O MUSEU COMO ELEMENTO TRANSFORMADOR DA CIDADE: DA FORMA/FUNÇÃO AO MUSEU COMO IMAGEM MIDIÁTICA

THE MUSEUM AS TRANSFORMING ELEMENT OF THE CITY: FROM THE FORM / FUNCTION TO THE MUSEUM AS A MEDIA IMAGE

Fabiano D Alessio Ferrara[1]

Resumo: O objeto deste trabalho é o museu nos processos de transformação que assinalam sua função cultural e ultrapassam seu caráter de guarda da memória. O objetivo central é estudar as múltiplas e paradoxais funções do museu que vão da exposição, à contemplação e ao entretenimento, através da imagem combinada com outros códigos midiáticos em convergência. Nesse paradigma multimidiático, os projetos de exposições são contaminados por modelos expositivos liderados pelos meios digitais como garantia da necessária e/ou desejada interatividade com o público. Esse paradigma

1. Arquiteto de formação com trabalhos na área de projeto de museus e exposições desde 2002. Mestre e doutorando em comunicação e semiótica, com pesquisa na área de cultura das mídias e semiótica da cultura. Desde 2010 desenvolve pesquisa voltada para os novos paradigmas epistemológicos na concepção dos novos museus. PUC São Paulo – fabiano@prosigno.com.br

faz com que tal sistema cultural se processe como mídia modeladora de preferências, gostos e padrões sociais, econômicos e culturais. O museu contemporâneo transformou-se em dispositivo de comunicação que justifica e explica sua constante inserção na requalificação cultural de espaços urbanos.

Palavras-chave: museu, ambiente midiático, requalificação urbana

Abstract: The object of this work is the museum in the processes of transformation that signify its cultural function and surpass its character of memory guard. In a new multimedia paradigm, exhibition projects are contaminated by exhibition models led by digital media as a guarantee of the necessary and / or desired interactivity with the public. The contemporary museum has become a communication device that justifies and explains its constant insertion in the cultural requalification of urban spaces. The central objective is to study the multiple and paradoxical functions of the museum that go from the exhibition, to the contemplation and to the entertainment, and through the media image it becomes an icon and reference of requalification of space of the city.

Keywords: museum, media environment, urban renewal

1 Do gabinete de curiosidades ao museu contemporâneo

Durante os séculos das descobertas ultramarinas, os europeus acumularam, nos chamados gabinetes de curiosidades, os fragmentos das realidades estranhas encontradas em suas viagens que se multiplicaram do século XVI ao XVIII. Os gabinetes de curiosidades tinham um caráter de coleção enciclopédica, acumulando tudo o que chegava de lugares distantes e desconhecidos. Não havia preocupação em nomear ou classificar, mas apenas evidenciar, pelas amostras, a existência de outras civilizações diferentes, exóticas:

> As coleções dos gabinetes eram organizadas em dois grandes eixos: *Naturalia* e *Mirabilia*. Do

> primeiro, fazem parte exemplares dos reinos animal, vegetal e mineral. Já o segundo divide-se, por sua vez, em duas seções: os objetos produtos da ação humana (*Artificialia*) e as antiguidades e objetos exóticos que remetem a povos desconhecidos, normalmente vendidos aos colecionadores ou presenteados por viajantes e marinheiros (Possas, 2005, p. 153).

A motivação inicial dos donos de gabinetes de curiosidades era tentar possuir o inatingível, para desvendar o mistério da criação. Por um lado, essas coleções particulares funcionavam como emblema de poder e prestígio social, por outro, foram elas que suscitaram a necessidade, cada vez mais científica, de organização e classificação de peças e exemplares colhidos a esmo e acumulados sem ordem ou sentido. À medida que foram crescendo, ficou patente a necessidade de locais apropriados entendidos, inicialmente, como espaços para guardar os novos objetos de conhecimento e, posteriormente, como modo de guardar com o objetivo de mostrar. Surgem os colecionadores que se multiplicaram e se especializaram: surgiram estudiosos de zoologia, botânica e outros segmentos como a "história natural".

A partir dos gabinetes de curiosidades ficou premente a necessidade de espaços maiores e mais adequados para expor todas as relíquias e descobertas que eles guardavam. No final do século XVIII, começam a surgir os museus como espaço público e o primeiro grande museu aberto ao público foi o British Museum inaugurado em 1753. Esse museu pode ser considerado um marco fundamental na criação dos conceitos de organização de acervo e exposição que continuam a ser usados até hoje.

Naqueles tempos, os museus de arte públicos eram, paradoxalmente, testemunhos políticos de ação e constituía, não só, prova de que o governo estava fazendo algo necessário ao povo, mas também, o exercício de poder magnânimo que admitia expor ao público, seus tesouros artísticos e a imagem conservava e exibia o resplendor dos antigos usos das salas ocupadas por reis e rainhas. A política ultrapassara a monarquia, mas seus valores continuavam a ser exibidos

nos museus que surgiam como reminiscências do passado e da sua glória. Os museus pareciam congelar o tempo.

Todos esses grandes museus organizavam seus materiais de forma que pudessem ser contemplados e estudados, criando grandes espaços públicos que, se inicialmente guardavam objetos considerados raros e valorosos, logo passaram ser espaços de exposição de acervos de importantes coleções de diversas épocas da nossa cultura. Guardar e expor parece contraditório, mas sintetizam o significado daqueles espaços culturais.

O museu se alterou e já não basta guardar e expor os acervos das grandes obras artísticas da humanidade, é preciso criar uma convergência de conteúdos entre a antiga mídia que procurava conservar, ao mesmo tempo em que expunha a obra de arte, e as novas mídias que reprodutivas, digitais, móveis e interativas se fazem atuantes através de tablets, celulares, áudio-guias etc. A obra está exposta com toda sua aura e poder de ser única, porém o visitante tem uma expectativa de interagir com ela e conhecer sua origem, história e vida. Entretanto, no museu como equipamento da cultura, o modo de expor, ver, conhecer ou interagir não é espontâneo ou livre, mas se dá através de organização e fruição de espaços, arquiteturas de visualidade e curadorias.

Ao longo do século XX, os grandes museus foram se modernizando e se atualizando ante o impacto do novo fluxo de visitantes, das novas formas de expor e sobretudo, ante a evidência de que o museu, enquanto lugar, passa a ser a marca de uma cidade, de um nome de prestígio e de poder midiático.

Considerando que a cidade é um organismo vivo em constante mudança no fluxo das suas gerações, realizações, atuações, valores e cultura, a conservação dos índices memoráveis exige a sensibilidade de perceber que aquela conservação não significa, apenas, renovar ou conservar espaços urbanos que necessitam ser recuperados. Ao contrário, a eleição daquela memória supõe identificar os caminhos que, conservando o passado, permita a descoberta de outros espaços urbanos que introduzam a possibilidade de descoberta de novos usos. Conservar a memória de uma cidade significa redesenhar o espaço urbano, e neste contexto o conceito

de museu contemporâneo, que surge com o Centro Georges Pompidou, em Paris, é fundamental. Esses novos museus não só mudam o conceito de expor e usar o espaço, mas são elementos irradiadores de transformações fundamentais para o seu entorno e para as cidades.

2 Centro Georges Pompidou, a precisão da forma / função como elemento de requalificação

Com a proximidade do segundo centenário da Revolução Francesa, a esquerda francesa, recém-chegada ao poder lança um grande pacote de projetos culturais. No final dos anos 70, a França vivia um momento de recuperação de sua indústria competente e inovadora, essa recuperação também começou a surgir na área da cultura. Um grande projeto de museu como reformulador do espaço público surge no decadente bairro Marais: o Centro Georges Pompidou. A sua implantação marcou o início de grandes transformações urbanas e culturais em Paris e no mundo.

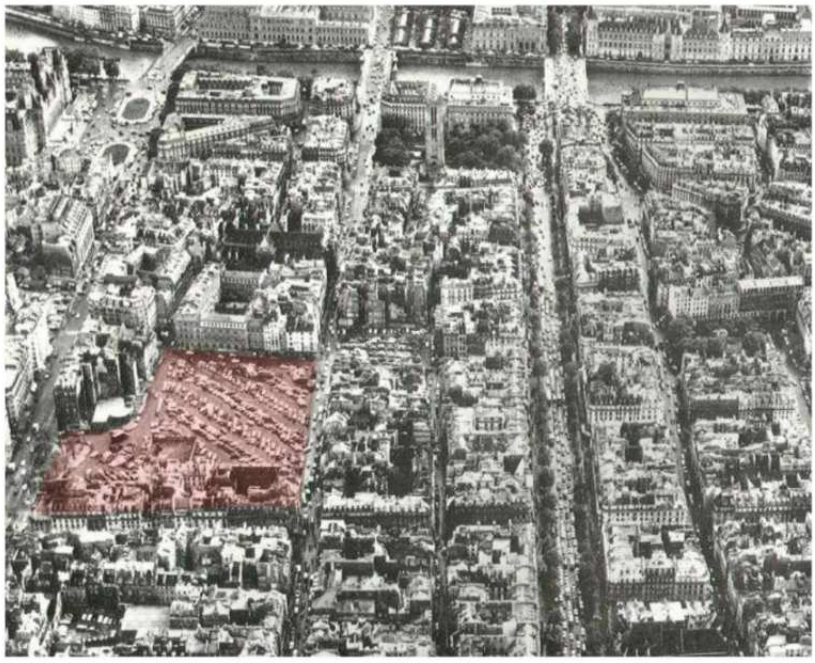

Figura 1: Vista aérea do bairro de Marais no início dos anos 70. A área escolhida para a construção do futuro Centro Georges Pompidou foi o epicentro de uma grande revitalização de todo seu entrono.
Fonte: PIANO, R e ROGER, R. 1987. Centre Georges Pompidou. Paris, Association des amis du Centre Geroges Pompidou, 46 p.



Figura 2: Vista do Plateu Beaubourg no início dos anos 70.
Fonte: PIANO, R e ROGER, R. 1987. Centre Georges Pompidou. Paris, Association des amis du Centre Geroges Pompidou, 49 p.

Inaugurado em 1977, o Centro Cultural Georges Pompidou surge como um espaço híbrido onde artes plásticas, artes visuais, cinema, dança e outras vertentes artísticas convivem em harmonia em um espaço contínuo e fluído. Projetado por Richard Rogers e Renzo Piano, o edifício joga todas suas "entranhas" para o exterior a fim de resguardar o espaço interno que se reservava para selecionadas exposições temáticas, enquanto o espaço externo transforma o museu em objeto de arte que se expande no contexto da cidade.

A premissa básica foi a criação de grandes áreas de convívio tanto no exterior quanto no interior do prédio, exigia-se um projeto que contasse com grandes estruturas para suportar enormes vãos: surge uma grande estrutura de metal colorido e fora da escala das casas do bairro. Marcava-se o desejo de assinalar um novo tempo na cultura da cidade de Paris e o projeto surgia como um "ser intruso" que, usando cores e formas, se contrapunha às construções cinzentas do entorno. No final dos anos 70, o edifício era a imagem da vanguarda francesa no campo das artes e cultura, mas também nos campos da engenharia e da indústria metalúrgica.



Figura 3: Centro Cultural Georges Pompidou – vista aérea – Paris.
Fonte: PIANO, R e ROGER, R. 1987. Centre Georges Pompidou. Paris, Association des amis du Centre Geroges Pompidou, 160 p.

Cria-se, através da argúcia e arrojo de um desejo projetivo, um ciclo que se inicia no desenvolvimento de novas técnicas construtivas e se finaliza no "edifício máquina" colorido que se destaca no *skyline* parisiense. O Pompidou é a imagem da integração entre o velho e novo, que requalifica o espaço sem que ele perca suas características e memórias. Notadamente, o Pompidou criou uma imagem de diálogo e perfeição entre forma e função, tudo no edifício parecia essencial e estrutural, e por isso uma das premissas do projeto é deixar todo o processo construtivo "à mostra".

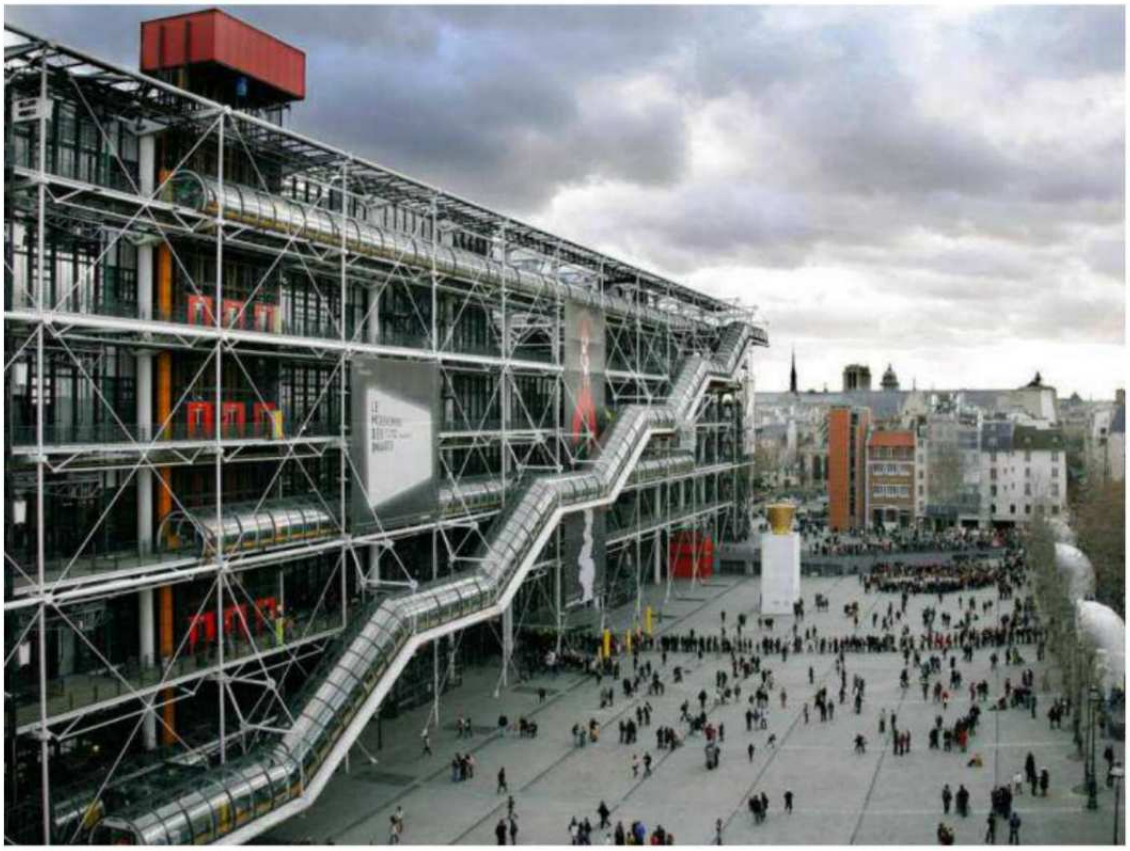

Figura 4: Centro Cultural Georges Pompidou – Paris
Fonte: PICTIFY, 2016. Disponível em: http://pictify.com/user/Pompidou. Acesso em 02/12/2016

Certamente, o Centro Pompidou é um marco em relação à mudança de concepção do espaço expositivo de um museu: faz do espaço urbano uma imagem que se vê através do impacto volumétrico com o qual o público interage antes de chegar às exposições. O equipamento cultural museu, deixa de ser endógeno e se expande pelos seus arredores criando um ambiente onde tudo se prepara para aquela visualidade volumétrica: há vários metros de distância e antes de acessar o espaço, já é possível antever as estruturas que, no momento do encontro, impactam olhos e corpo numa multiplicidade sensível. O caso Centro Pompidou é emblemático como redesenho de espaço onde o novo e diferente vem para colorir e humanizar, não se sabe o que se expõe: o acervo, o museu ou a própria cidade.

3 Museu Guggenheim Bilbao: a criação de um museu como imagem midiática

Em contexto mais recente de requalificação e redesenho urbano, o Museu Guggenheim de Bilbao apresenta-se como um novo paradigma em relação aquele adotado em Paris com o Centro Pompidou. O espaço transparente, fluído e contínuo dá lugar às formas complexas e quase surreais, a técnica de construção dá lugar ao desafio projetivo através de complexos softwares. Projetado por Frank Ghery, formas, estruturas e sistemas construtivos inovadores criam um grande gigante formado por placas de titânio, que é implantado no coração da cidade de Bilbao. Sua construção foi responsável pela transformação de uma decadente cidade industrial no norte da Espanha, transformando a cidade em local dos mais visitados na Espanha. O museu assinala, de modo emblemático e transforma Bilbao em exemplo econômico-cultural de recuperação urbana através do turismo.



Figura 5: Imagem aérea de Bilbao antes da construção do Museu Guggenheim.
Fonte: QUE APRENDEMOS HOY, 2016. Disponível em http://queaprendemoshoy.com/wp-content/uploads/2014/12/g1bn.jpg. Acesso em 02/12/2016



Figura 6: Guggenheim Museum – Bilbao Espanha,
Fonte: PHOTOBUCKET 2016. Disponível em http://s611.photobucket.com/user/mungano_2009/media/3492220002_4b639f5645_o1.jpg.html Acesso em 02/12/2016

A vista aérea denuncia a grande transformação gerada pelo Guggenheim Bilbao, um edifício de formas complexas e surpreendentes que fazem o contraste com entorno. Ao contrário do Centro Pompidou, o objetivo do projeto não foi criar um espaço contínuo com o já existente, mas criar uma ruptura com o velho através do novo e espetacular. O Guggenhein inova através da criação de um edifício imagem, um museu enigmático, um lugar para ser veiculado midiaticamente e desvendado presencialmente.



Figura 7: Guggenheim Museum
Fonte: SPANISH CONTEMPORARY ART GALLERY, 2016.
Disponível em https://www.spanishcontemporaryart.
gallery/wp-content/uploads/2015/06/f4.jpg
Acesso em 02/12/2016

Ao contrário do Centre Georges Pompidou, o Museu Guggenheim explora as formas complexas e até pouco compreensíveis, e chega à cidade de Bilbao como um grande barco do futuro. Construído com placas de titânio e outra ligas metálicas, sua forma complexa e inusitada é um elemento de atração internacional e atrai milhões de visitantes por ano. Neste caso, a atração é o próprio museu enquanto edifício imagem, projetado e planejado para ser amplamente midiatizado e visto de modo decorativo. Parecendo ser cidade, esse museu projeta a imagem daquilo que poderia ser uma hiperealidade urbana, uma imagem/simulacro que, autorreferencial, vale por si mesma:

> A metrópole, ao contrário, é dominada pela imagem que, reproduzida aos milhões, se torna o simulacro do mundo, assim como o espaço por ela criado invade, sem cerimônia, todos os espaços privados, fazendo-os parecer públicos e, portanto, simulacros de uma representação. O início da segunda metade século XX, marcado pela amarga realidade de duas grandes guerras, viu nascer a metrópole e, com ela, se expande

> e se multiplica a cidade simulada que se reproduz ao lado e através da televisão, enquanto seu espaço é visto à distância através de um tubo catódico: a metrópole elege seus "lugares iluminados" através dos quais conhecemos os lugares da cidade, ao mesmo tempo em que se cria uma outra raiz para a visualidade do espaço social... (Ferrara, 2008, p. 66).

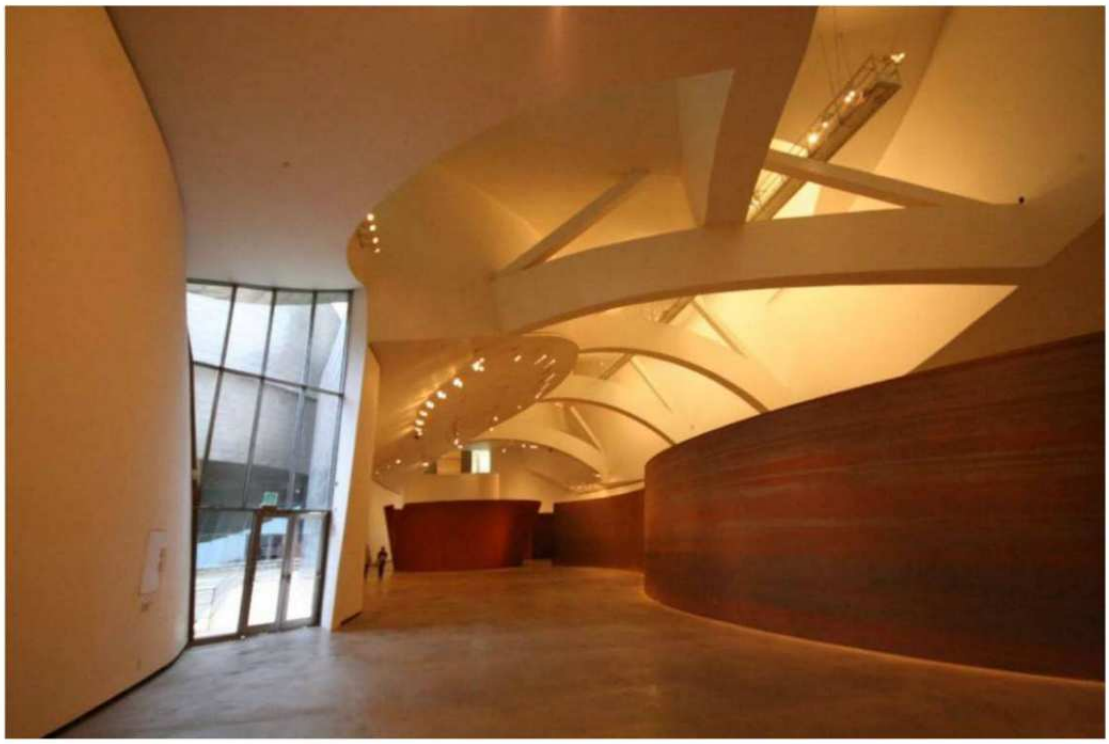

Figura 8: Guggenhein Museum – interior do museu
Fonte: MUSEUM OF THE DAY, 2016. Disponível em https://museumoftheday.files.wordpress.com/2014/02/img_3800.jpg. Acesso em 02/12/2016

Nas imagens acima fica claro que o edifício tem grande força simbólica como objeto, portanto não comporta a exposição de um acervo clássico. Os espaços pedem para serem ocupados por instalações e grandes objetos que compõem esse "gigante de titânio". Nesse contexto, fica clara a estranha relação do museu com a cidade: constituindo um aplique que se alojou na cidade, ela é usada pelo museu que, porém, a esconde como visualidade de lugar urbano. O Guggenheim Bilbao deixa clara a sua vocação de museu como imagem e objeto de contemplação. A cidade é usada para exibir o museu, como se ele transformasse a escala urbana em objeto de exposição.

Embora Gilles Lipovetsky cite o novo conceito de museu, criado a partir do final da década de 1970 com o Centro Pompidou, como exemplo de espaços midiáticos voltados para o espetacular e para o consumo, existe uma grande diferença comunicativa entre o Pompidou e o Museu Guggenheim Bilbao.

> Não se trata mais de maravilhar e subjugar o público por meio da expressão da grandeza das finalidades, trata-se de impressionar à maneira de um ícone publicitário, de criar uma espécie de logo ou de anúncio luminoso de luxo capaz de animar a cidade e os turistas sedentos de imagens e divertimento. Desde os anos 1970-80 – O Centro Pompidou é inaugurado em 1977 – não se constroem mais museus cujo modelo é o templo grego ou a villa do Renascimento cuja função é conferir uma elevação espiritual às obras, expressar quase a divindade das Belas-Artes. Não mais templos que visem criar uma aura, mas museus de formas espetaculares que celebram antes o universo do lazer e do divertimento do que a 'Sacralidade' da arte à moda antiga. A arquitetura da iniciação espiritual é substituída por uma arquitetura voltada para o consumo turístico de acontecimentos distrativos. Mesmo quando certos edifícios adotam com inegável sucesso a dimensão poética e imaginária, como o caso do museu Guggeinheim de Frank Gehry, o conjunto não escapa ao registro lúdico-espetacular. É quando a forma arquitetônica é ideada tendo em vista o efeito espetacular, e somente ele, que se torna hiperespetáculo" (Lipovetsky, 2015, p. 275).

Os dois museus têm funções comunicativas e culturais muito distintas. Se o Guggeinheim Bilbao é exageradamente midiático, o Pompidou desenvolve, sobretudo e através de uma pedagogia plurissensível uma resistência ao uso da cidade como objeto de consumo. O Pompidou redesenha efetivamente uma área degradada da cidade e cria uma outra

dinâmica sem descaracterizar o entorno existente, cria-se uma nova comunicação naquele pedaço de cidade, onde a continuidade de espaços estimula o convívio em espaço público. Já em contrapartida, o Guggenheim é uma colagem na cidade, uma imagem espetacular pensada e gerada para atrair turistas e consumo.

A lógica espetacular exige que um número crescente de exposições e museus se organize como fontes de acontecimentos midiáticos, que são destinados a aumentar receitas e número de visitantes. A própria museografia, representada por meio da montagem e da apresentação das exposições, passou dar um valor muito grande ao espetáculo onde arquitetos, designers e cenógrafos de renome atraem o público tanto quanto a obra de arte em si.

> Na era do capitalismo criativo, até os museus integram em seu funcionamento as lógicas do espetacular, do sensacional, do cinema e dos parques temáticos (Lipovetsky, 2015, p. 288).

O Museu Guggenheim Bilbao inaugura a era dos museus para uma sociedade hiperespetacular, uma sociedade do *fun,* da hipertrofia, do excesso e do gigantismo. Na área da arquitetura enquanto imagem de renovação e promoção de cidades, podemos citar os Emirados Árabes, Singapura, Valencia entre outros. O entretenimento tornou-se um forte setor econômico, que através da espetacularidade midiática cria uma colonização das imagens, produtos e até as atividades culturais.

O exemplo extremo disso é dado com os novos museus construídos nos últimos vinte anos. São eles que as pessoas vão ver, muito mais que as coleções que eles abrigam e de que, muitas vezes, nada se sabe (Lipovetsky, 2015, p. 274).

Não é a primeira vez que se constrói edifícios colossais, com ornamentação exagerada criando arquiteturas espetaculares. Castelos, igrejas e grandes palácios foram construídos no passado, mas sempre com a intenção de celebração do divino e de marcar o triunfo de um monarca. Por

sua vez, a construção hipermoderna não tem esta aura de celebrar, elas são a busca da originalidade da singularidade para criar uma imagem midiática que marca a competição entre as cidades.

Vivemos na era das imagens espetaculares veiculadas em nossos aparatos midiáticos e esse caminho não tem mais volta, como diz Agamben, não somos reféns dos dispositivos eles entraram em nossas vidas, por nossa vontade como mecanismos e eliminação do tédio e de construção de felicidade.

> Os dispositivos não são um acidente em que os homens caíram por acaso, mas tem a sua raiz no mesmo processo de ''hominização'' que tornou ''humanos'' os animais que classificamos como homo sapiens... A raiz de todo dispositivo está, deste modo, um desejo demasiadamente humano de felicidade, e a captura e a subjetivação deste desejo, numa esfera separada, constituem a potência específica do dispositivo (Agamben, 2009, p. 43).

Se por um lado podemos pensar na fragilidade conceitual de criar um "museu imagem" para atrair mais visitantes e dinheiro para determinado lugar, por outro, essa necessidade de criação de edifícios espetaculares proporcionam oportunidades de sair do lugar comum, de ousar, de criar novos paradigmas para os usos, formas e processos construtivos.

Apesar desta lógica aparentemente irreversível dos edifícios espetaculares, existe uma grande contracorrente a este pensamento. Entre os museólogos, arquitetos, designers e produtores culturais envolvidos na concepção de novos museus, a pergunta frequente é aquela voltada para prever como será o museu do futuro. Tecnologia, entretenimento, experiências sensoriais e virtualização dos acervos serão as palavras chaves deste futuro? Apesar do entusiasmo geral com as novas tecnologias, grande parte dos museólogos e parte significativa dos arquitetos respondem à pergunta, pela negativa. Mas ao lado dessa indagação, outra pergunta se coloca: o museu do futuro deveria ser um espaço acima de

tudo de divulgação e propagação de cultura, de convívio, de inter-relação com a cidade, enfim como na civitas romana, um importante espaço cívico? Essa questão encontra algumas respostas e uma delas é excepcionalmente convincente.

Tendo em vista a identificação de alguns caminhos para o futuro dos nossos museus e espaços de cultura, o Museu de Arte do Século XXI (MAXXI) projetado pela arquiteta Zara Hadid, e construído na cidade de Roma é um exemplo de como podemos olhar para frente hibridizando o velho e o novo, integrando o museu à cidade e criando um espaço de lazer, cultura e convivência. Não se pode dizer que não seja espetacular, mas é bem menos ambicioso que o Guggenheim Bilbao e assume uma escala menor de transformação na cidade.

> O MAXXI poderia ser mais uma "flor desabrochada" (como disse certa vez Charles Jencks sobre o museu Guggenhein, projeto de Frank Ghery) na "cidade aberta". Como o paradigmático e figurativo objeto-museu Guggenhein de Bilbao e tantos outros, o MAXXI poderia ser mais uma "musa" em uma cidade museu. Mas ao contrário de criar mais um onipresente templo, Hadid opta por espraiar seu edifício pelas lacunas de um micro-território. Ao "ajustar" seu estranho edifício pelos meandros dos edifícios históricos, parece se aproximar da "civitas" romana. A edificação chega para colocar-se com e não para monumentalizar-se (Guatelli, 2011, p.123)

O Maxxi flui através dos antigos edifícios evocando uma imagem contemporânea de fluidez, mescla e coexistência do novo, sem inviabilizar o entorno composto por antigos galpões de uma área degradada. Ao contrário e do Guggenheim Bilbao, o MAXXI parece não ter sido criado para ser um edifício imagem ou objeto fora do contexto, simbolicamente tão forte que irradiasse magnetismo catalisador de todo o entorno, ao contrário, ele se envolve com o entorno e à primeira vista parece até singelo, mas surpreende criando um "microterritório", parecendo um oásis de cultura, desenho e arquitetura naquela periferia romana.



Figura 9: Maxxi / Roma - vista aérea
GOOGLE MAPS, 2016. Disponível em:
https://www.google.com.br/maps/place/MAXXI+Museo+nazionale+delle+arti+del+XXI+secolo/@41.9286035,12.4666445,18.84z/data=!4m5!3m4!1s0x132f60e9c2dc3f8d:0xac80daa2019abd6c!8m2!3d41.9284846!4d12.4664813. Acesso em 04/12/2016

Na escala em que foi criado, o MAXXI convida o visitante a percorrê-lo, a fazer as descobertas na medida em que passeia e contempla seus espaços contínuos. Tanto na fluidez do interior quanto naquele exterior os espaços criam uma imagem de museu do futuro, sem fronteiras e sem barreiras, revendo a concepção do passado que retinha o museu no espaço fechado e único adequado à exposição. Tanto o espaço interno quanto o espaço externo do Maxxi convidam o visitante a usufruir o museu de forma plena usando e percorrendo todos os seus espaços.



Figura 10: Maxxi / Roma - exterior - A configuração do exterior permite também experiências sensoriais, como deitar na grama ou caminhar pelo riacho artificial. Fonte: Foto do Autor.

No museu do futuro ou do século XXI, será que a interação entre espaço e usuário, exposição e visitante precisa necessariamente se dar em museus espetaculares, de grandes proporções na lógica da imagem de consumo? Será que um dos caminhos não é a construção de espaços cívicos que proporcionem, eduquem e estimulem o cidadão a exercer sua civilidade? Neste sentido o Maxxi é um exemplo corajoso e se apresenta como revisão do museu, não apenas como lugar de exposições, mas como equipamento urbano feito para o uso da cidade como espaço sem fronteiras.

Referências

AGAMBEN, G. 2009. *O que é o contemporâneo? e outros ensaios.* Chapecó, Argos, 82 p.

FERRARA. L. 2008. *Comunicação Espaço Cultura*. São Paulo, Annablume, 214 p.

LIPOVETSKY, G e SERROY, J. 2015. *A estetização do mundo – Viver na era do capitalismo artista.* São Paulo, Companhia das Letras, 467 p.

PIANO, R e ROGER, R. 1987. *Centre Georges Pompidou*. Paris, Association des amis du Centre Geroges Pompidou, 168 p.