

A CIDADE DO FUTURO*

Fredric Jameson

O *Project on the City* (“Projeto sobre a Cidade”) reúne pesquisas de um seminário de graduação ainda em andamento, dirigido por Rem Koolhaas, na *Harvard School of Design*; seus primeiros dois volumes — *Great Leap Forward* (“O Grande Salto à Frente”), uma análise do desenvolvimento do delta do Rio das Pérolas, entre Hong Kong e Macau, e *Guide to Shopping* (“Guia do Shopping”) — acabaram de sair em suntuosas edições da *Taschen*². Esses extraordinários volumes são totalmente diferentes de tudo o que se pode encontrar na mídia impressa; eles não são livros de fotografia ou textos ilustrados, estão em movimento como um CD-ROM, suas estatísticas são visualmente bonitas e suas imagens, até certo ponto, legíveis.

Embora a arquitetura seja uma das poucas artes em que ainda existem os grandes *auteurs* — e embora Koolhaas certamente seja um deles — o seminário que produziu seus primeiros resultados nesses dois volumes não é dedicado à arquitetura, mas sim, à exploração da cidade nos dias de hoje, em todas as suas não-teorizadas diferenças em relação à estrutura urbana clássica que existiu ao menos até a Segunda Guerra Mundial. Desde seus primórdios, nos séculos XVIII e XIX, a arquitetura moderna tem estado intimamente ligada às questões do urbanismo: a síntese modernista de Siegfried Giedion, *Space, Time and Architecture*, por exemplo, mesmo sendo, essencialmente, uma celebração de Le Corbusier, começa com a reestruturação barroca de Roma por Sixtus V e termina com o Rockfeller Center e as avenidas de Robert Moses. E, obviamente, Le Corbusier foi, com as *Radiant Cities*, *Chandigarh* e o plano para Argel, tanto um arquiteto quanto um “planejador urbano”. Mas ainda que o *Project* testemunhe a favor do compromisso de Koolhaas com a questão da cidade, ele não é um urbanista em nenhum sentido disciplinar; tampouco pode a palavra ser usada para descrever esses livros, que igualmente escapam a outras categorias disciplinares (tais como sociologia ou economia), mas estão mais próximos dos estudos culturais, pode-se dizer.

* Traduzido do inglês por Mauricio Miranda dos Santos Oliveira, doutorando da Escola de Serviço Social da UFRJ.

O fato é que o urbanismo tradicional — talvez seja melhor dizer modernista — chegou a um beco sem saída. Discussões a respeito dos padrões americanos de trânsito ou da divisão em zonas — e até mesmo debates políticos sobre os “sem-teto”, a gentrificação³ (“enobrecimento urbano”) e a real política de impostos do Estado — perdem-se na insignificância quando se considera a imensa expansão daquilo que costumávamos chamar de cidades no Terceiro Mundo: “Em 2025, nos diz Koolhaas num outro volume coletivo,

o número de habitantes de cidade poderá chegar a cinco bilhões de indivíduos...das trinta e cinco megalópoles previstas para 2015, vinte sete estarão localizadas nos países menos desenvolvidos, incluindo dezenove na Ásia... Tóquio vai ser a única cidade rica a figurar na lista das dez maiores cidades.⁴

Não se trata de um problema a ser resolvido, mas de uma nova realidade a ser explorada: e esta, suponho eu, é a missão do *Project on the City*, dois volumes complementares de projetos que estão bem distantes: um em Lagos, na Nigéria, e o outro na cidade Romana clássica, como protótipo.

O primeiro volume do *Project, Great Leap Forward*, interpreta o prodigioso “boom” da construção na China atual — quase nove mil prédios de grande altura construídos em Xangai desde 1992 — não tanto em termos de uma virada ou retorno ao capitalismo, mas, sim, nos termos da estratégia de Deng Xiaoping de usar o capitalismo para construir uma sociedade radicalmente diferente: *infravermelha* ao invés de *vermelha*:

A ocultação dos ideais comunistas, vermelhos... para salvar a Utopia em um momento na qual ela estava sendo contestada de todos os lados, quando o mundo ficava acumulando provas de seus estragos e misérias... IFRAVERMELHO©, a ideologia da reforma, é uma campanha para evitar o fracasso da Utopia, um projeto para esconder ideais do século dezenove no interior das realidades do século vinte e um.

Aqueles que acreditam que o mercado é uma realidade, ancorada na Natureza e no Ser, terão dificuldade em apreender tal proposição, que de sua perspectiva vai ser

dissipada por uma imediata conversão ao capitalismo ou pelo colapso econômico. Mas consideremos a perspectiva arquitetônica: testemunhamos milhares e milhares de prédios construídos, ou sendo construídos, que não possuem arrendatários, que jamais poderiam ser pagos sob condições capitalistas e cuja própria existência não pode ser justificada por padrão algum de mercado. Seguimos aqui os princípios das comunidades de habitação da área do delta do Rio das Pérolas, que estão sendo projetadas para um futuro bastante distinto daqueles pesquisados pelos especuladores ocidentais, bancos e instituições de financiamento do mundo capitalista. De fato, as quatro comunidades exploradas aqui são algo como quatro projeções utópicas diferentes: Shenzhen, um tipo de substituta ou duplicata de Hong Kong; Dongguan, uma cidade do prazer; Zhuhai, um paraíso do golf; e o antigo centro, Guangzhou, um estranho tipo de palimpsesto, no qual o novo está sobreposto num centro econômico tradicional já existente. Trata-se de um extraordinário relato de uma viagem ao futuro, que nos dá uma percepção muito mais concreta da China de hoje e de amanhã do que a maioria dos livros de viagem (e muitas excursões reais).

PROTEUS VAI AO SHOPPING

O *Guide to Shopping* é algo de todo diferente, tanto em estilo quanto em intenção. O consumo, sejamos claros, é um tema candente, mas esse não é um estudo convencional sobre ele. Na verdade, a questão a respeito do que é esse livro — um extraordinário livro de fotografias; uma coleção de ensaios sobre vários tópicos urbanistas e comerciais; uma amostra do espaço global da Europa a Singapura, da Disney World a Las Vegas; um estudo sobre o próprio shopping-center, dos seus primeiros ideólogos até suas formas mais contemporâneas — corresponde à ambigüidade mais geral de seu objeto. Mesmo que permaneçamos com a caracterização inicial daquele objeto como “shopping”, que tipo de caracterização é essa? Trata-se de uma caracterização física, envolvendo os objetos a ser vendidos? Ela é psicológica, envolvendo o desejo de comprar os objetos em questão? Ou arquitetônica, tendo a ver com a originalidade espacial daquelas galerias — que, notoriamente, encontram seus ancestrais, no século XIX, nas passagens de Walter Benjamin; caso contrário, como sugerem alguns dos gráficos de tempo nesse livro, em

7.000 A.C. na “cidade de Catal Hoyuk, fundada para trocas comerciais”, ou talvez na “invenção” da venda no varejo na Lídia⁵, no século VII A.C.? Ou estamos falando aqui da globalização do consumo (consumismo)? Ou das novas rotas comerciais e das redes de produção e distribuição envolvidas em tal globalização? (Ou dos homens de negócio que as organizam?) Mas e as novas tecnologias desenvolvidas para o comércio desde Catal Hoyuk? O prodigioso aumento em tamanho das companhias de marketing e dos conglomerados, alguns deles maiores do que muitos países estrangeiros? O que dizer do shopping e da forma da cidade contemporânea — se é que existe uma? Não por acaso, o projeto coletivo de Koolhaas teve seu nome mudado de “*Project for what used to be the city*” (Projeto para o que costumava ser a cidade) para o mais simples e mais otimista *Project on the City*. Ao que podemos acrescentar a seguinte questão: está emergindo um novo tipo de espaço — espaço de controle, *junkspace*? E o que tudo isso implica para a *psyque* e a própria realidade humana? (o primeiro teórico da publicidade, Edward Bernays, era sobrinho de Freud). O que isso implica para o futuro e para a Utopia?

Provavelmente estou esquecendo algumas das outras modulações desse tema proteano; mas vai ficar claro que ele mobiliza, ao lado das óbvias (obviamente antecipadas) áreas da arquitetura e do urbanismo, disciplinas tão heterogêneas quanto a psicanálise e a geografia, história e negócios, economia e engenharia, biografia, ecologia, feminismo, estudos de área, análise ideológica, estudos clássicos, decisões jurídicas, teoria da crise, etc. Talvez esse imenso tipo de extensão disciplinar não seja mais tão atordoante numa era pós-moderna, em que a lei do *ser* é a “des-diferenciação”, e na qual estamos interessados ao máximo em como as coisas sobrepõe-se umas as outras e necessariamente escorrem através das fronteiras disciplinares. Ou, se preferirem, no pós-moderno a distinção entre as antigas e especializadas disciplinas está constitutivamente apagada e, agora, elas retornam umas as outras nos mais interessantes estudos — do *Mil Platôs*, de Deleuze e Guatarri ao *Power Broker*, de Caro; do *Império* ao *Rembrandt's Eyes*; das *Passagens* de Benjamin ao *Geschichte und Eigensinn*, de Negt e Kluge; sem falar em *S, M, L, XL* ou mesmo *Space, Time and Architecture*. Aqui a teoria é majoritariamente renegada (embora Baudrillard seja mencionado uma vez, se não me engano), mas não se deve deixar que isso nos leve a pensar que se trata de um trabalho de jornalismo cultural não-teórico, menos ainda de um livro de fotografias de mesa de café. Como pode também

sugerir a enumeração acima, é um volume coletivo; mas não no sentido em que os *experts* das várias disciplinas a pouco mencionadas são, de algum modo, reunidos e suas contribuições examinadas em seqüência. Isso torna embaraçoso para um crítico destacar nomes específicos, embora Sze Tsung Leong escreva a maior parte dos capítulos — e também os mais reflexivos filosoficamente —, com Chuihua Judy Chung seguindo de perto nas discussões mais concretas. Quanto a Koolhaas, seu papel parece ter sido essencialmente organizacional (quer dizer, como algumas versões do divino, em lugar nenhum e em todos os lugares ao mesmo tempo), salvo uma impressionante aparição em seu próprio nome, que discutiremos no momento oportuno.

DEPOIS DA GALERIA COMERCIAL

Tentarei trazer a teoria de volta a tudo isso, mas primeiro seria melhor explorar algo no detalhe das bases ou do *stratum* do livro, cujo índice alfabético de conteúdos é bastante enganoso a esse respeito, sendo, deste modo, em si mesmo, um verdadeiro *tour de force*⁶. Porque algumas antecipações sobre o shopping são o caminho aqui: elas vão retornar, muito mais desenvolvidas, mais adiante, em contextos variados. Pois é como se o shopping-center fosse o fundamento espacial e arquitetônico no interior desse imenso tópico. Poucas formas têm sido tão distintivamente novas, tão distintivamente americanas e tardo-capitalistas quanto essa inovação, cujo surgimento pode ser datado de 1956; cuja relação com o bem conhecido declínio do crescimento do subúrbio dentro da cidade é palpável, ainda que variável; cuja genealogia abre agora uma pré-história física e espacial do shopping de uma maneira que antes seria inconcebível; e cuja proliferação por todo o mundo pode servir como um mapa epidemiológico da Americanização, ou pós-modernização, ou globalização. O shopping, portanto, concentra a investigação e serve como a moldura da espantosa ampliação de tudo isso mais tarde. Enquanto isso, páginas de cronologia, sistemas de referência cruzada codificados por cor e incontáveis indexes temáticos já nos treinam na forma rizomática daquela ampliação; ao passo que um

primeiro conjunto de comparações entre as áreas de venda no mundo inteiro, entre os PIBs nacionais e as receitas de venda das maiores corporações, nos ajuda a começar a mapear o processo em nossas mentes e formar uma fotografia, não somente das hierarquias relativas da globalização, mas, também, de uma visão do shopping que, me arrisco a dizer, vai se transformar em breve não apenas numa questão política, mas também metafísica.

Simultaneamente, no entanto, somos parados abruptamente e uma diferença fundamental entre esse livro e a proliferação de novos e excelentes volumes de estudos-culturais sobre shopping-center, galerias, consumismo, e coisas parecidas, torna-se clara. Antes mesmo de abordarmos a própria coisa, nos deparamos com a galeria comercial em crise, perdendo dinheiro, arrendatários e prestes a ser substituída... Pelo o quê? Benjamin tirou sua foto instantânea da galeria do século dezenove no momento de sua decadência — e deste modo desenvolveu toda uma teoria da história, segundo a qual é possível compreender melhor o presente do ponto de vista de um passado imediato cujas modas já estavam ligeiramente ultrapassadas. A crise nos permite notar que aqui não temos apenas que lidar com a arqueologia ou a pré-história do shopping, nem mesmo seu presente, mas, sim, com seu futuro. Entretanto, seja qual for o destino da galeria enquanto tal, ““existe muito lixo lá”. Muitas galerias velhas e cavernosas são dinossauros que não podem competir com a conveniência dos atacadistas de valor aumentado em poderosos centros ou faixas” — aos quais se deve acrescentar agora, sem dúvida, o eBay⁷.

Em primeiro lugar, alguma coisa evidentemente aconteceu com os pré-requisitos para a existência da galeria. Mas quais eram esses pré-requisitos? Como na causalidade aristotélica, eles aparecem numa variedade de formas e modelos: as pré-condições físicas ou de engenharia nos são apresentadas a um só tempo, na primeiríssima letra desse ABC do shopping: qual seja, o ar-condicionado — ao qual logo retornaremos num lugar mais apropriado. Quanto à pré-história, certamente temos sido expostos, em anos recentes, a uma hoste de interessantes formas antecedentes, geralmente retornando-se até mesmo a Catal Hoyuk. Mais notadamente a própria galeria, que se desenvolve essencialmente no início do século XIX e se depara com sua crise nas décadas de 1850 e 60 — no exato momento em que a próxima forma entre em cena: a moderna loja de departamentos, cujo surgimento Zola imortalizou em *Au bonheur des dames* (*Ladies's Delight* é uma versão

em ficção de nomes verdadeiros como *Au printemps* e *La Samaritane*, que também foram exaustivamente estudadas nos últimos anos, tanto por conta de suas implicações urbanísticas quanto comerciais: ao menos por uma razão, elas são mais ou menos contemporâneas da imensa transformação de Paris por Haussmann⁸). Quanto a nossa forma — entrando em seu período de decadência? — chegaremos a ela em um momento; na verdade, vamos inclusive lhe dar nomes e faces. Como um romance ou um poema, ela realmente tem um autor ou inventor, embora o inventor de todo um gênero seja um paralelo mais apropriado; algo que não se encontra com frequência.

TECNOLOGIAS DELIRANTES

Primeiro, saltemos à frente para avaliar o propósito e as transformações dessa forma proteana — em aeroportos, por exemplo, que agora, pelo menos os novos, também se tornaram shopping-centers; em museus e, finalmente, na própria cidade. O velho centro da cidade — devastado pelos subúrbios, pelos novos supermercados e posteriormente pelos próprios shoppings — procura agora, com a pós-modernidade e o “enobrecimento urbano”, compensar a perda: não somente construindo enormes shoppings em sua própria área, mas transformando-se, a seu modo, num shopping virtual. De fato, algo fundamental começa a acontecer a ele (como assinalado em um volume do *Project on the city*):

Em 1994, o shopping oficialmente substituiu as funções cívicas do tradicional centro da cidade. Na Suprema Corte de Nova Jersey, num caso envolvendo a distribuição de panfletos políticos em shopping-centers, a corte declarou que “os shopping-centers substituíram os parques e praças que “tradicionalmente eram a casa do livre discurso”, se colocando ao lado dos manifestantes “que argumentavam que o shopping constitui a Rua Principal dos tempos modernos.

Mas se “esse retorno do shopping à cidade não foi nada menos do que triunfante,” os autores se vêem obrigados a acrescentar: “para serem salvos, os centros da cidade tiveram que receber o beijo da morte do subúrbio.”

Agora, voltando aos pré-requisitos: poderia o próprio código de barra — o Código de Produto Universal — ser um deles? Analisando suas funções, começamos a ver como as estatísticas que ele imediatamente fornece ao vendedor transformam inteiramente toda a estrutura de cadastro, reabastecimento, marketing e coisas do tipo. Os nomes das marcas podem perfeitamente ser mais uma consequência cultural desse tipo de shopping do que um pré-requisito, pois suas áreas, as butiques mais destacadas, indicam “os sagrados recintos da última religião global — o consumismo capitalista.” Eles também evidenciam um novo tipo de dinâmica, ela mesma consumida sob a “co-opetição⁹”, o logotipo de Singapura, que celebra a maré que eleva os navios de todos, incluindo os dos competidores.

Mas com isso embarcamos numa turnê mundo afora, ou melhor, na turnê mundial do shopping, na medida em que ela alcança um ponto após o outro e é transformada pela cultura local. Singapura é uma antiga paixão de Koolhaas (ver *S, M, L, XL*), mas sua dinâmica continua sendo uma extraordinária lição prática — não apenas de desenvolvimento, mas também sobre o modo pelo qual uma cidade-estado se ajusta primeiro à região e posteriormente ao próprio mundo. O Palácio de Cristal uma vez mais nos leva de volta às origens (e à assinatura de um indivíduo, Joseph Paxton¹⁰). A *Depato*, a loja de departamentos japonesa, nos lança pelo menos numa extraordinária mutação cultural, intimamente ligada à lógica do crescimento de Tóquio ao longo das inúmeras estradas de ferro privadas que partem da terceira maior cidade do mundo. E finalmente: o próprio Disney, uma vez que nenhum estudo de qualquer das inovações nessa área pode estar completo sem um reconhecimento abrangente de tudo o que foi inventado por Walt: todos os tipos de coisa, de um novo urbanismo a um novo tipo de shopping, um novo tipo de globalização, um novo tipo de indústria do entretenimento e até mesmo um novo tipo de Utopia. De fato, talvez Disney e a “Disneyficação” sejam melhores estudados nesse novo contexto, comparatista e globalizado, do que um esporte ou um *singleton* tipicamente americano.

Mas e quanto ao próprio shopping, seu espaço, por exemplo? Existe uma psicologia do espaço no shopping — a emenda, o corredor, o molde — assim como existe uma ecologia da coisa. E aqui os pré-requisitos retornam fluindo com força total: não somente o ar-condicionado, com sua interessantíssima história (mais inventores

fanfarrões e sonhadores criativos e obsessivos), mas também a escada rolante — o elevador havia sido um operador crucial no primeiro livro de Koolhaas, *Nova York Delirante*¹², sobre a paisagem do arranha-céu — com suas importantíssimas conseqüências para o espaço do shopping e suas possibilidades de construção; toda essa rica seção ocupa umas trinta páginas. E também, em algum momento mais tarde, a clarabóia e o sistema hidráulico contra incêndio; sem falar no modo pelo qual esse novo espaço pode manter escondido seu sistema de serviços — poderíamos mencionar até mesmo as “tecnologias” precursoras: o guichê, as vitrines, o espelho e o manequim.

Mas permitamo-nos entrar nas ideologias da questão, pois, aqui, finalmente nos elevamos do corpo à alma: a pobre Jane Jacobs¹³, por exemplo, é vista como algo semelhante à astúcia hegeliana da história, com toda a justiça, por defender os aspectos fundamentais de uma verdadeira experiência da cidade contra os vários modernismos urbanísticos e arquitetônicos, enumerando, dessa forma, “os ingredientes através dos quais o shopping pôde substituir a urbanidade e criar uma “luz da cidade” que tornou-se o modelo para a ressurreição dos degradados centros da cidade da América.” Isso parece um pouco duro, mas o certo é que Jacobs — acusada por muitos arquitetos e urbanistas de acionar a revolução pós-moderna em seu campo — não é anticapitalista e apóia de forma bastante considerável os (pequenos) negócios.

Mas com Victor Gruen¹⁴ estamos nas origens (não podemos mais chamá-la de “grau zero”; e o gênio Harold-Bloomiano?). Pois o shopping foi sua invenção original, e é certo que a nossa experiência contemporânea do espaço ou não-espaço americano é, em alguma medida, “desalienada” ao descobrirmos que foram as idéias de alguém que geraram tudo isso, e que não se trata apenas de um estranho acúmulo de acidentes históricos de mercado, mas do resultado da produção humana. Para começo de conversa, enfatizar a façanha de Gruen, entretanto, é também, e a um só tempo, salientar a reação canônica e recordar, voluntariamente ou não, que poucos dos grandes modernistas chegaram a planejar tais coisas, que dirá teorizá-las (por outro lado elas se tornaram matéria-prima dos pós-modernistas). É também motivar uma reflexão sobre o *auteur* contemporâneo, que é o pomposo equivalente da cultura de massa de todos esses projetos estéticos superiores e, com toda a justiça, um verdadeiro fenômeno: Jon Jerde, construtor do Horton Palace em San Diego e muitos outros. Como em todos os outros ramos da

cultura contemporânea, a separação entre grande arte e cultura de massa também aqui se torna inevitável.

Mas exatamente quando estamos prestes a refletir um pouco sobre disso, e avançar na direção de outros fenômenos globais relacionados — o Grupo Lippo na Indonésia; um retorno à velha noção de Venturi-Scott-Brown em *Learning from Las Vegas* e uma rica entrevista com os autores; também o feminismo (mulheres e shoppings constituem um velho e ofensivo tópico); paisagens artificiais; a relação de tudo isso com a psicologia e a psicanálise; a resistência europeia ao shopping e suas conseqüências americanizantes; e muitos outros temas interessantes levantados pela segunda metade do alfabeto — inesperadamente nos deparamos com um buraco negro, gerando prodigiosas energias em todas as direções.

ABAIXO O VÍRUS DO *JUNKSPACE*

Junkspace (“Espaço-lixo”), a contribuição de Rem Koolhaas, é um texto extraordinário, que tanto é um artefato pós-moderno característico quanto uma estética totalmente nova, talvez, se não toda uma nova visão da história. À luz desse texto concatenado, precisamos fazer uma pausa e repensar o projeto inteiro. Mas primeiro temos que examinar o próprio texto, cuja combinação de repulsa e euforia é única para o pós-moderno e instrutiva sob vários aspectos. Sabíamos que Koolhaas era um escritor interessante — nisso, comparável a um bom número de destacados arquitetos contemporâneos; seus livros, em particular *Nova York Delirante* e *S, M, L, XL*, combinam inovação formal com sentenças incisivas e posições caracteristicamente provocativas. Mas nem um único texto desses livros nos preparou para essa *performance* ininterrupta e continuada do espaço construído, não apenas da cidade contemporânea, mas de todo um universo no ponto de fusão num tipo de magma indeterminado e de incontáveis utilidades.

Isso vai muito além das querelantes reclamações da crítica cultural acerca da standardização (ou americanização). Ela começa com o lixo (*junk*) como o *remanescente* clássico (o que permanece depois da dialética ou depois da cura

psicanalítica): se o lixo-espacial (*space-junk*) é o escombros humano que desarruma o universo, o “espaço-lixo” (*junk-space*) é o resíduo que a humanidade deixa no universo.” Muito rapidamente, no entanto, o *junkspace* torna-se um vírus que se espalha e prolifera por todo o macrocosmo:

restos geométricos angulares invadindo imensidões estreladas; o espaço real editado para uma suave transmissão no espaço virtual, o engonço crucial num infernal circuito de realimentação...a vastidão do *junkspace* estendeu-se às beiradas do Big Bang.

Mas isto, por si mesmo, seria pouco mais do que Baudrillard ou teoria da televisão — a crítica da virtualidade como uma promessa (como a crítica de passagem do “fluxo” deleuziano): ao invés disso, o propósito do exercício é encontrar sinônimos, centenas e centenas de sinônimos teóricos, martelados uns sobre os outros e derretidos juntos numa colossal e aterrorizante visão, com cada uma das “teorias” do “pós-moderno” (ou a época atual) tornando-se metafóricas umas para as outras numa única e ofuscante olhadela na parte de baixo:

O “espaço-lixo” expõe o que as gerações passadas mantiveram encoberto: estruturas emergem como molas de um colchão, escadas de saída balançam num trapézio didático, sondas são arremessadas no espaço para fornecer trabalhosamente aquilo que é de fato onipresente, ar livre, acres de vidro pendurados por cabos aracnídeos, peles tensamente esticadas cercadas por flácidos não-eventos.

Como tendência, o “espaço-lixo” já existe há algum tempo, não-reconhecido no começo; como um vírus não detectado, novamente:

Primeiramente os arquitetos pensaram no “espaço-lixo” e o denominaram Megaestrutura, a solução final para seu enorme impasse. Como múltiplas Babéis, as imensas estruturas durariam por toda a eternidade, irrompendo inúmeros subsistemas provisórios que iriam se modificar com o tempo, fora de seu controle. No “espaço-lixo”, as mesas estão viradas: não mais do que subsistemas, sem superestrutura, partículas órfãs à procura de uma base ou modelo.

Seria simples demais dizer que aqui espaço e arquitetura são metáforas para qualquer outra coisa, mas isso não é mais teoria da arquitetura, tampouco se trata de um

romance cujo ponto de vista é o do arquiteto. Antes, é a nova linguagem do espaço que está falando através dessas frases que se perpetuam produzindo réplicas de si mesmas, o próprio espaço tornando-se o código dominante ou linguagem hegemônica desse novo momento da História — o último? — cuja matéria-prima, em sua decomposição, o condena à extinção:

Envelhecer no “Espaço-lixo” é algo inexistente ou catastrófico; por vezes um “Espaço-lixo” inteiro — uma loja de departamentos, um clube noturno, um apartamento de solteiro — se transforma, da noite para o dia e sem aviso, numa favela: o consumo de eletricidade diminui imperceptivelmente, letras caem das placas, aparelhos de ar-condicionado começam a pingar, aparecem rachaduras de terremotos que, do contrário, não seriam registrados; partes apodrecidas não são mais viáveis, mas permanecem unidas à carne do corpo principal através de passagens gangrenosas.

Essas alarmantes “deteriorações de tipo Alzheimer” são realizações dos momentos de pesadelo em Philip K. Dick, quando a realidade começa a curvar-se como numa alucinação por droga e sofrer vertiginosas transmutações, revelando os mundos privados nos quais estamos aprisionados para além do tempo. Mas esses momentos não são mais aterrorizantes; agora eles são, de fato, bem estimulantes, e é precisamente essa nova euforia que permanece por ser explicada.

O IMPÉRIO DA MANCHA

Sejamos claros, Koolhaas reivindica nada menos do que a renovação perpétua, não apenas a demolição do velho, mas também a reciclagem perpétua a qual foi reduzida a uma vez nobre (e até mesmo megalomaniaca) vocação de Mestre Construtor: “Qualquer coisa esticada — limusines, partes do corpo, aviões — tem seu conceito original ultrajado e se transforma em ‘espaço-lixo’. Restaurar, rearranjar, remontar, reformular, renovar, revisar, recuperar, redesenhar, retornar — os mármore do Partenon — refazer, respeito, alugar (*Rent*): verbos que começam com *re* — produzem ‘espaço-lixo’.” Trata-se, sem dúvida, do desaparecimento de todos os “originais”, e, junto com eles, da própria história:

a única certeza é a conversão — contínua — seguida, em raros casos, por uma “restauração”, o processo que exige sempre novas partes da história como “espaço-lixo”. A história corrompe, a história absoluta corrompe absolutamente. Cor e matéria são eliminadas desses enxertos sem sangue; o insípido tornou-se o único ponto de encontro do velho e do novo.

Estamos de agora em diante no domínio do “sem-forma” (Rosalind Kraus, partindo de Bataille); mas “a ausência de forma é ainda uma forma e o ‘sem-forma’ também é uma tipologia.” Não se trata do “vale tudo” da nova geração de “arquitetos de gota” (Greg Lynn, Bem Van Berkel) produzidos pelo computador: “na verdade, o segredo do ‘espaço-lixo’ é que ele é tanto promíscuo quanto repressor: na medida em que o ‘sem-forma’ prolifera, o formal murcha, e, com ele, todas as regras, regulamentações e recursos.” Sombras de Marcuse e da tolerância repressiva?

O “espaço-lixo” é um triângulo das Bermudas de conceitos, uma placa de petri abandonada: ele cancela distinções, solapa resoluções e confunde intenção com realização; substitui a hierarquia pela acumulação, a composição pela adição. Mais e mais, mais é mais. O “espaço-lixo” é, ao mesmo tempo, maduro demais e subnutrido, um colossal cobertor de segurança que cobre a Terra com uma barreira de proteção intransponível...O “espaço-lixo” é como estar perpetuamente condenado a uma Jacuzzi com milhões dos seus melhores amigos...Um felpudo império de manchas, no qual unificam-se o alto e o baixo, o público e o privado, o reto e o curvado, o estufado e o faminto, para oferecer uma descosturada colcha de retalhos do permanentemente desagregado.

Existem, sem dúvida, “trajetórias” tranqüilas, com seus momentos mágicos:

“O pós-modernismo acrescenta uma zona de deformação de viral escaldado que tritura e multiplica a infinita linha de frente de exposição, uma embalagem peristáltica com material termo-retrátil, crucial para todas as trocas comerciais. As trajetórias têm início com ladeira, viram na horizontal sem qualquer aviso, atravessam, abaixam e de repente emergem numa vertiginosa varanda acima de um grande vazio. Fascismo sem ditador. Do repentino ponto sem saída onde você foi deixado por uma monumental escada de granito, uma escada rolante te leva para um destino invisível, encarando uma provisória vista panorâmica de gesso, inspirada por fontes insignificantes.

No interior dessa atordoante pseudo-temporalidade material, que modifica-se sem parar à nossa volta, também existem momentos de rara, de deslumbrante beleza: “estações ferroviárias abrem-se como borboletas de ferro, aeroportos brilham como gotas de orvalho ciclópicas, pontes freqüentemente atravessam bancos desprezíveis como versões grotescamente ampliadas de uma harpa. Para cada riacho seu próprio Calatrava¹⁵.” Mas tais momentos são insuficientes para compensar o pesadelo, ou fazer valer à pena as alucinações. O *cyberpunk*¹⁶ parece ser a referência a apreendermos aqui, o qual — como Koolhaas, apenas ambigüamente cínico — parece positivamente revelar em seu próprio excesso (e no do seu mundo). Mas na realidade o *cyberpunk* não é apocalíptico, e penso que a melhor coordenada é Ballard¹⁷, o Ballard dos múltiplos “fins do mundo”, sem a melancolia de Byron¹⁸, o rico pessimismo orquestral e a *weltschmerz*¹⁹.

Pois, aqui, o que está em jogo é o fim do mundo; e isso poderia ser estimulante se o apocalipse fosse o único modo de imaginar o desaparecimento desse mundo (aqui pouco interessa se temos de lidar com a explosão ou a lamúria). É o velho mundo que merece a irritação e a sátira, o novo é meramente sua própria auto-aniquilação e seu deslizamento no que Dick chamava de *kipple* ou *gubble*²⁰, naquilo que Le Guin uma vez descreveu como o derreter dos prédios. “Eles estavam ficando encharcados e trêmulos; como gelatina deixada ao sol. Os cantos já haviam se deteriorado dos lados, deixando grandes manchas gordurentas.” Alguém disse uma vez que é mais fácil imaginar o fim do mundo do que imaginar o fim do capitalismo. Podemos agora aprimorar isso e testemunhar a tentativa de imaginar o capitalismo com a intenção de imaginar o fim do mundo.

ROMPENDO DE VOLTA À HISTÓRIA

Penso que seria melhor caracterizar tudo isso em termos de História: uma História que não podemos imaginar de outra forma se não como fim e cujo futuro parece ser nada mais do que uma monótona repetição do que já está aqui. O problema, portanto, é como localizar a diferença radical, como impulsionar o sentido histórico de modo que ele

novamente começa a transmitir frágeis sinais de tempo, de alteridade, de mudança e de Utopia. O problema a ser resolvido é esse: escapar do presente “sem vento” (*windless*) do pós-moderno e retornar ao tempo histórico real e a uma história feita por seres humanos. Penso que esse texto é uma maneira de se fazer isso ou, pelo menos, uma tentativa. Sua ficcionalidade científica provém do método secreto desse gênero, o qual, na ausência de um futuro, concentra-se numa única tendência maligna, que ele expande e expande até que a tendência se torna, ela mesma, apocalíptica e explode o mundo no qual estamos aprisionados em incontáveis fragmentos e átomos. A aparência distópica é, assim, apenas a extremidade afiada inserida na contínua fita de Möbius²¹ do capitalismo tardio, a ferida ou obsessão perpétua que não se deixa enganar por um enredo, por qualquer enredo, para seu previsível fim.

Entretanto, isso apenas não é o suficiente: um rompimento da barreira do som da História deve ser realizado numa situação em que a imaginação histórica está paralisada e encasulada, como que pelo ferrão de um predador: nenhuma possibilidade de lançar-se no futuro, de reconquistar a diferença, muito menos a Utopia, a não ser inscrevendo-se nela, mas sem voltar atrás. Essa inscrição é a aríete², a repetição delirante que trabalha arduamente nessa uniformidade, percorrendo todas as formas da nossa existência (espaço, estacionamento, shopping, trabalhar, comer, construir) e esmurrando-as até elas admitirem sua própria identidade estandardizada entre si, para além da cor, para além da textura, a suavidade sem forma que não é mais nem mesmo o plástico, o vinil ou a borracha do passado. As frases são o estrondo dessa insistência repetitiva, o socar na vacuidade do próprio espaço; e agora sua energia antecipa o movimento coletivo e o ar fresco, a euforia de um alívio, uma aparição orgástica no tempo, na história e no futuro concreto novamente.

Tal é, portanto, o segredo dessa nova forma simbólica, que Koolhaas não é o único de nossos contemporâneos a mobilizar (mas poucos o fazem melhor). Voltar lentamente agora, reentrar, como que numa câmara de descompressão, no mundo mais prosaico do shopping, que foi o ponto de partida dessa aventura delirante, significa também procurar pelo acontecimento, por aquilo que o impulsionou e provocou uma reação tão monumental e verdadeiramente metafísica. Ele nos foi dado, de fato, bem no início, numa frase improvisada de Sze Tsung Leong, no final de uma abordagem mais

comedida e focada da transformação comercial do globo, que é, afinal, o tema do presente volume: “No fim, haverá pouca coisa a se fazer além de comprar.” O mundo no qual estávamos aprisionados é na realidade um shopping-center; a clausura sem vento é a rede subterrânea de túneis destinada à exibição de imagens. O vírus atribuído ao “espaço-lixo” é, na verdade, o vírus do próprio shopping; que, como a “Disneyficação”, gradualmente se espalha pelo universo conhecido como um musgo tóxico. Mas o que é esse shopping do qual estamos tediosamente falando há tanto tempo (e os autores mais tempo ainda)?

Teoricamente, ele vem em muitos pacotes (e como era de se esperar, podemos ir a várias lojas para comparar os preços de nossa marca ou versão teórica favorita). A tradição do marxismo ocidental chamou isso de mercantilização, e nessa forma a análise remonta pelo menos ao próprio Marx, ao famoso capítulo sobre o fetichismo da mercadoria, que abre *O Capital*. A perspectiva religiosa do século XIX é a meio através do qual Marx põe em primeiro plano uma dimensão especificamente superestrutural das trocas mercantis sob o capitalismo. Ele entendia “as sutilezas metafísicas e os requintes teológicos” da mercadoria como o meio pelo qual a relação de trabalho é ocultada do comprador (do consumidor?), e assim Marx apreendeu a mercantilização como uma operação essencialmente ideológica, como uma forma de falsa consciência que tem a função específica de mascarar a produção de valor do consumidor (burguês). *História e Consciência de Classe*, o clássico filosófico de Georg Lukács, o texto inaugural do chamado marxismo ocidental, desenvolve essa análise no plano mais amplo da própria história da filosofia, recolocando a mercantilização no centro do mais geral e extensivo processo social de reificação, tanto física quanto mental.

Não obstante, depois da Segunda Guerra Mundial, a orientação ideológica desse tema toma um rumo um tanto diferente, num momento em que a venda de mercadorias e artigos de luxo, para além daqueles da simples subsistência ou reprodução social, generaliza-se integralmente nas áreas cada vez mais prósperas do Primeiro Mundo — Europa Ocidental, Estados Unidos e, no devido tempo, Japão. A essa altura, os situacionistas e seu teórico, Guy Debord, concebem uma nova perspectiva para a mercantilização em seu *dictum* de que “a forma final do fetichismo da mercadoria é a imagem.” Esse é o ponto de partida de sua teoria da assim chamada sociedade do

espetáculo, na qual a antiga “riqueza das nações” é agora compreendida como “uma imensa acumulação de espetáculos.” Com essa perspectiva, estamos muito mais perto de nossas atuais suposições (ou *doxa*), a saber, de que o processo de mercantilização é menos uma questão de falsa consciência do que um estilo de vida inteiramente novo, que chamamos de consumismo e que se equipara mais a um vício do que a um erro filosófico ou mesmo uma escolha equivocada de partidos políticos. Esse giro é parte da visão mais contemporânea da cultura como a substância mesma da vida cotidiana (ela própria um conceito relativamente novo do pós-guerra, introduzido por Henri Lefebvre).

As imagens do *Guide to Shopping* são, portanto, imagens de imagens e devem assim possibilitar um novo tipo de distanciamento crítico, coisa que eles fazem conceitualmente recolocando a noção de mercadoria em sua situação original nas trocas comerciais. O que nós fazemos com as mercadorias, enquanto imagens, portanto, não é olhar para elas. A idéia de que compramos imagens já é uma “desfamiliarização” útil dessa noção; mas a caracterização de acordo com a qual vamos às compras atrás de imagens é ainda mais útil, pois desloca o processo para uma nova forma de desejo, situando-o bem diante de onde ocorre a venda real — quando, como se sabe, perdemos todo o interesse no objeto enquanto tal. Quanto ao consumo, ele tem sido inteiramente volatizado nessa perspectiva, e, como temia Marx, tornou-se completamente espiritual. Aqui a materialidade é um mero pretexto para o exercício de nossos prazeres mentais: o que deixou de ser particularmente material no consumo de um carro novo e caro — lavado e polido com a maior freqüência possível— que alguém dirige pelas ruas locais?

“No fim, haverá pouca coisa a se fazer além de comprar.” Será que isso não revela uma extraordinária expansão do desejo em todo o planeta e uma instância existencial totalmente nova daqueles que podem pagar por isso e que, agora, há muito familiarizados tanto com a vida esvaziada de sentido quanto com a impossibilidade de satisfação, constroem um estilo de vida em que uma nova e específica organização do desejo oferece tão-somente o consumo dessa impossibilidade e dessa ausência de sentido? De fato, talvez esse seja o momento propício para retornarmos ao delta do Rio das Pérolas e ao socialismo pós-moderno de Deng Xiaoping, no qual “ficar rico” não significa, na verdade, ganhar dinheiro, mas, sim, construir imensos shopping-centers — o segredo deles está no fato de que o “ir às compras” não exige que você compre, e que a forma do

shopping é uma *performance* que pode ser realizada sem dinheiro, desde que os espaços adequados a ela, em outras palavras, o “espaço-lixo”, tenham sido providenciados.

Publicado, originalmente, na *New Left Review* 2 de junho de 2003.

Notas:

¹ Traduzido do inglês por Mauricio Miranda dos S. Oliveira, doutorando da Escola de Serviço Social da UFRJ.

² Chuihua Judy Chung, Jeffrey Inaba, Rem Koolhaas e Sze Tsung Leong, ed., *Great Leap Forward*, Harvard Design School Project on the City, Köln: Taschen, 2002 e *Guide to Shopping*, Harvard Design School Project on the City, Köln: Taschen, 2002.

³ O termo “gentrificação”, sinônimo de “enobrecimento urbano”, ainda não consta nos dicionários de português e designa um conjunto de processos de reorganização e revitalização do espaço urbano. Esses planos, organizados pelos governos e a iniciativa privada, costumam provocar, entre outras coisas, a expulsão de milhares de moradores das classes subalternas de seus espaços tradicionais, que, depois disso, passam a ser muito mais valorizados. A especulação imobiliária, um dos fenômenos mais visíveis da crise estrutural do capital, é evidentemente a alavanca desse “enobrecimento” de nossas degradadas metrópoles. (N.T.)

⁴ Rem Koolhaas, *Mutations*, Barcelona: Actar, 2001.

⁵ Província da Ásia Menor. (N.T.)

⁶ Em francês no original: tarefa penosa. (N.T.)

⁷ Empresa de comércio eletrônico fundada nos Estados Unidos 1995. Atualmente é o maior e mais popular site de venda e compra de bens de consumo. (N.T.)

⁸ Georges-Éugène Haussmann, administrador, advogado e político francês, também conhecido como o “artista demolidor”, foi o encarregado de levar à frente a reforma urbana de Paris determinada por Napoleão III. (N.T.)

⁹ A co-opetição representa uma tentativa de se analisar o mundo dos negócios através da Teoria dos Jogos, fazendo aplicações práticas de seus conceitos. Estabelece-se, assim, uma espécie de fronteira entre a competição e a cooperação, que seria definida por uma série de variáveis que caracterizam um determinado contexto ou ambiente. (N.T.)

¹⁰ Joseph Paxton (1803-1865), arquiteto inglês que projetou o Palácio de Cristal em Londres. (N.T.)

¹¹ Situação num jogo de baralho em que um dos participantes tem apenas uma carta na mão, ou ainda um conhecido padrão de projeto de software. (N.T.)

¹² Nova York Delirante. São Paulo: CosacNaif, 2008.

¹³ Jane Jacobs (1916-2006), escritora e ativista política canadense, conhecida por criticar violentamente as reformas, da década de 1950, do espaço público e das grandes cidades norte-americanas. Sua obra mais famosa é *The Death and Life of Great American Cities* [Morte e Vida de Grandes Cidades] (1961). (N.T.)

¹⁴ Victor Gruen (1903-1980), arquiteto austríaco que, na década de 1950, projetou os primeiros shopping-centers dos Estados Unidos.

¹⁵ Santiago Calatrava, arquiteto e engenheiro espanhol. (N.T.)

¹⁶ Indivíduos que vivem à margem das sociedades desenvolvidas, dominadas pela técnica e pela mídia, e se revoltam tentando sobrepor-se a elas. (N.T.)

¹⁷ J.G. Ballard (1930-2009), destacado escritor inglês de ficção-científica. Entre suas principais obras está *The Drowned World*, uma das primeiras obras literárias a tratar das consequências dramáticas da destruição da natureza. (N.T.)

¹⁸ George G. Byron (1788-1824), conhecido como Lorde Byron, escritor inglês apontado como um dos mais influentes poetas do romantismo. (N.T.)

¹⁹ Em alemão no original: sentimento de nostalgia, melancolia e tristeza diante das mazelas do mundo. (N.T.)

²⁰ Essas duas palavras não têm equivalente em português e tampouco expressam seu sentido literal no inglês.

²¹ Noção oriunda da geometria, segundo a qual uma fita de Moebius é um espaço topológico obtido quando duas extremidades de uma fita são coladas. O nome diz respeito a August Möbius (1790-1868), matemático e astrônomo alemão. (N.T.)

²² Arma de guerra utilizada na antiguidade e na Idade Média formada por um tronco de madeira resistente e uma espécie de cabeça de bronze ou ferro, a qual se dava geralmente o formato de uma cabeça de carneiro. Era utilizada para derrubar portas e muralhas de castelos, por exemplo. (N.T.)

²³ Esse ensaio foi originalmente publicado na *New Left Review* 2, maio-junho de 2003.