

## O museu como fenômeno de massas: arte, arquitetura e cidade a partir da Fundação Guggenheim

### The museum as a mass media phenomenon: art, architecture, and urbanism by analyzing the Guggenheim Foundation

DOI:10.34117/bjdv7n2-636

Recebimento dos originais: 11/01/2021

Aceitação para publicação: 28/02/2021

#### Bianca Manzon Lupo

Doutoranda e Mestre em História e Fundamentos da Arquitetura e do Urbanismo pela

Faculdade de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de São Paulo (FAU USP)

Professora nos cursos de Arquitetura e Urbanismo da Universidade de Mogi das Cruzes (UMC)

e da Universidade Nove de Julho (UNINOVE)

Endereço: Av. Dr. Cândido Xavier de Almeida e Souza, 200. Centro Cívico, Mogi das Cruzes,

São Paulo. CEP: 08780-911

E-mail: bianca.lupo@usp.br

#### RESUMO

O século XX foi marcado pelos impactos da modernização e da industrialização, propiciando uma série de questionamentos acerca das consequências da produção serial no campo das artes, arquitetura e cidade. O crescimento da cultura *pop* norte-americana, associado ao contexto de crise do objeto, da arte e da cidade, relaciona-se diretamente à produção da arquitetura e do espaço urbano, que passam a assumir características dos meios de comunicação de massas. O atributo da imageabilidade torna-se um elemento fundamental para a circulação de imagens arquitetônicas nas dinâmicas do turismo globalizado. O presente estudo pretende analisar as conexões estabelecidas entre arte, arquitetura e cidade por meio da investigação do conjunto de ações empreendidas pela Fundação Solomon R. Guggenheim, considerando tanto os projetos construídos, como os abandonados ou inconclusos. As principais fontes consultadas foram projetos arquitetônicos, bibliografia de referência, artigos divulgados em mídia especializada e reportagens de jornais. Por este estudo, pretendemos esclarecer os processos de seleção dos arquitetos e das cidades a receberem os projetos Guggenheim, aprofundando as relações estabelecidas com o campo das artes, que podem envolver duas estratégias fundamentais: o entendimento da arquitetura enquanto objeto artístico e a realização de exposições com museografia assinada por arquitetos envolvidos no lançamento de futuros museus.

**Palavras-chave:** Museus (arquitetura), Mass media, Fundação Guggenheim.

#### ABSTRACT

In the 20<sup>th</sup> century, the impacts of modernization and industrialization lead a series of questions about the consequences of serial production in the field of arts, architecture, and city. The growth of the North American pop culture is directly related to the production of both architecture and urban space, which starts to assume mediatic

characteristics. The attribute of imageability becomes a fundamental element for the circulation of architectural images in the dynamics of globalized tourism. The present study intends to analyze the connections established between art, architecture, and the city through the investigation of the set of actions undertaken by the Solomon Guggenheim Foundation, considering both the built, abandoned, and unfinished projects. The main sources consulted were architectural projects, bibliographic surveys, articles published in specialized media and newspaper reports. Through this study, we intend to clarify the selection processes of architects and cities to receive Guggenheim projects, deepening the relationships established with the field of arts, which may involve two fundamental strategies: understanding architecture as an artistic object and holding exhibitions with museography signed by architects involved in the launch of future museums.

**Keywords:** Museums (architecture), *Mass media*, Guggenheim Foundation.

## 1 INTRODUÇÃO. A ARQUITETURA DE MUSEUS COMO ELEMENTO DE COMUNICAÇÃO

O século XX foi marcado pelos impactos da modernização e da industrialização, trazendo consequências diretas na escala da cidade, da arquitetura e do objeto. É evidente a expansão descontrolada das manchas urbanas, implicando em processos de degradação social e de perda da qualidade de vida nas cidades, colocando em risco saúde ambiental do planeta. A fragmentação urbana pode ser associada à condição de incerteza ou instabilidade que surge com a massificação da produção industrial. Tal processo também pode ser verificado no âmbito da linguagem e dos discursos, relacionando-se à perda de continuidade nos valores históricos, à busca do impacto instantâneo e à difusão massiva de imagens relacionadas à sociedade do consumo. Tanto a “crise das cidades” como a “crise das artes” (ARGAN, 2014) evidenciam o declínio do conceito de historicidade e a crise do objeto como fonte de valor, observado com a destruição de tecidos urbanos a partir da especulação imobiliária, visando à produção de arquiteturas genéricas e descontextualizadas.

Com a desagregação dos sistemas de significado, a ironia surge como modo preferido de expressão numa cultura destituída de valores históricos. A negação da condição histórica real abre caminhos para novas formas de expressão vinculadas à arquitetura na pós-modernidade, incorporando elementos da *pop culture* e retomando utopias tecnológicas. Nesse sentido, sinaliza-se um paradoxo entre a emergência da sociedade midiática do consumo, a crise do conceito de historicidade e a concomitante

valorização das instituições museológicas a partir da década de 1960. No início do século, Walter Benjamin (1936) já sinalizava as possíveis implicações entre os processos de dessacralização do objeto de arte e a desconstrução do espaço museológico a partir da reprodutibilidade técnica. O “museu imaginário” de André Malraux (1947), constituído a partir do uso de reproduções, permitiria a livre associação entre as obras, rompendo fronteiras espaço-temporais. O “museu portátil” ou “*boîte en valise*” de Marcel Duchamp (1941), composto por miniaturas de réplicas e reproduções fotográficas, igualmente distancia-se da unicidade do objeto artístico e da própria exposição como mídia espacial.

Esses processos, contudo, não levaram ao desaparecimento ou perda de importância das instituições museológicas, conforme clamavam as vanguardas artísticas do surrealismo, dadaísmo e construtivismo no início do século XX. Pelo contrário, após a emergência de duas guerras mundiais, a preocupação com a preservação patrimonial, tutela e difusão de bens culturais cresceu consideravelmente de importância, acelerada pelo desenvolvimento dos meios de comunicação de massas que ampliam continuamente as possibilidades de difusão cultural em larga escala. Não apenas os museus não tiveram seu fim, como a própria musealização pode ser considerada como um novo fenômeno cultural emergente na pós-modernidade, como indicam os fenômenos de “*museummania*” e “*boom de museus*” (HUYSSSEN, 1995). A chamada “cultura dos museus” e “indústria da herança” (HARVEY, 2013, p. 64) inserem-se num contexto em que a produção cultural partilha das lógicas próprias da produção de mercadorias, incentivando a constante inovação por meio da experimentação estética.

O reposicionamento dos museus no contexto da sociedade de massas sugere novas relações entre arte, arquitetura e cidade. Nos anos 1960, o espaço expositivo assume protagonismo na produção arquitetônica com o advento da cultura *pop*, condicionando transformações nos tecidos urbanos a partir do pensamento da arquitetura como objeto autônomo. Com efeito, a Fundação Guggenheim tornou-se um importante agente no que diz respeito à consolidação do “museu-espetáculo” (GHIRARDO, 2009, p. 103), cujo marco inaugural pode ser considerado o Museu Guggenheim de Nova Iorque (1943-1959), projetado pelo arquiteto Frank Lloyd Wright. Sobretudo em decorrência da implantação do modelo de gestão empresarial empreendido por Thomas Krens, a atuação da Fundação Guggenheim a partir da década de 1980 foi fundamental para garantir a “*convergência glamourosa entre o high culture e o big business*” (ARANTES, 2013, p. 25). Nesse período, os museus passaram a se firmar como instituições culturais de sucesso, consolidando seu papel como produto da indústria de massas. A “arquitetura de

performance” (SPERLING, 2012) passou a se converter num elemento fundamental para o *marketing* cultural visando à requalificação e inclusão de centros urbanos, anteriormente “degradados” ou “obsoletos”, nos circuitos turísticos globais. Por essa razão, a excepcionalidade arquitetônica tornou-se elemento-chave para o desenvolvimento de ações voltadas ao empreendedorismo urbano (HARVEY, 2005), planejamento estratégico (CASTELLS & BORJA, 2009) e *city marketing* (FERREIRA, 2003).

O Museu Guggenheim de Bilbao tornou-se um caso paradigmático do chamado “urbanismo de exportação” (ARANTES, 2013), tendo sido tomado como modelo para uma série de outras intervenções ao redor do mundo. Em 2002, a oitava publicação de “*The language of post-modern architecture*”, de Charles Jencks, atribuiu ao Guggenheim Bilbao a síntese do conceito de “*landmark building*”, conceito que pode ser entendido como uma espécie de eufemismo à noção de monumento. Nessa publicação, Jencks identifica a emergência de um grupo de arquitetos que passam a conceber formas expressivas e não usuais, tais como Frank Gehry, Peter Eisenmann, Daniel Libeskind, Renzo Piano e Coop Himmelblau. Três anos depois, em “*The iconic building: the power of enigma*” (2005), Jencks substituiu o termo “*landmark*” por “*iconic building*”. O edifício icônico consiste numa obra singular, capaz de se transformar num emblema da cidade, tornando-se importante elemento de distinção das cidades na era da globalização, considerando a emergência dos processos de substituição da economia industrial pela economia cognitiva, voltada para a produção de conhecimentos, informações e serviços. A arquitetura apresenta, ao mesmo tempo, caráter sintético, persuasivo e populista, aproximando-se da fama de seus próprios autores, frequentemente inseridos no “*starsystem*” (BONATES, 2009). Como a imagem do edifício é responsável por sua própria publicidade, a concepção da arquitetura a partir do gesto escultural de seu projetista ganha força. A forma do edifício icônico não permite uma abordagem tipológica, podendo-se adaptar-se a variados programas arquitetônicos. Conforme assinala Sklair (2006), a iconicidade na arquitetura converteu-se num recurso para a disputa por significado e poder, assumindo centralidade na ideologia cultural do consumismo.

O expansionismo global empreendido por Krens, que buscava consolidar um modelo de “*museu-franquia vendido como fast-food cultural*” (ARANTES, 2010, p. 23), pode ser considerado um importante agente para a disseminação global do conceito de edifício icônico. O agressivo *marketing* empresarial realizado pela Fundação

Guggenheim resultou em uma série de projetos realizados ao redor do mundo. Porém, muitas das iniciativas foram abandonadas, construídas e fechadas após curto período de funcionamento ou enfrentam longos e incertos processos de construção (como o caso de Abu Dhabi). Atualmente, estão em funcionamento apenas as sedes de Nova Iorque, Veneza e Bilbao. Os museus situados em Berlim, Soho e Las Vegas permaneceram por pouco tempo abertos e os projetos de Salzburgo, *Punta della Dogana* (Veneza), East River (Nova Iorque), Rio de Janeiro, Taichung, Vilnius, Guadalajara e Helsinki foram engavetados.

A bibliografia de referência consultada aponta para uma série de fatores que justificam o declínio e a dificuldade de permanência das ações empreendidas pela Fundação Guggenheim nas décadas recentes. Entretanto, grande parte dos autores dedica sua atenção exclusivamente aos casos de maior notoriedade (Nova Iorque e Bilbao); ou, então, não dão conta dos casos mais recentes de projetos realizados pela Fundação. Deste modo, os numerosos estudos já realizados sobre a atuação os museus Guggenheim espalhados pelo mundo ainda carecem de atualização e aprofundamento, considerando um olhar global sobre o conjunto de intervenções promovidas pela Fundação. Por essa razão, a presente análise desenvolveu-se a partir do levantamento do conjunto de museus impulsionados Fundação Guggenheim (incluindo os projetos construídos e não construídos), considerando o período contemplado entre o caso pioneiro de Nova Iorque e o Guggenheim Abu Dhabi (em construção desde 2006). As principais fontes consultadas foram: projetos arquitetônicos, levantamento bibliográfico, artigos divulgados em mídia especializada e reportagens de jornais<sup>1</sup> (LAPUENTE, 2016). O artigo foi estruturado com base em três entradas analíticas principais: arte, arquitetura e cidade. Por este estudo, pretendemos esclarecer os processos de seleção dos arquitetos e das cidades a receberem os projetos Guggenheim, aprofundando as relações estabelecidas com o campo das artes e com as cidades contemporâneas.

## **2 CULTURA POP: ARTE E PRODUÇÃO DO ESPAÇO URBANO**

A inserção dos museus na cultura de massas remete ao desenvolvimento da cultura *pop*, disseminada amplamente nos Estados Unidos durante as décadas de 1960 e 1970,

---

<sup>1</sup> O conjunto de projetos analisados por este estudo partiu da análise das fontes consultadas e da disponibilidade de materiais. Alguns artigos de imprensa levantados indicaram a existência de outros projetos sondados pela Fundação Guggenheim, tais como Amsterdã, Lyon, Londres e Osaka. Porém, a carência de maiores informações sobre esses projetos justifica sua ausência no presente estudo. O projeto do Guggenheim Tóquio, por se tratar de uma instalação temporária, não foi considerado para este estudo.

que trouxe consigo uma estética própria associada à produção de imagens para o mercado a partir da livre manipulação de signos, visando a torná-los interessantes e atraentes para o público consumidor. O discurso persuasivo, caracterizado pela repetição e redundância de ideias amplamente disseminadas no imaginário coletivo, torna-se estratégia importante nesse contexto. A instabilidade presente na linguagem visual influencia os processos de produção artística na pós-modernidade, sendo que a figura do artista como produtor “*cede lugar ao franco confisco, citação, retirada, acumulação e repetição de imagens*” (HARVEY, 2013, p. 11). O objeto de arte acabado abre espaço para a performance e o *happening*, estimulando o papel ativo do público, multiplicando-se suas possibilidades operativas e interpretativas.

A ativação do indivíduo – promovida pela ambiguidade, ironia e humor – tornou-se estratégia recorrente nas experiências da *Pop Art*, estruturadas em torno da ressignificação de elementos. Segundo Venturi (2003, p. 69), “*os artistas pop mostraram o valor do velho clichê quando usado em um contexto novo para obter um significado novo – a lata de sopa na galeria de arte – para tornar incomum o comum*” (VENTURI, 2003, p. 69). Assim, novas relações são criadas reiterando temas do passado, sem qualquer inibição no que diz respeito ao enfrentamento das tradições. A reapresentação de temas antigos busca acrescentar o aspecto de novidade a elementos conhecidos no senso comum. Artistas como Andy Warhol, Roy Lichtenstein e George Segall costumavam recuperar objetos do cotidiano, fotografias de personalidades e instrumentos tecnológicos, incluindo elementos da linguagem publicitária a partir de processos criativos próprios da produção de desenhos animados. Conforme pontua Argan (1992, p. 581), “*a coisa foi substituída por sua imagem*”, de modo que os objetos passam a funcionar como signos, marcas ou *slogans* passíveis de reprodução infinita. De acordo com Baudrillard (2011, p. 122), “*a arte pop é a primeira a explorar o próprio estatuto de arte-objeto assinado e consumido*”. Nesse contexto, o objeto individualizado é substituído pelo produto anônimo, padronizado e repetido em séries ilimitadas. Contraditoriamente, ao mesmo tempo em que os artistas *pop* denunciam o desconforto do indivíduo frente à uniformidade da sociedade do consumo, apropriam-se do automatismo serial como forma de expressão.

A cultura *pop* não se restringe exclusivamente à esfera artística ou publicitária, exercendo forte influência na produção urbana e arquitetônica na segunda metade do século XX. O mundo dos desenhos animados, criado por *Walt Disney*, na década de 1930, ganha espacialidade com a construção do parque temático *Walt Disney World*, na



Califórnia, em 1955. Em vários aspectos, os temas desenvolvidos na produção do complexo remetem às discussões acerca da cultura *pop*: a criação de arquiteturas cenográficas, a livre e imaginativa apropriação dos mais variados temas no mesmo lugar, o pastiche histórico e o uso de estratégias que relacionam o ambiente a processos psicológicos, perceptivos e cognitivos. Além disso, podem-se destacar as estratégias de *marketing* urbano, evidenciadas pela contratação de arquitetos de prestígio para o desenvolvimento de projetos, tais como Michael Graves, Frank Gehry, Robert Venturi, Aldo Rossi e Arata Isozaki.

Como sabemos, várias experiências arquitetônicas então desenvolvidas remetem à crise da historicidade e do lugar, abrindo caminho para o livre desenvolvimento imaginativo. Como exemplo, recorda-se da criação da *Main Street* (1955), uma representação da cidade ideal norte-americana do século XIX, simbolizando a imagem de um idealizado passado coletivo. Outro caso é o Epcot Center<sup>2</sup> (1982), centro que reúne pavilhões de vários países a exemplo dos projetos urbanos utópicos expostos nas feiras mundiais do século XIX. A linguagem é absolutamente livre, permitindo a reunião de diversos monumentos estrangeiros num mesmo espaço. Torna-se, então, possível visitar no pavilhão italiano réplicas da *Fontana di Trevi* e da *Piazza San Marco*; no francês, da *Torre Eiffel*; no alemão, de uma vila típica da Bavária; no mexicano, de uma pirâmide asteca, e assim por diante. É verdade que, no caso da *Disney*, essas experiências são possíveis porque se trata da criação de um mundo propositalmente imaginário, que se desenvolve no plano da ficção do real. Segundo Baudrillard (1991, p. 20), “*a Disneylândia é um modelo perfeito de todos os tipos de simulacros confundidos*”, dentro do qual todos os jogos de ilusões são permitidos. Entretanto, o caso evidencia a crise das fronteiras entre o real e o imaginário, emergente em um mundo carente de referenciais e dominado pela confusão entre realidade e desejo.

Esse contexto possui implicações importantes para o pensamento da arquitetura. A publicação de “*A imagem da cidade*”, de Kevin Lynch (1960), busca compreender as cidades empiricamente a partir de seus elementos de estruturação da imagem: marcos limites, pontos nodais, vias e bairros. Lynch compreende a paisagem urbana como algo a ser visto e lembrado, e atribui ao *design* arquitetônico o desafio de dar forma visual à cidade. Com efeito, o atributo da imageabilidade torna-se um elemento arquitetônico fundamental. O conceito pode ser definido como “*característica, num objeto físico, que*

---

<sup>2</sup> Experimental Prototype Community of Tomorrow.

*lhe confere alta probabilidade de evocar uma imagem forte em qualquer observador dado. É aquela forma, cor ou disposição que facilita a criação de imagens mentais claramente identificadas, poderosamente estruturadas e extremamente úteis do ambiente”* (LYNCH, 1988, p. 11). A imageabilidade também aparece na formulação de Reyner Banham, em “*Teoria e Projeto na Primeira Era da Máquina*” (1960), que sugere a compreensão da arquitetura *pop* como uma atualização radical da arquitetura moderna. O autor assumia a possibilidade de criação arquitetônica com inspiração em filmes de ficção científica e outras referências, aproximando a arquitetura do imaginário *high tech* presente em obras como o Centro Georges Pompidou (Paris, 1969-1974), projetado pelos arquitetos Richard Rogers e Renzo Piano.

A *pop architecture* ganhou visibilidade no âmbito da teoria da arquitetura sobretudo a partir da publicação de “*Complexidade e Contradição em Arquitetura*”, de Robert Venturi e Denise Scott Brown (1966), pelo Museu de Arte Moderna de Nova Iorque. Considerando a perspectiva de revisionismo do movimento moderno, os autores rejeitavam veemente o funcionalismo, priorizando a recuperação do simbolismo arquitetônico. Influenciados pela *Pop Art*, a linguagem da propaganda e o mundo do consumo cotidiano passavam a ser incorporados ao campo disciplinar da arquitetura. Sua obra posterior, “*Aprendendo com Las Vegas*” (1972), em colaboração com Steven Izenour, ampliava as conexões possíveis entre o cotidiano ordinário e a arquitetura inserida na sociedade de massas. A análise de Las Vegas enquanto fenômeno de comunicação evidencia a incorporação de cartazes, embalagens e *outdoors* à produção arquitetônica, vinculando o atributo de imageabilidade ao *marketing* comercial e à expressão tecnológica da arquitetura. A paisagem da cidade, marcada por vias de alta velocidade e propagandas colossais, pode ser considerada um caso exemplar de “*cidade kitsch*” adaptada à sociedade do consumo. Trata-se de uma cidade para a qual as relações com o passado são mediadas pelas citações descontextualizadas, propondo relações desconcertantes entre formas, símbolos e materiais do passado. Para Krufft (2016, p. 902), o novo simbolismo na arquitetura consiste na “*afirmação e sublimação estética de um mundo cotidiano dado, cujos símbolos banais ele situa na mesma etapa de um simbolismo arquitetônico histórico*”. Como exemplo, recorda-se o projeto da *Piazza D'Italia*, de Charles Moore (1976-79), no qual o vocabulário da arquitetura clássica se mistura ecleticamente a técnicas da *Pop Art*; para além do Hotel Dolphins (Flórida, 1987), de Michael Graves; e do *Team Disney Building* (Orlando, 1990), de Arata Isozaki.



Diferentemente da *pop art*, a reprodução da *pop architecture* perde sua capacidade de crítica ao sistema, apenas reforçando-o ao diluir-se em imagens progressivamente esvaziadas de significado. Renato de Fusco, em “*Architettura come mass media: note per una semiologia architettonica*” (1970), sinaliza o afastamento ideológico da arquitetura em decorrência da crise da utopia funcionalista, abrindo espaço para a incorporação de fenômenos visuais contraditórios numa estética próxima ao pastiche. O processo de tematização das cidades, acentuado em função do turismo de massas, estimula a configuração das cidades como objeto de desejo e investimento. A imageabilidade da arquitetura passa a ser um atributo extremamente valorizado, tendo em vista os processos de simplificação das cidades em poucos itinerários turísticos, facilitando seu percurso por ônibus de excursão. Diante desse contexto, as estratégias de *marketing* urbano voltam-se para a promoção das cidades, alinhando-se aos parâmetros da economia global. As ações de *city marketing* buscam ativar o fenômeno da “animação cultural”, na qual os novos museus e centros culturais assumem protagonismo – seja por meio da reciclagem de edifícios existentes ou da criação de novas arquiteturas de caráter simbólico. Cada vez mais, a arquitetura aproxima-se à “obra de livre imaginação”, seguindo linhagens expressionistas de matriz corbusiana. A seguir, investigaremos as contribuições da Fundação Guggenheim para a consolidação desse contexto.

### **3 UM AGENTE URBANO NOTÁVEL: A CONSOLIDAÇÃO DE UMA REDE GLOBAL A PARTIR DA FUNDAÇÃO GUGGENHEIM**

A Fundação Solomon R. Guggenheim foi criada em 1937, a partir de projeto encabeçado pelo industrial e colecionador de artes Solomon Guggenheim e pela curadora e artista germânica Hilla Von Rebay. Sua missão institucional dedica-se à coleta, preservação, apresentação e interpretação da arte moderna e contemporânea. A primeira sede da Fundação Guggenheim foi o Museu de Pintura Não Objetiva (Nova Iorque, 1939), que logo tornou-se pequeno devido ao crescimento das coleções abrigadas. Rebay, então diretora do museu, solicitou ao arquiteto Frank Lloyd Wright que criasse, em Manhattan, um edifício capaz de associar o espaço arquitetônico ao pictórico. O Guggenheim de NY tornou-se um caso paradigmático da história da arquitetura moderna, abrindo novos caminhos para a proposição da arquitetura museal entendida como “*organismo singular, como fenômeno extraordinário, como acontecimento excepcional, como ocasião irrepetível*” (MONTANER, 2003, p. 12). O museu apresenta características plásticas e estéticas próprias que o distinguem claramente na paisagem e o configuram como objeto

artístico autônomo, enfatizando o papel autoral do arquiteto-artista que busca a criação de experiências espaciais incomuns, estimulando a participação ativa do visitante.

Os debates sobre a possível concorrência entre as coleções museológicas e a arquitetura museal tornaram-se recorrentes a partir do museu de Wright. Na ocasião de sua abertura, “*artistas temeram que o edifício fosse mais dominante que a arte*” (OSTLING, 2007, p. 3). A incorporação à arquitetura museal de elementos escultóricos, eventualmente vinculados ao repertório onírico do subconsciente, sugere a busca por maior aproximação entre instituição museal e público de massas, de modo que “*a arquitetura desse novo tipo de museu é organizada para conseguir a mesma reverência e apreciação da arte encontrada no tipo relicário*”<sup>3</sup> (GHIRARDO, 2009, p. 104). O museu de Wright, segundo o crítico Paul Goldberger, abriu as possibilidades para a fetichização da arquitetura museal buscada pela concepção de edifícios “*altamente expressivos e intensamente pessoais. Nesse sentido, quase todos os museus do nosso tempo são filhos do Guggenheim*” (GOLDBERGER, cf. SOLOMON, 2020). Como exemplo, podemos recordar o Museu de Artes Decorativas, de Richard Meier (Frankfurt, 1986); o Museu de Arte Contemporânea, de Arata Isozaki (Los Angeles, 1986); o Centro de Arte e Tecnologia, de Rem Koolhaas (Karlsruhe, 1989); o Wexner Center, de Peter Eisenman (Ohio, 1990); o Museu Domus, de Arata Isozaki (La Coruña, 1995); Museu de Arte Contemporânea de Oscar Niemeyer (Niterói, 1996); e o Centro de Arte Contemporânea, de Bernard Tschumi (Tourcoing, 1997).

Em paralelo, Margueritte Guggenheim, sobrinha de Solomon R. Guggenheim, decidiu dedicar-se ao colecionismo de arte. Em 1942, abriu em Nova Iorque a galeria “*Art of This Century*”, projetada por Frederick Kiesler, que patrocinou as experiências artísticas vinculadas ao expressionismo norte-americano. Anos depois, criou o Museu Peggy Guggenheim (Veneza, 1949), instalado no *Palazzo Venier dei Leoni*, edifício construído por volta de 1749, situado no Grande Canal de Veneza, próximo às igrejas de *Santa Maria della Salute* e a *Galleria dell'Accademia*. Diferentemente do museu nova-iorquino, o Peggy Guggenheim apresentava caráter personalista, mesclando as funções de residência e espaço expositivo. Ambas as instituições passaram a estabelecer intercâmbios de coleções, gerando por exemplo a mostra do acervo Peggy Guggenheim na sede em Nova Iorque (1969). No ano seguinte, ela doou seu palácio e, em 1976, sua coleção completa à Fundação Guggenheim (FOLHA, 1997). Na década de 1970, a

---

<sup>3</sup> Entre os séculos XVIII e XIX, tornou-se comum a construção de edifícios para abrigar coleções particulares, antes inacessíveis ao grande público. Os museus dedicam-se sumariamente ao colecionismo e preservação de obras de arte.

Fundação Guggenheim se viu com duas sedes em continentes distintos; o que certamente chamou sua atenção para a possibilidade de desenvolvimento de negócios a nível global. Para que essa perspectiva se tornasse possível, porém, assumiu papel fundamental a figura de Thomas Krens, diretor da Fundação Guggenheim entre os anos de 1988 e 2008. Desde o início de sua atuação, Krens passou a implementar na Fundação Guggenheim “*estratégias de grandes empresas*” (OSTLING, 2007, p. 4). A ideia central de Krens partia da observação de que os museus geralmente possuem muito mais coleções do que espaços para exibir. Em sua visão, seria econômico criar um circuito que permitisse o giro de mostras, dividindo os custos e favorecendo o intercâmbio de obras. O modelo de franquias seria capaz de gerar fluxos contínuos de receita para as instituições. Respondendo a interesses econômicos, os curadores da Fundação Guggenheim aprovaram o objetivo de criar “*grande número de centros culturais ao redor do mundo, coordenados de Nova Iorque*” (OSTLING, 2007, p. 4). A proposta de Krens destacava-se não somente pelo *marketing* agressivo, mas também pela adoção de “*vocabulário empresarial e visão de negociação corporativa*” (SAAD, 2007, p. 25). O empresário buscou inserir a Fundação Guggenheim no âmbito da economia global a partir da construção de novas instituições museais, a partir do estabelecimento de parcerias com governos municipais ou com agentes privados, como Deutsche Bank, Hugo Boss e Samsung.

A partir de 1989, passaram a circular rumores sobre a construção de uma possível nova sede na Áustria, em função do diálogo estabelecido entre Thomas Krens e as autoridades de Salzburgo. Em razão do milésimo aniversário da cidade, a ser celebrado em 1995, o então prefeito de Salzburgo, Joseph Reschen, demonstrou interesse pela implantação de um museu Guggenheim na região de Mönchsberg, conhecida formação rochosa da cidade. O concurso de arquitetura, vencido pelo arquiteto austríaco Hans Hollein, foi selecionado a partir de uma competição interna que incluiu propostas de Jean Nouvel, Giancarlo de Carlo, Gerhard Garstenauer e Josep Paul Kleinues. O projeto de Hollein tirou partido da situação geográfica de implantação, convertendo cavernas escondidas na montanha em espaços de exibição. A criação de um fosso para garantir iluminação zenital conferia ao projeto interessante efeito de claro-escuro; aproximando Hollein de sua busca “*por uma arquitetura do ‘espaço puro’, emancipada das restrições impostas pelas necessidades físicas*” (NORTHERN, 2019). Entretanto, alterações no contexto político-econômico da época culminaram no engavetamento do Guggenheim Salzburgo.

O plano de expansão da Fundação Guggenheim deslocou-se para a criação de uma nova filia em Nova Iorque, concomitante ao projeto de requalificação da sede em Manhattan: o Guggenheim Soho (1992). O museu foi implantado nos interiores de um edifício histórico, com estrutura de ferro fundido, projetado pelo arquiteto japonês Arata Isozaki. A intervenção promoveu a readequação do edifício à realização de mostras de pequeno porte, focadas na produção de arte-mídia e de artistas como Max Beckmann, Marc Chagall e Antoni Tàpies. O arquiteto foi convidado para a realização do projeto museográfico para a exposição “*China: 5000 years*”, na sede em Manhattan. No início dos anos 2000, porém, a filial Soho passou por um período de dificuldades financeiras. Segundo Arantes (2010, p. 21), o museu “*não tinha sequer como pagar as contas e teve que ceder metade de seu espaço para a grife italiana Prada abrir sua loja, projeto de Rem Koolhaas*”. Em função da crise político-econômica deflagrada a partir do atentado de 11 de setembro de 2001, o Guggenheim Soho não conseguiu mais se sustentar e foi fechado em 2002, depois de apenas uma década de funcionamento.

O projeto de maior notoriedade empreendido por Thomas Krens, na verdade, foi o Guggenheim de Bilbao, criado a partir da parceria com a diretora do Centro Nacional de Exposições de Madri, Carmen Giménez, convidada a tornar-se curadora da exposição “*Arte do Século XX*” no Guggenheim-NY. Giménez era uma figura de grande influência no campo da arte e política espanhola, tendo assumido papel fundamental para a implantação de uma sede *Guggenheim* no país. Foram avaliadas as cidades de Madrid, Barcelona, Sevilha, Badajoz, Santander e Bilbao para a implantação de um museu que receberia as coleções de arte de Giuseppe Panza di Biuno adquiridas por Krens. Adequando-se ao *Plan General de Ordenación Urbano* (1987) que previa a revitalização da região portuária de Bilbao, o Guggenheim foi considerado como um importante projeto-âncora que protagonizaria a ação voltada ao planejamento estratégico<sup>4</sup>, similar ao plano de preparação da cidade de Barcelona para os Jogos Olímpicos de 1992. O Museu, cuja arquitetura deveria identificar simbolicamente a capital basca, contribuiria para a reversão dos processos de desocupação e degradação da região portuária nas áreas próximas ao rio Nervión, apostando-se em sua capacidade de atrair investimentos internacionais.

---

<sup>4</sup> Por meio do planejamento estratégico, governos locais passaram a promover a construção de novas imagens da cidade a partir de ações voltadas à promoção econômica, segurança pública, infraestrutura urbanística e ampliação da oferta cultural.

Em 1991, o governo basco propôs oficialmente que a Fundação Guggenheim financiasse a construção de um museu Guggenheim na cidade (PAGNOTTA, 2016). O acordo firmado entre a Fundação Guggenheim e a municipalidade de Bilbao<sup>5</sup> previa que a Fundação contribuísse com sua experiência internacional em administração e gerenciamento de museus para criar uma instituição que exibisse acervo de arte moderna e contemporânea, além da realização periódica de programas especiais de exposições. Por sua vez, as autoridades bascas apoiariam o projeto política, financeira e culturalmente. Inicialmente, o aporte financeiro previsto pela Municipalidade seria de US\$20 milhões, para além das despesas curatoriais e administrativas relativas aos serviços fornecidos pela sede em Nova Iorque (OSTLING, 2007). A região basca e a província da Biscaia compartilhariam igualmente os custos de construção e operação do museu, fornecendo US\$50 milhões por quatro anos para impulsionar a nova sede.

O projeto arquitetônico do Guggenheim de Bilbao foi selecionado a partir de uma competição interna, da qual participaram os arquitetos Frank Gehry, Coop Himmelblau e Arata Isozaki. O concurso desenvolveu-se de maneira acelerada, já que “*cada escritório recebeu 10 mil dólares, uma visita in loco e três semanas para desenvolver o conceito*” (SKETCHES, 2006). Como sabemos, o projeto de Gehry foi aprovado pela comissão julgadora. O arquiteto canadense, de nacionalidade estado-unidense, tornou-se conhecido por trabalhar intuitivamente a exploração das propriedades sensoriais dos materiais de modo a constituir formas plasticamente inovadoras. A avaliação do projeto indicou, como aspectos positivos, o uso de materiais característicos da região, a adequação dos interiores à realização de mega exposições e a presença da “rotunda central”, uma citação do Guggenheim-NY. A torre, porém, foi criticada devido à sua escala exagerada e aparente falta de função específica.

A arquitetura do museu desenvolve repertório formal gestual, orgânico e onírico, sendo influenciada pela obra de artistas contemporâneos a Gehry, como Richard Serra e Claes Oldenburg. A metodologia projetual adotada aproximava-se à *pop art*, utilizando materiais precários e resíduos industriais reconvertidos em esculturas. O figurativismo de Gehry pode ser observado em suas maquetes, que priorizavam o estudo formal sobre as decisões pragmáticas. Gehry afirma ter-se dedicado ao estudo das colagens de Matisse, buscando compreender “*suas longas formas recortadas e seu aspecto desajeitado*” (GEHRY, cf. MEIRA, 2014, p. 67). O Guggenheim de Bilbao pode ser interpretado como

---

<sup>5</sup> Inicialmente, o acordo previsto era de vinte anos, com possibilidade de extensão por até setenta e cinco anos (OSTLING, 2007, p. 4).

um objeto arquitetônico excepcional. Segundo Montaner (2003, p. 15), “*existe uma linha de influências que vai além dos objetos encontrados em Duchamp, passando pelas iconologias de objetos de consumo da pop art norte-americana, para chegar até as obras de Frank Gehry*”. O arquiteto demonstrava notável interesse pela relação potencial estabelecida entre arquitetura e escultura, sendo recorrente a incorporação de motivos de peixes e serpentes em seus conhecidos *designs* de luminárias e na escultura *Peix Olímpic* (Barcelona, 1992).

O Guggenheim de Bilbao igualmente pode ser considerado um caso paradigmático para o pensamento da arquitetura contemporânea. Conforme divulga o *website* da Fundação Guggenheim, “*a partir do momento de sua inauguração, em 1997, o Museu Guggenheim de Bilbao de Gehry [...] tornou-se um dos edifícios mais importantes do século XX*” (GUGGENHEIM, 2020). Para Hal Foster (2002, p. 42), “*depois dessa obra, a arquitetura não foi mais a mesma, e vivemos a cada novo projeto do gênero uma espécie de ‘efeito Bilbao’, no qual cada cidade procura construir um espetáculo de magnitude similar, com o objetivo de atrair novos fluxos de capital*”. A expressão “efeito Bilbao” passou a designar processos de revitalização de áreas urbanas degradadas a partir da inserção de um ícone arquitetônico visando à promoção internacional das cidades; refletindo a congregação entre arquitetura icônica e arquiteto-estrela como estratégia para a reversão de processos de degradação urbana. O caso de Bilbao foi tomado como exemplar devido a seu ‘sucesso imediato<sup>6</sup>’ em termos de rentabilidade financeira: “*em apenas um ano recuperaram-se os gastos investidos em sua construção*” (NEIVA e PERRONE, 2013, p. 23). O museu chegou a ser noticiado pela mídia como o “milagre de Bilbao”; uma “*experiência transformadora de vida, uma peregrinação e epifania*”; ou como “*a mais ousada arquitetura escultórica do século em Bilbao*” (OSTLING, 2007, p. 4). A imagem 1 demonstra o ápice da implantação do conceito de museu-franquia pela Fundação Guggenheim. Em 2001, estavam em funcionamento as filiais em Nova Iorque (Manhattan e Soho), Veneza, Berlim, Las Vegas e Bilbao, em paralelo aos planos de abertura de outras unidades pelo mundo.

---

<sup>6</sup> O Museu Guggenheim de Bilbao foi inaugurado em outubro de 1997. Depois de um ano, tinha recebido 1,3 milhão de visitantes. Em seus primeiros quatro anos de operação, o Museu recebeu a visita de quase 4 milhões de visitantes, o que gerou a receita de US\$500 milhões (PAGNOTTA, 2016). No quinto ano de atuação, o museu ainda atraía cerca de 852 mil visitantes por ano (OSTLING, 2007, p. 4).





Imagem 1. Os museus da Fundação Guggenheim em funcionamento no ano 2001. NY-Manhattan, Peggy Guggenheim, NY-Soho, Deutsche Guggenheim, Las Vegas, Bilbao. Elaborado pela autora.

#### 4 O PÓS-BILBAO: ESGOTAMENTO E CRISE DO MODELO GUGGENHEIM?

Depois da experiência espanhola, mais de cento e trinta solicitações de caráter semelhante foram requisitadas ao arquiteto Frank Gehry, que elaborou uma série de variações do tema das cascatas de coberturas metálicas (GEHRY, cf. FREITAS e CAZES, 2010). No ano 2000, havia mais de sessenta pedidos de envolvimento da Fundação Guggenheim em projetos de infraestrutura cultural, por parte de instituições, cidades e governos em todo o mundo. Esse momento parece ter sido o apogeu do modelo empreendido pela Fundação Guggenheim, que contava com seis instituições em pleno funcionamento, divididas entre América do Norte e Europa. Devido ao aumento da demanda pelos projetos de arquitetura museal, a Fundação Guggenheim criou uma aliança de planejamento com dois escritórios de arquitetura – *Frank O. Gehry and Associates* e o grupo OMA, de Rem Koolhaas – para realizar estudos de viabilidade em locais estratégicos de todo o mundo. A seguir, analisaremos o conturbado processo de tentativa de expansão desse modelo no século XXI, permeado por oscilações e crises político-econômicas no âmbito global.

Em 1996, iniciaram-se as tratativas para a criação do Deutsche Guggenheim Berlim, partindo de *joint venture* estabelecida entre a Fundação Guggenheim e o Deutsche Bank. A aliança interessava a ambas as partes devido ao interesse do Deutsche Bank pelo processo de “*expansão global da Fundação Guggenheim, dirigida por Thomas Krens, necessário e compreensível dado o objetivo de gerar a máxima publicidade para excelentes artes, fazendo o uso mais eficaz de recursos escassos*” (KOOOPER, cf. OSTLING, 2007, p. 5). O Deutsche Guggenheim procurava reforçar os vínculos entre Estados Unidos e Alemanha, recuperando a origem frankfurtiana da família Guggenheim no contexto do pós-queda do Muro de Berlim. A galeria foi instalada na sede do Deutsche

Bank em Berlim, localizada na Unter Den Linden, a partir de projeto do arquiteto Richard Gluckman. A programação dos museus seria desenvolvida conjuntamente pelos curadores de Nova Iorque e Berlim. A propriedade das obras adquiridas seria igualmente compartilhada entre a Fundação Guggenheim e o Deutsche Bank. Ainda, o projeto implementou programa de comissionamento de artistas contemporâneos. Porém, por ocasião do encerramento do vínculo contratual entre as duas instituições, o Deutsche Guggenheim encerrou suas atividades em 2012 (VOGEL, 2012).

Na década de 1990, a Fundação Guggenheim tornou-se parceira do Museu Hermitage, inicialmente para a implantação de um espaço expositivo através da restauração da ala leste do Edifício do Estado Maior, em frente ao Palácio de Inverno. A parceria entre as instituições possui importante significado simbólico no que diz respeito ao restabelecimento de relações culturais entre Estados Unidos e Rússia no pós-Guerra Fria. O projeto Guggenheim-Hermitage-São Petersburgo, segundo o diretor do Museu Hermitage Mikhail B. Piotrovsky (cf. VOGEL, 2000), "*não se trata apenas de angariação de fundos e desenvolvimento. Trata-se de criar o modelo para museus do século XXI*". A parceria acordada permitiria a realização de intercâmbios de coleções entre os Museus Hermitage e os Museus Guggenheim, ampliando as possibilidades de conexões a nível global. Havia interesse mútuo na colaboração entre os acervos, já que a Fundação Guggenheim buscava exibir as coleções Impressionistas e Pós-Impressionistas, antiguidades e artes decorativas do Museu Hermitage que, por sua vez, tinha interesse nos objetos de arte moderna e contemporânea, instalações multimídia e fotografias das coleções Guggenheim. A parceria também se destinaria à criação de um centro de arte e tecnologia.

Em 2000, a parceria Guggenheim-Hermitage entrou em contato com o Cassino Veneziano de Las Vegas para o planejamento de uma nova filial na cidade. Naquele período, os cassinos da cidade buscavam, de um modo geral, diversificar seus negócios como estratégia de diluição de riscos financeiros. Segundo o contrato, o Cassino pagaria pelos custos de construção de uma galeria conjunta Guggenheim-Hermitage e de um espaço separado para o Guggenheim Las Vegas; responsabilizando-se também pelo transporte de obras e exposições. Por sua vez, os Museus Guggenheim e Hermitage cobririam os custos curatoriais e organizacionais. Os retornos obtidos através do *merchandising* seriam divididos entre os museus; e o valor captado por meio da venda de ingressos seria repartido entre os museus e o Cassino.

O acesso ao Guggenheim-Hermitage Las Vegas acontecia por dentro do salão do Cassino Veneziano, cuja fachada recria de maneira livre e descontextualizada edifícios e espaços urbanos da cidade de Veneza – tais como o Palácio Ducale, a Praça São Marcos, gôndolas, canais e pontes. A arquitetura do museu, desenhada pelo arquiteto Rem Koolhaas, ficou conhecida como “caixa de joias” devido às paredes internas de aço *corten* e à aplicação de revestimento interno de veludo, remetendo às galerias clássicas do Palácio do Hermitage, em São Petersburgo. A entrada do projeto foi realizada a partir de uma larga escadaria, contendo uma parede de mídia que permitia apresentação de exposições especiais, como “*The Art of The Motorcycle*”, projetada por Gehry em 2001. A maior flexibilidade no espaço expositivo foi garantida com a criação de paredes internas pivotantes. Porém, apesar da euforia e do amplo investimento realizado, os problemas financeiros logo começaram a se avolumar, sendo que a galeria do Guggenheim Hermitage Las Vegas fechou em apenas quinze meses, no ano de 2003.

Houve, ainda, a tentativa de estabelecimento de uma filial Guggenheim-Hermitage em Vilnius, na Lituânia. O empreendimento cultural interessava à prefeitura da cidade, cujas iniciativas voltavam-se para “*colocar a cidade no mapa da cultura mundial*” (DESIGN BUILD, s.d.). Em 2009, Vilnius foi escolhida como “Capital Europeia da Cultura”, iniciativa implementada pela União Europeia para a promoção da diversidade regional. O museu abrigaria trabalhos de artistas de vanguarda nova-iorquinos, como Jonas Mekas e Jurgis Maciunas, assim como obras de arte-mídia. Para a seleção do projeto do museu, foi promovido um concurso interno do qual participaram os arquitetos Daniel Libeskind, Massimiliano Fuksas e Zaha Hadid. O júri, composto por seis membros, incluiu Thomas Krens, o primeiro ministro lituano Gediminas Kirkilas e o diretor do Museu Hermitage, Mikahil Piotrovsky. A proposta vencedora foi a de Zaha Hadid, esteticamente vinculada aos conceitos de fluidez e velocidade.

Como sabemos, Hadid tornou-se conhecida pelo desenvolvimento de experimentações arquitetônicas marcadas pela adoção de estéticas não convencionais, que partem da busca pela integração entre arquitetura e paisagem por meio de linhas e campos de forças. Seu interesse projetual deriva das experiências supematistas, questionando o conceito de espaço como entidade absoluta. O espaço, na obra de Hadid, é configurado a partir do entrelaçamento de princípios elementares compostos – tais como cheio e vazio, pesado e leve, aberto e fechado, opaco e transparente. A relação com a paisagem permite que se extrapole o entendimento da arquitetura como objeto. Sua concepção projetual desenvolve a ideia de organização, partindo da configuração de

diagramas e esquemas, extraindo suas condicionantes da pesquisa sobre a paisagem, topografia e circulação local. Destacam-se, nesse sentido, algumas obras de notoriedade, como o *Rosenthal Center for Contemporary Art* (Cincinatti, 1998), e o *Terminal Multimodal Hoeheim Nord* (Strasbourg, 1998-2001). O projeto de Vilnius, segundo Arantes (2010, p. 26), pode ser considerado “*ao mesmo tempo futurista e retrô, como um filme de ficção científica dos anos 1970*”. Em 2008, a execução de um estudo de viabilidade avaliou negativamente os impactos econômicos e ambientais do projeto. A elevada previsão orçamentária e o comprometimento do orçamento municipal a longo prazo culminaram com o abandono da proposta.

Nos anos 2000, Thomas Krens se esforçou para criar uma segunda sede em Veneza, situada na *Punta della Dogana*, local de extrema visibilidade, próximo à filial Peggy Guggenheim e a outros museus de importância na cidade, tais como o *Musei Correr*, *Palazzo Ducale* e *Galleria dell'Accademia*. Para a implantação do museu, o Estado Italiano cedeu um conjunto edificado ao município de Veneza, que firmou contrato com a Fundação Guggenheim. O novo museu seria projetado pelo arquiteto italiano Vittorio Gregotti, responsável pela restauração e conversão das edificações para o uso expositivo. Segundo o arquiteto, “*o conceito básico é fazer um restauro muito rigoroso e construir o mínimo possível: o contrário do que fez o meu amigo Gehry em Bilbao*” (GREGOTTI, cf. BARDA, 2000). O projeto rejeitava o entendimento da arquitetura como ícone, sugerindo que o museu “*não se apresentasse de maneira sensacional, mas precisa*” (INFTUB, n.d.). O acesso ao conjunto ocorreria por um edifício reconstruído, do século XVII, que acomodaria os serviços internos em dois níveis. Contudo, uma série de impasses sobre a doação dos terrenos acabou desarticulando o processo de implantação do museu Guggenheim. A questão ficou a encargo de François Pinault, que empreendeu a construção de outro museu no local (RIDING, 2007), frustrando as expectativas da Fundação Guggenheim.

Em abril de 2000, durante a exposição “*Projeto para um Novo Guggenheim em Nova Iorque*”, na sede de Manhattan, foi anunciada a criação de uma filial na cidade, situada na região compreendida entre os píeres 9, 13 e 14 em East River. O projeto foi desenvolvido segundo as diretrizes estabelecidas pela Empresa de Desenvolvimento Econômico de Nova Iorque. Segundo Thomas Krens, apesar da recente restauração da sede projetada por Wright e da inauguração do edifício anexo, em 1992, “*o museu ainda não possui espaço adequado em Nova York para mostrar as principais partes de sua coleção e o existente é muito pouco apropriado para a arte contemporânea, com suas*

*instalações, novas mídias eletrônicas e aumento radical da escala”* (KRENS, cf. VITRUVIUS, 2001). O novo museu, encarregado ao arquiteto Frank Gehry, possuía tamanho que correspondia a cerca de oito vezes o edifício de Bilbao, contendo “*flores de titânico que chegavam a mais de cem metros de altura, na escada do waterfront de Manhattan e seus arranha-céus*” (SERAPIÃO, cf. MEIRA, 2014, p. 120). No entanto, o aumento do preço internacional do titânio elevou o custo da obra a um valor equivalente a quase sete vezes o museu espanhol, cerca de US\$ 950 milhões. A sede de East River possuiria quarenta pavimentos de altura e mais de 20mil m<sup>2</sup> de espaços expositivos (STOTT, 2015). Contudo, as mudanças no cenário político-econômico internacional em função dos ataques terroristas ao *World Trade Center*, em 2001, minaram as possibilidades de execução do Guggenheim East River, sobretudo devido ao forte desaquecimento do mercado financeiro e à retração do turismo internacional. O impacto negativo do episódio reduziu drasticamente os índices de visitação dos museus Guggenheim, culminando no fechamento da filial Soho e no adiamento da abertura da unidade Las Vegas.

Mesmo diante do contexto de “*franca retração de sua política de branding-franchise nos Estados Unidos e Europa*” (NOBRE, n.d.), a Fundação Guggenheim almejava construir uma sede na América Latina. Em 2002, foi apresentado ao Município do Rio de Janeiro o projeto Guggenheim-Hermitage-Kunsthistorisches Rio, elaborado pelo arquiteto Jean Nouvel, cujo trabalho internacionalmente conhecido incluía o Instituto do Mundo Árabe (Paris, 1981-87) e a Fundação Cartier (Paris, 1991-94). O Guggenheim Rio previa a construção de um edifício situado abaixo do nível do mar, aludindo à chamada “*estética do desaparecimento*” (BAUDRILLARD, cf. MOREIRA e RIVERA, 2002). Os volumes arquitetônicos se orientam a partir da justaposição de fragmentos. Trata-se de um projeto que se recusa à monumentalidade da forma, criando percurso narrativo, de caráter cinematográfico, que busca surpreender os visitantes. O acesso é marcado por uma lâmina branca, que funcionaria como uma tela gigantesca para projeção de eventuais espetáculos de luz e som. Depois de passar por uma lâmina de vidro disposta no teto, o visitante encontraria um pátio contendo uma árvore solitária. Percursos labirínticos trariam exposições dedicadas à arte contemporânea brasileira, arte multimídia, arte clássica e esculturas. Na sequência, o visitante encontraria um ambiente contendo “*densa vegetação de floresta tropical, um fragmento de natureza urbana com declives acentuados, um jardim selvagem cercado pelo mar e bem abaixo no nível da água. Uma cachoeira de 35m de altura sugere a profundidade desse espaço*” (ATELIERS, 2020).

Ao final do percurso, no topo de uma torre cilíndrica de aço *corten*, o visitante encontraria um restaurante panorâmico e mirante, de onde seria possível contemplar a baía de Guanabara e a própria cidade.

Apesar da abordagem altamente ficcional, marcada pela construção de uma narrativa espacial dramática e pela evasão da realidade, o próprio arquiteto alerta que “*não se trata de um projeto da Walt Disney*” (ATELIERS, 2020). O caráter fragmentário e submerso da arquitetura, porém, dificultava a criação de um símbolo arquitetônico, conforme questionou o próprio Thomas Krens. Por solicitação do diretor, a torre de aço *corten* foi incluída no projeto, considerada como elemento que garantisse “presença” ao edifício e do qual fosse possível avistar o Pão de Açúcar e o Corcovado, marcos simbólicos da paisagem carioca. As críticas ao projeto que circularam nacionalmente diziam respeito à imposição de um projeto escolhido pela Fundação Guggenheim, sem a possibilidade de participação dos arquitetos locais por meio da modalidade concurso. O estudo de viabilidade do projeto realizado pela empresa IDOM questionou a possibilidade de construção da floresta tropical submersa, apontando para a onerosa manutenção do muro branco, cilindro de aço *corten*, piscinas, cascatas e jardins. Segundo o contrato, a Prefeitura seria responsável pelos gastos de manutenção do museu, que mesmo num cenário favorável, operaria com *déficit* anual estimado de US\$8 a US\$12 milhões (RIO ESTUDOS, 2002, p. 65). Em 2003, a justiça brasileira embargou a obra devido à ilegalidade dos contratos firmados entre o prefeito do Rio de Janeiro, na ocasião César Maia, e a Fundação Guggenheim, condenados a devolver US\$ 2 milhões aos cofres públicos<sup>7</sup>.

Outro caso de projeto não concluído foi o Museu Guggenheim em Guadalajara. Em 2005, Thomas Krens viajou à Cidade do México para discutir com o então presidente, Vicente Fox, a construção de uma franquía em Guadalajara (VOGEL, 2005). O projeto teve início em 2004, quando um consórcio privado em Guadalajara contratou a Fundação Guggenheim para realizar um estudo de viabilidade para construir uma filial que pudesse ser “*considerada um destino turístico que transformaria a capital do estado de Jalisco*” (KAUFMAN, 2008). Participaram do concurso interno o arquiteto francês Jean Nouvel, o grupo nova-iorquino Asymptote Architects e o arquiteto mexicano Enrique Norten. Nesse período, o escritório Assymptote foi convidado para realizar a museografia da

---

<sup>7</sup> No momento, a questão permanece sendo apreciada pela Justiça e a devolução do dinheiro ainda não ocorreu.



exposição “*Moving Pictures*”, na sede em Manhattan. Em paralelo, Enrique Norten e Meejin Yoon desenvolveram o *design* da mostra “*The Aztec Empire*”.

O projeto vencedor do concurso, do escritório mexicano, consistia numa torre de vinte e quatro andares com vista para o desfiladeiro do rio Santiago. Segundo Thomas Krens, “*ao final, e de acordo com a visão dos jurados, Enrique e sua equipe deram caráter excepcional a seu projeto. Desenvolveram de maneira única e emocionante um desenho poderoso que corresponde a um sítio notável que converterá Guadalajara num destino internacional*” (KRENS, cf. TEN, 2020). O espaço projetado inclui diferentes espaços de exposição, torre, galeria subterrânea, ponte e plataforma, buscando criar uma “*experiência não-linear e única dentro das tipologias existentes nos projetos museais*” (TEN, 2020). Em 2007, quando o município de Guadalajara aprovou a doação do terreno, previa-se que o Guggenheim Guadalajara pudesse ser finalizado a tempo dos Jogos Pan-Americanos de 2011. Entretanto, a previsão orçamentária para a construção do museu era incompatível com a disponibilidade do município mexicano. Em 2009, o diretor de Estratégia Global da Fundação Guggenheim, Juan Ignacio Vidarte, informou o cancelamento completo do projeto em Guadalajara.

Com os fracassos na América Latina, a Fundação Guggenheim voltou suas ações de prospecção para a Ásia. Em 2003, o então prefeito de Taichung, Jason Hu, convidou a Fundação Guggenheim para desenvolver um estudo de viabilidade para o Guggenheim Taichung, orçado em US\$2 milhões, a partir de projeto encomendado à arquiteta Zaha Hadid. Essa proposta inseria-se no plano urbanístico da prefeitura de Taichung, que buscava dotar a cidade de um conjunto de novos marcos urbanos, incluindo uma casa de Ópera, projetada por Jean Nouvel, e um novo edifício da Prefeitura, projetado por Frank Gehry. Em particular, o Guggenheim Taichung buscou a criação de “*um ambiente responsivo com elementos cinéticos de larga escala*” (HADID, cf. MCGIVERN, 2017). No projeto, a arquiteta demonstra interesse pela criação tridimensional inédita, partindo de massas edificadas que se articulam plasticamente com o solo. O acesso seria marcado por uma marquise monumental, com balanço de 50m. Segundo Arantes (2010, p. 37), “*o Museu de Zaha tem um volume que lembra uma lava vulcânica derramada sobre o solo e que se enrijece ao esfriar. A forma final captura esse movimento, de um material geológico que desliza sobre o solo até estabilizar-se*”. Associado à possível implantação de dois projetos de Hadid encomendados pela Fundação Guggenheim no momento (Vilnius e Taichung), a arquiteta foi convidada a projetar a exposição “*25 Years of Deutsche Bank Collection*”, no Deutsche Guggenheim de Berlim. Entretanto, o

orçamento de US\$400 milhões previsto para a obra na Ásia excedia as possibilidades financeiras do governo local, contribuindo para o abandono do projeto.

A notável dificuldade de expansão da franquia Guggenheim na América Latina e Ásia culminou no deslocamento do eixo de interesses para o Oriente Médio. Segundo Arantes (2010, p. 41) “*as atenções de Gehry e Krens dirigiram-se então aos países que tinham dinheiro sobrando naquele momento e poderiam viabilizar uma obra ainda mais impactante do que Bilbao*”. A Fundação Guggenheim conseguiu, então, emplacar o projeto de Abu Dhabi, nos Emirados Árabes, anunciado em 2006, mas ainda não finalizado. O Guggenheim Abu Dhabi pretende apoiar a formação produção artística contemporânea, configurando-se como instituição catalisadora de bolsas de estudos voltadas para o estudo da história da arte no Oriente Médio entre os séculos XX e XXI. O Guggenheim Abu Dhabi pretendia criar um espaço dedicado à arte moderna e contemporânea, expondo as coleções globais da Fundação Guggenheim e dedicando-se a seus próprios acervos de arte contemporânea. O museu pretende se afirmar como “*uma plataforma contemporânea de arte e cultura que apresenta as mais importantes conquistas de nosso tempo*” (GUGGENHEIM, 2020).

O projeto interessava à Municipalidade local, que pretendia desenvolver a região de Saadiyat como destino de cultura e entretenimento. O plano originalmente projetado previa a construção de quatro museus: o Louvre Abu Dhabi (de Jean Nouvel), o Centro de Artes Performáticas (de Zaha Hadid), o Museu Marítimo (de Tadao Ando) e o Museu Sheikh Zayed (ligado ao *British Museum*, projetado por Norman Foster). Localizado entre Europa, Ásia e África, o museu busca incentivar o intercâmbio cultural internacional, ao mesmo passo em que “*reconhece e celebra a identidade específica derivada das tradições culturais em Abu Dhabi, dos Emirados Árabes Unidos e de outros países do Oriente Médio*” (GUGGENHEIM, 2020). O projeto foi encarregado ao arquiteto Frank Gehry, que precisou lidar com um contexto natural de paisagem desértica, dada sua localização a noroeste da ilha de Saadiyat. Assim como o projeto de East River, o Museu de Abu Dhabi pretendia ser muito maior que o Guggenheim de Bilbao. Conforme Arantes (2010, p. 21), o arquiteto trabalhou “*sem qualquer restrição orçamentária, com o objetivo confesso de superar Bilbao, solicitação de Thomas Krens e dos magnatas do petróleo*”. O projeto se articula em torno de um átrio central, para o qual convergem três galerias sobrepostas, que alternam a circulação por salas de exposição de diversas alturas, formas e acabamentos. Entretanto, apesar de Abu Dhabi estar se convertendo num “*enclave paradigmático da nova economia rentista*” (ARANTES, 2010, p. 21); os impactos da

crise econômica de 2008 afetaram o processo de construção, que permanece em andamento até os dias de hoje.

A mais recente tentativa de criação de uma filial Guggenheim, mapeada por este estudo, foi o projeto do Guggenheim Helsinki, na Finlândia. Em 2011, realizou-se concurso internacional de arquitetura que reuniu 1715 propostas de 77 países diferentes (STOTT, 2014). O concurso foi vencido pelo escritório franco-japonês *Moreau Kusunoki Architectes*, coordenado por Nicolas Moreau and Hiroko Kusunoki. A proposta criaria um conjunto de pavilhões interconectados por passagens abertas cobertas e uma torre de observação. O parecer emitido pelo júri avaliou a adequação respeitosa do projeto em relação ao lugar. Afinal, “*ao criar um campus fragmentado, não-hierárquico e horizontal de pavilhões conectados, nos quais arte e sociedade estarão integradas. A água, o parque e a cidade estão em diálogo com a edificação, ainda que sua forma e materialidade sejam marcadas pela contemporaneidade, sem necessariamente se destacar como ícone*” (CONCURSOS, 2015).

Tanto a realização de um concurso internacional aberto, como a seleção de um projeto de caráter não-icônico como vencedor, priorizando a adequação da arquitetura ao contexto, indicam mudanças na postura adotada pela Fundação Guggenheim. Entretanto, o governo de Helsinki acabou rejeitando a proposta, opondo-se à ideia de “*subsidiar uma entidade privada num momento de austeridade*” (MCGIVERN, 2017). O descontentamento com o modelo expansionista levou à saída de um dos principais apoiadores da Fundação Guggenheim, Peter Lewis<sup>8</sup>, em 2005 (GIULIANO, 2008). Três anos depois, Thomas Krens deixou a diretoria da Fundação Guggenheim para atuar no *Metropolitan Museum of Art*. A imagem 2 condensa os principais projetos não realizados ou não concluídos empreendidos pela Fundação Guggenheim, deixando evidentes as dificuldades de implantação do museu-franquia no século XXI, seja pela longa lista de projetos abandonados e pelo diminuto conjunto em operação atualmente.

---

<sup>8</sup> Peter Lewis foi o maior benfeitor da Fundação Guggenheim, tendo doado ao museu US\$77 milhões. O conflito noticiado entre Lewis e Krens foi motivado pelo uso de percentual da doação para cobrir despesas operacionais e à insatisfação de Lewis com a política de expansão, em detrimento à concentração dos investimentos na sede de Nova Iorque.

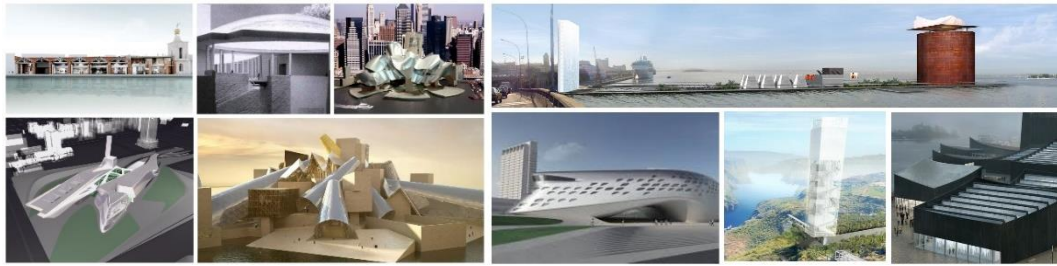


Imagem 2. Projetos não realizados ou inconclusos da Fundação Guggenheim. Punta della Dogana, Salzburgo, East River, Rio de Janeiro, Taichung, Abu Dhabi, Vilnius, Guadalajara, Helsinki. Elaborado pela autora.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS. O MODELO GUGGENHEIM: ARTE, ARQUITETURA E CIDADE.

O presente artigo buscou refletir sobre o entendimento do museu enquanto fenômeno de massas a partir da análise da atuação global empreendida pela Fundação Guggenheim. O panorama teórico apresentado situou importantes aspectos que influenciaram a arquitetura a partir da segunda metade do século XX: a cultura *pop*, as relações estabelecidas com a mídia de massas, a importância atribuída à imageabilidade arquitetônica, a emergência de vertentes arquitetônicas voltadas para o exibicionismo formal e a criação de objetos singulares de caráter *high tech*. A tabela 1 sintetiza as principais informações que levantadas por ocasião deste estudo a respeito dos projetos encabeçados pela Fundação Guggenheim. Sua observação permite vislumbrar claramente o grande *boom* de projetos impulsionados a partir do emblemático Guggenheim Bilbao (e a grande quantidade de propostas inviabilizadas desde então).

Tabela 1. Principais projetos de museus empreendidos pela Fundação Guggenheim. \* O critério *modalidade* inclui as seguintes possibilidades: convite, concurso fechado (entre arquitetos selecionados pela Fundação Guggenheim), concurso internacional aberto.

| Cidade                         |                      | Arquitetura        |                  |   | Arte  |
|--------------------------------|----------------------|--------------------|------------------|---|---|
| Museu                          | Data                 | Arquiteto          | Modalidade*      | Participantes do concurso   | Exposições em museus da Fundação Guggenheim |
| Guggenheim Nova Iorque (EUA)   | 1943-59              | Frank Lloyd Wright | Convite          | -   | -   |
| Peggy Guggenheim (Veneza)      | 1949                 | -                  | -                | -   | Exposição Peggy Guggenheim em NY (1969)     |
| Guggenheim Salzburgo (Áustria) | 1989, não construído | Hans Hollein       | Concurso fechado | Hans Hollein, Jean Nouvel, Giancarlo de Carlo, G. Garstenauer e J. Kleinues | -   |

|  |                           |                             |                               |   |   |
|--|---------------------------|-----------------------------|-------------------------------|---|---|
| Guggenheim Bilbao (Espanha)                    | 1991-97                   | Frank Gehry                 | Concurso fechado              | Frank Gehry, Coop Himmelblau, Arata Isozaki | <i>The art of motorcycle</i> (2001)   |
| Guggenheim Soho (Nova Iorque, EUA)             | 1992-2001                 | Arata Isozaki               | Convite                       | -   | <i>China: 5000 years</i> (1998)   |
| Deutsch Guggenheim (Berlim, Alemanha)          | 1997-2013                 | Richard Gluckman            | Convite                       | -   | -   |
| Guggenheim Punta della Dogana (Veneza, Itália) | 2000-2007, não construído | Vittorio Gregotti           | Convite                       | -   | -   |
| Guggenheim East River (Nova Iorque, EUA)       | 2000, não construído      | Frank Gehry                 | Convite                       | -   | -   |
| Guggenheim Rio (Rio de Janeiro, Brasil)        | 2000-2003                 | Jean Nouvel                 | Convite                       | -   | <i>Brazil: Body and Soul</i> (2001)   |
| Guggenheim-Hermitage (Las Vegas, EUA)          | 2001-2003                 | Rem Koolhaas                | Convite                       | -   | -   |
| Guggenheim Taichung (Taiwan)                   | 2003-2006, não construído | Zaha Hadid                  | Convite                       | -   | <i>25 Years of Deutsche's Bank Collection</i> (2005)                                  |
| Guggenheim Vilnius (Lituânia)                  | 2004-2007, não construído | Zaha Hadid                  | Concurso fechado              | Zaha Hadid, Daniel Libeskind, M. Fuksas     | <i>25 Years of Deutsche's Bank Collection</i> (2005)                                  |
| Guggenheim Guadalajara (México)                | 2005-2009                 | Enrique Norten              | Concurso fechado              | Enrique Norten, Jean Nouvel, Asymptot.      | <i>The Aztec Empire</i> (Norten, 2004-05)<br><i>Moving Pictures</i> (Asymptote, 2004) |
| Guggenheim Abu Dhabi (Emirados Árabes)         | 2006 – em construção      | Frank Gehry                 | Convite                       | -   | -   |
| Guggenheim Helsinki (Finlândia)                | 2010-2016, não construído | Moreau Kusunoki Architectes | Concurso internacional aberto | 1715 propostas                              | -   |

A análise da tabela também torna possível apreender características do *modus operandi* adotado pela Fundação Guggenheim. O processo de seleção dos arquitetos ocorria através da modalidade convite ou da realização de concursos fechados, com participantes escolhidos internamente, geralmente pertencentes ao seletivo grupo dos chamados “*stararchitects*” – incluindo Rem Koolhaas, Frank Gehry, Arata Isozaki e Zaha Hadid. Uma das poucas exceções a esse contexto é o projeto elaborado por Enrique Norten para o Guggenheim Guadalajara; talvez escolhido em função da crise que acometia o modelo Guggenheim na ocasião. O concurso internacional promovido para a

criação da sede em Helsinque pode ser considerado uma exceção à modalidade de atuação comumente adotada pela Fundação Guggenheim; possivelmente uma alternativa aos impasses verificados com as experiências anteriores, que incluíram a impossibilidade de a municipalidade escolher os arquitetos ou promoverem competições das quais escritórios locais pudessem participar.

As características arquitetônicas de alguns projetos elaborados, a baixa qualidade de inserção ambiental, a falta de diálogo de determinadas propostas com as tradições arquitetônicas locais e a inabilidade da Fundação Guggenheim em lidar com contextos políticos, econômicos e legislativos específicos podem ser considerados outros fatores de relevância que contribuíram para o abandono de algumas das propostas aventadas. A justificativa para a rejeição do Guggenheim Helsinque elaborada pela municipalidade salienta uma questão importante, que coloca em xeque a própria sustentabilidade operacional do modelo Guggenheim. O apoio, com dinheiro público, da construção de um museu administrado por uma fundação privada gera uma situação complexa em que, por um lado, o Estado fica desobrigado da responsabilidade da administração do Museu; por outro, cabe ao município cobrir os eventuais *déficits* operacionais das instituições, sendo que não há garantias nem mesmo quanto ao período de funcionamento do museu, suscetível a oscilações das dinâmicas econômicas globais. Esse tipo de situação ocorre a despeito dos altos valores previstos pelos orçamentos das obras em questão, geralmente encarregados integralmente ao orçamento público. As vultuosas quantias demandadas podem inviabilizar a realização dos projetos, sobretudo em períodos de recessão econômica.

Do ponto de vista arquitetônico, a atuação da Fundação Guggenheim parece contribuir para a consolidação do edifício-ícone, cuja circulação imagética se articula a ações de revitalização de zonas urbanas degradadas de cidades que buscam sua introdução nos circuitos turísticos globais. Essa perspectiva de fato estava presente numa série de projetos analisados, a exemplo de: Manhattan, Bilbao, East River, Taichung, Vilnius, Guadalajara e Abu Dhabi. No entanto, outro conjunto considerável de intervenções constituiu-se como obras de restauração ou intervenção em edifícios existentes – tais como Soho, Deutsche Berlim, Hermitage São Petersburgo e Hermitage Las Vegas. O estudo permitiu identificar, ainda, uma terceira possibilidade de abordagem no que diz respeito à arquitetura contemporânea (apesar dos protestos da Fundação Guggenheim): a adesão à “estética do desaparecimento”, conforme os casos de Salzburgo, Rio de Janeiro e Helsinque. Além do entendimento da arquitetura como obra de arte, é possível destacar a



importância assumida pela realização de exposições desenhadas por arquitetos cotados para o desenvolvimento de projetos ao redor do mundo como uma importante estratégia de *marketing* institucional. Como exemplo, destacam-se as mostras “*The art of motorcycle*” (Frank Gehry); “*China: 5000 years*” (Arata Isozaki); “*25 years of Deutsche Bank Collection*” (Zaha Hadid); “*The Aztec Empire*” (Enrique Norten); “*Brazil: Body and Soul*” (Jean Nouvel) e “*Moving Pictures*” (Asymptote, 2004).

Do ponto de vista estético, o conjunto de projetos analisado não apresenta unidade formal ou plástica de um modo geral; apesar da reincidência de alguns escritórios específicos em várias propostas encabeçadas pela Fundação Guggenheim. Como exemplo, podemos citar os três projetos elaborados por Frank Gehry (Bilbao, East River e Abu Dhabi); os dois projetos de Zaha Hadid (Taichung e Vilnius) e os dois projetos de Jean Nouvel (Guadalajara e Rio de Janeiro). Nos casos de Gehry e Hadid, é possível vislumbrar certa continuidade do ponto de vista estético-formal em seus projetos. Alguns autores sinalizam a repetição de fórmulas arquitetônicas como uma das razões para o próprio esgotamento do modelo Guggenheim no século XXI. No entanto, se considerarmos o conjunto global de projetos arquitetônicos analisados, esse não parece ser um fator determinante, tendo em vista as recorrentes implantações de museus em edifícios existentes, que incorporam a arquitetura local à criação dos museus-franquia. Apesar de o conjunto analisado não possuir coerência formal, é importante destacar que a estratégia expansionista da Fundação Guggenheim implica diretamente no programa arquitetônico desenvolvido. Partindo da premissa de que os acervos devem circular globalmente entre as instituições, as áreas destinadas às reservas técnicas podem ser reduzidas, em contraponto à ampliação das áreas expositivas. Como a curadoria é centralizada na sede em Nova Iorque, os museus Guggenheim podem operar com equipes compactas em suas filiais, o que implica na redução das áreas administrativas. Ao analisarmos as dinâmicas globais de localização dos museus Guggenheim (conforme o mapa apresentado na imagem 3) em paralelo à perspectiva histórica desenvolvida ao longo do texto; podemos verificar quatro momentos fundamentais de expansão da franquia Guggenheim: a relação Estados Unidos-Europa, a busca pelas economias emergentes, o deslocamento derradeiro para o enclave financeiro dos Emirados Árabes e a tentativa de implantação de processos abertos em Helsinki.

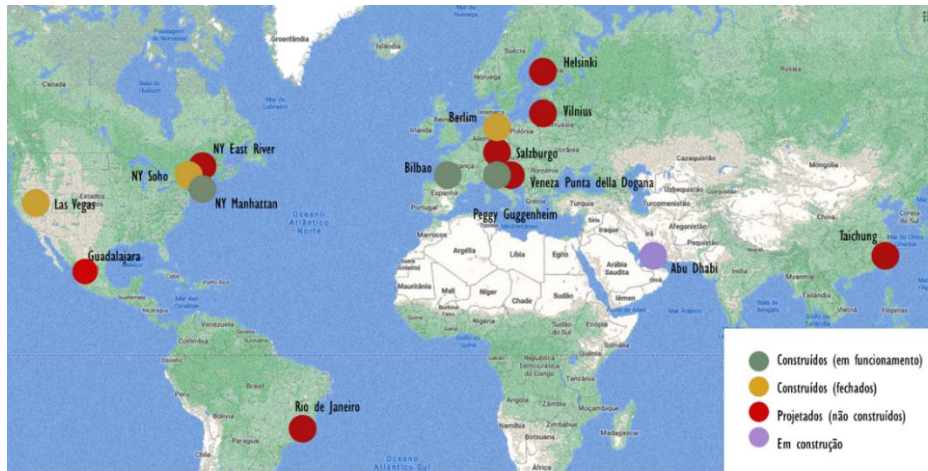


Imagem 3. Distribuição de Museus Guggenheim pelo mundo. Elaborado pela autora. 2020.

A conexão Estados Unidos-Europa pode ser considerada uma herdeira da ligação que espontaneamente se estabeleceu na própria Fundação Guggenheim, a partir da vinculação entre as sedes de Nova Iorque e Veneza. Trata-se de uma estratégia de aproximação política no contexto de reestruturação da economia mundial no pós-Guerra Fria. Nesse momento, a inserção de cidades europeias nas dinâmicas de competição global articulou-se aos objetivos de expansão empreendidos da Fundação Guggenheim, justificando a elaboração dos projetos de Salzburgo, Berlim e Bilbao. Entretanto, o sucesso estrondoso em Bilbao provocou uma espécie de retorno ao cenário nova-iorquino, buscando a reafirmação icônica do poderio norte-americano por meio do colossal projeto de East River. Não se trata, portanto, de uma repetição formal; mas de uma ampliação vultuosa do projeto de Bilbao. O caráter competitivo atribuído ao projeto justificaria a retomada das esculturas de titânio elaboradas por Gehry em Nova Iorque; e, também, a retomada da solução estética em Abu Dhabi, mais do que a carência de ideias para a proposta de uma arquitetura completamente original. A disputa global entre as cidades parece depender da superação do Guggenheim de Bilbao em termos de escala.

Contudo, a crise desencadeada pelos atentados terroristas de 2001 freou as possibilidades norte-americanas de dar continuidade ao expansionismo Guggenheim. O contexto político-econômico minou o estrondoso projeto de East River e causou a agonia lenta das franquias em Soho e Las Vegas. Dado esse contexto, os olhares da Fundação Guggenheim voltaram-se para a possibilidade de incorporar as economias emergentes latino-americanas (Rio de Janeiro e Guadalajara), asiáticas (Taiwan) ou do leste europeu (Vilnius). O fracasso dessas iniciativas se deve principalmente à realização de acordos internacionais que onerariam as prefeituras por décadas a fio, além de depender de vultosos aportes financeiros locais. O modelo proposto mostrava-se incompatível com as

possibilidades de implantação em nível local. O fracasso sucessivo das tentativas empreendidas levou à busca de um enclave financeiro capaz de arcar com projetos tão dispendiosos: os Emirados Árabes Unidos. Porém, nem mesmo o Guggenheim Abu Dhabi mostrou-se imune às oscilações econômicas em nível global, permanecendo a quase duas décadas como uma obra inacabada. A última tentativa de implantação de um concurso aberto, em Helsinki, já não encontrava mais condições de viabilidade. Como vimos, as interconexões então traçadas entre museu e cultura de massas, partem da análise do caso Guggenheim, permitindo o delineamento de grandes desafios a serem enfrentados para os museus nas próximas décadas. A efemeridade ou inviabilidade dos projetos analisados torna-se ainda mais preocupante se considerarmos as funções tradicionalmente associadas às instituições museais, que deveriam atuar como repositórios de temporalidades, permitindo conectar passado, presente e futuro. A atual deflagração da pandemia de COVID-19 escancara, ainda mais, os dilemas que assolam as instituições museais na era da globalização.

## REFERÊNCIAS

- ARANTES, O. B. F., VAINER, C., e MARICATO, E. *A cidade do pensamento único: desmanchando consensos*. Petrópolis: Ed. Vozes, 2013. 192p.
- ARANTES, Pedro F. *Arquitetura na era digital-financeira*. Desenho, canteiro e renda da forma. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo). 2010. FAU USP. São Paulo.
- ARGAN, Giulio C. *A crise da arte como “ciência europeia”*. In: *Arte moderna: do Iluminismo aos movimentos contemporâneos*. São Paulo: Companhia das Letras, 1992. pp. 507-649.
- ARGAN, Giulio C. *História da Arte como História da Cidade*. São Paulo: Ed. Martins Fontes, 2014.
- ATELIERS Jean Nouvel (Paris). Disponível em: <[shorturl.at/Iglqw](http://shorturl.at/Iglqw)>. Acesso em: 23 jun. 2020.
- BANHAM, Reyner. *Teoria e Projeto na Primeira Era da Máquina*. São Paulo: Perspectiva, 2006.
- BARDA, Marisa. *Vittorio Gregotti*. Entrevista, São Paulo, ano 01, n. 003.01, Vitruvius, jul. 2000.
- BAUDRILLARD, Jean. *A sociedade do consumo*. Lisboa: Edições 70, 2011.
- BAUDRILLARD, Jean. *Simulacros e simulação*. Lisboa: Relógio D'Água, 1991.
- BENJAMIN, Walter. *A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica*. Porto Alegre: L&PM, 2013.
- BONATES, Mariana F. *El Guggenheim y mucho más: urbanismo monumental e arquitetura de grife em Bilbao*. Revista Pós, São Paulo, v. 16, n. 26, 2009, pp. 62-90.
- CASTELLS, Manuel & BORJA, Jordi. *As cidades como atores políticos*. Novos Estudos CEBRAP, n. 45, 1996, pp. 152-166.
- CONCURSOS de projeto. *Premiados – Museu Guggenheim – Helsinki*. 23 ago. 2015. Disponível em: <[shorturl.at/hBN45](http://shorturl.at/hBN45)>. Acesso em: 23 jun. 2020.
- DESIGN BUILD. *The Guggenheim Hermitage Museum in Vilnius, Lituânia*. Disponível em: <[shorturl.at/kIMZ0](http://shorturl.at/kIMZ0)>. Acesso em: 21 jun. 2020.
- FERREIRA, João S. W. *São Paulo: o mito da cidade global*. Tese (Doutorado em Arquitetura e Urbanismo). 2003. FAU USP. São Paulo. 336p.
- FOLHA de São Paulo. *Guggenheim é sinônimo de museu há 60 anos*. *Folha de São Paulo*. São Paulo: 22 set. 1997.
- FOSTER, Hal. *Design and crime (and other diatribes)*. London: Verso, 2002, p. 18.

FUSCO, Renato de. *Architettura come "mass medium": note per una semiologia architettonica*. Bari: Dedalo, 1970.

GHIRARDO, Diane. *Arquitetura contemporânea: uma história concisa*. São Paulo: Martins Fontes, 2009. 304p.

GIULIANO, Charles. *Thomas Krens resigns from the Guggenheim*. A remarkable career that started in the Berkshires. *Berkshires Fine Arts*, 28 fev. 2008. Disponível em: <<https://bit.ly/3u1bg2e>>. Acesso em: 15 fev. 2021.

GUGGENHEIM. Disponível em: <[www.guggenheim.org](http://www.guggenheim.org)>. Acesso em: 25 jul. 2020.  
HARVEY, David. *Condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola, 2013.

HUYSSSEN, Andreas. *Escape from amnesia*. The museum as mass medium. In: *Twilight memories. Marking time in a culture of amnesia*. Nova Iorque: Routledge, 1995. pp. 13-31.

INFTUB. *Il nouvo Guggenheim di Venezia di Vittorio Gregotti*. s. d. Disponível em: <[shorturl.at/gDS58](http://shorturl.at/gDS58)>. Acesso em: 29 jun. 2020.

JENCKS, Charles. *The iconic building is here to stay*. Routledge, City, vol. 10, n. 1. Abr. 2006. Disponível em: <[shorturl.at/lsSV3](http://shorturl.at/lsSV3)>. Acesso em: 02 jul. 2020.

JENCKS, Charles. *The language of post-modern architecture*. Londres: Academy Editions, 1991.

KAUFMAN, Jason Edward. Why the Guggenheim won't open a branch in Guadalajara. *Banderas News*. Jun. 2008.

KRUFT, Hanno-Walter. *História da teoria da arquitetura*. São Paulo: Edusp, 2016.

LAPUENTE, Rafael Saraiva. A imprensa como fonte: apontamentos teórico-metodológicos iniciais acerca da utilização do periódico impresso na pesquisa histórica. *Revista de História Bilros*. História (s), Sociedade (s) e Cultura (s). v. 4, n. 6, 2016, p. 11-29.

LYNCH, Kevin. *A imagem da cidade*. São Paulo: Martins Fontes, 1988.

MALRAUX, André. *O museu imaginário*. Lisboa: Edições 70, 2000.

MCGIVERN, Hanna. *In pictures: six global Guggenheim museums that have never happened*. The Art Newspaper. 24 nov. 2017. Disponível em: <[shorturl.at/absBW](http://shorturl.at/absBW)>. Acesso em: 24 jun. 2020.

MEIRA, Marcel Ronaldo Morelli de. *A cultura dos novos museus: arquitetura e estética na contemporaneidade*. Tese (Doutorado em Filosofia). 2014. Universidade de São Paulo. São Paulo.

MONTANER, Josep Maria. *Museus para o século XXI*. Barcelona: Gustavo Gili, 2003.

MOREIRA, Clarissa e RIVERA, Pedro. *Quem tem medo de Jean Nouvel?* O Guggenheim no Rio de Janeiro. *Minha Cidade*, São Paulo, ano 03, n. 028.02, Vitruvius, nov. 2002.

NEIVA, Simone e PERRONE, Rafael. *A forma e o programa dos grandes museus internacionais*. *Revista da Pós-Graduação FAU USP*. v. 20, n. 34. São Paulo, dez. 2013.

NOBRE, Lígia. *Guggenheim-Rio é visão estereotipada do Brasil*. Disponível em: <<https://goo.gl/Z7PhRP>>. Acesso em: 06 fev. 2019.

NORTHERN ARCHITECTURE. The Salzburg Guggenheim Museum. Housing Project. 27 ago. 2019. Disponível em: <[shorturl.at/mpLX0](http://shorturl.at/mpLX0)>. Acesso em: 20 jun. 2020.

OSTLING, Susan. The global museum and the orbit of the Solomon Museum New York. *International Journal of the Humanities*. 2007. Disponível em: <[shorturl.at/tACJL](http://shorturl.at/tACJL)>. Acesso em: 19 jun. 2020.

PAGNOTTA, Brian. *Clássicos da Arquitetura: Museu Guggenheim de Bilbao*. Gehry Partners. Archdaily, 2016. Disponível em: <[shorturl.at/adrVX](http://shorturl.at/adrVX)>. Acesso em: 15 jun. 2020.

RIDING, Alam. François Pinault comanda museu novo em Veneza. *Folha de São Paulo*. São Paulo, 11 abr. 2007. Disponível em: <[shorturl.at/gowO9](http://shorturl.at/gowO9)>. Acesso em: 19 jun. 2020.  
RIO ESTUDOS. *Museu Guggenheim*. Renovação do Rio: a cidade decide. Prefeitura do Rio de Janeiro, 2002.

SAAD, Silverio Syllas. *Guggenheim Bilbao: o museu franquia dez anos depois*. Dissertação de Mestrado PUC-SP. Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, 2007.  
SOLOMON Guggenheim Foundation. Disponível em: <[www.guggenheim.org](http://www.guggenheim.org)>. Acesso em: 10 jun. 2020.

SKETCHES of Frank Gehry. *Documentário*. Direção: Sydney Pollack. Produtor: Ultan Guilfoyle. EUA. Produção: Sony Pictures Classics, 2006, 83min., son. color. Disponível em: <[shorturl.at/htVYZo](http://shorturl.at/htVYZo)>. Acesso em: 15 jun. 2020.

SKLAIR, Leslie. *Iconic architecture and capitalist globalization*. London, 2006, v.10, n.1, pp. 21-47.

STOTT, Rory. Uma Nova Iorque que não existiu. Projetos de Gaudí, Gehry e Wright nunca construídos em Manhattan. *Archdaily*. 2015. Disponível em: <[shorturl.at/kFQUZ](http://shorturl.at/kFQUZ)>. Acesso em: 15 fev. 2021.

SPERLING, D. *As arquiteturas de museus contemporâneos como agentes no sistema da arte*. *Periódico permanente*, v. 1, 2012. Disponível em: <<http://bit.ly/2UBUbNb>>. Acesso em: 09 fev. 2020.

TEN Architects. Disponível em: <<https://www.ten-arquitectos.com/>>. Acesso em: 25 jun. 2020.



VENTURI, Robert. *Aprendendo com Las Vegas: o simbolismo esquecido da forma arquitetônica*. São Paulo: Cosac Naify, 2003.

VENTURI, Robert. *Complejidad y contradicción en la arquitectura*. Barcelona: Gustavo Gili, 2015.

VITRUVIUS. *O novo Museu Guggenheim de Frank Gehry*. *Projetos*, São Paulo, ano 01, n. 002.01, Vitruvius, fev. 2001 <[shorturl.at/rDEQX](#)>. Acesso em: 16 jun. 2020.

VOGEL, Carol. A museum visionary envisions more. *The New York Times*, 27 abr. 2005.

VOGEL, Carol. Guggenheim in pact with Hermitage. *The New York Times*, 20 jun. 2000.

VOGEL, Carol. Guggenheim to close Berlin Outpost. *Artsbeat*, 6 fev. 2012.