

MUSEUS, CIDADES, CULTURA: O CENTRO POMPIDOU, O MACBA E O GUGGENHEIM

Geise Brizotti Pasquotto

Mestre | Universidade Estadual de Campinas | Faculdade de Arquitetura e
Urbanismo | Av. Albert Einstein, 951, Caixa Postal 6021, 13083-852, Campinas,
SP, Brasil | *E-mail: geisebp@gmail.com*

MUSEUS, CIDADES, CULTURA: O CENTRO POMPIDOU, O MACBA E O GUGGENHEIM

OS MUSEUS E SUAS INFLUÊNCIAS URBANAS

A arquitetura de museus, ao longo da história, associou-se à evolução das cidades. No final do século XX, o impacto dos projetos museológicos na requalificação do espaço urbano conheceu uma escala sem precedentes. Esse fenômeno, impulsionado pelo crescimento do turismo cultural e das chamadas indústrias do lazer, tem expressão por todo o mundo, sendo evidente na Europa, onde os museus constituem hoje elementos preponderantes na gestão do patrimônio cultural, com uma reconhecida capacidade para mobilizar multidões de visitantes (Barranha, 2006). Numa época dominada pela lógica do consumo e pela cultura da imagem, a dimensão arquitetônica do museu tende a ser explorada nas estratégias de divulgação das instituições, aliando-se à promoção turística e cultural da cidade. Como identifica Rosas (2003, p.116), “estimulantes passeios arquitetônicos, cujo início se produz no próprio tecido urbano da cidade em que se insere o objeto arquitetônico-museu, [...] procuram acima de tudo a contemplação e experimentação da própria arquitetura”. Dessa forma, a ligação entre a cidade e o museu torna-se um dos enfoques de análise dos pesquisadores, explicitando até que ponto tal conexão ocorre.

Além da relação tecido urbano/edifício, encontra-se outra indagação: como é a contextualização das formas iconográficas dos edifícios atuais com a cidade e seu interior? Rosas (2003, p.116) relata que:

A dimensão simbólico-cultural de que se reveste o museu na atualidade influenciou diretamente na sua forma e na imagem arquitetônica externa como objeto de arte urbana. Os novos museus [...] são edifícios — rehabilitados ou de nova planta — para ‘ser vistos’ [...]. Mas são, antes de mais, monumentos ao prestígio dos poderes públicos que apoiam a criação contemporânea como símbolo de uma política cultural que opta decididamente pela modernidade e que assim constrói as suas ‘catedrais’.

Segundo Levy (2000, p.9), “se, como as catedrais medievais, os museus compreendem e aceitam a sua plena responsabilidade perante a arte do seu tempo, incluindo a sua responsabilidade em relação ao ambiente urbano como um todo, então eles estão mais bem posicionados para abrir caminho e para explorar as novas e radicalmente diferentes formas arquitetônicas possibilitadas pela revolução digital”.

Encontram-se, em inúmeras cidades, principalmente na Europa e nos Estados Unidos, exemplos relevantes de museus de arte moderna que, embora distintos, partilham “da mesma capacidade para figurar no imaginário coletivo como ícones culturais e urbanos” (Barranha, 2006, p.183). Entre a multiplicidade de exemplos possíveis, destacam-se o Museu de Arte Moderna (MoMA) e Guggenheim de *New York*, a *Tate Modern* (London), Kiasma em Helsínquia, entre outros.

No entanto, três casos se tornaram equipamentos culturais de grande destaque e podem ser caracterizados como paradigmáticos: o Centro Georges Pompidou de Paris, o Museu de Arte Contemporânea de Barcelona (MACBA) e o Museu Guggenheim de Bilbao.

Muitas vezes, segundo Vaz (2004), mesclam-se os dois princípios de requalificação: a recuperação do ambiente histórico existente e a concepção de equipamentos culturais como âncoras de projeto. No caso de ambientes históricos preservados, as próprias edificações fazem referência à cultura local; no caso de novas arquiteturas, é seu uso que atribui a chancela cultural. Assim, cada edifício cultural tem sua especificidade tanto estética e formal quanto em relação à inserção no tecido urbano.

CENTRO POMPIDOU, CONTRASTE NO CORAÇÃO DE PARIS

O Centro Nacional de Arte e Cultura Georges Pompidou tem esse nome devido ao seu idealizador, que ocupou o cargo de primeiro ministro da França (1962 a 1968) e, logo após, a função de Presidente da República Francesa, permanecendo no cargo até sua morte em 1974.

Seu governo realizou grandes ações de reequilíbrio econômico, como o aumento do Salário Mínimo Interprofissional de Crescimento (SMIC) francês, o reembolso da previdência social, a implantação do *Habitation à Loyer Modéré* (HLM) semelhante ao Banco Nacional de Habitação (BNH) brasileiro e a construção de diversos colégios. A qualidade de vida melhorou, programas culturais coletivos foram estimulados em nome de uma velha “arte de viver juntos” que procurava harmonizar-se com a atual modernidade. O presidente estava decidido a empreender todos os esforços pela modernização da

França. Era considerado um intelectual autêntico, audacioso, pragmático, flexível, pouco ideológico, e destacava-se pela paixão e conhecimento da arte (Damásio, 2004).

Em 1970, o presidente elaborou junto com Sebastian Loste um concurso internacional de arquitetura para a construção do centro cultural. De acordo com o regulamento do concurso, o projeto arquitetônico devia satisfazer as exigências de multidisciplinaridade, a livre circulação e a abertura de espaços de exposição. O júri, presidido pelo arquiteto Jean Prouvé, escolheu os vencedores Renzo Piano e Richard Rogers, que apresentaram uma proposta que se fundamentava em dois princípios: sofisticação tecnológica e flexibilidade espacial.

Os jovens arquitetos vencedores ofereceram um edifício no espírito livre da arquitetura dos anos 60. O prédio pode ser identificado como uma atitude estética chamada *high-tech*. Segundo Ferreira e Braga (2009), o estilo convencional dos caixotes modernistas dos anos 1950 e princípios dos anos 1960 não deixou de ser aplicado, mas passou a uma combinação com cubos de vidro refletivos, caixotes de concreto, apresentação deliberada da inocência estrutural e arranjos complexos de formas. As qualidades modernistas foram progressivamente exageradas, os edifícios ou se tornaram menos ornamentados do que nunca ou se transformaram em demonstrações cada vez mais ostensivas de estruturas caracterizadas pelo emprego exagerado de materiais de tecnologia avançada com formas complexas, conhecida como arquitetura de alta tecnologia (Ferreira & Braga, 2009).

Esse projeto constituiu-se como um divisor de águas na evolução do conceito de projetos para museus: [...] o Centro George Pompidou marcou a transição entre a tradição moderna dos museus neutros e a tendência que norteou sua construção a partir da década de 1980 (Faccenda, 2003) (Figuras 1 e 2).

Os arquitetos projetaram um edifício com padrão de evolução espacial dividido em duas partes. A primeira parte se constitui em uma infraestrutura de três níveis agrupados em tecnologia e serviços locais. Na segunda parte, uma vasta superestrutura de aço e vidro, de sete níveis — incluindo terraço e mezanino —, concentra a maioria dos setores do Centro.



FIGURA 1 – Centro George Pompidou. Paris, França.
Fonte: Carlos E. Seo, 2005.



FIGURA 2 – Centro George Pompidou e a relação com o entorno.
Paris, França.
Fonte: Dall'igna e Gastau (2010).

“Para criar espaços amplos e adaptáveis no interior, os arquitetos colocaram um entrelaçamento colorido de armações metálicas, canos, corredores e escadas rolantes por fora do revestimento externo de vidro do edifício, como um exoesqueleto” (Strickland, 2003, p.149).

A arquitetura do museu proporciona uma boa circulação dos seus sistemas (ventilação, arrefecimento, redes elétricas), entretanto o sistema de circulação dos usuários por meio de rampas recebe algumas críticas, por ser arcaica em relação à tecnologia do museu. “Lá deveríamos ser aspirados, propulsados, ter uma mobilidade que esteja à altura desta teatralidade barroca dos fluidos que constitui a originalidade da carcaça” (Baudrillard, 1981 p.82).

Os projetistas desejavam utilizar-se de uma larga praça localizada a oeste do edifício como um lugar de continuidade entre a cidade e o Centro, para isso localizaram ali a fachada principal do prédio transparente como forma de poder ser visualizada desse ponto toda a vitalidade do Centro e da praça. Esta segue os princípios de Sitte (1992), no qual um local aberto na frente do edifício faz com que ele seja exaltado. No caso do Centro Pompidou, foi utilizada uma “Praça de Largura” (Sitte, 1992), para que os usuários pudessem ter uma visão completa do edifício.

Baudrillard (2002, p.53) critica a estrutura do museu e a forma como foi concebido:

Com seus tubos entrelaçados e seu ar de ser o espaço para uma exposição universal, com sua (calculada?) fragilidade tão distante da mentalidade ou da monumentalidade tradicional, ele abertamente proclama que nada é permanente em nossos dias e em nossa época, e que a nossa própria temporalidade é a do ciclo que aceleradamente se recicla [...]. O único conteúdo do Beaubourg é seu próprio volume, como um conversor, como uma câmara escura ou [...] exatamente como uma refinaria de petróleo”, demonstra o êxito dos arquitetos na criação de um museu à semelhança das embalagens de produtos, ‘simulacro’.

O Centro foi inaugurado em 1977 e está localizado no bairro de *Beaubourg*, em Paris, no departamento de *Seine-et-Marne* e na região de *Île-de-France*. Atingiu um sucesso inesperado, o que resultou em um envelhecimento prematuro de suas instalações, sendo reformado entre 1997 e 1999 e reaberto em 2000, com seus espaços museológicos expandidos. Portanto, revelou-se com o uso que a flexibilidade era excessiva e respondia de forma difícil à especificidade funcional que era a de conter obras de arte. Outro aspecto criticado nos seus primeiros anos de vida foi a sua indiferença em relação à envolvente próxima.

Apesar disso, o Centro Georges Pompidou foi rapidamente adotado como local de visita pela população parisiense e pelos inúmeros turistas que passam pela capital, transformando-se num centro difusor da cultura contemporânea. Um dos segredos do seu sucesso popular foi sem dúvida o caráter sensacionalista e apelativo da sua arquitetura. De fato, trata-se de um dos locais mais visitados na França, recebendo, anualmente, mais de 5 milhões de pessoas.



FIGURA 3 – Museu de Arte Contemporânea de Barcelona e seu entorno. Barcelona, Espanha.
Fonte: maps.live.com



FIGURA 4 – Fachada do Museu de Arte Contemporânea de Barcelona. Barcelona, Espanha.
Fonte: Luiz Seo, 2009.

De acordo com Choay (1994), o sucesso mediático do Centro Pompidou decorre do fato de ter uma imagem apelativa, fácil de difundir e de memorizar, centrada no simbolismo mecânico que, aparentemente, converteu-se, aos olhos do público, na representação da modernidade técnica.

MUSEU DE ARTE CONTEMPORÂNEA DE BARCELONA, REQUALIFICAÇÃO DO BAIRRO RAVAL?

O MACBA alberga uma coleção de obras de arte da época atual e, principalmente, da segunda metade do século XX. Construído no bairro do Raval, esse edifício de inspiração contemporânea e simplista contrasta com a arquitetura dos edifícios adjacentes (Figura 3).

Richard Meier, autor do projeto, brincou com a cor branca, as claraboias de vidro e os materiais reluzentes para dar ao edifício uma sensação de grande luminosidade (Figura 4).

Sanchez (2007) relata que quando Meier foi apresentado ao prefeito Pasqual Maragall, que o convidou para projetar o edifício, uma pergunta apenas foi feita pelo prefeito: o que ele estaria interessado em projetar para a cidade? Meier respondeu que gostaria de fazer um museu. Maragall rapidamente organizou um consórcio para construir o projeto.

Ainda Sanchez (2007) cita que o próprio arquiteto ficou surpreso com tamanha liberdade e patrocínio de ação, pois não houve registro de pauta projetual ou exigência do prefeito.

Encontro de empreendedores culturais, na corrente aceção positivada, mútua legitimação entre atores do empresariamento da cultura na cidade-mercadoria, sob perspectiva crítica, a confluência de sujeitos, como esta, é capaz de produzir a invenção e afirmação do cultural de semear iscas culturais para o capital e implementar a fórmula do grande edifício para fins culturais na renovação de áreas urbanas tidas como desagradadas (Sanchez, 2007, p.31).

Essa relação empreendedorista foi sentida por todos; o tal edifício recebeu ferenças críticas, tanto em relação à ruptura com o tecido urbano quanto em relação ao projeto. Para Rego (2001, *online*), a arquitetura de Richard Meier não apresenta uma contextualização com o entorno.

Enquanto as práticas arquitetônicas tidas como pós-modernas trataram de enxergar a individualidade das cidades, vincular-se à paisagem antrópica, recuperar valores culturais, comunicar-se mais diretamente com o cidadão, a ideia de arquitetura de Richard Meier se mostrou menos permeável à questão do contextualismo, físico ou cultural, pouco sensível à alusão figurativa, conservando em seu expediente as formas regulares, abstratas, marcadamente modernas, com baixa contaminação pelas circunstâncias e contingências locais.

Rego (2001, *online*), argumenta que os projetos do arquiteto americano, de certa forma “sintonizados com a experiência (revisionista) pós-moderna”, demonstra uma aplicação mundial semelhante à arquitetura funcionalista, tão combatida pelo pós-moderno, ao ser homogênea e despersonalizada. “A configuração do Museu de Arte de Barcelona bem poderia localizar-se em Madri, São Paulo ou New York. De fato, a solução tipológica do museu catalão repetiu-se no projeto da sede norte-americana da Swissair (1990-95)”.

MUSEU GUGGENHEIM, ESPETÁCULO EM RUÍNAS INDUSTRIAIS

O Guggenheim em Bilbao não é menos audacioso do que a construção nova-iorquina de Wright, em 1959. O conjunto de formas geométricas de titânio e vidro, às margens do Nervión, tornou-se um dos mais importantes pontos turísticos da cidade. Para viabilizar a construção em Bilbao, na década de 1990, Gehry criou um escritório de cálculos estruturais que, a partir de um programa para projetos aeronáuticos, desenvolveu um *software* específico para arquitetura (Figura 5).

Já em seu primeiro ano de existência, a construção do norte-americano Frank O. Gehry recebeu mais de um milhão de visitantes. Desde 1997, o museu já injetou mais de um bilhão de euros na economia da antiga cidade industrial (Figura 6). Logo passou-se a falar do “efeito Bilbao”: uma cidade consegue superar a depressão pós-industrial com uma obra para cultura (Bölinger, 2006).

Existem diversas opiniões sobre o edifício, geralmente negativas, como é o caso de Oliveira (2006), que considera que Frank Gehry projetou o Guggenheim de Bilbao como se o museu estivesse situado na Disneylândia, tudo meio na base de que “não se mexe em time que está ganhando”.

Entretanto, Carvalho (2009, *online*) defende o museu, alegando que os críticos consideram-no como apenas um apoio para expor os objetos ali presentes, esquecendo-se da “inescapável presença física do espaço arquitetônico, que, como toda arte viva, procura estar de acordo com seu tempo e as pertinências deste”.



FIGURA 5 – Guggenheim de Bilbao, projeto de Frank O. Gehry. Bilbao, Espanha.
Fonte: Luiz Seo, 2009.



FIGURA 6 – Guggenheim de Bilbao e seu entorno. Bilbao, Espanha.
Fonte: Google Earth (tafyr).

O primeiro equívoco na análise da obra de Gehry se dá ao estabelecer-se uma distinção clara entre arte e museu. Ali, pretende-se justamente criar um jogo infinito de sobreposições e distorções. A construção interage, a partir de sua irregularidade, com a mostra e o espectador simultaneamente [...]. O Guggenheim é um museu que se confunde com a arte num processo de hibridização das linguagens. Não se trata de um lugar para exposições inertes, assépticas e laboratoriais (Carvalho, 2009, *online*).

Ainda para Carvalho (2009), o erro da crítica tradicional se dá na adoção de pressupostos para a análise arquitetônica. Ele concorda que as obras antigas recebam menos atenção nesse museu, porém ele rebate:

[...] qual o problema em preferir a experiência no tempo-espaço construído àquela de uma visualidade já incorporada ao cotidiano? A mente acomodada reluta quando o programa é subvertido em favor da experiência. E não há problema algum que a cada nova exposição novas questões surjam da relação travada, até porque cada conjunto exposto poderá sempre ser tratado como uma instalação que se relaciona com o prédio. A diferença se apresenta na explicitação do que na maioria dos outros casos está subentendido: a composição “obra-conjunto-espaço” (Carvalho, 2009, *online*).

Os organizadores do museu Guggenheim não pararam diante das críticas ao museu. Estão programadas várias filiais pelo mundo. Alguns projetos estão para ser construídos, outros ficaram no papel.

Em Taichung, Taiwan, espera-se que a inserção do Guggenheim, projetada pela londrina Zaha Hadid, e de mais dois edifícios de grande impacto — um pavilhão desenhado por Frank O. Gehry e uma casa de concertos de Jean Nouvel — possa resultar no efeito Bilbao. Segundo o projeto, a asa oeste do museu deverá ser móvel, podendo assumir diversas posições, sobre colchões de ar ou ao longo de trilhos. No interior da construção,

uma plataforma se movimentará entre o primeiro e o segundo andar. Mas ainda não é certo se o edifício em meandros sairá do papel. A cidade teme uma explosão dos custos e, por isso, hesita em financiar uma obra de tão grandes proporções (Bölinger, 2006).

Está prevista, atualmente, a construção de um novo polo em Abu Dhabi, nos Emirados Árabes, que será o maior museu da fundação americana, realizado novamente pelo arquiteto Frank Gehry (Vogel, 2006).

Outros projetos não saíram do papel devido ao fator econômico, político e social, como o projeto de Frank O. Gehry para um novo edifício em Nova York, e o de Jean Nouvel para um Guggenheim no Rio de Janeiro. Os 950 milhões de euros para o projeto de Gehry, às margens do *East River*, não poderão ser cobertos pela Fundação Guggenheim, e, no Brasil, surgiu logo resistência ao projeto “estrangeiro”.

Em uma área de 23 mil metros quadrados, sobre um grande *pier*, o projeto do Rio de Janeiro previu a construção de um navio com galerias ocultas, uma minifloresta tropical, uma torre cilíndrica de 42 metros com mirante e restaurantes em diversas formas geométricas. Pouco antes do início das obras, um juiz decretou a suspensão do projeto por conta de “irregularidades” no contrato entre a cidade e a Fundação Guggenheim.

A ESPECIFICIDADE DE CADA MUSEU NO CONTEXTO DA REVITALIZAÇÃO URBANA

Para Arantes (2007, p.49), Beabourg marcou o início de uma fase que dez anos mais tarde iria se consolidar como a “colonização urbano-cultural pelo reino da mercadoria, numa dimensão jamais vista e num registro despuadoradamente midiático”. Em relação ao edifício-entorno, diferentemente de outras intervenções, a França já tinha uma tradição em grandes projetos, portanto, por mais que a obra contrastante do Pompidou tenha recebido diversas críticas, ela conseguiu ser absorvida pelos usuários e visitantes do local. Dessa forma, posteriormente ao Centro Pompidou, outras obras de caráter apelativo e impactante também foram sendo aderidas, como o Grande Arco em *La Defense* e a Pirâmide do Louvre, levando a uma nova tendência para a cidade.

O MACBA, diversamente ao Pompidou, foi inserido em um bairro violento de Barcelona para que fosse realizada uma reabilitação em seu entorno, mas o objetivo não foi alcançado. Oliveira (2006) relata que um dos motivos desse fracasso foi a atitude de Richard Meier, que projetou seu Museu de Arte Moderna da Catalunha, em pleno bairro gótico de Barcelona, “como se o fizesse nos gramados de New Jersey, EUA”.

Medrano (2010) aponta algumas semelhanças entre o MACBA e o Pompidou: a presença de um gabarito superior ao entorno, uma praça frontal, a marcação do limite entre praça e cidade através das rampas de circulação vertical, as críticas ao edifício na época de sua construção a partir da argumentação de descaracterização do tecido histórico, das especificidades culturais do local e da indução de um processo de gentrificação, a falta de um acervo específico, além de serem julgados por uma possível manobra de espetacularização voltada ao *marketing* urbano.

Em Bilbao, a inserção do museu tinha uma proposta diferente das outras. Realizou-se uma obra de cultura para alavancar uma cidade que sentia a depressão pós-industrial e não conseguia se reerguer. Assim, essa intervenção buscou ser um ícone de grande impacto mundial, para que fosse realizado o “efeito Bilbao”: o externo sendo tão importante, ou até mais, que o interior do museu. Para Arantes (2007, p.60), a imagem estratégica de Bilbao informa que no país Basco existe “uma real vontade de inserção nas redes globais, que sua capital deixou de ser uma cidade-problema e pode vir a ser uma confiável cidade-negócio”. Esse fato está representado na arquitetura com novas tecnologias, na atmosfera vanguardista e no ícone internacional, que produziu, segundo Arantes (2007, p.60), “a indispensável janela dos altos serviços culturais se abrindo para o terciário avançado, sem o qual a mencionada vontade elegantemente arrivista de inserção não passaria de um voto piedoso”.

Assim, por meio das relações entre o edifício e o entorno, é possível identificar na literatura sobre o tema duas vertentes: autores que justificam a construção dos museus/centros culturais e outros que criticam fortemente sua relação com a era da mercantilização da cultura.

A vertente crítica justifica-se explicando que a cultura que antes se “cristalizara como esfera autônoma dos valores antimercado” atualmente passa a ser tratada como um produto comercializável, seguindo a cartilha neoliberal da livre concorrência, na negociação de um mundo capitalista (Arantes, 2007, p.16). “Dessa forma, os centros culturais passam a ser centros de convivência e, acima de tudo, centros de conveniência, onde as pessoas possam encontrar bens de consumo e serviços que as propiciem ficar o maior tempo possível nesses lugares, desenvolvendo um número cada vez mais diversificado de atividades” (Faccenda, 2003, *online*).

Neste artigo, a análise recai a um ponto comum a todas as intervenções que trabalham com o culturalismo de mercado atualmente (Arantes, 2007). A cultura é utilizada como ferramenta do *city marketing* para a promoção e venda da cidade. Esse processo e a influência no planejamento urbano, como identifica Sánchez (1999b), ocorrem pela facilidade com que essa ferramenta incorpora novas tecnologias de comunicação e informação, interferindo na renovação das formas espaciais e deixando marcas no espaço urbano. Ainda Sánchez (1999a), relata que a valorização do *city marketing* também seria fruto da atual conjuntura econômica mundial, na qual se desenharia uma situação cada vez mais instável para os centros urbanos e um aumento contínuo nos níveis de competitividade entre os lugares.

O *marketing* urbano, juntamente com a cultura, pode ser relacionado com uma política empresarial. Como afirma Arantes (2007, p.14):

[...] estamos diante de políticas de *image-making*, na mais trivial acepção marqueteira da expressão, pois quem diz *image-making* está pensando, queira ou não, em política *business-oriented*, para não falar ainda em *market-friendly*, mesmo quando fala de boa fé em conferir visibilidade a indivíduos ou coletividades que aspiram a tal promoção.

Assim, a cultura a partir da década de 1960 torna-se uma “representação, e sua respectiva interpretação [...] acabou moldando, de um lado, indivíduos [...] que se auto-identificam pelo consumo ostensivo de estilos e lealdade a todo tipo de marca; de outro, o sistema altamente concentrado dos provedores desses produtos tão intangíveis quanto fabulosamente lucrativos” (Arantes, 2007, p.16).

REFERÊNCIAS

- ARANTES, O. Uma estratégia fatal: a cultura nas novas gestões urbanas. In: ARANTES, O.; VAINER, C.; MARI-CATO, E. *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*. 4.ed. Petrópolis: Vozes, 2007. p.14-16.
- BARRANHA, H. Arquitectura de museus e iconografia urbana: concretizar um programa/construir uma imagem. In: SEMEDO, A.; LOPES, J.T. (Coord.). *Museus, discursos e representações*. Porto: Edições Afrontamento, 2006. p.181-196.
- BAUDRILLARD, J. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio D'Água, 1981.
- BAUDRILLARD, J. *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva, 2002.
- BÖLINGER, M. Arquitectura dos edifícios do Guggenheim é uma atração à parte. *Dw-World.De*, 24 jul. 2006. Disponível em: <<http://www.dw-world.de/dw/article/0,2144,2108855,00.html>>. Acesso em: 31 maio 2007.
- CARVALHO, C.H.B. Guggenheim Bilbao e as curvas da escultura. *Vitruvius*, 026.05, ano 9, 2009. Disponível em <<http://www.vitruvius.com.br>>. Acesso em: 30 out. 2010.
- CHOAY, F. Museo, ocio y consumo: del templo del arte al supermercado cultural. *Arquitectura Viva*, n.38, p.19, 1994.
- DALL'IGNA, C.; GASTAU, C. Museo, permanência e transformação. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL MUSEOGRAFIA E ARQUITETURA DE MUSEUS IDENTIDADES E COMUNICAÇÃO, 2., 2010, Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro: UFRJ, 2010.
- DAMÁSIO, C.R.H. Georges Pompidou e a pós-modernidade. *Espaço Acadêmico*, n.35, 2004. Disponível em: <<http://www.espacoacademico.com.br/035/35damasio.htm>>. Acesso em: 27 out. 2010.
- FACCENDA, M.B. Entre Davis e Golias: as ações (boas e más) dos museus na dinâmica urbana. *Vitruvius*, 034.03, ano 3, 2003. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br>>. Acesso em: 27 out. 2010.
- FERREIRA, V.R.; BRAGA, G.B.J. Baudrillard e o efeito Baeu-borg: centro nacional de arte e cultura Georges-Pompidou e sua carcaça. In: SEMANA DE FILOSOFIA: FILOSOFIA FRANCESA CONTEMPORÂNEA, 12., 2009, São João Del Rey. *Anais...* São João Del Rey: UFSJ, 2009.
- LEVY, D.C. Foreword: designing the new museum In: TRU-LOVE, J.C. *Designing the new museum: building a destination*. Rockport: Gloucscester/Massachusetts, 2000. p.9-10.
- MEDRANO, L. Museus, cidades e arquitetura. In: GUIMARAENS, C. *Museografia e arquitetura de museus*. Rio de Janeiro: UFRJ-PROARQ, 2010. p.22-40.
- OLIVEIRA, E. Nota sobre o arquiteto de ontem, hoje e amanhã. *Vitruvius*, 072.00, ano 6, 2006. Disponível em: <www.vitruvius.com.br>. Acesso em: 26 jan. 2011.
- REGO, R.L. Museu d'Art contemporani de Barcelona, arquiteto norte-americano, estilo internacional. *Vitruvius*, 013.03, ano 2, 2001. Disponível em: <www.vitruvius.com.br>. Acesso em: 26 jan. 2011.
- ROSAS, M.A.L. Museos de arte contemporáneo y ciudad: los límites del objeto arquitectónico. In: LORENTE, J.-P. et al. (Org.). *Museología crítica y arte contemporáneo*. Prensas: Universitárias de Zaragoza, 2003. p.116.
- SÁNCHEZ, F. Buscando um lugar ao sol para as cidades: o papel das atuais políticas de promoção urbana. *Revista Paranaense de Geografia*, n.4, p.1, 1999a. Disponível em: <www.agbcuritiba.hpg.ig.com.br/Revistas/Rpg3/4fernanda.htm>. Acesso em: jan. 2011
- SANCHEZ, F. Políticas urbanas em renovação: uma leitura crítica dos modelos emergentes. *Revista Brasileira de Estudos Regionais e Urbanos*, n.1, p.115-132, 1999b.
- SANCHEZ, F. Cultura e renovação urbana: a cidade-mercadoria no espaço global. In: LIMA, E.F.W.; MALEQUE, M.R. (Org.) *Espaço e cidade: conceitos e leitura*. Rio de Janeiro: 7 letras, 2007.
- SITTE, C. *A construção das cidades segundo seus princípios artísticos*. São Paulo: Ática, 1992.
- STRICKLAND, C. *Arquitetura comentada: uma breve viagem pela história da arquitetura*. Rio de Janeiro: Ediouro, 2003.
- VOGEL, C. Guggenheim foundation and Abu Dhabi plan museum there. *The New York Times*, 9 Jul. 2006.
- VAZ, L.F. Planos e projetos de regeneração cultural: notas sobre uma tendência urbanística recente. In: SEMINÁRIO DE HISTÓRIA DA CIDADE E DO URBANISMO, 8., 2004, Niterói. *Anais eletrônicos...* Niterói: UFF, 2004. Disponível em: <http://lasa.international.pitt.edu/members/congress-papers/lasa2004/files/Vaz_LilianFesler_xCD.pdf>. Acesso em: 13 dez. 2011.

RESUMO

Os conceitos e ferramentas para trabalhar com o urbanismo modificaram-se no decorrer do tempo. A economia informacional torna-se uma economia cultural, fazendo da cultura uma mola propulsora às novas exigências do mercado. Assim, nas últimas décadas, a inserção de museus como forma de (re)urbanização das cidades foi muito utilizada. Nesse contexto, destacam-se três edifícios culturais paradigmáticos: o Centro Pompidou em Paris, o Museu de Arte Contemporânea de Barcelona e o Guggenheim em Bilbao. A partir da análise dessas intervenções, o artigo pretende expor a especificidade de cada obra em relação a sua inserção no tecido da cidade, a dinâmica provocada pelo edifício no contexto arquitetônico-urbano contemporâneo e a política empresarial causada pelo amálgama entre cultura e *city marketing*.

PALAVRA-CHAVE: Cultura. Edifícios culturais. Museus. Revitalização.

MUSEUMS, CITIES, CULTURE: THE POMPIDOU CENTER, THE MACBA AND THE GUGGENHEIM

ABSTRACT

Over the course of time, the tool and concepts employed in urban planning have changed. The information economy has become a cultural economy, transforming culture into a springboard for new market demands. Thus, in recent decades there has been widespread insertion of museums as a way of (re)urbanizing cities. Against this backdrop, we highlight three paradigmatic cultural buildings: the Pompidou Center in Paris, the Barcelona Museum of Contemporary Art and the Guggenheim in Bilbao. Based on an analysis of these interventions, this article exposes the specifics of each construction in relation to its insertion into the urban fabric, the dynamics provoked by the construction in a contemporary architectural-urban context and the business policy caused by the fusion of culture and city marketing.

KEYWORDS: *Culture. Cultural buildings. Museums. Regeneration.*