tomado um carácter impessoal bastante próprio que hoje consideramos como metrópole. Esta situação levou à procura de novas soluções urbanas que favorecessem novas formas de interacção entre a população. Tal procura, acompanhada das inovações tecnológicas que a Revolução Industrial, representou, referindo Bertrand Lemoine:

"(...) um impacto profundo no desenvolvimento da arquitectura desse período. A introdução do ferro e aço, revendo radicalmente os métodos construtivos e abrindo novas possibilidades estéticas, revitalizou o design e provocou um debate e discussão apaixonada entre arquitectos que procuravam uma nova linguagem para expressar as ambições culturais e sociais do século."[81]

81.Bertrand Lemoine – A*rchitecture in France: 1800-1900.* Nova Iorque: Harry N. Abrams, Inc., 1998, p. 2.

A arquitectura de comércio veio claramente explorar as novas tendências e possibilidades de se expandir através dos novos métodos construtivos e dos novos materiais. Ainda segundo Lemoine, assim se conseguiram:

"(...) pisos mais amplos, maiores aberturas para portas ou janelas e tectos de vidro transparentes. A loja tradicional foi transformada, os seus espaços interiores expandidos, e as suas janelas alargadas. Áreas maiores de pisos comerciais puderam ser implantadas em novas estruturas, onde as paredes de alvenarias, as divisórias e os pilares foram substituídos por pilares e vigas de ferro fundido. Embora seja difícil datar a primeira instalação de uma superfície comercial numa estrutura de ferro isso aconteceu provavelmente nos finais da década de 1830."[82]

O primeiro apontamento de todos os grandes impérios comerciais surgiu em Paris, em 1824, com o nome de *La Belle Jardinière*. Mas foi entre 1850 e 1860, com a introdução dos eléctricos de tracção animal que a cidade sentiu uma grande evolução económica. O fundador dos grandes armazéns modernos foi Aristide Boucicaut, através da ampliação de uma pequena loja de retrosaria a que, em 1852 havia chamado de *Le Bon Marché*[83] e da introdução de novas modalidades de venda. Tal ampliação foi fruto da prosperidade que se deveu, sobretudo, a uma conjuntura de valorização do comércio têxtil. O maior dos grand magasins parisienses, veio assim materializar, pela primeira vez a relação entre a economia de mercado e a cultura de consumo, com base na circulação intensa de mercadorias. O grande armazém parisiense revelou-se o primeiro espaço físico de tais dimensões inteiramente dedicado ao consumo de massas, com a presença de vendedores em cada sector e preços fixos.

Esta entidade veio alterar por completo a paisagem comercial parisiense, sobretudo pela enorme quantidade e variedade de produtos que se exibiam num único espaço que deslumbrava facilmente os seus clientes habituados às pequenas lojas, com uma oferta bastante limitada. Os preços fixos foram também uma grande novidade, alterando as relações sociais e acção própria do regateio, substituída pela simples observação dos produtos, tornando o comprador num espectador passivo.

A este armazém seguiram-se outros que o tomaram como exemplo, tais como o *Printemps*[84], em 1865 e o *La Samaritaine*[85], em 1869, que vieram, acima de tudo, educar os consumidores a adquirir produtos fabricados em série.

82. Bertrand Lemoine – op. cit., p.154-155

83. Ver dados históricos sobre a origem e evolução da loja em
http://www.lebonmarche.com/#tout-sur-le-bon-marche/en-GB/decouvrir/histoire
(consulta de Maio de 2012)

84. Ver dados históricos sobre a origem e evolução da loja em
http://departmentstoreparis.printemps.com/core_values/history/en/pages/index.aspx
(consulta de Maio de 2012)

85. Ver dados históricos sobre a origem e evolução da loja em
http://www.lasamaritaine.com/
(consulta de Abril de 2012)

2.2 DO ESTADO-PROVIDÊNCIA AO NEO-LIBERALISMO

2.2.1. O Neo-Liberalismo e Democratização do Consumo - hiperconsumismo

No virar do século XVIII para o século XIX, com o gradual aumento da capacidade técnica e da qualidade dos materiais aplicados, os ambientes espaciais foram-se tornando mais ricos e complexos. O potencial dos espaços interiores foi incrementado em função de uma nova dinâmica. O invólucro arquitectónico tornava-se, agora, permeável aos raios de sol. Como refere J. F. Geist:

"ao longo do século XIX, a iluminação zenital através do vidro atingiu dimensões incríveis. Tornou-se um elemento indispensável em quase todos os edifícios, separou os espaços interiores do mundo exterior e transformou a atmosfera do espaço. (...) A Natureza foi substituída pela ambiência artificial do «Oriente interior» (...)" [86]

Mas foi depois da II Guerra Mundial que a economia consumista florescente gerou uma prosperidade nunca antes vivida, sobretudo nos Estados Unidos da América, a terra que prometia a realização de todos os sonhos. O sucesso das grandes lojas devia-se, entre outros factores, à novidade da semana de trabalho normalizada, que deixava aos trabalhadores do proletariado mais tempo livre para novas actividades de ócio e lazer. Com o desenvolvimento crescente dos subúrbios, resultado do uso cada vez mais intenso do automóvel, as grandes lojas dos centros urbanos começaram a perder alguma da sua importância, ao mesmo tempo que a evolução das vias de comunicação geravam uma demanda por serviços comerciais nas áreas recentemente desenvolvidas. A solução encontrada então pelas grandes lojas dos centros das cidades foi simples: passar à construção das suas sucursais suburbanas, enquanto algumas das lojas mais centrais encontraram a sua saída no mercado turístico. Os consumidores americanos viram aqui o início das grandes alterações dos seus hábitos consumistas.

O passo seguinte deu início à construção de elegantes centros comerciais nos subúrbios de classe alta, iniciativa de promotores privados que encontraram inspiração em exemplos já mais antigos, que se opunham sobretudo a gastos desnecessários com decoração, promovendo essencialmente uma oferta abundante de lugares de estacionamento. Por volta da década de 50, as diferentes tipologias de centros comerciais acabaram por se fundir numa única forma, o centro comercial regional, uma visão aproximada do conceito de centro comercial que hoje conhecemos.

Durante o período de expansão dos centros comerciais, as alterações económicas e sociais transformaram significativamente as características do mercado de consumo. A partir de 1970 tornou-se evidente que o sistema económico e social do pós-guerra, baseado na produção e consumo massificados, vinha perdendo o seu sentido. Surgiram então formas de produção mais flexíveis que potenciavam a circulação rápida de produtos para responder com grande rapidez às necessidades e gostos em alteração constante do mercado de consumo. Mas os centros comerciais não foram apenas a resposta às condicionantes do mercado sempre em mudança. Eles converteram-se em trunfos na crescente competitividade entre as cidades em vias de

86.J.F. Geist em *Le Passage: Un Type Architectural du XIXe Siècle*. Bruxelas: Pierre Mardaga, 1989, p. 62

desenvolvimento, bem como das suas regiões. Tomemos, mais uma vez, Londres e Paris como exemplo. Londres e o *Great London Council* criou um centro comercial e de ócio em *Convent Garden*, concebido como um plano de revitalização urbana mais amplo. Já Paris, envolvida numa batalha política em torno da substituição do demolido mercado de *Les Halles*, resolveu-se também pela construção de um centro comercial com o mesmo nome, imagem da modernidade que o Estado Francês decidiu adoptar como forma de distinção[87]. A construção deste centro comercial foi o primeiro passo para a reorganização de todo o distrito, que agora se encontra no centro de uma rede regional de transportes.

Foi também na década de 70, com o filósofo francês Gilles Lipovetsky[88], que surgiu o termo 'Hipermodernidade'. Lipovetsky acreditava que o termo Pós-Moderno estava já ultrapassado e era incapaz de materializar realidades como o liberalismo globalizado, a mercantilização do modo de vida e uma crescente atenção à individualidade. Este período de tempo, segundo o filósofo, caracterizava-se pelo movimento constante onde as alterações ocorrem a um ritmo frenético, por uma cultura de excessos, pelo efémero, e por qualidades como a flexibilidade e a fluidez. O 'hiperconsumo' não foi mais do que a evolução natural dos hábitos consumistas de uma sociedade que evoluiu de forma transversal envolta por um mundo globalizado que democratizou e apelou ao consumo entre qualquer uma das diferentes classes sociais de então concretizando e capitalizando o desenvolvimento de conceitos como o de grande armazém e centro comercial.

À medida que todas as esferas da nossa vida se tornam um 'produto' – cultura, ócio, sexo, política, morte – o consumo constrói de forma cada vez mais poderosa a perspectiva que temos sobre o mundo. William Leiss, promotor privado assinalou que o melhor indicador de consciência social é o *Index of Consumer Sentiment*, que reflecte o optimismo acerca da conjuntura actual mundial através da vontade de consumir do indivíduo, e por consequência, da sociedade[89]. A escolha que cada indivíduo faz acerca dos produtos que adquire determina o seu estilo de vida e oferecem uma informação muito clara sobre o seu nível de vida, o que acaba por evidenciar a distinção entre classes. A identidade do indivíduo depende assim da habilidade própria de cada um para construir uma imagem coerente através da selecção de um conjunto de produtos que torne a sua imagem inconfundível. O consumo tornou-se o caminho mais fácil para alcançar uma solução rápida, ainda que temporária, acerca da questão da identidade e da integridade pessoal, determinada socialmente pela combinação entre os aspectos materiais e simbólicos.

87.Ver *El hiperconsumo: especialización y proliferación* em *El mundo en um centro comercia*l, por Margaret Crawford em *Variaciones sobre um parque temático – La nueva ciudad americana y el fin del espacio público* (Ed. Michael Sorkin). p.37-41

88.Ver entrevista de Gilles Lipovetsky ao jornal brasileiro Extra Classe em Dezembro de 1999 em *http://www.sinpro-rs.org.br/extra/dez_99/entrevista.asp* (consulta de Maio de 2012)

89. Ver *La Utopia del Consumo* em *El mundo en um centro comercial*, por Margaret Crawford em *Variaciones sobre um parque temático – La nueva ciudad americana y el fin del espacio público* (Ed. Michael Sorkin). p.23-26

2.2.2. A “nova cidade” e o centro comercial – “parque temático”

A intensa evolução tecnológica das últimas décadas foi responsável pela introdução de uma série de novos produtos que são hoje indispensáveis na vida quotidiana de qualquer indivíduo, independentemente da sua localização geográfica. Electrodomésticos, telefones, telemóveis,computadores, tablets, cartões de crédito e todas as demais ferramentas artificiais e complementares ao nosso dia a dia foram a base para a emergência da “nova cidade”, tal como Michael Sorkin refere no livro por si editado, *Variaciones sobre un parque temático – La nueva ciudad americana y el fin del espacio público*. Esta é uma cidade informacional a partir da qual desenvolvemos uma atitude e percepção temporal novas, resultado de um sentido de urbanidade que não tem associado a ela qualquer conceito de lugar ou condicionante geográfica e cultural. Liberta dos centros e dos limites de outrora por acção dos avanços das comunicações e da mobilidade, bem como da evolução do modelo de sociedade consumidora, a ‘nova cidade’ apresenta uma uniformidade nunca antes vista, ainda que a sua multiplicidade seja indefinidamente superior à da cidade de outrora.

A ‘nova cidade’ elimina as particularidades genuínas da cidade em prol do desenvolvimento de um campo contínuo, uma rede com um alcance conceptual infinito. Todo este processo tem um grande impacto visual que, nos anos 50 e 60 foi primeiramente reconhecido através dos conceitos como ‘dispersão urbana’ e ‘megalópolis’, passando depois pelo desenvolvimento de cidades suburbanas nas metrópoles já existentes. Formava-se assim um território vasto e indiferenciado onde os centros comerciais floresciam como um meio culturizador, no seio de uma rede de não-lugares urbanos que oferecia todas as funções de uma urbe, enquanto renunciava à dimensão formal e social que vitaliza a cidade. A ‘nova cidade’ é a concretização da dimensão imaterial do capital. O que falta a esta cidade não são os edifícios nem um lugar em particular, são os espaços intermédios, as ligações que dão sentido à forma e lugar às relações sociais.

A cidade contemporânea apresenta três características principais[90]. A primeira, à qual já foi feita referência é a falta do estabelecimento de uma relação com a geografia física, local e cultural. A concretização do capital exige a redução do intimismo próprio das cidades tradicionais, substituindo as suas comuns anomalias e os seus encantos a uma especificidade universal que responde a uma cultura de massas uniforme, acabando por sacrificar a cidade como espaço para a comunidade e para a democracia. A segunda característica relaciona-se com o desenvolvimento de uma obsessão pela questão da ‘segurança’ e pelo grau crescente de manipulação e vigilância sobre os cidadãos, dando espaço à proliferação de novas formas de segregação. Por último, a cidade surge como o lugar para as simulações, tal como um parque temático. Onde melhor se verifica este aspecto é na proliferação de edifícios que apresentam uma imagem retirada da História como método de confirmação da sua autoridade. Esta arquitectura não é mais que uma arquitectura de decepção que através de uma falsa familiaridade nos distancia da realidade fundamental. São edifícios para um parque temático, para uma cidade genérica que representa uma modernidade também genérica, pretendendo nada mais que o entretenimento dos seus cidadãos enquanto, simultaneamente, elimina a capacidade natural que estes têm para actuar, tanto a nível individual como em sociedade.

90.Ver I*ntroducción: variaciones sobre un parque temático,* por Michael Sorkin, em V*ariaciones sobre um parque temático – La nueva ciudad americana y el fin del espacio público* (Ed. Michael Sorkin). p. 9-14

Assim – através de parques temáticos, centros comerciais, condomínios privados e centros empresariais, entre outros – cria-se uma cidade privatizada e segregadora, dissimuladora nas suas ligações que, ao desenvolver-se, reduz os cenários tradicionais da cidade, apropriando-se deles e ignorando propositadamente o seu papel, passando a considerá-los como acontecimentos obsoletos nas novas intercepções da cidade global.

É neste contexto que continua a prosperar, na cidade, a maior das simulações: o centro comercial. É a simulação da própria cidade. Este 'parque temático' revela todas as condições necessárias para a resposta a uma sociedade com padrões de comportamento hiperconsumista, oferecendo uma visão positivista e civilizada do hedonismo, atraindo os compradores para um lugar sem a incomodativa presença dos pobres, do crime, da sujidade e do trabalho. As regras para o bom funcionamento de um centro comercial surgiram entre 1960 e 1980, quando o programa básico do centro comercial começou a ser sistematizado e copiado repetidamente, apropriando-se dos campos dos subúrbios, criando uma nova paisagem de consumo. Este processo de implantação de centros comerciais nos EUA foi um processo que durou cerca de vinte anos e foi o reflexo da demanda de um número mínimo de consumidores potenciais e da vontade de capitalização dos promotores privados.

O *West Edmonton Mall*[91], no Canadá, era em 1992, o maior centro comercial do mundo, com uma superfície de 483.000 m^2. Foi o primeiro megacentro comercial do mundo e é duas vezes maior que o maior centro comercial dos EUA, o Centro Comercial Del Amo, em Los Angeles, com apenas 280.000 m^2. Os primeiros reflexos destas mega-estruturas em Portugal foram o *Centro Comercial Colombo*[92] e o *NorteShopping*[93], os dois fruto da iniciativa privada da Sonae Sierra. O *Centro Comercial Colombo*, em Carnide, Lisboa, inaugurado em Setembro de 1997, tem uma área de 119.725 m2.. O *NorteShopping em Matosinhos*, no Porto, inaugurado em Outubro de 1998 tem uma área de 73.275 m^2.

Concentrados em atingir um êxito regular, os promotores privados dedicaram-se à exploração de técnicas de marketing e fórmulas de premeditação. O resultado mais aprofundado, advindo dessa dedicação foi, sem dúvida, segundo Margaret Crawford em *El Mundo en um centro comercial em Variaciones sobre um Parque Temático*, a combinação única em cada um dos centros comerciais entre arrendatários individuais e algumas das grandes lojas com efeito âncora. Esta combinação é reajustada periodicamente, de forma a que se consiga manter sempre adaptada aos padrões de consumo que, por sinal, se alteram a grande velocidade, tal e qual a programação de um canal de televisão. Estas modificações baseiam-se sobretudo na composição étnica e nos gostos da zona em questão e, imediatamente a seguir, em índices como o VALS (*Values And Life Styles*), criado pelo *Stanford Research Institute*. Esta precisão na identificação e satisfação dos consumidores revelou maior importância sobretudo a partir de

91.Ver história e factos do WEM, West Edmonton Mall em *http://www.wem.ca/#/about-wem/overview* (consulta de Maio de 2012)

92.Ver ficha técnica do Centro Comercial Colombo em *http://www.colombo.pt/* (Consulta de Março de 2012)

*93.Ve*r ficha técnica do NorteShopping em http://www.norteshopping.pt/ (Consulta de Março de 2012)

1980, quando os centros comerciais se aproximaram, pela primeira vez, do ponto de saturação.

Actualmente, os centros comerciais vêm-se obrigados a reestruturações constantes, criando novas combinações que permitam a introdução de novos produtos na nossa vida quotidiana de uma forma amigável, mas profunda. Esta é a melhor estratégia para ensinar aos compradores que o que podem comprar é muito mais do que o que já sabem que desejam: fazendo com que a satisfação total esteja sempre fora do seu alcance, através da infinita variedade de produtos e da criação de uma identidade futura, que toma forma por intermédio do desejo de consumo e sua posterior materialização.

A arquitectura dos centros comerciais é hoje o reflexo de todas estas teorias e conceitos e é precisamente daí que advém a maioria das críticas que lhes são dirigidas. A utilização dos vários truques no desenho destes edifícios – as entradas restringidas, a colocação da circulação vertical no final dos grandes eixos, fontes e bancos colocados estrategicamente para conduzir os compradores até ao produto desejado – controlando e manipulando os fluxos de circulação dos consumidores, enquanto estimulam a sua vontade de comprar. A falta de iluminação natural ou a manipulação da mesma, o corte total com os ruídos do mundo exterior, são apenas mais algumas características que optimizam o efeito de abstracção pretendido nos consumidores, para que estes se mantenham focados na sua única função: consumir. Todas estas estratégias garantem o bom desempenho destas instituições e qualquer pessoa que já tenha visitado um centro comercial pode comprovar tal. Foi William Kowinski[94] que identificou o 'mal' do centro comercial. Kowinski considera que a excitação e sedação simultâneas provocadas por este espaço manifestam-se sob a forma de desorientação, ansiedade e apatia. Tais efeitos secundários não são desconhecidos das direcções dos centros comerciais, antes aproveitados em seu próprio beneficio.

A evolução dos centros comerciais até ao que conhecemos hoje foi consequência do vínculo que estes espaços estabeleceram com as diversas necessidades humanas, entre elas o recreio e a interacção social. Como dizia o promotor privado Bill Dawson[95]:

(...) cuantas más necessidades sean satisfechas, más tiempo se quedará la gente.[96]

A inclusão de mais e mais vertentes levaram a que o centro comercial estendesse cada vez mais o seu horário de funcionamento até atingir praticamente as 24 horas diárias, em certos casos. Tudo isto fez com que a visita a um centro comercial, que durava em média 20 minutos na década de 1960, tenha passado a durar, actualmente, cerca de 3 horas. Assim se comprova a teoria de Dawson, em relação a estes espaços aparentemente cada vez mais apetecíveis e ao caminho a percorrer para os tornar numa prática regular e segura de capitalização.

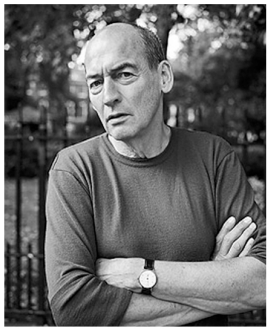
A proliferação de centros comerciais por todo o mundo marcou o acto da compra como uma

94. Ver *La Utopia del consumo*, por Margaret Crawford, em *Variaciones sobre um parque temático – La nueva ciudad americana y el fin del espacio público* (Ed. Michael Sorkin). p. 23-26

95. Ver *La Magia de las tiendas*, op. Cit. p. 26-29

96. Bill Dawson citado por Mary Ann Galante – *Mixing Marts and Theme Parks*. Los Angeles, Junho de 1989

forma imediata de diversão e prazer, independentemente da localização geográfica do sujeito. Tal veio dar início a uma nova era na evolução dos centros comerciais: a da aparição espontânea dos centros comerciais, mediante a qual muitos espaços urbanos acabaram convertidos em espaços deste género através do simples processo de designação de zonas pedonais, em favorecimento de bolsas de comércio concentrado. Torna-se assim evidente que o centro comercial acompanhou a evolução da sociedade e do seu comportamento de consumo e está hoje muito além do seu conceito original. O princípio da atracção adjacente continua a ser um dos mais importantes princípios actuais, mas agora não apenas através das mercadorias em si mesmas, como também à escala social. Numa primeira fase o centro comercial tinha como objectivo abarcar a diversidade do mundo inteiro dentro das suas paredes. Não conhecendo limites à sua expansão e suportado por uma cultura global hiperconsumista, é o mundo que agora se vê convertido num centro comercial[97].





37. Rem Koolhaas, laureado do prémio Pritzker 2000
38. Herzog & De Meuron, laureado do prémio Pritzker 2001

2.3. O ARQUITECTO-ESTRELA, A ARQUITECTURA ICÓNICA E A IMAGEM DE MARCA

A década de 1990, a queda do Muro de Berlim, em 1989, trouxe consigo um avanço mais acelerado e marcado da globalização e, consequentemente transformações transversais a toda a sociedade. O modelo capitalista conheceu nesta época uma forte expansão, em que os mercados bateram todos os recordes positivos conhecidos até então. Com este modelo cresceu uma sociedade hiperconsumista, agora liberta das tensões políticas do passado recente, com necessidades acrescidas e prioridades completamente diferentes das que envolviam o seu quotidiano numa fase anterior da sua vida[98].

Todas estas alterações tiveram grandes reflexos ao nível da arquitectura. Os princípios do Funcionalismo e do Movimento Internacional, a sua ortogonalidade, já não eram resposta aos desejos da sociedade nesta nova era de globalização. Um edifício não podia mais cingir-se às dicotomias paradoxais do público/privado, parede/cobertura, por exemplo. Tornou-se necessário compreender que estas relações se tornavam cada vez mais complexas e intrincadas. A evolução destes 'envelopes', com origem nos modelos primitivos da facialidade,

97.Ver *El mundo como un centro comercial* por Margaret Crawford, em *Variaciones sobre um parque temático – La nueva ciudad americana y el fin del espacio público* (Ed. Michael Sorkin). p. 41-43

98.Ver entrevista de Gilles Lipovetsky ao jornal brasileiro Extra Classe em Dezembro de 1999 em *http://www.sinpro-rs.org.br/extra/dez_99/entrevista.asp*
(consulta de Maio de 2012)

era o reflexo das novas relações arquitectónicas, cruzadas com uma interdisciplinaridade onde se demonstravam preocupações ao nível da identidade, da performance ambiental e da segurança, bem como a sua dimensão social e política[99].

Foi-se assim desenvolvendo uma arquitectura de autor, de linhas escultóricas, que foi adquirindo um novo relevo, tanto pelo seu carácter diferenciador do restante panorama arquitectónico, a nível programático e das propostas apresentadas, como pela exclusividade da assinatura do arquitecto. A entrega do Prémio *Pritzker* a arquitectos individuais como Rem Koolhaas, em 2000, e Herzog & De Meuron, em 2001, foi mais uma afirmação da projecção global do trabalho destes arquitectos icónicos, que caminhavam no sentido do estrelato[100].

A apologia de obras icónicas manifestada simultaneamente com a entrada no novo milénio é, no entanto, sintomática de outras fases da História, como sendo as ditaduras europeias entre a década de 30 e 40, os CIAM no segundo pós-guerra e os *Grands Travaux* de Miterrand nos anos 80. O que de novo veio marcar esta fase foi a perda progressiva da importância do papel social do arquitecto e, em contraposição, o seu crescimento como intermediário cultural; bem como a passagem para o investimento privado, quando anteriormente este tipo de arquitectura era empreendido apenas pelo Estado. Estes aspectos trouxeram toda uma nova dimensão ao conceito tradicional de comércio e muitos starchitects passaram a ser chamados pelo valor económico e simbólico que acrescentavam a qualquer obra, sobretudo por clientes privados, nomeadamente por marcas de luxo, fossem elas de automóveis, alta-costura ou outros, tais como sedes de grandes empresas e indústrias multinacionais[101]. O que passou a ser pedido aos arquitectos foi que estes criassem um ícone arquitectónico, uma imagem que condensasse todas as mensagens que a marca quisesse transmitir aos seus clientes de uma forma singular e subtil. Os arquitectos não se limitavam, portanto, de forma exclusiva, ao desenvolvimento do projecto de arquitectura, antes criavam uma estreita relação com a marca e a imagem que esta pretendia desenvolver, de acordo com a sua estratégia de marketing, sendo esta o resultado de uma análise profunda do seu público alvo.

O papel do arquitecto, agora arquitecto-estrela, foi-se assim reconfigurando ao longo destas últimas décadas segundo uma lógica mais cosmopolita, mais direccionada para uma cultura de massas, representada através de uma obra com poder icónico e de sedução. São obras atópicas, tal como os seus arquitectos, que percorrem o mundo tentando angariar novos projectos e,

---

99.*Globalization has propelled a set of spatial typologies primarily determined by the capacity to conduct flow. Architects have tried to engage with this new borderless space, the 'space of flows', by dissolving the envelope as an obstacle to flow and spatial continuity and presenting an image of the world as a chaotically flowing magma.*

ver Alexandro Zaera-Polo em *The Politics of the Envelope - A Political Critique of Materialism* em Log 17 p.78

100.Segundo The Pritzker Architecture Prize em *http://www.pritzkerprize.com/laureates/year*
(consulta de Março de 2012)

101. *(...)The message suggested by the choice of architects allocation is of as much importance as the specific designs. They tell us, through far from subliminal means, how seriously we are expected to take the clothes and, above all the brand. (...)*

ver *A short history of shopping* por Deyan Sudjic em *Domus Fashion*, Abril de 2003, p.26

simultaneamente, manter os projectos que já se encontram em desenvolvimento controlados, tanto quanto possível. Depois do exemplo de Bilbau, com o seu Museu Guggenheim, os arquitectos-estrela passaram a ser vistos como uma tábua de salvação para as cidades que sofriam ainda as consequências da desindustrialização. Daí à reinvenção do comércio também através destes arquitectos-estrelas e das suas obras icónicas, num mundo completamente globalizado composto por uma sociedade hiperconsumista foi um pequeno passo.

2.4. A LOJA DE MARCA E O ARQUITECTO-ESTRELA

2.4.1. Flagship Stores e Concept Stores – origem e filosofia

Foi durante a década de 1990 que se desenvolveu a 'loja' segundo um estilo de vida e um conceito que o representasse em vez de uma experiência de compra segmentada entre vários departamentos, tal como acontecia nos grandes armazéns e, de certa forma, nos centros comerciais. Denominam-se de *flagship stores* ou *concept stores* e têm como objectivo ser a loja líder de uma marca através da materialização da sua essência, servindo de exemplo a outras de dimensões menores. Têm sempre uma localização proeminente e são, por norma, as lojas mais conhecidas da marca entre o seu público-alvo. Representam volumes de venda superiores aos das outras lojas e devem vender todos os produtos da marca, mas sobretudo os de preços mais altos. São lojas que representam grandes investimentos tanto ao nível do edifício (exterior e interiormente), como das tecnologias usadas para concretizar conceitos revolucionários que demonstrem claramente a dimensão, a força e o poder da marca em questão, bem como a sua posição de topo no segmento de mercado que integra.

Estes espaços não se destinam pura e simplesmente à venda dos seus produtos, pretendem antes proporcionar uma experiência que inclua a compra de algo, e sobretudo que seja deixada uma marca na memória do seu cliente, bem como o desejo de voltar. São compostos por uma rede de espaços que se interliga e que envolve serviços tão diversos como áreas de leitura, cafés, restaurantes, galerias, zonas *gourmet* ou dedicadas ao design e exposições. Toda esta multiplicidade tem como objectivo tornar estas lojas tão versáteis quanto possível, para que estas possam responder a outras necessidades, tais como a produção de eventos de diferentes tipos, sejam apresentações, desfiles de moda, concertos, cocktails, performances, entre outros. Este tipo de lojas promove assim uma nova técnica de marketing, o slow shopping, que pretende, segundo as mesmas, unir o comércio à cultura, aproximando-se da visão de Andy Warhol sobre o futuro próximo:

All department store will become museums, and all museums will become department stores.[102]

Uma das primeiras lojas conceito do mundo foi a 10 Corso Como[103], inaugurada em Setembro de 1991, responsabilidade do NN Studio, num antigo palácio Milão, seguida pela

102.Charles Jencks citando Andy Warhol em *The Iconic Building – The power of enigma.* p.44

103. ver factos sobre a origem e evolução da loja em *http://www.10corsocomo.com/milano/#store/*

internacionalmente reconhecida *Colette*[104], em Paris, que abriu portas pela primeira vez na Rua de Saint-Honoré em 1997 e pela *Quartier 206*[105], em Berlim, na famosa Friedrichstraße, também em 1997. Todos estes espaços definem a sua filosofia através da combinação entre uma arquitectura cosmopolita e um comércio de primeira classe, focando a arte, moda, música, design, cozinha, cultura e *lifestyle* como partes integrantes da mesma, sempre acompanhada pela presença de materiais nobres.



39. "The Dream Team" Rem Koolhaas e Miuccia Prada

2.4.2. Miuccia Prada – a Fundação Prada e a Arquitectura

Miuccia Prada foi uma das designers de alta-costura a aperceber-se da necessidade de readaptação a uma nova sociedade, representativa das novas formas de consumo. Em 1993[106], Miuccia Prada decidiu expandir os seus horizontes, pela primeira vez, acompanhada de Patrizio Bertelli, com a abertura de um espaço de exposições que apelidou de *PradaMilanoArt*, em Milão, que pretendia mostrar o interesse crescente da Prada na arte contemporânea. A primeira exposição foi de escultura, seguindo-se-lhe algumas outras, no referido espaço, um edifício industrial renovado. Em 1995 a PradaMilanoArt tornou-se na Fondazione Prada, uma fundação dedicada à arte, fotografia, design e arquitectura, contando agora com os seus próprios curadores. Foi também neste mesmo ano que a fundação decidiu ainda apostar nas suas publicações próprias, estando entre elas os catálogos das suas exposições, bem como algumas monografias dos artistas que apoiavam. A partir de 1997, a fundação decidiu alargar a sua esfera de acção à envolvente urbana e à cultura, sobretudo através de instalações, algumas delas permanentes, mantendo sempre concentração das últimas tendências da arte contemporânea.

Em 2001[107], com a ambição de contemplar uma multidisciplinaridade ainda maior, a fundação

104.Ver factos sobre a origem e evolução da loja em *http://www.colette.fr/#/a/7/more/* (consulta de Abril de 2012)

105.Ver factos sobre a origem e evolução da loja em *http://www.colette.fr/#/a/7/more/* (consulta de Abril de 2012)

106.Ver factos sobre a origem e desenvolvimento da marca em *http://fondazioneprada.org/* (consulta de Março de 2012)

107. *Keeping itself at the cutting edge of cool requires constant effort. And Prada has moved on from associating itself with glamorous sports to culture and architecture. It has become the post-industrial patron, hiring the new architectural elite Rem Koolhaas and Herzog in particular. And doing so, Prada has closed the circle of the integration of the arts.*

Ver *Domus nº836*, Abril 2001. p.99

decidiu focar-se mais em áreas como a arquitectura, a filosofia, a ciência, o design e o cinema. O objectivo de Miuccia Prada era a reinvenção através do espaço arquitectónico, através de diferentes epicentros que iam contra o que apelidaram de flagship syndrome , uma repetição megalomaníaca de um espaço e mentalidade 'lixo' representadores do consumismo como o último estado da humanidade (*the terminal state of mankind*)[109], citando Koolhaas. Começou aqui a colaboração com arquitectos como Herzog & De Meuron e Rem Koolhaas. O arquitecto reconheceu, no entanto, que a 'compra' se havia tornado na última forma de actividade pública e que ainda que estivesse a matar a cidade, era ela quem lhe dava vida:

'Shopping is doubtless the last form of public activity (…) Shopping is killing the city even as it gives it the kiss of life.'[110]

Começaram então os projectos para os Epicentros Prada, únicos e diferenciados, baseados em conceitos que dependiam sobretudo da sua contextualização. Obtiveram em Nova Iorque – street, em São Francisco – *solid*, e em Los Angeles - plastic, todos por Rem Koolhaas e OMA; e em Tóquio – *void*, por Herzog & De Meuron . Estes projectos foram desenvolvidos em simultâneo com uma pesquisa profunda acerca do acto da compra através de livros como *The Harvard Design School Guide to Shopping* (2001) e da exploração de novos conceitos para a própria marca, contra o referido *flagship syndrome* de que outras marcas de alta costura sofriam, apesar de terem também contratado arquitectos de referência para desenvolver os seus projectos, tais como a Armani com Tadao Ando ou a Gucci com David Chipperfield.

Para além da reestruturação física da realidade da marca, Miuccia Prada quis também proceder, portanto, a uma redefinição virtual da sua marca, através do desenvolvimento extensivo de projectos tecnológicos que pudessem ser aplicados às lojas, e da criação de um novo *website*. A combinação de todos estes campos interdisciplinares tornou-se na estrutura de um serviço integrado, com um novo toque de exclusividade, reforçando a forte presença da marca em vários níveis, assim como uma certa aura de misticismo envolvendo a mesma. Estas novas lojas foram, no entanto, inseridas numa relação já existente entre a Prada e uma série de preocupações ambientais e de integração contextual consideradas anteriormente no desenvolvimento de outros espaços da marca[111].

Os Epicentros Prada não se limitaram ao conceito de flagship store, preocuparam-se antes em ultrapassá-lo através da diversificação da experiência do acto da compra, com combinação de espaços dedicados a diferentes actividades, sobretudo de índole pessoal, tal como clínicas de saúde e estética. Numa época da História em que a actividade comercial havia invadido todos os espaços públicos e até mesmo instituições culturais, inesperadamente, estas lojas pretendiam desenvolver no seu interior espaço para a vivência da actividade pública sem a pressão do consumismo.

109.Charles Jencks citando Rem Koolhaas em *The Iconic Building – The power of Enigma*. p.44

110.Ver Charles Jencks op. Cit. p.45

111.Ver filosofia da marca em *http://fondazioneprada.org/*
(consulta de Março de 2012)





40. Epicentro Prada Nova Iorque, "a curva"
41. Epicentro Prada Nova Iorque, "a curva"

2.4.3. Prada Nova Iorque – the street por Rem Koolhaas e OMA

Nova Iorque, especialmente Manhattan, é um lugar incoerente, fracturado, onde apenas os arranha-céus do século XIX constituem alguma 'identidade' que acaba por se desvanecer entre as inúmeras torres anónimas que se multiplicam com uma regra muito densa, sobretudo na área de *Midtown*. A cidade é o resultado da construção neurótica e excessiva, produto das forças de mercado e dos subornos em relação aos seus direitos aéreos. A imagem de Manhattan é tão poderosa e sensacional que acabou por se tornar o objectivo que a maior parte das cidades americanas pretendem atingir. Nenhuma cidade dos EUA sem arranha-céus é uma 'cidade'.

A esfera pública de Nova Iorque já não é definida pela igreja, pelo tribunal, mercado, hospital, mas sim pelo bar, pelo restaurante e pela loja e é por isso que tanto aqui como em Tóquio, estes espaços se renovam constantemente, de uma forma cada vez mais pródiga, e sensacional, tentando desesperadamente acompanhar as últimas tendências e a concorrência desmedida por parte dos seus vizinhos. São estes os lugares de vivência pública, de vida na cidade de hoje. Foi assim que o mundo sofreu, dizem, uma perda irreparável: a extinção do conceito da cidade tradicional europeia e a sua 'ágora', uma das criações mais preciosas da humanidade.

'*New York's Prada Epicenter – an exclusive boutique, a public space, a gallery, a performance space, a laboratory – is part of OMA / AMO's ongoing research into shopping, arguably the last remaining form of public activity, and a strategy to counteract and destabilize any received notion of what Prada is, does, or will become.*' [112]

O Epicentro Prada de Nova Iorque é o resultado da reconversão de uma antiga loja do Museu Guggenheim no SoHo, com 2190 m^2, distribuindo-se por um piso térreo e cave. 'A curva' é o elemento chave deste espaço. Através de uma área móvel desta curva, que quando aberta dá forma a um pequeno palco, e de uma outra área da mesma constituída por degraus, consegue-se preparar este espaço para receber sessões de cinema, performances, conferências, enquanto num dia normal os mesmos degraus facilitam a exposição dos produtos da marca[113].

112. Ver memória descritiva do projecto pela OMA/AMO em*http://oma.eu/projects/2001/prada-new-york* (consulta de Março de 2012)

113. Op. Cit





42. Epicentro Prada Nova Iorque, vista interior
43. Epicentro Prada Nova Iorque, vista interior

Cumpre-se assim o objectivo de tornar o acto da compra numa experiência enriquecedora e não empobrecedora, a partir do momento em que consideram os consumidores enquanto investigadores, estudantes, pacientes, visitantes em vez do contrário. Tal proporciona uma valorização imensa do espaço, pela multiplicidade de actividades da esfera pública que passa a oferecer. Ao longo de toda a parede norte desenvolve-se ainda um novo espaço de circulação, simulando uma rua, que faz a ligação pedestre entre a *Broadway* e a *Mercer Street*, através do interior do quarteirão, proporcionando uma vasta superfície para um mural, Prada Wallpaper, renovado constantemente e que serve de tema às exposições que reclamam espaços em todas as áreas da loja, sempre de forma interactiva[114].

Tecnologias experimentais, materiais intrigantes, inovadores métodos de exposição, são os truques utilizados para tentar transcender o tradicional acto de compra. Desde as paredes de gesso cartonado inacabadas às paredes de tijolo originais cobertas com uma face translúcida de policarbonato, um elevador circular de vidro e jaulas de metal suspensas a partir do tecto de madeira, que também servem de expositores, e provadores que se tornam opacos ao pressionar de um botão.

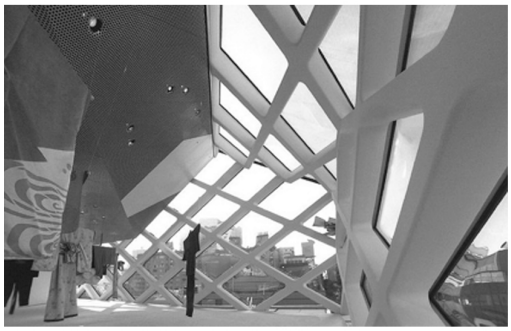
Este edifício teve um custo aproximado de 50 milhões de Dólares Americanos, cerca de 40 milhões de Euros e o seu projecto foi dirigido por Ole Scheeren, um dos directores de projecto da OMA (*Office for Metropolitan Architecture*), também responsável pelo projecto da Prada Los Angeles e outros como o CCTV China e o *Beijing Art Center*.

2.4.4. Prada Tóquio – void
por Herzog & De Meuron

Depois da II Guerra Mundial, Tóquio passou a ter um papel liderante na economia de mercado, tornando-se num centro de educação, publicidade, engenharia e design, bem como na casa de inúmeras grandes empresas. Após meio século de isolamento, condicionada pelo trabalho árduo e uma vida fugaz, poupando tanto quanto conseguiam, os Japoneses viram o seu estilo de vida completamente alterado, quando o seu 'dever patriótico' passou a ser consumir tanto ou mais

113. Ver memória descritiva do projecto pela OMA/AMO em*http://oma.eu/projects/2001/prada-new-york* (consulta de Março de 2012)

114. Ver memória descritiva do projecto pela OMA/AMO em op. cit.

44. Epicentro Prada Tóquio, vista exterior
45. Epicentro Prada Tóquio, vista interior

que o Ocidente, seguindo-lhe o exemplo de um modelo social hiperconsumista. Numa sociedade onde a maior parte da população vivia nos subúrbios das metrópoles, as lojas passaram a ser praticamente os únicos espaços genuinamente públicos, com tanto espaço para o entretenimento, como para dar resposta às suas necessidades. Tudo isto deu início à construção de uma cidade cosmopolita, aparentemente anárquica, repleta de sobreposições de redes de transporte, de justaposições de barracas e arranha-céus, de néons; uma metrópole condensada dedicada ao espectáculo consumista[115].

O projecto do epicentro Prada Tóquio, desenvolvido entre 2000 e 2002, por Herzog & De Meuron, finalizado em 2003, foi entre todos o mais ambicioso, com um custo total que rondou os 87 milhões de Dólares Americanos, cerca de 66 milhões de Euros, 87% do custo total do Guggenheim de Bilbau de Frank Gehry, reforçando a equação de Warhol, '*department store = museum'*. Este tornou-se, à data, no maior investimento feito por uma marca Italiana, desde a II Guerra Mundial[116].

Esta loja, localizada no distrito de Aoyama, em Tóquio, o ground zero da moda de alta-costura, a cidade abre-se num generoso espaço onde o esplendor deste edifício pode ser apreciado em todos os seus 360º. Tal acontece porque desde o início, o projecto focou-se no desenvolvimento de um volume vertical, permitindo que a maior área possível do lote pudesse permanecer subdesenvolvida. Esta tomaria, posteriormente, a forma de uma praça, baseada no conceito da tradicional praça europeia.

O conceito de vazio (*void*), que esteve na origem deste edifício, é proveniente não só da filosofia de Miuccia Prada, que acredita que cada peça de roupa dá forma ao nosso corpo e ao espaço que nos envolve, à imensidão de vazio que se encontra à nossa volta, como também da importância que a cultura tradicional japonesa encontra na ideia de vazio profundo.

O carácter ambíguo e oscilante do edifício, com origem na abstracção do seu conceito de vazio, é reforçado pelo efeito escultural da sua fachada estrutural envidraçada, através da combinação de vidros côncavos, convexos e planos, que geram diferentes tipos de reflexos e oferecem aos consumidores múltiplas vistas, tanto do interior como do exterior do espaço, assim como deles mesmos e da própria cidade. Mas esta estrutura, em forma de uma grelha diagonal, não serve

115. Ver *The Architecture of Comsumption* em *The 100 Mile City*, por Deyan Sudjic, p.216-232

116. Ver *The Iconic Building – The power of enigma*, por Charles Jencks. p.46

apenas o propósito da criação de ilusões de óptica e perspectivas cinematográficas, participa também activamente na estrutura do próprio edifício, bem como da sua cobertura. Para tornar esta estrutura ainda mais resistente, foram criadas as áreas tubulares que servem de provadores ou espaços privados para clientes VIP's, garantindo que este é um edifício inundado de luz, independentemente do local onde nos encontremos.





46. Epicentro Prada Tóquio, pormenor exterior
47. Epicentro Prada Tóquio, pormenor do alçado

Os materiais utilizados são provenientes de dois extremos. Ou são totalmente sintéticos – como a resina, a silicone, o látex e a fibra de vidro – ou totalmente naturais – como a pele, o musgo e as pranchas de carvalho natural[117]. O contraste luxuoso e inesperado destes materiais é totalmente propositado e pretende surpreender, evitando predefinições que possam ter sido criadas acerca do local, permitindo que o tradicional e o contemporâneo se auto evidenciem e convivam independentemente como iguais na cultura global actual.

117. Ver memória descritiva do projecto por Herzog & de Meuron em *http://www.herzogdemeuron.com/index/projects/complete-works/176-200/178-prada-aoyama.html* (consulta de Março de 2012)

TRÊS . **Arquitectura-Ícone**

3.1. O ÍCONE, A CIDADE E O ARQUITECTO-ESTRELA

3.1.1. O Ícone: origem, evolução e significado na arquitectura - a Arquitectura Icónica.

O desenvolvimento rápido da economia de mercado e das tecnologias, sobretudo a partir da década de 50 do último século, após o final da II Guerra Mundial, contribuíram para a aceleração de vários processos de alteração dos valores morais numa sociedade que passou a celebrar o presente, o indivíduo e a democracia, o prazer e o consumo. É esta a origem do modelo social globalizado que prevalece actualmente de forma atópica e generalizada. E foi a consequente diversidade física e sócio-cultural com o mesmo propósito consumista que levou ao desenvolvimento e proliferação de ícones de todos os tipos, bem como à valorização da questão da estética e sobretudo da imagem.

A disciplina da arquitectura não passou incólume a todas estas transformações, incluindo também a poderosa afirmação dos *media* e a já referida questão da imagem icónica. Num passado ainda não muito longínquo, os ícones arquitectónicos eram facilmente identificáveis pela comunidade como monumentos: momentos singulares cuja origem era a representação de um poder, religioso ou político, ou a celebração de um ritual, uma afirmação colectiva. A sua imagem era sobretudo de solidez e sobriedade e, provavelmente pelo seu número limitado, funcionavam como centro em volta do qual a comunidade se organizava, estabelecendo relações com a envolvência. Tal como já foi mencionado nos capítulos anteriores, a produção de arquitectura com base na imagem e no valor incomensurável da mesma legitimou-se entre a década de 60 e 70, através de técnicas de *marketing* e *branding*, que acompanhadas pela preciosa ajuda dos computadores, direccionaram a arquitectura contemporânea para o caminho da iconicidade[118].

A palavra ícone, do grego *eikon*, que significa imagem, foi primeiramente utilizada no sentido da representação de uma divindade através da pintura. Porém, a palavra tem vindo a acompanhar a evolução dos tempos e, nos dias de hoje, quando nos referimos a um ícone, podemos estar a falar de um edifício, de uma personalidade, ou mesmo de um símbolo gráfico que possa ser

118. Ver *Controversy around images* por Krunoslav Ivanisin em *Iconoclastia, News from a Post-Iconic World – Architectural papers IV* por Josep Lluís Mateo (Ed). p.10-13

reduzido, que caiba no nosso ecrã de computador e televisão, e integre as várias formas do design de comunicação. Esta última propriedade do ícone é a que permite a sua transformação numa imagem de marca[119].

Na arquitectura contemporânea o ícone trata-se, comummente, da materialização de um projecto excepcionalmente expressivo, potencialmente autónomo e desligado da sua envolvente. Assim sendo, a sua localização perfeita é uma simples base plana, se possível junto a uma frente de água, que multiplique e intensifique o efeito da sua essência – relembremos por exemplo a já mencionada Ópera de Sydney e o Museu Guggenheim de Bilbau. Quanto à sua "facialidade", ela deve ser sempre espectacular e surpreendente, e remeter para motivos ou referências locais, ainda que por vezes de forma subliminar, que apele às emoções do observador. Ter tais pontos em consideração facilita a declaração e até imposição da presença do ícone arquitectónico, ainda que, muitas vezes, apenas por um momento fugaz. O impacto deve ser imediato e o esforço para compreender a obra, contido, o que frequentemente leva à redução da complexidade da obra em prol de uma imagem unitária, para que esta se torne mais apelativa a um público leigo, no que diz respeito à disciplina da arquitectura.

A reacção acaba por se basear no que Charles Jencks identifica como o novo paradigma da arquitectura: o *enigmatic signifier*[120] em várias das suas obras. Um paradigma baseado na percepção instantânea, relacionado com a perda da crença em ideais políticos e religiosos, acompanhado pelo desejo de um símbolo que possa ser adorado[121]. Um edifício icónico bem sucedido é aquele em que vários *enigmatic signifiers* se combinam de forma a consolidar a base conceptual do mesmo e, assim, potenciar a sua dimensão afectiva. Independentemente da opinião que cada indivíduo possa criar acerca do mesmo, o essencial é despoletar uma reacção, é intensificar a experiência e torná-la vívida na memória. Novos e surpreendentes materiais conjugados com tecnologia de ponta e um desenho de linhas escultóricas são os principais meios utilizados para provocar diversas interpretações com múltiplos significados e levantar questões como a da intenção. Tal acontece propositadamente, quase como forma de dar uma profundidade mística ao que se está a ver. As reacções normais são de extremos, tendem para o amor ou o ódio, muitas vezes por não se parecerem com algo jamais visto, passando imediatamente a integrar a nossa cultura visual. Este é o bom resultado de uma negociação equilibrada entre o explícito e o implícito, a que o arquitecto se propõe[122].

Mas a probabilidade de fracasso é muito grande. No novo caminho que a cidade tem vindo a tomar, a multiplicação do edifício icónico atingiu proporções nunca antes testemunhadas. Todos os edifícios passaram a ser vistos como um potencial edifício icónico, independentemente do tipo de programa que pudesse vir a ser desenvolvido no mesmo. Esta redução da arquitectura à proliferação de uma imagem marcante não é sustentável, tanto a nível ambiental, como do

119.Ver *Judging the Icon* em *The Iconic Building – The power of Enigma* por Charles Jencks. p.22-23

120.Ver *Museum=Shop=Icon* em *The Iconic Building – The power of Enigma* por Charles Jencks. p.46-48

121.Ver *Iconoclastia* por Josep Lluís Mateo em *Iconoclastia,News from a Post-Iconic World – Architectural papers IV* por Josep Lluís Mateo (Ed). p. 4-5

122.Ver *Museum=Shop=Icon* em *The Iconic Building – The power of Enigma* por Charles Jencks. p.54-62

desenvolvimento da própria arquitectura, que deve sempre tentar fazer da natureza imaterial do projecto, o projecto em si, sem a preocupação do poder iconográfico do mesmo[123]. Nestas circunstâncias, tal preocupação acaba mesmo por se tornar num constrangimento que acaba por impedir a arquitectura de ser mais do que um produto visual. Mas o trabalho visual excessivo sobre a imagem do edifício não é apenas a manifestação da auto-indulgência do arquitecto e do reconhecimento da sua obra entre as demais. É sobretudo a demonstração do papel fundamental e estratégico que a "imagem" e a cultura visual têm no mundo tardo-capitalista globalizado actual[124].

É necessário manter em mente que o importante não é perceber se um edifício é um ícone ou não, mas sim se este cumpre o seu papel como gerador de espaços que estimula um diálogo saudável com os seus utilizadores, ao invés de um meteorito completamente desligado da heterogeneidade do contexto em que se insere[125].

3.1.2. A Arquitectura Icónica e a "Cidade Genérica"

A forma e o carácter da cidade têm vindo a ser constantemente redefinidos ao longo dos tempos, sobretudo através da construção, mas também pela alteração do estilo de vida dos seus habitantes. Este é normalmente determinado pelo modelo político e económico, pela evolução da tecnologia e pela diversidade da vida cultural; mas também pelas consecutivas tendências temporárias próprias da urbe, fruto do pluralismo e multiculturalismo que nela sempre se encontrou[126].

Dentro da história recente, a década de 80 do último século foi umas das mais importantes, na medida em que se revelou como aquela em que os últimos vestígios do século XIX foram finalmente apagados da urbe e a tecnologia, migração e desenvolvimento económico afectaram esta como nunca antes, acima de tudo pelo novo papel que a mobilidade e o conceito de velocidade passou a ter. A indústria tradicional passou a um estado inactivo ou mudou-se para os subúrbios mais longínquos da cidade. O mercado imobiliário passou a ser controlado sobretudo por capital externo, quando anteriormente dependia principalmente dos mercados nacionais. Tudo isto resultou em (re)construções que alteraram por completo o *skyline* das cidades, independentemente da sua localização geográfica, e assim transportaram umas para o sucesso da globalização, enquanto outras ficaram condenadas à estagnação e ao declínio[127].

---

123. Ver *Controversy around images* por Krunoslav Ivanisin em *Iconoclastia, News from a Post-Iconic World – Architectural papers IV* por Josep Lluís Mateo (Ed). p.16-17

124. Ver *Secular Monumentality in the Architecture of Palladio and Mies* por Pier Vittorio Aureli em *Iconoclastia, News from a Post-Iconic World – Architectural papers IV* por Josep Lluís Mateo (Ed). p. 39

125. Ver *Longing for Solitude* por Florian Sauter em *Iconoclastia, News from a Post-Iconic World – Architectural papers IV* por Josep Lluís Mateo (Ed). p. 26

126. Ver *Introduction* em *The 100 Mile City* por Deyan Sudjic. p. I

127. Ver *Theory and Practice* em *The 100 Mile City* por Deyan Sudjic. p.5

O êxodo rural que se observou durante o século XVIII e se tornou emblemático do século XIX, resultou, no século XX, não obstante o esforço de planeadores e urbanistas durante as últimas décadas, no declínio da população nos centros históricos das urbes. Cidades como Nova Iorque, Londres, Paris e Tóquio prosperam por atraírem o investimento de capitais exógenos e conseguirem concentrar sedes de multinacionais, bancos e empresas de advogados, entre outras. As cidades têm vindo a crescer de forma mais e mais difusa e são cada vez menos as que conseguem concentrar poder económico e criativo. A realidade é que as instituições estão a tornar-se cada vez mais internacionais e a localização das mesmas deixou de ser interpretada como uma limitação, principalmente devido às tecnologias informacionais. No entanto, cidades como as anteriormente referidas, com a capacidade de controlo de capital, poder e cultura, acabam por perder parte da sua identidade ao tornarem-se internacionalmente reconhecidas. São invadidas por diversos meios de transportes, um tráfego compacto e turistas. Os preços dos imóveis disparam, assim como os impostos relativos aos mesmos e as infra-estruturas públicas tornam-se, normalmente, insuficientes e exigem maiores investimentos que tendem a demorar[128].

Na conquista por um lugar na rede urbana global, independentemente da sua dimensão, as cidades começaram uma competição feroz entre si, reconvertendo frentes de água e centros históricos, na busca de potenciais investimentos e obtenção de fundos. Com o objectivo de se tornarem "cidades globais"[129], as cidades acabaram por se tornar em "cidades ocasionais"[130], que se desenvolviam ao ritmo de determinadas oportunidades, grandes eventos. Estes traziam investimentos inimagináveis para a gestão destas cidades e proporcionavam alterações e reconstruções que muitas delas necessitavam há já muitos anos. Era a oportunidade de se modernizarem e valorizarem, com a desculpa de que estes eventos, Jogos Olímpicos, Exposições Internacionais, Capitais Europeias da Cultura, apenas aconteciam em cidades que tivessem condições para os receber. Em paralelo, perante uma sociedade que comprava cada vez mais, a cidade acabou por se condensar num microcosmo consumista que se desenvolveu tendo em conta as várias formas do consumo: centros comerciais, lojas de departamento, mercados, comércio tradicional, *concept stores*, etc. A cidade havia tomado uma nova direcção. Mais importante do que manter a sua individualidade e identidade, era manter-se a par dos seus vizinhos, o que muitas vezes aconteceu através da arquitectura contemporânea e, mais concretamente, da presença de um edifício de assinatura.

Ao contrário da cidade do passado, cujo objectivo era desenvolver locais que promovessem o trabalho e gerassem capital; a cidade actual pretende captar capital a uma escala global e para isso trabalha as suas formas para que seja atractiva. A economia capitalista exige, portanto, uma arquitectura inovadora, uma facialidade que seja a próxima tendência e que consiga concentrar a maior quantidade possível da atenção mediática, bem como o maior número de pessoas. É neste processo que estes edifícios tendem a tornar-se nos "monumentos" da actualidade. Mas estes novos monumentos, ao contrário dos "antigos", não representam um centro gerador, não

128. Ver *Success and Failure* em *The 100 Mile City* por Deyan Sudjic. p.233, 235

129. Ver *1.2.2. "Cidade Global" e "Cidade Criativa"* em *UM. CIDADE-EVENTO*. p.28

130. Ver *1.3. "Ocasião", "Grande Evento", "Cidade Ocasional"* em op. cit. p.32

criam hierarquias. Todos os edifícios acabam por se tornar autónomos. Mais cedo ou mais tarde novos ícones surgem, impondo também a sua presença, desvalorizando o anterior[131]. O edifício icónico multiplicou-se, passou a ter o mesmo significado que a presença de um *McDonalds* ou um *Starbucks*: o de urbanidade e globalidade. É a prova positiva da integração da cidade no mundo global actual[132]. E assim a cidade foi crescendo de forma desmedida ao longo das últimas décadas, tornou-se na "cidade genérica", liberta "*da clausura do centro, do espartilho da identidade. A cidade Genérica rompe com o ciclo destrutivo da dependência, não é mais do que um reflexo da necessidade actual e da capacidade actual. É a cidade sem história. É suficientemente grande para toda a gente. É fácil. Não necessita de manutenção. Se se tornar demasiado pequena simplesmente expande-se. Se ficar velha, simplesmente autodestrói-se e renova-se. É igualmente emocionante – ou pouco emocionante – em toda a parte. É "superficial"."*[133]. Segundo Rem Koolhaas, a "cidade genérica" existe em todos os continentes, por vezes construída de raiz (como é normalmente o caso do continente asiático), outras através da simplificação excessiva de cidade antiga e singular (o caso europeu), acabando por se tornar num logótipo constantemente invadido por turistas. A "cidade genérica" é o fruto da multiculturalidade das pessoas que a fundam, pessoas que estão sempre de passagem, determinadas na procura do próximo local perfeito. Não existe uma interpretação dominante da "cidade genérica". Tal como para o edifício icónico, existem múltiplas interpretações, por vezes contraditórias, que demonstram a sua riqueza e despertam o interesse do observador.

A arquitectura icónica está a ter um efeito a longo prazo que tem vindo a transformar a forma como vemos e vivemos a cidade, alterando a posição da arquitectura, do próprio arquitecto e até da forma como este projecta, em relação à sociedade actual. Na cidade contemporânea a imagem mais óbvia é a da desorganização e confusão a um ritmo acelerado[134]. Torna-se portanto difícil encontrar uma moldura através da qual possa ser feita uma leitura correcta da situação urbana. Ainda assim, podemos ter em conta que a cidade tem mantido, ao longo dos tempos, uma imagem que permanece, de atractividade e repelência, oportunidade e fracasso, multidão e isolamento, riqueza e pobreza. E são estas dualidades que mantêm a cidade viva através das relações tensas e de um determinado equilíbrio que se estabelece entre as mesmas.

3.1.3. A Arquitectura icónica, o Arquitecto e a prática da Arquitectura

A tradição da viagem acompanha a profissão do arquitecto há já vários séculos. Um fenómeno que se intensificou primeiramente com a aventura colonial e, mais recentemente, nos anos 40 do passado século. A II Guerra Mundial levou alguns dos líderes da Bauhaus, entre eles Mies van

131.Ver *Iconoclastia* por Josep Lluís Mateo em *Iconoclastia, News from a Post-Iconic World – Architectural papers IV* por Josep Lluís Mateo (Ed). p. 4-5

132.Ver *Globalization of Nothing* por Hans Ibelings em *Iconoclastia, News from a Post-Iconic World – Architectural papers IV* por Josep Lluís Mateo (Ed). p. 18-19

133.Rem Koolhaas em *A cidade Genérica* em *Três Textos sobre a Cidade: Grandeza, ou o problema do grande; A cidade Genérica; Espaço-lixo*. p.35

134.Ver *Archigram meets locality* por Yoshiharu Tsukamoto em *Iconoclastia, News from a Post-Iconic World – Architectural papers IV* por Josep Lluís Mateo (Ed). p. 62

der Rohe, ao exílio nos EUA, onde acabou por ajudar a redefinir o conceito de arquitectura comercial[135]. A evolução dos transportes aéreos comerciais, sobretudo durante as décadas que se seguiram, fez com que as viagens se tornassem um aspecto rotineiro da prática da arquitectura contemporânea. As fronteiras territoriais viram-se desvanecidas e vários escritórios passaram a envolver-se em projectos internacionais, fruto da demanda de novas economias emergentes. A prática da arquitectura viu-se integrada numa economia capitalista global, o que acabou por provocar alterações, tanto no arquitecto como indivíduo, como no desenvolver do seu trabalho. A arquitectura é hoje dependente de numerosas instituições e agentes terciários que, frequentemente, revelam pouco ou nada ter a ver com a disciplina da arquitectura. Os arquitectos passaram assim a ter de desenvolver um lado comercial bastante apurado, associando-se por vezes a investidores ou políticos na procura de novos mercados. A internet demonstrou também ter um papel fundamental na direcção que a evolução da arquitectura tomou, através da ligação que estabelece entre o arquitecto, independentemente da sua localização geográfica, e o seu escritório. A arquitectura passou a ser vista como um 'produto espacial', consequência de uma economia global homogeneizadora levando à multiplicação de aeroportos e edifícios icónicos, primeiramente em cidades capitais e, posteriormente, em centros regionais[136].

Acabou por surgir o termo *starchitect*, normalmente com uma conotação negativa, sugerindo a tentativa de um impacto populista imediato, ainda que uma avaliação crítica do contributo do seu trabalho só possa ser realmente feita muitos anos depois da sua materialização. No entanto, o termo não mais reflecte do que uma série de capacidades e qualidades empresariais e comunicativas que conduzem à facilidade que estes arquitectos têm em se auto-promoverem e associarem a mercados económicos em ascensão:

...'Starchitects'...share a number of characteristics. First they are identifiable individuals, with a name, a face and perhaps some kind of authored book...they have a particular charisma that will draw a paying audience to a high profile cultural institution to hear them explain their designs...Second, they are often associated with striking shapes, surfaces, or concepts. In other words, their buildings become famous, more than the individual, at least to the broader public...They are, effectively, embodiments of the adage that celebrities are not made born, that they are social products of history rather than geniuses whose intrinsic skills have surfaced through an evolutionary impulse...[137]

A relação entre a fama e a prática da arquitectura é fundamental no quadro contemporâneo. No entanto, enquanto a imagem de edifícios famosos é normalmente reconhecida pelo público em geral, a probabilidade de o arquitecto passar despercebido entre a multidão é enorme – como acima refere Donald McNeill na sua obra *Global Architect* – ao contrário do que se passa por exemplo no mundo das artes performativas, que lida também de forma habitual com o fenómeno da fama. Por outro lado, tal como um determinado actor acaba por ficar sempre ligado a um certo

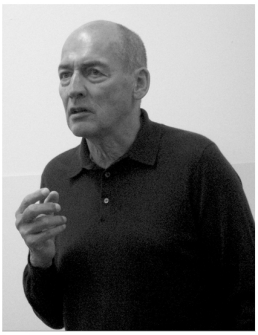
135.Ver *Introduction* em *The Global Architect – Firms, Fame and Urban Form* por Donald McNeill. p.1

136.Ver *Introduction* em *The Global Architect – Firms, Fame and Urban Form* por Donald McNeill. p.3-5

137.Donald McNeill em *Architectural celebrity and the cult of the individual* em *The Global Architect – Firms, Fame and Urban Form* . p.62

tipo de filme, que os seus fãs esperam de tempos a tempos; também os arquitectos acabam por ficar presos a um determinado estilo ou imagem que o seu cliente espera ver reproduzida, numa tentativa de minimizar o risco que corre com o seu investimento. Os arquitectos acabam por ficar prisioneiros da própria fama, independentemente do seu talento, ainda que esta lhes tenha oferecido, a princípio, a oportunidade de levar a cabo projectos que então consideravam verdadeiramente interessantes. Por vezes fica-se com a sensação de que é mais importante a obtenção de comissões do que propriamente o resultado, porque esse, já é de alguma forma esperado. Estes arquitectos acedem, muitas vezes, a responsabilizar-se por projectos demais, demasiado espalhados por todo o mundo, o que acaba por revelar respostas facilitistas que se focam no apelo visual, em vez de uma solução específica para uma localização específica. É deste modo que a 'arquitectura de assinatura' revela uma natureza bastante genérica, independentemente da exclusividade e originalidade da obra. A arquitectura icónica torna-se num fim em si mesma[138]. O arquitecto tornou-se numa marca, que garante que os produtos por si representados estão de acordo com uma determinada imagem corporativa que os mesmo desenvolvem, distinta da dos seus adversários de mercado. O *starchitect* tem um papel fundamental no que diz respeito à fonte de inspiração, mas foca-se sobretudo na procura de um estilo unificado, equilibrado com uma certa inovação e imprevisibilidade. Este fenómeno é fruto de uma competitividade entre arquitectos que se tem revelado crescente e que reflecte, por um lado, a intensificação dos concursos internacionais e a sua importância para os escritórios de arquitectura; e, por outro, a atenção que tem vindo a ser dada à prática da arquitectura por parte dos *media*, sobretudo no que diz respeito à distribuição de imagem de edifícios icónicos, através de anúncios publicitários, guias turísticos, postais, etc[139].





48. Mies van der Rohe, arquitecto
49. Frank Gehry, arquitecto
50. Rem Koolhaas, arquitecto

Frank Gehry confirma que os arquitectos entraram no domínio dos *media* e se tornaram protagonistas de uma cultura de massas e que o efeito Bilbau trouxe, sem qualquer tipo de dúvida, uma nova perspectiva sobre o poder estratégico da arquitectura. Os museus e a indústria da moda foram os primeiros a contratar arquitectos icónicos. Procuravam relacionar a sua identidade com os conceitos avant-garde de um arquitecto estrela: edifícios visualmente chocantes, baseados no radicalismo estrutural e na complexidade estética[140]. A concretização

138.Ver *Globalization of Nothing* por Hans Ibelings em *Iconoclastia, News from a Post-Iconic World – Architectural papers IV* por Josep Lluís Mateo (Ed). p. 19-20

139.Ver *Architectural celebrity and the cult of the individual* em *The Global Architect – Firms, Fame and Urban Form* por Donald McNeill. p.80

140. Ver *Iconic Architecture – Iconic Architect* por Alicia Yeste e Fredy Massad em *Iconoclastia, News from a Post-Iconic World – Architectural papers IV* por Josep Lluís Mateo (Ed). p. 22-23

destas obras acabaram por conquistar os *media*, para além da já habitual presença nas revistas da especialidade.

Rem Koolhaas tem sido um dos arquitectos com maior sucesso durante as últimas décadas da arquitectura contemporânea, o que está intimamente relacionado com a fundação da AMO em 1999 [141]. A AMO é o escritório gémeo da OMA e tem como principal função questionar o âmbito da prática da arquitectura sob a influência das condições da globalização, representando a separação entre o pensar e o fazer na arquitectura:

AMO doesn't stand for anything in specific, but it could be Architecture Media Organization. OMA and AMO are like siamese twins that were recently separated. We divide the entire field of architecture into two parts: one is the actual building, mud, the huge effort of realizing a project; the other is virtual – everything related to concepts and 'pure' architectural thinking. The separation enables us to liberate architectural thinking from architectural practice. That inevitably leads to a further questioning of the need for architecture, but now our manner of questioning has changed: first we did it through buildings; now we can do it through intelectual activities parallel to building.[142]

Foi esta vontade de Koolhaas em explorar novas formas de espacialidade, acompanhada de desenhos distintos, bem como o seu pensamento revolucionário no que diz respeito ao papel do arquitecto e à sua relação com a sociedade e a tecnologia, que garantiram ao arquitecto e ao seu escritório um lugar seguro na frente do *starsystem* internacional. A sua associação com a marca de alta costura Prada foi um dos primeiros frutos desta forma de pensar, através do qual a AMO se tornou indispensável na OMA/AMO pelo seu particular contributo estratégico. Pela primeira vez, o objectivo não era apenas produzir arquitectura, mas também, e em simultâneo, aprofundar e explorar as características do cliente através da investigação, tornando mais segura a satisfação do mesmo em relação ao produto final.

Para serem bem sucedidos, os arquitectos de hoje, têm de comunicar de forma eficiente com os clientes, que constituem um grupo bastante diversificado, sejam eles privados ou públicos. Têm de saber gerir um negócio, têm de ter associados e interagir regularmente com outros profissionais como urbanistas, gerentes de projectos, engenheiros. Trabalhando internacionalmente, têm de ter em conta as diferenças culturais e protocolares, e possíveis parcerias ou representações. Têm de pensar de forma global, mas têm de agir de forma localizada. Mas acima de qualquer outra qualidade, têm de ser móveis. A sua mobilidade deve dar resposta aos seus objectivos pessoais e das empresas que representam. Assim, o modo de projectar um edifício tem também de ser móvel, para que possa ser facilmente transportado – o que não aconteceria sem o suporte das novas tecnologias. É sobretudo a tecnologia que torna a arquitectura num negócio global e que permite aos arquitectos trabalharem em qualquer parte do mundo, desde que devidamente apoiados pelo trabalho de um escritório com uma boa estrutura interna.

141. Ver *Rem Koolhaas and global capitalism* em *The Global Architect – Firms, Fame and Urban Form* por Donald McNeill. p.100

142. Donald McNeill citando Rem Koolhaas em op.Cit. p.100




51. Petronas Towers, Kuala Lumpur, Malásia
52. Willis Tower, Chicago, EUA

3.2. Do Ocidente para o Oriente – novos mercados e a proliferação do edifício icónico

A globalização dos mercados e, por consequência, a crescente natureza competitiva da profissão da arquitectura, resultou na emergência de novos escritórios com diferentes origens, de várias dimensões e com ambições globais. Ainda que com uma boa percepção de novos mercados em ascensão e atenção à especificidade de cada cliente, a prestação destes arquitectos dá-se, normalmente através de convite ou pela participação em competições. Pelo que a maior parte dos escritórios continua a ter uma estratégia que tenta ter por base o mercado nacional, sempre com perspectivas em relação à expansão em determinados novos mercados.

As duas últimas décadas viram o crescimento e queda de vários mercados económicos regionais, de acordo com o que os escritórios de arquitectura que trabalham internacionalmente têm adaptado as suas intenções. O Médio Oriente e, sobretudo os Emirados Árabes Unidos, entre os quais o Dubai, têm-se revelado um dos mais importantes mercados para a arquitectura. A China tornou-se outro dos mais representativos mercados dos últimos vinte anos a partir do momento em que a viragem política do Partido Comunista Chinês, em 1978, veio abrir um mar de oportunidades para a prática do capitalismo, envolvendo o país num drástico crescimento económico e processo de urbanização[143].

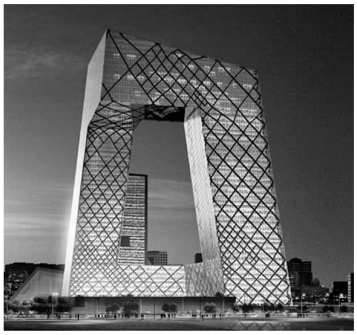
Mas foi provavelmente em Fevereiro de 1996 que houve uma grande transformação na balança entre o Ocidente e o Oriente. Essa transformação foi materializada pela inauguração das duas torres gémeas do *Petronas Centre* em Kuala Lumpur, Malásia – desenho de Cesar Pelli, um arquitecto Americano nascido na Argentina. Pela primeira vez na história desde a construção das catedrais góticas, o edifício mais alto do mundo deixou de estar no Ocidente, ultrapassando o recorde atingido pela antiga *Sears Tower*, hoje *Willis Tower*, em Chicago, nos EUA. As *Petronas Towers*, dominando o *skyline* e todas as perspectivas que se possam ter desta urbe, passaram a mostrar uma imagem moderna de Kuala Lumpur, agora distinta das demais cidades asiáticas[144]. Este fenómeno projectou a cidade a nível internacional e suscitou o mesmo tipo de interesse que uma feira internacional ou um evento desportivo provocam nos *media*.

143. Ver *The globalisation of architectural practice* em *The Global Architect – Firms, Fame and Urban Form* por Donald McNeill. p. 7-18

144. Ver *High-Rise Syndrome* em *The Edifice Complex, How the rich and powerful – and their architects – shape the world* por Deyan Sudjic. p.356-361

Os arranha-céus têm uma função expressiva fundamental. Eles agem como ícones da modernidade e, em conjunto, são os responsáveis pelo pano de fundo que identifica uma cidade. Os arranha-céus são considerados um produto da modernidade, da globalização e de grupos de capital privado. Servem como pontos de orientação e, de certa forma, organizam a cidade. Fazem parte de filmes, postais e anúncios, promovem a imagem de uma certa marca ou empresa. Este tipo de edifício foi um ponto fulcral da modernidade no século XX, como prova material de que a globalização está presente em determinado local. Mas a sua multiplicação, apesar do seu contínuo progresso tecnológico, levou a um crescente desinteresse por parte do público, o que, de certa forma conduziu à competição do 'mais alto' em busca de uma nova sensação espacial com a envolvente[145].





53. Estádio Olímpico de Pequim, por Herzog & De Meuron
54. Sede da CCTV em Pequim, por Rem Koolhaas OMA/AMO

Um outro ponto marcante nesta transição de mercados favoráveis à prática da arquitectura está certamente relacionado com a China, como já foi anteriormente referido, e com o desenvolvimento de vários projectos desenvolvidos por arquitectos famosos, como por exemplo o Estádio Olímpico de Beijing, por Herzog & de Meuron; o novo terminal do aeroporto de Beijing, por Norman Foster; ou a sede da CCTV – *Chinese State Television* – por Rem Koolhaas e a sua OMA/AMO. O concurso para este último edifício foi aberto em 2002 e nele estiveram presentes projectos de escritórios como SOM – Skidmore, Owings and Merril; KPF - Kohn Pedersen Fox Associates; Toyo Ito; e Dominique Perrault, entre outros[146]. A nova sede da CCTV teve, desde o princípio, uma grande projecção mediática e sofreu muitas críticas, principalmente fora da China, questionando até que ponto a participação de Rem Koolhaas seria éticamente correcta, tendo em conta o papel desempenhado por esta cadeia de televisão pública, representativa do regime político em curso e do seu poder sobre os *media*. No entanto, após algumas contrariedades em relação a vários dos seus trabalhos nos EUA, Rem Koolhaas estava decidido quanto à sua participação neste projecto:

145. *For the skyscraper is not only the building of the century, it is also the single work of architecture that can be studied as the embodiment and expression of much that makes the century what it is...For better or worse, it is measure, parameter, or apotheosis of our consumer and corporate culture. No other building type incorporates so many forces of the modern world, or has been so expressive of changing belief systems and so responsive to changing tastes and practices. It romanticizes power and the urban condition...*

Donald McNeill citando Ada Louise Huxtable em *The geography of the skyscraper* em *The Global Architect – Firms, Fame and Urban Form*. p.114

146. Ver *Rem Koolhaas – The flying dutchman goes east* em *The Iconic Building – The Power of Enigma* por Charles Jencks. p. 107

Participation in China is the most compelling conundrum. Its outcome afects us all. A position of resistance seems somehow ornamental. On our own we can at most have good intentions. But we cannot represent the public good, without the larger entity, such as the state. To make matters worse, the more radical, innovative and brotherly our sentiments, the more we architects need a strong sponsor.[147]

We are deeply aware that this is not an innocent project, and we have considered our own values very carefully...We have chosen to participate in China now because we believe that the process of modernization needs pressure from within.[148]




55. Burj Dubai Tower, Dubai
56. Empire State Building, Nova Iorque, EUA

O mercado chinês oferecia a Rem Koolhaas um novo estímulo intelectual e uma promessa comercial mais vantajosa. Os chineses pareciam mais dispostos a aprender com a sua larga experiência do que os americanos. Ainda assim, a OMA foi emparelhada com o ECADI – *East China Architectural Design Institute* – com o propósito de ultrapassar de questões burocráticas e legais e diliuir o choque cultural[149], demonstrando mais uma vez a vulgaridade do recurso a parcerias com escritórios locais, uma vez trabalhando a nível internacional.

Mais tarde, em 2008, a Emaar Properties lançou o projecto da *Burj Dubai Tower*, a peça central do projecto urbano *Downtown Burj Dubai*, com mais de 600 metros e, segundo alguns críticos, obviamente inspirado no *Empire State Building* e na *Sears Tower*[150]. O Dubai é a manifestação da tecnologia aplicada à arquitectura e do controlo que é possível ter sobre a natureza. Grande parte do seu território é deserto, acompanhado de uma longa linha costeira, o que combinado com grandes investimentos no sector imobiliário, do turismo e dos *media*, resultou num *boom* de construção. A falta de um contexto urbano, clientes ambiciosos e áreas surpreendentes levaram a uma rara liberdade que a elite internacional de arquitectos não podia deixar de aproveitar,

147. Deyan Sudjic citando Rem Koolhaas em *The Edifice Complex, How the rich and powerful – and their architects – shape the world*. p.139

148. Donald McNeill citando Rem Koolhaas em *The ethics of architectural practice* em *The Global Architect – Firms, Fame and Urban Form* por Donald McNeill. p.141

149. Ver *The globalisation of architectural practice* em *The Global Architect – Firms, Fame and Urban Form* por Donald McNeill. p.10

150. Ver *The geography of the skyscraper* em *The Global Architect – Firms, Fame and Urban Form por Donald McNeill*. p. 118-124

apesar de, pelas mesmas condições, se revelar um desafio bastante complexo.

Na maior parte dos casos, os arquitectos optam por formas geométricas não convencionais associadas a uma linguagem de acordo com a cultura em causa, o que deveria ser suficiente para garantir um lugar de distinção no conjunto dos *skylines* globais. Mas a verdade é que, especialmente para o público geral, o que se vê é praticamente o mesmo, independentemente do *skyline* que se encontre em frente a nós[151]. É exactamente por este motivo que estes edifícios icónicos acabam, frequentemente, por ser considerados como a imagem da globalização e da sua força homogeneizadora, uma ameaça à diversidade social e ao multiculturalismo da cidade contemporânea, um apelo à interiorização da vida urbana e ao abandono da rua.

3.3. O futuro da Arquitectura Icónica

A arquitectura não trata apenas da construção de um abrigo para o Homem, ou da desculpa para modernizar a imagem de um país, trazendo-o de volta às luzes da ribalta. De certa forma a arquitectura nunca muda. Não obstante o constante surgimento de novas tendências, a arquitectura preocupa-se sempre em dar resposta ao que somos, onde estamos e ao que necessitamos, tendo em conta o futuro que pretendemos. E é exactamente por estes motivos que a linguagem e a imagem da arquitectura tem vindo a alterar-se ao longo dos tempos; porque ela evolui de forma a que a sua resposta possa sempre ser a mais adequada a uma sociedade exigente em transformação contínua e com necessidades muito variáveis. Embora a arquitectura possa ter como pedra basilar o pragmatismo, ela é, sem dúvida, um poderoso e extraordinário reflexo da humanidade. Não só revela as nossas aspirações, ambições, complexos ou fraquezas, como tem a capacidade de provocar uma reacção afectiva, tanto a nível pessoal, como na sociedade em geral. A arquitectura revela-se assim como um dos mais eficazes meios de comunicação de massas e daí a sua relação de proximidade com o poder ou quem o detém. Quaisquer que sejam as intenções de um arquitecto, elas acabam por estar mais dependentes dos seus patrocinadores do que da sua retórica, e este é um ponto importante a reter aquando da observação e da produção de crítica de arquitectura.

O poder crescente da tecnologia e a distribuição de imagens em massa a nível global, transformaram, indiscutivelmente, a forma como o arquitecto desenvolve o projecto e, consequentemente, a materialização do mesmo. Como resultado, durante as últimas décadas, a arquitectura evoluiu sobretudo em duas direcções: um produto relativamente estandardizado, de fácil adaptação e reprodução, que constitui uma arquitectura anónima e massificada que pretende responder a algumas necessidades básicas da sociedade como, por exemplo, a habitação; e o edifício icónico, um produto original, surpreendente e estruturalmente complexo, onde o conceito original é essencial e, portanto, desenvolvido e aperfeiçoado através da tecnologia mais avançada.

Em relação a esta última direcção acima mencionada, a do edifício icónico, que nós temos vindo a aprofundar sob diversas formas ao longo desta dissertação existem mais algumas questões

151.Ver The geography of the skyscraper em The Global Architect – Firms, Fame and Urban Form por Donald McNeill. p. 132-133

que devem ser colocadas, embora a resposta às mesmas possa ser vaga ou necessite do decorrer de mais algum tempo. Hoje não sabemos ainda se a arquitectura icónica é a materialização de uma nova era da arquitectura a nível de liberdade criativa ou se não passa de movimento temporário com morte precoce, mas com muita visibilidade como, por exemplo, a *Art Nouveau*. É certo, no entanto, que este tipo de arquitectura tem sobrevivido durante as últimas décadas, com altos e baixos, dependendo da emergência e crescimento de novos mercados. Mas outra das principais razões do seu sucesso encontra-se ligada ao declínio dos dogmas e convenções religiosas e políticas, à falta de uma ideologia.

Foi esta mudança de paradigma caracterizado pela cultura pós-moderna que, criando um vazio, permitiu ao arquitecto angariar motivos que legitimassem grandes gestos, sobretudo em prol do comércio e de obras públicas que servissem a cultura, com um objectivo: o da democratização e majoração do consumo. Claro que tal levou também a um novo território criativo nunca antes visto, que tende sobretudo a metaforizar a natureza, em toda a sua diversidade, porque esta é uma criadora eficiente e, simultaneamente, enigmática, ou seja, o mesmo que se procura hoje na arquitectura icónica. Metáforas que não sejam demasiado evidentes ou reveladoras e que, portanto, despertem o sentido observador e crítico, abrindo portas às mais diversas interpretações e mantendo sempre, no indivíduo e na sociedade em geral, uma certa sensação de curiosidade não satisfeita, esperando mais. É esse o segredo da arquitectura icónica, o sentido conotativo do edifício, à espera de ser descodificado, como todas as outras formas artes. E é desta forma que o edifício icónico ocupa hoje o lugar antes destinado sobretudo aos monumentos religiosos, porque ele tem a mesma força centrípeta, representa a mesma atracção pelo desconhecido, pelo místico e enigmático, tanto através da sua localização geográfica, como das suas dimensões, como através da linguagem e dos materiais utilizados.

Como consequência da crise económica praticamente global que a sociedade tem vindo a atravessar, a arquitectura icónica certamente sofreu um declínio, mas não só. Tanto os arquitectos como um público mais generalizado compreende hoje que a proporção entre a necessidade e o preço a pagar por estes edifícios foi consecutivamente descuidado e que hoje acabamos por viver numa sociedade em que o ícone, por ter sido multiplicado tão vastamente, ficou desvalorizado. De alguma forma, acaba por recuperar-se alguma contenção em relação a este tipo de obras. Não se trata de tentar reprimir a liberdade criativa dos arquitectos, de fazer com que estes regressem a um certo academismo, mas sim ao despertar da consciência em relação a problemas mais relacionados com o ambiente, a mobilidade, a participação e a integração, fazendo proveito máximo das tecnologias de que dispomos actualmente. Trata-se de devolver uma certa sensatez à arquitectura, racionalizando a necessidade que a sociedade tem, e sempre teve, de uma arquitectura poderosa, grandiosa e espectacular.

QUATRO . **Braga - um evento, um ícone, um arquitecto**

4.1. PORTUGAL E A ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS INTERNACIONAIS, DE 1994 A 2004

Após a queda do Muro de Berlim em 1989, instalou-se na Europa um clima político optimista, acompanhado de uma lógica de globalização cultural e económica. No entanto, Portugal sentiu, durante esse período, as consequências de uma forte desindustrialização que se iniciou ao longo das décadas anteriores, evidenciando problemas vários ao nível da gestão das cidades. Tornou-se urgente melhorar a qualidade de vida urbana e, sobretudo, da vida quotidiana dos habitantes da urbe, para que estes pudessem contribuir para o desenvolvimento económico do país. Mas depois de décadas de desinvestimento em estruturas e infra-estruturas públicas, eram necessários meios monetários fora do alcance das urbes, para que estas se pudessem modernizar e, posteriormente, encontrasse uma forma de integrar a rede cultural e económica global das cidades.

Foi no contexto de aproximação do final do milénio, combinado com as oportunidades financeiras oferecidas pelas organizações de grandes eventos internacionais, que Portugal viu a solução para o seu problema. O período de tempo ocorrido entre 1994 e 2004 tornou-se assim uma das décadas de maior investimento público nas cidades portuguesas organizadores dos mesmos eventos. A primeira experiência ocorreu em 1994 com Lisboa'94, Cidade Europeia da Cultura[152]; seguida da Expo'98, Exposição Mundial de Lisboa[153]; da Porto 2001, Capital Europeia da Cultura[154]; e, por último, o UEFA Euro 2004, Campeonato Europeu de Futebol[155], com características um pouco diferentes dos anteriores, como veremos mais adiante, tendo em conta que envolvia não apenas uma, mas várias cidades em simultâneo. Os três primeiros eventos referidos, de índole cultural, pretendiam focar-se no melhoramento de infra-estruturas do tipo tradicional – como teatros, museus, galerias, centros de exposições, centros culturais, casas concerto, entre outros – dos quais as cidades poderiam tirar proveito posteriormente, integrando-as na vida cultural da cidade. No entanto, seguindo o exemplo de Glasgow'90, um

152.Ver *1.3.1. Efeito Glasgow 90'/Porto 2001, Capital Europeia da Cultura* em *1. CIDADE-EVENTO*. p.33

153.Ver *1.3.2. Efeito Barcelona, Jogos Olímpicos de 1992/Expo'98 Lisboa* em op.Cit.p.39

154.Ver *1.3.1. Efeito Glasgow 90'/Porto 2001, Capital Europeia da Cultura* em op.Cit. p.33

155.Ver *http://www.uefa.com/uefaeuro/season=2004/index.html*
(consulta de Agosto de 2012)

ponto de viragem no que diz respeito à estratégia de aplicação de investimentos utilizada neste tipo de acontecimentos, estes três eventos direccionaram grande parte do capital obtido para a requalificação de tecido viário, para a criação de novas infra-estruturas de transportes; para a regeneração de centros históricos e espaços públicos; e para a reconversão de áreas urbanas.

Esta estratégia revelou, a longo prazo, vários efeitos positivos. Ainda que imediatamente após os mesmos se tenha verificado um período de ressaca, o melhoramento de vários tipos de infra-estruturas foi efectivo e acrescentou um grande valor simbólico às cidades, que passaram, na generalidade, a desenvolver mais programas de actividades culturais, como é o caso da cidade do Porto, através de organismos culturais tais como o da Casa da Música. Já a Expo'98, que resultou na criação de uma nova área em Lisboa, anteriormente negligenciada, tornou-se no novo símbolo de cultura e lazer, do espaço público como força regeneradora de uma nova centralidade, também enriquecido por novas infra-estruturas. Dentro dos parâmetros referidos, este projecto não poderia ter sido melhor sucedido. No entanto, posteriormente, revelou alguma fragilidade no que diz respeito à sua integração na cidade de Lisboa, demonstrando ser um espaço auto-suficiente que acabou por não estabelecer relações de proximidade, troca ou dependência em relação às zonas envolventes e, portanto, produzindo menos reflexos positivos que seria de esperar[156]. Um efeito óbvio, após a organização destes eventos, foi a integração do perfil destas cidades numa rede cultural global, que proporcionou um aumento do turismo estrangeiro na região, bem como uma audiência cultural crescente e constante. Foram estes factores, acompanhados do aumento de postos de trabalho, que deram início a um ciclo positivo em que a população da cidade e da região se sentia orgulhosa, confiante e motivada para novos desafios[157].

O UEFA Euro 2004 foi o maior evento desportivo organizado em Portugal até aos dias de hoje, apresentando a Federação Portuguesa de Futebol os seguintes motivos[158], como preponderantes, na sua candidatura à organização do Campeonato Europeu de Futebol:

1. Forte vontade da Federação Portuguesa de Futebol
2. Empenhamento total do Governo
3. Apoio de todas as forças políticas
4. Apoio da opinião pública e dos media
5. Dez estádios modernos e estruturas complementares
6. Tradição das selecções e clubes em competições internacionais
7. Paixão do público de todas as classes e idades
8. Investimento para as novas gerações
9. Estradas, portos, aeroportos e caminhos-de-ferro modernos
10. Economia forte que promete bons patrocínios
11. Boa infra-estrutura hoteleira
12. Calma social com pouca criminalidade

156. Ver *1.3.2. Efeito Barcelona, Jogos Olímpicos de 1992/Expo'98 Lisboa* em *1. CIDADE-EVENTO*. p.39

157. Ver *European Cities and Capitals of Culture, Part I - Study Prepared for the European Commission por PALMER/RAE ASSOCIATES, BRUSSELS*, Agosto 2004. p. 146-147

158. Ver João Fonseca em revista *Arquitectura e Vida* (2004), Euro 2004

13. Violência nos recintos desportivos inexistentes
14. Clima propício à pratica desportiva, nomeadamente o futebol
15. Óptimas infra-estruturas de turismo e lazer
16. Reconhecida hospitalidade do povo Português

É certo que, em retrospectiva, algumas destas razões pecam por excesso enquanto outras o fazem claramente por defeito, devendo, no entanto, ressalvar a importância e a força que o futebol tem no nosso país, bem como a paixão e o dinamismo que este desperta de uma forma transversal em toda a sociedade, incluindo instituições governamentais e outras de carácter particular. O evento integrou várias cidades do país, nomeadamente: Lisboa, Porto, Braga, Guimarães, Aveiro, Leiria, Coimbra e Faro-Loulé. Os investimentos, de carácter público-privado, concentraram-se sobretudo na construção e renovação de estádios de futebol, mas também na regeneração das áreas envolventes e consequentes acessibilidades necessárias. Ainda que o futebol tenha sido um desporto com origem na Inglaterra do século XIX, o UEFA Euro, um dos maiores eventos desportivos do mundo, tal como os Jogos Olímpicos e o FIFA *World Cup*, foi criado por um francês: Henry Delaunay, secretário da Federação Francesa de Futebol. A sua ideia despertou em 1927, mas só depois da criação da UEFA em 1954 é que o projecto se começou a desenvolver. Delaunay faleceu em 1957 e não teve, portanto, a oportunidade de ver o primeiro Euro acontecer em 1960, em França, agora pelas mãos do seu filho, Pierre Delaunay[159]. Com a aproximação do final do milénio, o futebol e, sobretudo este tipo de competições, tornou-se numa indústria muito rentável, tendo adquirido uma enorme importância através dos *media*.

Pela importância que é atribuída ao futebol em Portugal, o Euro 2004 tornou-se um evento de elevada notoriedade no país, com lotação esgotada e uma grande audiência, através da difusão televisiva. No entanto, reconhece-se hoje que a construção e renovação de 10 estádios terá sido exagerada, uma vez que vários municípios revelam não possuir os meios financeiros necessários para a manutenção destas infra-estruturas, como é o caso do estádio de Leiria. Ainda assim, a maioria da população reconhece que o legado deixado é positivo, a nível de infra-estruturas, mas sobretudo pela união nacional e patriotismo que representou. O Euro 2004 fez com que os Portugueses gostassem mais de Portugal, acima de tudo porque a organização deste evento decorreu sem qualquer percalço, deixando a população orgulhosa da imagem nacional revelada globalmente.

No entanto, em retrospectiva, compreende-se hoje que o investimento nos 10 estádios levados a cabo foi exagerado, tanto pelo facto de os mesmos se revelarem pouco flexíveis no que diz respeito à sua adaptação a outras possíveis funções, como pelos insuportáveis custos de manutenção que representam para os seus gestores.

159. Ver *http://www.uefa.com/uefaeuro/history/background/index.html*
(consulta de Agosto de 2012)

160. Ver *1.3. "OCASIÃO", "GRANDE EVENTO", "CIDADE OCASIONAL"* em *1. CIDADE-EVENTO*, p.32

4.2. O DESENVOLVIMENTO URBANO DA CIDADE DE BRAGA E O EURO 2004, BRAGA COMO "CIDADE OCASIONAL"[160]

A imagem de uma cidade constrói-se lentamente, como resultado de uma série de iniciativas individuais e da presença de diferentes actividades e sectores que são o reflexo dos seus cidadãos como parte de uma sociedade com determinados valores e padrões de comportamento que se alteram ao longo dos tempos. Neste sentido, os edifícios icónicos são, e sempre foram, um forte gerador de imagem, com base no forte carácter simbólico que normalmente detêm, qualquer que seja a sua funcionalidade. comportamento que se alteram ao longo dos tempos. Neste sentido, os edifícios icónicos são, e sempre foram, um forte gerador de imagem, com base no forte carácter simbólico que normalmente detêm, qualquer que seja a sua funcionalidade.

Durante as últimas décadas e, sobretudo ao longo dos anos 90, a cidade de Braga sofreu uma forte expansão que hoje revela uma certa falta de controlo sobre os métodos de intervenção utilizados. A mesma expansão, correspondeu também a uma proliferação deste tipo de edifícios, ligados ao fenómeno do consumo, entre outros, como é o caso do edifício do centro comercial *Braga Parque*, em várias zonas da cidade que se encontravam em desenvolvimento. Tal resultou numa ocupação territorial desconexa e incompreensível em que este tipo de edifícios, acompanhados de uma forte rede viária se tornaram em elementos de ruptura.

O Euro 2004 trouxe, à época, uma ocasião única que o município não podia desperdiçar para o desenvolvimento de um projecto que se encontrava já em cima da mesa: o do Parque Norte – Parque Desportivo de Dume, que seria o ponto de partida para uma série de transformações urbanas. Este evento desportivo representava uma grande visibilidade internacional para a cidade, que via aqui a oportunidade de se renovar e auto-promover; mas representava também um forte arranque facilitado pelas verbas desbloqueadas com o propósito do desenvolvimento dos projectos dos estádios necessários a este evento. Foi, portanto, deste modo, que o novo Estádio Municipal de Braga, desenhado pelo arquitecto Eduardo Souto de Moura se tornou no símbolo máximo deste plano regenerador.

Falaremos do mesmo mais adiante, assim como de um outro edifício icónico que se insere na mesma área urbana, mas que, por sua vez, é dedicado ao consumo: o Centro Comercial *Dolce Vita*, uma iniciativa privada do grupo multinacional estrangeiro *Chamartín Imobiliária*.

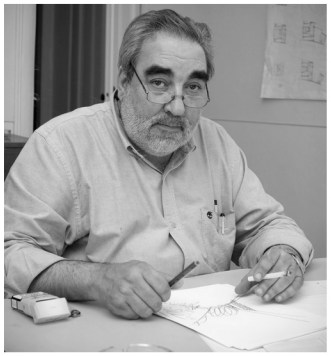
4.3. BRAGA E AS NOVAS MONUMENTALIDES, NOVOS ÍCONES

4.3.1. Estádio AXA – Estádio Municipal de Braga

Até meados do século XX, o Estádio era essencialmente encarado como uma obra de Engenharia, ou seja, uma (infra)estrutura em redor de um campo de jogo, com características mais ou menos monumentais, embora não estabelecendo grandes impactos transformadores no tecido urbano envolvente. Esse impacto desenvolver-se-á através da massificação das audiências desportivas, algo que ocorre nas primeiras décadas após a II Guerra Mundial como resultado da reorganização política do trabalho e do tempo livre, dirigida essencialmente a uma

estrutura social, então emergente, disponível para esse usufruto – a família de classe média -, facto que irá alterar gradualmente o perfil dos adeptos nos Estádios. (...) Durante a década de 90, alguns países europeus tentaram agregar esse incremento desportivo às políticas urbanas, de forma a utilizar os novos recintos como pretextos para o desenvolvimento de acessibilidades e para a revitalização de áreas periféricas. Assim aconteceu, por exemplo, com o multifuncional Amsterdam Arena (1996), localizado num novo centro direccional daquela cidade, ou com o majestoso Stade de France, imagem de marca do Campeonato Mundial de 1998 e que pretendeu constituir-se como catalisador do crescimento de Saint-Denis, subúrbio-dormitório de Paris.[161]

Assim deveria ter acontecido também com o Estádio Municipal de Braga, com capacidade para 30 000 pessoas, um projecto desenvolvido durante o ano de 2000 pelo arquitecto Eduardo Souto de Moura, e construído entre 2002 e 2003, no âmbito do evento que aconteceria um ano mais tarde: o Euro 2004[162].





57. Eduardo Souto de Moura, arquitecto
58. Estádio AXA – Estádio Municipal de Braga

Este edifício é a peça central do projecto do Parque Norte – Parque Desportivo de Dume, que contempla o desenvolvimento de outras infra-estruturas desportivas, como por exemplo o complexo das piscinas e vários circuitos de manutenção. O projecto deste parque visa sobretudo o desenvolvimento de uma área de Braga onde ainda perdura uma paisagem predominantemente rural, com uma densidade urbana muito baixa e uma construção de pequena escala. Durante os últimas dez anos, este cenário tem vindo a transformar-se de forma bastante dramática, fruto da introdução de vários factores descaracterizadores da situação atrás referida, sendo o estádio o que materializa a maior situação de ruptura. Este afirma-se ainda hoje como um elemento ainda isolado, envolto de por terrenos cuja utilização principal anterior era a agrícola, encontrando-se agora numa fase de transição para outros usos. Como consequência da actual conjuntura económica, várias das iniciativas públicas que faziam parte deste projecto encontram-se ainda paradas, como é o caso das já referidas piscinas. O mesmo aconteceu em relação a várias iniciativas, como veremos mais adiante com o exemplo do centro comercial *Dolce Vita.*

Esta foi, portanto, uma intervenção que se viu deixada a meio até aos tempos que correm,

161. Ver *"Eurodisneyficação 2004. O impacto do futebol no "campeonato" mediático das cidades"*, em *Arquitectura e Não,* por Nuno Grande. Casal de Cambra: Editora Caleidoscópio, 2005, p.49-58

162. Ver *http://www.scbraga.pt/estadio/ficha-tecnica-1*
(consulta de Agosto de 2012)

fazendo com que esta área evidencie uma imagem desconexa e, de certa forma, desconfortável. O estádio assume assim um papel fundamental na construção da imagem que lentamente vai construindo esta zona da cidade de Braga, sobretudo pelo seu forte carácter simbólico e pela relação sentimental que ao longo dos anos foi estabelecendo com todos os adeptos de futebol que nele se revêem clubisticamente. O Estádio Municipal de Braga tornou-se, sem dúvida, no novo ícone da cidade pelos motivos já referidos, mas alcançou ainda um outro nível de reconhecimento quando o seu arquitecto, Souto de Moura, foi laureado com o prémio *Pritzker*, em 2011, passando assim a ser reconhecido internacionalmente por um público mais generalizado. O trabalho deste arquitecto era já conhecido , mas a entrega deste prémio não deixou de ser, de certa forma, uma surpresa. Após nomes como o de Norman Foster em 1999, Rem Koolhaas em 2000, Jacques Herzog e Pierre de Meuron em 2001, Jørn Utzon em 2003, Zaha Hadid em 2004, Peter Zumthor em 2009, entre outros, que possuíam a sua própria linguagem arquitectónica claramente expressiva e, consequentemente, mais facilmente reconhecida como icónica, surge Souto Moura, em 2011[163], com uma arquitectura de um perfil subtil e depurado, tal como o próprio júri do prémio *Pritzker* referiu:

"(...) Eduardo Souto de Moura's architecture it is not obvious, frivolous, or picturesque. It is imbued with intelligence and seriousness. His work requires an intense encounter not a quick glance. And like poetry, it is able to communicate emotionally to those who take the time to listen. His buildings have a unique ability to convey seemingly conflicting characteristics—power and modesty, bravado and subtlety, bold public authority and sense of intimacy—at the same time. For architecture that appears effortless, serene, and simple, and for the care and poetry that permeates each project, Eduardo Souta de Moura receives the 2011 Pritzker Architecture Prize."[164]

O estádio, em contra-corrente com o conceito actual desta tipologia e, tal como todas as suas obras, reflectem, de facto, as características acima descritas e foi precisamente através delas que a obra aqui em causa, completamente integrada numa paisagem com um relevo tão acidentado, discreta, subtilmente materializada através da simplicidade dos materiais escolhidos, nomeadamente o betão e o granito, se tornou na nova identidade da cidade. Poderá não ter a expressividade formal do Guggenheim de Bilbau ou a localização perfeita para um ícone, como a Ópera de Sydney com a sua frente de água como efeito multiplicador da sua carga simbólica; mas este estádio – difícil de descobrir, não fossem as indicações que lá nos levam – é hoje, definitivamente, reconhecido internacionalmente pela sua solução original como um exemplo a reter, *marcando o seu importante lugar entre as mais emblemáticas e problematizadoras*[165] obras. Localmente, é o centro de uma situação de impasse, a promessa

163. Ver *http://www.pritzkerprize.com/laureates/year*
(consulta de Agosto de 2012)

164. Ver *http://www.pritzkerprize.com/laureates/2011/jury*
(consulta de Agosto de 2012)

165. Ver *"Eurodisneyficação 2004. O impacto do futebol no "campeonato" mediático das cidades"*, em *Arquitectura e Não*, por Nuno Grande. Casal de Cambra: Editora Caleidoscópio, 2005, p.49-58

de uma intervenção que ficou parada com a evolução negativa da situação económica portuguesa e internacional.

Para além dos jogos de futebol, acontecem esporadicamente outros eventos, sobretudo ligados a performances musicais de vários tipos, mas a receita gerada por estes acontecimentos não é suficiente. Pela falta de meios financeiros que suportassem os elevados custos de manutenção que tanto a Câmara Municipal de Braga como o Sporting Clube de Braga revelaram ao longo dos anos, o estádio encontra-se hoje associado ao patrocínio de várias marcas, sendo a principal a AXA Seguros, que dá agora também nome a este edifício.

Ainda assim, e reconhecendo que o grande investimento feito nesta infra-estrutura poderia ter sido aplicado em obras talvez mais necessárias à autarquia e ao apoio social dos munícipes – tendo também em conta a situação de desemprego actual que afecta fortemente esta área – a maioria dos bracarenses reconhece o estádio como algo de positivo e sente orgulho de o ter na sua cidade.

4.3.2. Centro comercial *Dolce Vita*

O centro comercial *Dolce Vita* encontra-se localizado na zona norte da cidade, em Dume, e a certa de dois quilómetros do centro histórico. Este edifício situa-se, portanto, numa zona periférica da urbe ainda não consolidada, mas que, pelo mesmo motivo, oferece uma localização privilegiada, pouco congestionada, com possibilidade de expansão sem qualquer tipo de impedimentos. A sua envolvente é fortemente caracterizada por áreas agrícolas ainda em utilização, o que confere ao edifício um grande impacto visual, enfatizado pela sua dimensão fora de escala, considerando o pouco edificado envolta. É desta forma que este edifício se traduz como um elemento de grande ruptura no meio em que se insere.

Devido à conjuntura económica de crise que hoje se vive no país, a construção deste centro comercial encontra-se parada, após o apontamento sucessivo de várias datas de inauguração que nunca se concretizaram. O mesmo não se encontra, portanto, aberto ao público, nem mesmo de forma parcial, o que não deixa de levantar nos cidadãos algumas questões relativas ao futuro daquelas instalações. No entanto, espera-se que aconteça com este centro comercial o mesmo que com um outro já referido: o *Braga Parque*. Inicialmente, este tinha uma localização muito semelhante à do *Dolce Vita*: encontrava-se numa zona da cidade ainda não consolidada e algo desconexa. Hoje, o centro comercial Braga Parque, projecto do arquitecto Frederico Valsassina, encontra-se totalmente absorvido pela cidade e, ainda assim, a sua localização revela a excelência da sua localização, que suportou já várias renovações e 'acrescentos'. Resta talvez esperar por uma retoma económica, para mais tarde poder verificar se a situação do *Dolce Vita* seguirá os mesmos passos do *Braga Parque* e se tornará realmente num novo ícone da cidade, ou se acabará por se revelar um fracasso, deixando para trás as suas instalações de enormes dimensões que, por agora, são algo descaracterizadoras da área em causa.

Assim, os dois novos ícones da cidade, centro comercial Dolce Vita e Estádio AXA – Estádio Municipal de Braga, não se poderiam revelar mais distantes nos seus propósitos. Enquanto o estádio, com a assinatura de um arquitecto de renome internacional se torna no portador de uma

carga simbólica imensa para a cidade e de dispõe ao serviço das necessidades da sua população; o outro, de arquitecto incógnito, tem como objectivo principal a representação e projecção da imagem um grupo de capital privado que visa a geração de lucros através dos serviços que eventualmente prestará.

4.4. EFEITO EURO 2004 EM BRAGA

A cidade de Barcelona foi pioneira na utilização de um evento desportivo como ferramenta de renovação urbana. Tal como foi atrás referido, seguindo o exemplo de Los Angeles na organização dos Jogos Olímpicos de Verão de 1984, Barcelona'92 foi, mais do que um evento desportivo internacional, o pretexto perfeito para proceder a uma modernização que deveria ter ocorrido há já muitos anos no que dizia respeito a infra-estruturas, comunicações e transportes. O legado é enorme e ainda hoje o maior responsável pelo sucesso internacional desta cidade, demonstrando simultaneamente a capacidade de resposta positiva ao nível de qualidade de vida urbana exigida pelos seus habitantes. Os Jogos Olímpicos foram apenas o impulso inicial que era necessário para fazer acontecer alterações de uma proporção fora do vulgar. Em Bilbau, foi o edifício do museu Guggenheim, desenhado por Frank Gehry e inaugurado em 1997, que trouxe a cidade às novas luzes da modernidade. Esta encontrava-se anteriormente numa espécie de estagnção e a sua população completamente esmorecida. A construção do museu marcou um ponto de viragem na história da cidade e despoletou todo o fenómeno de renovação e modernização da urbe combinando-a com uma forte aposta no turismo, que trouxe resultados positivos generalizados.

A cidade de Braga e o seu Estádio Municipal foram de alguma forma a repetição dos dois fenómenos acima descritos, ainda que os mesmos devam ser interpretados segundo o actual ciclo económico depressivo que já se vivia à época, e tendo também em consideração que tanto os planos de Barcelona como de Bilbau revelaram uma ambição muito maior, abarcando praticamente a totalidade das suas áreas urbanas. O plano em que a cidade de Braga se lançou aquando do Euro 2004, ao qual o Estádio Municipal serviu de premissa, foi, por sua vez, uma intervenção localizada, que visava dar início a uma série de alterações e transformações, como já foi atrás mencionado. É certo que aconteceram algumas renovações um pouco por toda a cidade como o intuito de melhorar as condições dos espaços urbanos para o evento que se aproximava, mas estas não trouxeram alterações de maior, nem representaram um grande impacto na vida dos cidadãos. O Euro 2004 representava uma obtenção de verbas facilitada para dar vida a este projecto, uma oportunidade que não podia ser desperdiçada:

Os maiores encargos (84%, grande parte garantida por avultados empréstimos bancários) foram assim suportados pelos próprios clubes (como nos casos do Benfica, Sporting, F. C. Porto e Boavista), mas também pelos municípios, principalmente nas cidades de escala intermédia (Braga, Guimarães, Aveiro, Leiria, Coimbra e Faro/Loulé), facto que expressa bem o peso político por estes atribuído ao Euro 2004 enquanto catalisador urbanístico e promocional. Do ponto de vista urbano, a construção e renovação dos Estádios foram razão, ou pretexto, para a construção de novos parques de estacionamento (6% do investimento), mas sobretudo de importantes infraestruturas envolventes, como vias-rápidas, nós de acesso, viadutos, túneis e conexões a estações de Metro, ligando os recintos desportivos às redes de acessibilidade existentes (obras que totalizam mais de 19% do investimento, através do apoio, entre outros, do Instituto de

Estradas de Portugal).[166]

O Estádio foi construído, bem como novas acessibilidades, e ficou a promessa de que esta era apenas a primeira peça do Parque Norte – Parque Desportivo de Dume. Hoje vemos que em relação a este mesmo parque desportivo apenas um outro projecto começou a ser construído, o das novas piscinas municipais, que agora se encontra parado, e para o qual se procuram novas soluções programáticas, uma vez que, à partida, o mesmo não poderá ser concretizado consoante o seu objectivo inicial. Em relação a iniciativas privadas do sector terciário, nomeadamente comércio, poucas foram as que avançaram até à sua conclusão, como é o exemplo da loja de desporto Decathlon, sendo que o investimento de maior peso, o do centro comercial *Dolce Vita*, se encontra também estagnado sem quaisquer informações oficiais relativas ao seu futuro, como já foi mencionado.

O desenvolvimento das novas acessibilidades traduziu-se numa melhor fluidez do tráfego da cidade, mas trouxe algum desconforto aos habitantes das áreas contíguas, uma vez que estas acabaram por se tornar em corredores descaracterizadores da zona, que servem maioritariamente como forma de atravessamento territorial. Por si só, estas não têm o poder de levar a cabo a transformação destas áreas e acabam por ser um factor prejudicial pela desadequação que trazem ao contexto territorial de cariz ainda rural.

Este território, correspondente à zona norte da cidade de Braga, sofrendo as consequências da crise económica instalada, materializa agora a imagem de algo que foi deixado a meio, porque alguns dos projectos previstos não foram sequer começados e muitos dos que foram, encontram-se longe de estarem terminados, ou, simplesmente, desocupados. Acabam assim por se verificar diversos desequilíbrios causados sobretudo pelos novos factores introduzidos nesta área, de grande escala, reflectindo uma desconexão e desarticulação da organização espacial, da expansão e crescimento territorial, longe da pretendida imagem de nova unidade urbana com padrões de qualidade de vida elevados, beneficiada pelo novo parque da cidade.

Ainda assim, o novo ícone da cidade de Braga é, sem dúvida, o Estádio AXA – Estádio Municipal de Braga (a principal memória do Euro 2004 que resta), tal como o novo ícone de Bilbau foi, indubitavelmente o Museu Guggenheim. O reflexo positivo que este estádio teve a nível do turismo não é comparável ao que o museu Guggenheim teve em Bilbau; mas é certo que este é hoje visitado frequentemente, tanto por adeptos de futebol, como por interessados da disciplina da arquitectura que vêm nesta obra um dos melhores exemplos do trabalho do arquitecto Eduardo Souto de Mouro, premiado com o *Pritzker*. Para além disso, este mesmo estádio veio reacender a paixão que muitos dos bracarenses têm pelo seu clube, sendo que a comparência destes aos jogos passou a ser muito mais frequente e o próprio desempenho do clube no campeonato português passou também a revelar cada vez mais qualidade deixando os seus adeptos orgulhosos. Neste aspecto, pode-se considerar que o acontecimento do Euro 2004 em Portugal e, mais precisamente em Braga, foi positivo, mas esta é uma altura de impasse e torna-se ainda complicado fazer uma retrospectiva acertada. No entanto, e ainda que os habitantes se revejam orgulhosamente no seu novo ícone, os mesmos sabem que este é,

166. Ver *"Eurodisneyficação 2004. O impacto do futebol no "campeonato" mediático das cidades"*, em *Arquitectura e Não*, por Nuno Grande. Casal de Cambra: Editora Caleidoscópio, 2005, p.49-58

provavelmente a causa do pouco investimento que tem sido feito em várias vertentes na cidade durante os últimos anos.

Comparando o caso de Braga com o de outras cidades do país que albergaram o mesmo evento, o seu efeito pode mesmo ser considerado bastante positivo. Note-se por exemplo a situação de Leiria com o seu estádio, ou a do Algarve com o estádio municipal de Loulé/Faro, ambos utilizados apenas esporadicamente para eventos desportivos ou performances musicais, dado não existirem clubes de futebol que possam suportar os custos de manutenção que os mesmos exigem.

Em última análise, a dúvida persiste, numa dimensão material, o legado do Euro 2004 poderá não ter sido o mais positivo. As acessibilidades foram desenvolvidas de uma forma generalizada conseguindo dar resposta às novas necessidades das populações, mas, simultaneamente, as autarquias foram deixadas a braços com estas infra-estruturas que têm pesados custos de manutenção, impossíveis de gerir por algumas delas, como os casos acima referidos, existindo também o exemplo de Braga que viu o patrocínio de um privado, a AXA Seguros, como a sua melhor saída. Porém, numa dimensão mais abstracta, o Euro 2004 foi, na opinião da grande maioria, um bom cartão de visita para Portugal, transmitindo uma nova imagem do país a nível internacional, o que deixou os portugueses satisfeitos, com pensamento positivo e vontade de enfrentar o futuro, pelo menos enquanto a euforia durou.

CINCO . **Conclusão**

CONCLUSÃO

A ARQUITECTURA ICÓNICA COMO REFLEXO DE UMA NOVA REALIDADE:
O Evento e o Consumo na plurifuncionalidade da cidade existente
O Ícone adaptado à dimensão e arquitectura local

Conforme se pode observar através das temáticas aprofundadas ao longo desta dissertação, a importância que os processos de globalização têm vindo a ter no arquitecto, na prática da arquitectura e na cidade é imensa. Embora estes processos tenham começado a tomar forma após a II Guerra Mundial, a queda do Muro de Berlim revela-se como a marca histórica que assinala a aceleração de todas as transformações sistémicas, tanto a nível político, como social e económico.

A lenta passagem da gestão dos Estados-Providência para o controlo das políticas Neo-Liberais, conduziu a uma nova sociedade com mais exigências de consumo imediato onde a cultura se tornaria, também ela num produto comercial. A constante revolução tecnológica a que se vem assistindo desde então tem, indubitavelmente, um papel fundamental no que têm sido todas estas transformações, sendo hoje parte integrante das mais pequenas actividades quotidianas da sociedade. O reflexo que estas modificações tiveram na disciplina da arquitectura revelaram-se através de diferentes formas como, por exemplo, o planeamento e interpretação da cidade e dos seus ícones; a variedade programática que estes passaram a ter, deixando de estar obrigatoriamente ligados à demonstração do poder político ou religioso, partindo sempre do princípio que o consumo, qualquer que seja o seu tipo, tem de ser incentivado. Alterou-se também o papel social do arquitecto, a sua maneira de pensar, bem como o seu método de projectar, agora sempre interligado a novas tecnologias e novos softwares, mais rigorosos e precisos.

A sociedade teve sempre necessidade de uma arquitectura icónica, como pode ser comprovado por uma breve consulta através da História; mas todas as condições acima descritas fizeram com que esta se multiplicasse de uma forma avassaladora durante as últimas décadas por todo o globo, sempre em perseguição de novos mercados emergentes e da necessidade que estes sentiam de se integrarem numa rede internacional através de novos ícones, novas imagens de marca. Assistiu-se, por esse mesmo motivo, e tendo em consideração a crise económica instalada sobretudo no mundo ocidental, agravada após a queda das Torres Gémeas em Nova Iorque a 11 de Setembro de 2001, a uma aposta muito maior da arquitectura nos vários mercados orientais em crescimento.

Foi esta mesma crise a responsável por uma série de projectos que nunca chegaram a ser iniciados, outros que se encontram inacabados e uma série de edifícios desocupados, sobretudo no mundo ocidental. A recessão económica continua hoje a fazer com que os países ocidentais vivam um período de ressaca e com que as suas populações, após períodos de gastos e investimentos desproporcionados que serviam, em alguns casos, apenas como forma de satisfazer os caprichos dos seus governantes, tenham desenvolvido um certo repúdio por esta arquitectura icónica, que os mesmos vêm como uma das origens dos problemas que hoje vivem.

Coloca-se então a seguinte questão, será que a vivência deste ciclo económico depressivo representa o fim de uma longa era de arquitectura icónica? É quase certo que poderá ser pelo menos o fim da era da arquitectura icónica tal como hoje a conhecemos. A mesma sociedade que exigiu como resposta às suas vontades este tipo de edifícios põe hoje em causa a real necessidade dos mesmos, os seus custos de manutenção, a sua sustentabilidade financeira, a sua performance ambiental, entre outras questões. A conjuntura actual não levará ao fim da arquitectura icónica, mas levará contudo, certamente a uma reinterpretação e redefinição de vários dos conceitos explorados ao longo desta dissertação.

Os Jogos Olímpicos de Londres em 2012, são já o exemplo de uma reinterpretação do fenómeno da cidade-evento, adaptada à realidade actual. Tendo como fonte de inspiração os JO de Los Angeles e não os de Barcelona, aqui, a cidade não utiliza o evento como forma de se modernizar[167]. Antes adapta o mesmo às condições que a cidade já possui, fazendo uma real avaliação das infra-estruturas já existentes e das ainda necessárias, bem do futuro papel das mesmas, para que não sejam cometidos os mesmos excessos do passado, que em algumas situações acabaram por resultar em enormes edifícios desocupados, hoje ruínas urbanas. O resultado são planos mais contidos, que obviamente reflectem também o panorama contemporâneo e uma nova atitude e forma de pensar da sociedade mais conscienciosa, revelando mais e mais diversificadas preocupações. Esta mesma reinterpretação e redefinição de conceito deve também ser aplicada ao consumo e ao tipo de edificado que hoje o suporta, passando este a estar distribuído na plurifuncionalidade da cidade, assim como o conceito de intervenção 'icónica' deve ser alargado à arquitectura já existente e adaptado à dimensão local que integra.

A ideia de um centro comercial que se localiza na periferia de uma cidade sendo ele mesmo a peça principal de uma nova centralidade torna-se agora um conceito ultrapassado e, à medida que o sucesso deste se desvanece, as marcas deixadas são enormes. O acto do consumismo não precisa necessariamente do seu edifício, concebido especialmente com esse propósito. Pode antes integrar a cidade já existente revitalizando-a, tal como acontece actualmente em várias cidades europeias, incluindo alguns exemplos portugueses. É o caso da cidade do Porto, por exemplo, onde várias zonas antigas se encontram hoje ligadas a um comércio mais criativo e personalizado, avivado não só por este sector, mas também, e sobretudo, pelas comunidades mais jovens que se sentem atraídas pelas facilidades de habitar de forma pro-activa um centro de uma cidade. E é esta mesma cidade que se pode transformar, toda ela, num ícone, não através de um só edifício, por vezes autista, com materiais esplendorosos e tecnologias de ponta, numa determinada localização privilegiada, mas sim pela variedade e multiplicidade de

167.Ver *1.3.2. Efeito Barcelona, Jogos Olímpicos de 1992/Expo'98 Lisboa* em *UM.Cidade-Evento*, p. 40

culturas, mentalidades e funcionalidades que, em conjunto, formam e projectam uma nova imagem de marca, agora ainda mais atractiva.

Poder-se-á aproximar o final de uma era da arquitectura icónica, ou poderá apenas ser a vez de outros locais do globo apostarem nesta, tal como hoje a conhecemos. Assim é a opinião de muitos dos profissionais desta disciplina, que seguem os novos mercados emergentes a oriente, em busca de uma oportunidade de verem a sua obra-prima tomar forma e o seu trabalho reconhecido internacionalmente. O importante a reter é que a arquitectura é sempre a resposta a uma sociedade em constante evolução, cujas necessidades e vontades se alteram, assim como se altera a sua forma de pensar, interpretar e conviver com o próximo. A arquitectura icónica não terá um fim à vista, porque o Homem sempre teve necessidade da mesma, assim como de liderança; verá apenas os seus conceitos base reformulados, como já o foram muitas vezes ao longo da História, dependentes e interligados a outras disciplinas como a economia, a política, a sociologia e a antropologia, entre outras. É o papel simbólico que a arquitectura icónica tem perante a sociedade – onde a importância do *enigmatic signifier* de que atrás falámos é insubstituível – que a põe em lugar de destaque na dependência que uma cidade e a sua população estabelecem com ela. Ainda que muitas vezes esta relação comece de uma forma quase subliminar, é ela a criadora de novas polaridades, novas rotinas; é ela que traz uma nova vida à cidade, acabando assim por se transformar numa referência sempre presente na nossa vida. Além disso, a arquitectura icónica é uma das principais memórias, das imagens que guardamos de cada lugar novo que visitamos, que nos permite identificar um determinado país, cidade, e o seu povo. E é por estes mesmos motivos que existirá sempre espaço para uma arquitectura icónica.

Bibliografia/Sites Refenciados
Índice/Fontes de Imagens

BIBLIOGRAFIA

. AFONSO, Rui Braz; FURTADO, Gonçalo, Arquitectura e Sociedade da Informação. Lisboa: Ministério da Cultura, 2002

. BUSQUETS, Jean, Barcelona, Evolución urbanística de una capital compacta. Madrid: Editorial MAPFRE, 1992

. CASCIANI, Stefano, Prada reinventa la moda. Prada reinvents fashion in Domus, Architettura/Design/Arte/ Comunicazione, Vol. No. 836. Abril: 2001

. CASTELLS, Manuel, A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura (Volume I: A Sociedade em Rede). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003

. CASTELLS, Manuel, A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura (Volume II: O Poder da Identidade). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003

. CASTELLS, Manuel, A Era da Informação: Economia, Sociedade e Cultura (Volume III: O Fim do Milénio). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 2003

. CASTELLS, Manuel, The Informational City. Blackwell Publishers Inc, Massachusetts, 1999

. CECILIA, Fernando Márquez; LEVENE, Richard (Eds): The Nature of the Artífice in El Croquis. Herzog & de Meuron 1998-2002. Vol. No. 109-110, pag. 286-299

. CECILIA, Fernando Márquez; LEVENE, Richard (Eds): The Monumental and the Intimate in El Croquis. Herzog & de Meuron 2002-2006. Vol. No. 129/130, pag.8-22

. FURTADO, Gonçalo, Notas sobre o espaço da técnica digital. S.L.: Edição do autor, 2002

. FURTADO, Gonçalo, “Gordon Pask: exchanges between cybernetics and architecture and the envisioning of the IE”, in Kybernetes: The International Journal of Systems & Cybernetics, Vol.38 No.7/8, 2009. Emerald Group Publishing Limited

. FURTADO, Gonçalo; PÓVOAS, Rui, Contemporary architectural challenges 08 : conception, production and performance = Desafios arquitectónicos contemporâneos 08 : concepção, produção e performance. Porto: Faup 2008

. GEIST, J. F., Le Passage: Un Type Architectural du XIXe Siècle. Bruxelas: Pierre Mardaga, 1989

. GRANDE, Nuno, Arquitecturas da Cultura: Política, Debate, Espaço. Génese dos Grandes Equipamentos Culturais da Contemporaneidade Portuguesa, 2009

. JENCKS, Charles, The Iconic Building, The Power of Enigma. London: Frances Lincoln, 2005

. KIPNIS, Jeffrey, “The Cunning of Cosmetics” in El Croquis 60, p.22-28

. KOOLHAAS, Rem; KOOLHAAS, Charlie, Casa da Música. Arup: 2004

. KOOLHAAS, Rem, Projects for Prada: part 1. Milan : Fondazione Prada Ed., cop. 2001

. KOOLHAAS, Rem, Small, Medium, Large, Extra-Large: Office for Metropolitan Architecture. New York : The Monacelli Press, 1998

. MATEO, Josep Lluís (Ed), Iconoclastia, News from a Post-Iconic World. Architectural Papers IV. ETH Zürich: 2009.

. MENDOZA, Eduardo, Barcelona Olímpica, La Ciudad Renovada. Barcelona: Holsa, 1993.

. MOIX, Llàtzer, Arquitectura Milagrosa: Hazañas de los arquitectos estrella en la España del Guggenheim. Editorial Anagrama, Barcelona, 2010

- PALMER/RAE, Associates, European Cities and Capitals of Culture, Study prepared for the European Comission Part I. Brussels: August 2004
- PALMER/RAE, Associates, European Cities and Capitals of Culture – City Reports, Study prepared for the European Comission Part II. Brussels: August 2004
- RICART, Rosa Maria, Barcelona Olímpica: la ciudad renovada. Barcelona: Holsa, 1992
- SORKIN, Michael, Variciones sobre un parque temático – La nueva ciudad americana y el fin del espacio público, Editorial Gustavo Gili, SA, Barcelona: 2004
- SUDJIC, Deyan, The Edifice Complex: how the rich and powerful – and their architects – shape the world. The Penguin Books, 2006
- SUDJIC, Deyan, Deyan Sudjic looks at the role of architecture and design in the fashion store in Domus, Fashion. Abril: 2003, pag.16-29
- SUDJIC, Deyan, The 100 Mile City. A Harvest Original, USA, 1992
- ZAERA-POLO, Alejandro, "The Alchemical Brothers (a compact material history of H&DM)", in Herzog & De Meuron en China: Nido de Pájaros Alejandro Zaera-Polo: 2008
- ZAERA-POLO, Alejandro, "The Politics of the Envelope, a Political Critique of Materialism", in Log 17, p.76-78 e p.87-91

SITES REFERENCIADOS

- http://www.bie-paris.org/site/en/expos/historical-expos.html
(consulta de Março de 2012)
-http://www.bie-paris.org/site/en/library-a-publications/document-library/cat_view/100-expo-documents.html?start=45
(consulta de Março de 2012)
- http://www.sinpro-rs.org.br/extra/dez_99/entrevista.asp
(consulta de Maio de 2012
- http://www.sydneyoperahouse.com/the_building/world_heritage.aspx
(consulta de Maio de 2012)
- http://www.sydneyoperahouse.com/the_building.aspx
(consulta de Maio de 2012)
- http://www.olympic.org/barcelona-1992-summer-olympics
(consulta de Março de 2012)
- http://www.olympic.org/ancient-olympic-games
(consulta de Março de 2012)
- http://www.olympic.org/Assets/OSC%20Section/pdf/LRes_16E.pdf
(consulta de Março de 2012)
- http://www.olympic.org/athens-1896-summer-olympics
(consulta de Março de 2012)
- http://www.olympic.org/paris-1900-summer-olympics
(consulta de Março de 2012)
- http://www.olympic.org/athens-2004-summer-olympics
(consulta de Março de 2012)
-http://www.bie-paris.org/site/en/library-a-publications/document-library/cat_view/100-expo-documents.html
(consulta de Março de 2012)
- http://www.lebonmarche.com/#tout-sur-le-bon-marche/en-GB/decouvrir/histoire
(consulta de Maio de 2012)

- http://departmentstoreparis.printemps.com/core_values/history/en/pages/index.aspx
(consulta de Maio de 2012)
- http://www.lasamaritaine.com/
(consulta de Abril de 2012)
- http://www.sinpro-rs.org.br/extra/dez_99/entrevista.asp
(consulta de Maio de 2012)
- http://www.wem.ca/#/about-wem/overview
(consulta de Maio de 2012)
- http://www.colombo.pt/
(Consulta de Março de 2012)
- http://www.norteshopping.pt/
(Consulta de Março de 2012)
- http://www.sinpro-rs.org.br/extra/dez_99/entrevista.asp
(consulta de Maio de 2012)
- http://www.pritzkerprize.com/laureates/year
(consulta de Março de 2012)
- http://www.10corsocomo.com/milano/#store/
(consulta de Abril de 2012)
- http://www.colette.fr/#/a/7/more/
(consulta de Abril de 2012)
- http://fondazioneprada.org/
(consulta de Março de 2012)
- http://fondazioneprada.org/
(consulta de Março de 2012)
- http://oma.eu/projects/2001/prada-new-york
(pesquisa de Março de 2012)
- http://www.herzogdemeuron.com/index/projects/complete-works/176-200/178-prada-aoyama.html
(consulta de Março de 2012)
- http://www.uefa.com/uefaeuro/history/background/index.html
(consulta de Agosto de 2012)
- http://www.scbraga.pt/estadio/ficha-tecnica-1
(consulta de Agosto de 2012)

ÍNDICE/FONTES DE IMAGENS

Introdução

1. Queda do Muro de Berlim
http://www.yaf.org/FreedomWeekUpdate.asp
(pesquisa de Abril de 2012)

2. cartoon: West-Erde vs. Ost-Erde
(Terra Ocidental – Liberalismo vs. Terra Oriental – Estado Providência)
http://www.infoescola.com/historia/guerra-fria/
(pesquisa de Abril de 2012)3. Máquina a Vapor
http://aventura-linhas-ferreas.iblogger.org/LinhaDao/paginas/historialinhadao.html
(pesquisa de Abril de 2012)

3. Máquina a Vapor
http://aventura-linhas-ferreas.iblogger.org/LinhaDao/paginas/historialinhadao.html
(pesquisa de Abril de 2012)

4. iPad 3
http://www.apartmenttherapy.com/retro-pcs-what-35574
(pesquisa de Abril de 2012)

5. Jørn Utzon e a Ópera de Sydney como pano de fundo
http://thefamousarchitects.com/jorn-utzon/
(pesquisa de Abril de 2012)

6. Philip Johnson e uma maqueta do edíficio da AT&T
http://3.bp.blogspot.com/_aN34jka4Liw/
(pesquisa de Agosto de 2012)

7. Andy Warhol, artista plástico
http://artobserved.com/artists/andy-warhol/
(pesquisa de Abril de 2012)

8. Rem Koolhaas, arquitecto
http://arquiteturaeurbe.com/category/rem-koolhaas/
(pesquisa de Abril de 2012)

UM . Cidade-Evento

9. Palácio de Cristal, Grande Exposição dos Trabalhos da Indústria de Todas as Nações de 1851, em Londres
http://blatitudes.blogs.sapo.pt/2010/05/
(pesquisa de Abril de 2012)

10. Exposição Universal de 1900, em Paris
http://planetgroupentertainment.squarespace.com/bertha-palmer/
(pesquisa de Abril de 2012)

11. Exposição Universal de Paris, 1900
http://vintageprintable.swivelchairmedia.com/art-and-design/design-industrial-objects/
(pesquisa de Abril de 2012)

12. Palácio de Cristal, Londres, 1851
http://www.arq.ufsc.br/arq5661/trabalhos_20031/vidros/paginas/emprego_na_evolucao_da_arquitetura.htm
(pesquisa de Abril de 2012)

13. Royal Festival Hall
http://www.homesandantiques.com/feature/royal-festival-hall-building-lift-spirits
(pesquisa de Abril de 2012)

14. Royal Festival Hall, interior
http://www.acoustics.salford.ac.uk/acoustics_info/concert_hall_acoustics/images/hall.jpg
(pesquisa de Setembro de 2012)

15. Secção da Orquestra Filarmónica de Berlim, por Hans Scharoun
http://www.whotracker.com/s/scg-sch/scharoun/hans+scharoun
(pesquisa de Abril de 2012)

16. Hans Scharoun, arquitecto da Filarmónica de Berlim
http://www.whotracker.com/s/scg-sch/scharoun/hans+scharoun
(pesquisa de Abril de 2012)

17. Vista da Ópera de Sydney
http://oursurprisingworld.com/sydney-opera-house-australia/
(pesquisa de Abril de 2012)

18. Planta de localização da Ópera de Sydney
http://www.flickr.com/photos/state-records-nsw/5373322823/
(pesquisa de Abril de 2012)

19. Bandeira da União Europeia
http://jnoonline.com/2012/02/04/brasil-retoma-controle-de-fazendas-autorizadas-a-exportar-para-ue/
(pesquisa de Abril de 2012)

20. Logotipo de Glasgow 1990, Capital Europeia da Cultura
http://beatrizgarcia.wordpress.com/category/european-capital-of-culture/
(pesquisa de Abril de 2012)

21. Logotipo da Porto 2001, Capital Europeia da Cultura
http://portoeventos.com/Default.aspx?tabid=2658&EventoID=15&Tipo=espectaculo
(pesquisa de Abril de 2012)

22. Logotipo de Roterdão 2001, Capital Europeia da Cultura
http://all-free-download.com/free-vector/vector-logo/rotterdam_2001_85265.html
(pesquisa de Abril de 2012)

23. Museu Nacional de Arte Moderna, Fundação Serralves, exterior
http://www.construir.pt/2008/07/17/novo-plo-de-serralves-ter-assinatura-de-kazuyo-sejima/
(pesquisa de Agosto de 2012)

24. Museu Nacional de Arte Moderna, Fundação Serralves, interior
http://nomundodosmuseus.hypotheses.org/682
(pesquisa de Agosto de 2012)

25. Logotipo dos JO de Verão de Munique, em 1972
http://olympics.wikia.com/wiki/Munich_1972
(pesquisa de Abril de 2012)

26. Capa da revista americana Times, relativa ao acontecimento terrorista ocorrido
http://www.youremmemberthat.com/media/7628/1972_Munich_Olympic_Massacre/
(pesquisa de Abril de 2012

27. Imagem do Plano de Cerdà, Barcelona, 1858
http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/10.119/3358
(pesquisa de Abril de 2012)

28. Logotipo dos JO de Verão de Barcelona, em 1992
http://www.memento.com.br/index.php/tag/dica/(pesquisa de Abril de 2012)

29. Pavilhão de Portugal, representando Portugal na EXPO'98, pelo arquitecto Álvaro Siza Vieira
http://www.radionova.fm/noticias/ler/5762
(pesquisa de Abril de 2012)

30. Oceanário da EXPO'98, pelo arquitecto Peter Chermayeff
http://fumacas.weblog.com.pt/arquivo/083103.html
(pesquisa de Abril de 2012)

31. Cidade das Artes e das Ciências, por Peter Eisenman, em Santiago de Compostela
http://www.1000lonelyplaces.com/luxury/valencia-city-of-art-and-sciences-spain/
(pesquisa de Abril de 2012)

32. Edifício-ponte, por Zaha Hadid, em Zaragoza
http://greendigohue.tumblr.com/post/888290657/designismymuse-zaragoza-bridge-pavilion-by-zaha
(pesquisa de Abril de 2012)

33. Museu Guggenheim em Bilbau, pelo arquitecto Frank Gehry
http://en.wikipedia.org/wiki/File:Guggenheim-bilbao-jan05.jpg
(pesquisa de Abril de 2012)

34. Casa da Música, pelo arquitecto Rem Koolhaas, OMA/AMO
http://www.flickr.com/photos/poesia/5638910136/sizes/l/in/set-72157606787864028/
(pesquisa de Abril de 2012)

DOIS . Edifício-Consumo

35. La Belle Jardinière, grande armazém parisiense
http://lindependantdu4e.typepad.fr/arrondissement_de_paris/2009/12/lactuel-h%C3%B4tel-dieu-a-remplac%C3%A9-un-temple-du-commerce-du-xixe-si%C3%A8cle.html
(pesquisa de Abril de 2012)

36. Bon Marché, grande armazém parisiense
http://follepourlamode.blogspot.pt/2010_06_01_archive.html
(pesquisa de Abril de 2012)

37. Rem Koolhaas, laureado do prémio Pritzker 2000
http://xaodiamar.wordpress.com/2010/08/18/china-central-television-headquarters-%E2%80%94-beijing-china/
(pesquisa de Abril de 2012)

38. Herzog & De Meuron, laureado do prémio Pritzker 2001
http://artetropia.blogspot.pt/2010/05/herzog-de-meuron-arquitetura-seculo-xxi.html
(pesquisa de Abril de 2012)

39. “The Dream Team” Rem Koolhaas and Miuccia Prada
http://www.feelguide.com/2011/04/08/interview-magazine-goes-inside-pradas-latest-and-most-ambitious-architectural-collaboration-with-legendary-architect-rem-koolhaas-the-prada-transformer-in-korea/
(pesquisa de Abril de 2012)

40. Epicentro Prada Nova Iorque, “a curva”
http://www.e-architect.co.uk/new_york/prada_new_york.htm
(pesquisa de Abril de 2012)

41. Epicentro Prada Nova Iorque, “a curva”
http://djhuppatz.blogspot.pt/2009/08/muiccia-pradaomarem-koolhaas-prada.html
(pesquisa de Abril de 2012)

42. Epicentro Prada Nova Iorque, vista interior
http://djhuppatz.blogspot.pt/2009/08/muiccia-pradaomarem-koolhaas-prada.html
(pesquisa de Abril de 2012)

43. Epicentro Prada Nova Iorque, vista interior
http://djhuppatz.blogspot.pt/2009/08/muiccia-pradaomarem-koolhaas-prada.html
(pesquisa de Abril de 2012)

44. Epicentro Prada Tóquio, vista exterior
http://www.mimoa.eu/projects/Japan/Tokyo/Prada%20Aoyama%20epicenter
(pesquisa de Abril de 2012)

45. Epicentro Prada Tóquio, vista interior
http://www.flickr.com/photos/kh1979/68872029/sizes/z/in/photostream/
(pesquisa de Abril de 2012)

46. Epicentro Prada Tóquio, pormenor exterior
http://www.flickr.com/photos/jietcomm/623182219/sizes/z/in/set-72157600411915127/
(pesquisa de Abril de 2012)

47. Epicentro Prada Tóquio, pormenor do alçado
http://www.flickr.com/photos/jietcomm/624050354/sizes/z/in/set-72157600411915127/
(pesquisa de Abril de 2012)

TRÊS . Arquitectura-Ícone

48. Mies van der Rohe, arquitecto
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/thumb/5/58/Ludwig_Mies_van_der_Rohe.jpg/220px-Ludwig_Mies_van_der_Rohe.jpg
(pesquisa de Junho de 2012)

49. Frank Gehry, arquitecto
http://krebsarquitetura.com.br/blogks/wp-content/uploads/2010/05/architect-frank-gehry-cleveland-clinic-lou-ruvo-center-by-ap-photo_isaac-brekken.jpg
(pesquisa de Agosto de 2012)

50. Rem Koolhaas, arquitecto
http://thesuperslice.com/wp-content/uploads/2012/08/rem_koolhaas_flim_03.jpeg
(pesquisa de Agosto de 2012)

51. Petronas Towers, Kuala Lumpur, Malásia
http://2.bp.blogspot.com/_kaM1c4Kr7-4/S8Yo5Z2oWTI/AAAAAAAAADM/EvbfXO0YvdI/s1600/kuala+lumpur+petronas+towers.jpg
(pesquisa de Agosto de 2012)

52. Willis Tower, Chicago, EUA
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/thumb/b/ba/Sears_Tower_ss.jpg/220px-Sears_Tower_ss.jpg
(pesquisa de Agosto de 2012)

53. Estádio Olímpico de Pequim, por Herzog & De Meuron
http://www.chinese-architecture.info/OLYMPICS/Beijing_National_Stadium.jpg
(pesquisa de Agosto de 2012)

54. Sede da CCTV em Pequim, por Rem Koolhaas
http://24.media.tumblr.com/tumblr_m7dd0xrDpt1rz307wo1_1280.jpg
(pesquisa de Agosto de 2012)

55. Burj Dubai Tower, Dubai
http://3.bp.blogspot.com/-fUcS_r_RLtQ/TiEkoHDXHKI/AAAAAAAACLU/5tP65Wp0Bmk/s1600/burj_dubai.jpg
(pesquisa de Agosto de 2012)

56. Empire State Building, Nova Iorque, EUA
http://www.ccpg.puc-rio.br/70anos/no-tempo/ha-80-anos/1931/evento/inauguracao-do-empire-state-building
(pesqquisa de Agosto de 2012)

QUATRO . Braga – um evento, um ícone, um arquitecto

57. Eduardo Souto de Moura, arquitecto
http://revistamdc.files.wordpress.com/2011/03/eduardo-souto-de-moura-foto-augusto-brc3a1zio.jpg
(pesquisa de Agosto de 2012)

58. Estádio AXA – Estádio Municipal de Braga
http://isabelbarrosarchitects.ie/blog/wp-content/uploads/2011/04/Est%C3%A1dio-Municipal-de-Braga_Euro-2004_ALL.jpg
(pesquisa de Agosto de 2012)