

Universidade de São Paulo
Escola de Engenharia de São Carlos
Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo

**Monumentalidade e pretexto: reflexões sobre o
Símbolo França-Japão: o Monumento da Comunicação**

Tópicos Especiais: Arquitetura e Cidade
Daniele Vitale

Aluna: **Grazielle Lautenschlaeger**
Código USP: **5736855**

São Carlos
Mai de 2007

Monumentalidade e pretexto: reflexões sobre o Símbolo França-Japão: Monumento da Comunicação

LAUTENSCHLAEGER, G.¹

Resumo

Trata das novas formas e dos novos pretextos para a construção de monumentos na contemporaneidade. Como objeto de análise será usado O Símbolo França-Japão: Monumento da Comunicação (1986-1989), projeto do arquiteto francês Patrick Berger. A análise trafega pelos conceitos de monumentalidade, imaginário, imagem e tempo.

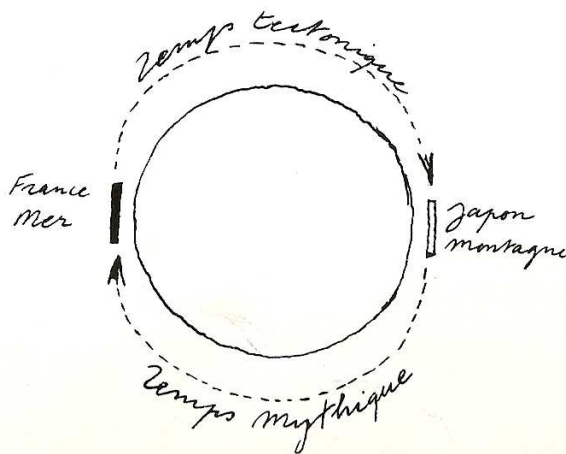
Palavras-chave

monumentalidade, pretexto, tecnologias da informação e comunicação, imagem-tempo.

O Símbolo França-Japão: O Monumento da Comunicação

Tudo começa com a transposição de um monólito de granito da região da Bretanha (França) para a Ilha de Awaji (Japão). A comunicação entre dois lugares e dois tempos. A Bretanha situa-se na placa tectônica euro-asiática, onde se encontram as rochas mais antigas do planeta. Em contraposição, as montanhas japonesas são formações geológicas bastante recentes.

Numa colina da Ilha de Awaji, a 79, 5m de altura, formando uma mesa sobre o granito, uma placa de bronze é colocada sobre pilares de vidro maciço. Como as escrituras, é uma inscrição dos tempos. A transparência do vidro se opõe a opacidade do metal. No lugar de onde se retira o granito, o Japão oferece a França, um jardim japonês, em areia, arquitetando o caráter mítico do lugar da extração. O jardim e o traço horizontal deixado pela extração do

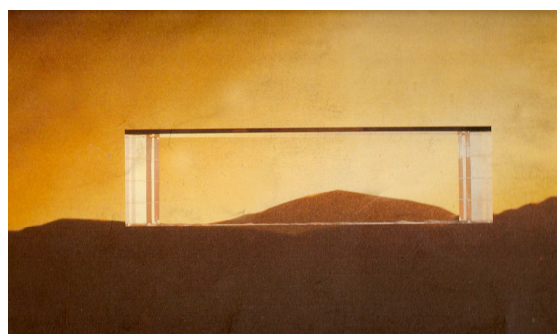
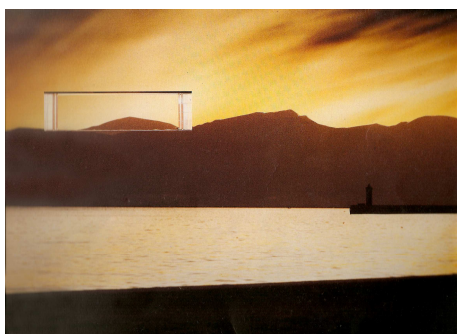


Desenho de esquema do projeto de Patrick Berger para o Símbolo França-Japão: o Monumento da Comunicação.
Fonte: catálogo do projeto

granito, em frente ao incansavelmente contemplado mar, é visível ou não de acordo com as marés. O mar e a montanha são duas extremidades unidas neste monumento.

¹ Grazielle Lautenschlaeger é bacharel em Imagem e Som pela Universidade Federal de São Carlos e mestranda em Arquitetura pela EESC/USP São Carlos.

E a viagem do monolito pelos oceanos – única e irreversível – renova os ritos fundadores das primeiras descobertas do mundo.



*Foto-montagens do projeto de Patrick Berger para o Símbolo França-Japão: o Monumento da Comunicação.
Fonte: catálogo do projeto.*

A fundição da mesa de bronze se faz sobre 16 vigas de madeira, acrescentando mais um dos cinco elementos na composição da obra. Matéria, trabalho e estrutura estão simultaneamente presentes neste monumento, um primeiro signo de um “trópico poético”, orientado na linha Norte-Sul, na direção do estreito de Akachi.

Também a mesa é proposta como uma ferramenta técnica de recepção e emissão de imagens, captadas por satélite e por oito câmeras colocadas em lugares inexplorados pelo homem no planeta. Esses dois tipos de imagens são exibidas simultaneamente nos oito jardins que circundam o sítio.



*Foto-montagem do projeto de Patrick Berger para o Símbolo França-Japão: o Monumento da Comunicação.
Fonte: catálogo do projeto.*

Assim, o projeto propõe uma arquitetura ritualizada 16 vezes, nos oito lugares espalhados pelo planeta e pelos oito “jardins da comunicação”, uma proposta de templos modernos de contemplação.

O Monumento da Comunicação proposto por Berger constitui-se como uma ficção, uma invenção geográfica, um trópico poético, que, disposto na linha Norte-Sul, atravessa paisagens díspares e coloca-as na mesma trajetória. Propõe-se, para exprimir a Comunicação, ver a Terra a partir de múltiplos pontos de vista situados na própria Terra. A relação entre as imagens, os jardins e as paisagens do mundo dá à mesa uma unidade de significação e de situação. E, os

diferentes estados da água, da luz, da matéria, do movimento ou fixidez e da velocidade visualizados pelas imagens, provocariam no visitante/espectador diferentes contemplações cada vez que ele visita o espaço. E a velocidade de comunicação entre os lugares e os jardins ao redor do monumento é mais uma forma de sobreposição de tempos opostos, um infinitamente rápido, pertencente ao universo da comunicação e outro; infinitamente lento, o geológico, que liga conceitualmente a Bretanha à Ilha de Awaji.

Assim, em sua essência construtiva, o Monumento da Comunicação proposto pelo arquiteto Patrick Berger em 1989 é a síntese dos materiais que a compõem, suas origens e as tecnologias midiáticas que ele abrange. A proposição de um espaço onde se inscrevem tantas formas de tempo. Uma imagem-tempo.

Monumentalidade, pretexto e imaginário

"o tempo é o pleno, quer dizer, a forma inalterável preenchida pela mudança. O tempo é a "reserva visual dos acontecimentos em sua justeza." (DELEUZE, 1990, p.28)

Por entre as diferentes formas possíveis de se olhar o monumento, escolhemos aqui o viés da identificação com a memória cultural, do conjunto de significados atribuídos aos monumentos num dado contexto histórico.

Nesta direção, e apesar de muitas vezes confundida com regimes totalitários, a questão da monumentalidade possui um horizonte fortemente democrático, por essencialmente lidar com representações arquetípicas de fundamento naturalístico e universal. (VITALE, 2007)

Para Loius Kahn, a monumentalidade é a síntese formal da experiência coletiva, da memória, significados e valores de determinados grupos sociais. (PALERMO, 2006).

"a monumentalidade em arquitetura pode-se definir como uma qualidade, uma qualidade espiritual inerente a uma determinada estrutura, capaz de transmitir a sensação de sua eternidade, (...) As estruturas monumentais do passado possuem essas características comuns de grandiosidade, nas quais os edifícios do nosso futuro, de uma maneira ou de outra, devem basear-se". (KAHN, 1944 apud PALERMO, 2006, p.03)

Acrescentando à essa concepção, Vitale vê a monumentalidade como uma questão aberta que nos toca, sempre apresentando um ponto enigmático decorrente de movimentos coletivos, nunca explicados completamente e que, ao mesmo tempo, coloca a arquitetura para fora do tempo, no sentido de tornar imortal, eterno.

O monumento atualiza em suas formas aquilo que pela repetição torna-se consagrado e arquetípico e que merece ser lembrado cotidianamente. Assim, o monumental não se trata da grandiloqüência, do inédito e do excepcional, mas justamente daquilo que se tornou comum e foi legitimado dentro de uma tradição.

“Monumental pra mim, não significa nada. Tem a ver simplesmente com algo ao qual não podemos acrescentar nem retirar nada, Isso é o verdadeiramente monumental. Creio que a Carta Magna é monumental. Um alfinete é monumental porque dele nada podemos retirar ou colocar. Mas a palavra monumental oprime porque só se pensa no grandioso ou no pretensioso, ou em uma coisa feita de mármore. E não é assim. É só a medida da vontade de fazer um esforço para criar algo que possa reunir as pessoas. Nada mais.”
(KAHN, 1972).

Inevitavelmente essa discussão nos conduz a visitar o mito da forma, e função na Arquitetura, em defesa da diversidade de pretextos e da consideração da dimensão do imaginário na construção de obras arquitetônicas.

Como exemplo de diferentes pretextos utilizados em projetos projetuais arquitetônicos, pode-se citar o *Danteum* (1938), dos arquitetos Giuseppe Terragni e Pietro Lingeri. Um projeto de edifício cujo pretexto é o poema épico *Divina Comédia* (1307-1321) de Dante Alighieri, que se tornou a base da língua italiana moderna. Os espaços criados são a *Selva Escura*, a *Sala do Inferno*, a *Sala do Purgatório*, a *Sala do Paraíso*, a *Sala do Império* e a *Sala da Tribunal*, a partir de elementos que estruturam a obra literária.

Exemplos com uma dimensão poética como essa nos fazem pensar sobre o que significa criar um espaço. Não se trata de meramente determinar e dispor representações de formas para em seguida coloca-las no plano concreto, mas para além disso, atribuir significação ao espaço produzido. O problema é que o mito da forma e função nasce como mais um dos argumentos do pensamento tecnocrata que assola hoje o mundo e a sociedade em que vivemos.

Diante dessas colocações, o Símbolo França-Japão: o Monumento da Comunicação a partir de leitura superficial poderia ser entendido como um exibicionismo da tecnologia contemporânea. No entanto, não há como negar que ele

sintetiza em suas proposições algumas questões cruciais da época em que vivemos, e que em 1989, na época em que foi projetado, tínhamos apenas um esboço das grandes transformações que o avanço das tecnologias da informação iriam proporcionar em inúmeros aspectos: nos modos de vida e trabalho, nos processos de produção, nos deslocamentos, na comunicação e na troca de informações, nas categorias da percepção, entre outros.

Frente à quantidade e velocidade do tráfego de informações e às cada vez mais rápidas transformações que o mercado tecnológico nos apresenta hoje, cabe-nos questionar como estamos assimilando tudo isso e de que maneira isso se reflete tanto nas imagens quanto nos espaços que estamos produzindo na “Era da Informação”. Seria o caso de pensarmos novas formas de monumentos? Que aspectos do imaginário produzido em nossa época estão sendo eternizados? O que há de arquetípico e universal em nosso cotidiano?

Uma imagem-tempo?

Tentando explorar possíveis respostas para as perguntas colocadas acima, nos remeteremos às idéias do filósofo francês contemporâneo Gilles Deleuze. Cinéfilo e cunhador do termo imagem-tempo, ele contribui imensamente nas reflexões acerca das imagens contemporâneas.

Quando se refere ao imaginário, Deleuze recusa atribuir-lhe irrealidade. A ultrapassagem do imaginário se daria em direção a um tempo puro, dissociado do movimento, só possível como imagem-cristal, imagem-tempo. O cinema atinge a imagem-tempo.

Enquanto cinéfilo, Deleuze escreveu dois livros em que ele explora conceitos filosóficos a partir da linguagem cinematográfica, que são Cinema I: Imagem-movimento (1983) e Cinema II: Imagem-tempo (1985). Na segunda obra, que mais nos interessa aqui e que se relaciona mais com o Monumento da Comunicação aqui analisado, é onde à luz dos conceitos filosóficos formulados por Bergson em torno do movimento, do tempo, da duração e da imagem, Deleuze nos propõe uma reeducação do olhar. Ele nos alerta para urgência da imagem em se liberar dos vínculos sensório-motores, deixando de ser imagem-ação para se tornar ótica e sonora puras, entrando em contato com outras forças, para fugir do mundo dos clichês. *“Trata-se de algo poderoso demais, ou injusto demais, mas às vezes também belo demais, e que, portanto excede nossas capacidades sensório-motoras”* (DELEUZE, 1992, p.29).

Deleuze percebe uma relação entre imagem e conceito quando sugere que as idéias se realizam ora num, ora noutro. Para ele, o signo é que efetua a idéia, e as imagens [no cinema] são signos que não se definem por representar universalmente, mas pelas suas singularidades internas. (DELEUZE, 1992).

“as situações óticas e sonoras puras podem ter dois pólos, objetivo e subjetivo, real e imaginário, físico e mental. Mas elas dão lugar a opsignos e sonsignos, que estão sempre fazendo com que os pólos se comuniquem, e num sentido ou noutro asseguram as passagens e as conversões, tendendo para um ponto de indiscernibilidade (e não de confusão).” (DELEUZE, 1990, p.18)

Nesta perspectiva, a proposição de um Símbolo França-Japão: o Monumento da Comunicação de Patrick Berger faz-se como um exemplo arquitetural dessa busca pela construção de uma imagem-tempo, para além dos clichês e para algo que pode ser ao mesmo tempo que belo, muito doloroso de se receber. Doloroso na medida em que joga na transição entre pólos opostos, do tempo infinitamente lento(tectônico), e do tempo infinitamente rápido(comunicação); da matéria-bruta de um monólito à imagem processada captada via satélite; do ocidental para o oriental; do horizonte banal para o horizonte cosmológico, inacessível e que sempre recua dos acontecimentos.

Um monumento enquanto forma simbólica, traço, repositório de significados é uma obra aberta. O desafio que se faz necessário é pensar e criar a monumentalidade hoje: que a Arquitetura tome como firme propósito a aposta em tornar insignificante a ideologia da técnica e o saudosismo da Arte com letra maiúscula.

No Monumento da Comunicação, a aspiração artística é confrontada com novas formas de matéria e de tempo. O monumento traz a ordem tectônica do mineral e do metal, a fluidez dos elementos naturais, e a ordem complexa da informação. Nele, outras forças que atuarão na futura cultura podem estar ganhando forma. Esta cultura ainda não possui o imaginário que ela merece.

Referências

- BERGER, P. **Le Symbole France-Japon - Monument de la Communication.** L'École de Saint-Etienne, Paris, 1989. Catálogo.
- BRANDÃO, C. A. L. **Monumentalidade e cotidiano: a função pública da Arquitetura.** MDC Revista de Arquitetura e Urbanismo. Ano 1, n. 3, março 2006. Disponível em www.mdc.arg.br/mdc/mdc03/mdc03.htm em 08/maio/2007.
- COELHO NETTO, J.T. **A construção do sentido na Arquitetura.** São Paulo, Perspectiva, 2002.
- DELEUZE, G. **A imagem-tempo.** Brasiliense, São Paulo, 1990.
- _____. Dúvidas sobre o imaginário. in **Conversações.** Rio de Janeiro, Ed. 34, 1992.
- PALERMO, N. S. **As arquiteturas do tempo de Louis I. Kahn.** Arquitectos 069, texto especial 354, fev 2006. Disponível em <http://www.vitruvius.com.br/arquitextos/arg000/esp354.asp> em 08/maio/2007.
- QUÉAU, P. O tempo do virtual. in PARENTE, A. **A imagem-máquina,** Rio de Janeiro, Ed. 34, 1993.
- SÁ FILHO, C. A. C. **Influência das TIC na dinâmica cultural e política de comunidades.** Dissertação (Mestrado) – Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo, São Carlos, 2006.
- VITALE, D. Palestras proferidas na Escola de Engenharia de São Carlos/Universidade Federal de São Carlos, de 5 a 9 maio 2007.