

Os monumentos e sua reprodutibilidade: mídias e valores¹

Eliane Lordello

Arquiteta e Urbanista, doutoranda do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Urbano da Universidade Federal de Pernambuco – MDU – UFE, Rua Comissário Otávio Queiroz, 120, bloco 01, apto 302, Jardim da Penha, CEP 29060-270, Vitória, ES, (27) 3224-6502, elilordello@gmail.com

Norma Lacerda

Arquiteta, professora do Programa de Pós-Graduação em Desenvolvimento Urbano da Universidade Federal de Pernambuco – MDU – UFE, Rua Bebinho Salgado, 45, Monteiro, CEP 52071-321, Recife, PE, (81) 21268122, norma_lac@yahoo.com.br

Resumo

O objetivo central do texto é refletir sobre o conceito de monumento e sua reprodutibilidade, realizada mediante a difusão de registros fotográficos, fortemente potencializada pelos *sites*. Para orientar a análise, partiu-se desta hipótese: a coletivização dos monumentos não desfaz o encantamento da sua presença física, significando que não concorre com a arquitetura, compreendida como uma realidade cuja efetuação é o espaço. Para mostrar a pertinência da hipótese, o texto discorre sobre o conceito de monumento, chama a atenção para os novos suportes da mídia e seu poder de popularizar o monumento, e mostra como são geradas as imagens magnéticas antes mesmo da concretização da arquitetura.

Palavras-chave: monumentos, mídias, valores.

Introdução

O presente texto tem como objetivo discutir a reprodutibilidade dos monumentos realizada mediante a sua difusão pelos registros fotográficos que, graças às técnicas digitais, têm encontrado na *web* uma embarcação capaz de navegar em velocidade instantânea, proporcionando uma gigantesca propagação e conseqüente popularização.

Para orientar o esforço de análise, partiu-se da seguinte hipótese: a coletivização dos monumentos, miniaturizados por diferentes técnicas e difundidos por meio da *web*, não desfaz o encantamento da sua presença física, significando que não concorre com a arquitetura, compreendida como uma realidade cuja efetuação é o espaço.

Para mostrar a pertinência dessa hipótese, o texto inicia discorrendo sobre o conceito de monumento, desde a sua etimologia, referenciando-se fundamentalmente a Riegl, Choay, Huysen e Benjamim. Em seguida, chama a atenção para a fotografia e os novos suportes de mídia (os *sites* da *Web*) e o seu poder de popularizar o monumento, rebatendo o receio de que aconteça com o monumento o mesmo presságio anunciado por Victor Hugo: “A imprensa matará a arquitetura”. Seqüencialmente, mostra como são geradas as imagens magnéticas antes mesmo da concretização da arquitetura, ou seja, as imagens nascidas para ser espetáculo. Percorrido esse caminho, o texto chega ao seu cerne, na medida em que acumulou reflexões suficientes para afirmar que os novos e diferentes registros do monumento

¹ Este artigo surgiu das reflexões realizadas pelas autoras durante o processo de elaboração da tese de doutorado intitulada *Sete Cidades: um estudo das representações sociais das cidades brasileiras patrimônio mundial na Web* que vem sendo desenvolvida no âmbito do Programa de Pós-graduação em Desenvolvimento Urbano da Universidade Federal de Pernambuco (MDU/UFPE).

não apagam as suas primeiras formas de apreensão. Igualmente, que ele não perde o seu estatuto primeiro por ter sido registrado, gravado, e disseminado por diferentes técnicas e suportes. Para finalizar, admite a existência de um campo aberto à investigação. Afinal, ao embarcar em novas temporalidades, por meio da *web*, não estariam surgindo novas formas de percepção dos valores inerentes aos monumentos?

O conceito de Monumento: escala e tempo

A datação da palavra remonta ao século XIII, informa o dicionário Houaiss (2001). Em conformidade com a mesma obra de referência, a etimologia desse vocábulo provém do latim “*monumentum, monimentum e molimentum*” – significando: ‘o que traz à memória, lembrança e penhor de amor, o que faz lembrar um morto, túmulo, estátua’. Convém sempre lembrar essa origem para que jamais se perca de vista sua vinculação a um propósito eminentemente afetivo. Mais ainda, por ser o monumento um conceito fundamental para o desenvolvimento do processo que engendrou o que hoje é nomeado e compreendido por patrimônio urbano.

O teórico austríaco Alois Riegl ocupou-se, em 1903, de modo prístino, desse conceito definindo-o como segue:

Por monumento, no sentido mais antigo e verdadeiramente original do termo, entende-se uma obra criada pela mão do homem e edificada com o propósito preciso de conservar sempre presente e vivo na consciência das gerações futuras a lembrança de uma ação ou destinação (ou as combinações de uma e da outra) (RIEGL, 1984, p. 35) (tradução nossa).

Em outro momento, Riegl revela que sua concepção de monumento é bastante moderna, ao afirmar: “Não é a destinação original que confere a essas obras a significação de monumentos; somos nós, sujeitos modernos, que as atribuímos a eles” (1984, p. 43) (tradução nossa). Consoante tal afirmativa, o teórico austríaco pondera que, sendo intencionais ou não, os monumentos apresentam um valor de rememoração. Por ora, o que se quer evidenciar é que os significados etimológicos que associam um

desígnio afetivo ao monumento estão subsumidos naquela primeira definição dada por Riegl.

O propósito afetivo do monumento é igualmente ressaltado pela historiadora francesa Françoise Choay, para quem o desígnio do monumento não é o de dar uma informação neutra, mas sim, o “de tocar, pela emoção, uma memória viva” (2001, p. 18). Compreendendo-o nesse primeiro sentido, Choay designa por monumento a “tudo o que for edificado por uma comunidade de indivíduos para rememorar ou fazer que outras gerações de pessoas rememorem acontecimentos, sacrifícios, ritos ou crenças” (2001, p. 18). A historiadora francesa credita a especificidade do monumento precisamente ao seu modo de atuar sobre a memória:

Não apenas ele a trabalha e a mobiliza pela mediação da afetividade, de forma que lembre o passado fazendo-o vibrar como se fosse presente. Mas esse passado invocado, convocado, de certa forma encantado, não é um passado qualquer: ele é localizado e selecionado para fins vitais, na medida em que pode, de forma direta, contribuir para manter e preservar a identidade de uma comunidade étnica ou religiosa, nacional, tribal, ou familiar (2001, p. 18).

Mais ainda, Choay entende que, tanto para os que o construíram quanto para aqueles a quem se endereçam às lembranças por ele transmitidas, o monumento é “um dispositivo de segurança”.

O monumento assegura, acalma, tranquiliza, conjurando o ser do tempo. Ele constitui uma garantia das origens e dissipa a inquietação gerada pela incerteza dos começos. Desafio à entropia, à ação dissolvente que o tempo exerce sobre todas as coisas naturais e artificiais, ele tenta combater a angústia da morte e do aniquilamento (2001, p.18).

Para a autora citada, a essência do monumento é a sua função antropológica: “sua relação com o tempo vivido e com a memória” (2001, p. 18). Ela adverte que, nas sociedades ocidentais, o papel do monumento, tomado em seu sentido original, foi perdendo importância, tendendo a desdourar-se, enquanto outros significados eram atribuídos ao termo. Choay recapitula-os como segue: Em 1689, com Furetière², denota um valor arqueológico, em detrimento de seu valor memorial; alguns anos

² Antoine Furetière (1619 – 1688). Escritor francês, autor de *Romanço Burguês* (1666), foi expulso da Academia Francesa por seu Ensaio de um Dicionário Universal (Houaiss, Antonio Pequeno dicionário enciclopédico Koogan Larousse. Rio de Janeiro: Larousse do Brasil, 1982).

depois, o *Dictionnaire de l'Académie*, embora situe de forma clara o monumento e sua função memorial no presente, denota, nos exemplos, um deslocamento em direção a valores estéticos e de prestígio; um século depois, esse movimento dos dicionários do século XVII viria a se confirmar com Quatremère de Quincy³.

A historiadora conclui pela irreversibilidade da evolução depreendida dos dicionários do século XVII. A partir de então, afirma ela, o termo monumento passa a denotar o poder, a grandeza, a beleza, cabendo-lhe afirmar os grandes desígnios públicos, promover estilos e falar à sensibilidade estética.

Exemplificando com Heinrich Schliemann (1822-1890), arqueólogo e helenista celebrado por suas descobertas arqueológicas nas ruínas de Tróia e de Micenas, Huyssen (2000), à sua maneira, também reforça o caráter afetivo, tranqüilizante, do monumento. Eis o que patenteia na passagem abaixo:

À medida que mais e mais monumentos eram desencavados – as escavações de Schliemann e o romance da arqueologia associado ao seu nome são aqui paradigmáticos – o monumento veio a garantir a origem e a estabilidade bem como a largueza do tempo e do espaço de um mundo que se transformava rapidamente e era vivido como transitório, desenraizador e instável. E o monumento por excelência para a admiração oitocentista pela antigüidade clássica e 'pré-histórica' era a arquitetura. Portanto, não foi por mera coincidência que Hegel situou a arquitetura bem precisamente nos começos da arte. Especialmente a arquitetura monumental – pense-se no culto de obeliscos, pirâmides, templos, memoriais e torres funerárias – parecia garantir a permanência e oferecer um baluarte contra a aceleração do tempo, as bases movediças do espaço urbano e a transitoriedade da vida moderna (2000, p. 55).

Já para Riegl, precisamente na busca do original reside o motivo de o século XIX ter-se sagrado como o século histórico.

Não é sem razão que chamamos o século XIX o século histórico, porque, bem mais que as épocas

anteriores e – até onde possamos julgá-lo hoje – posteriores, ele teve o prazer de descobrir e observar com amor o fato individual, quer dizer, o ato humano singular na pureza de seu surgimento original. Ele visava antes toda reconstituição viva do fato histórico (1984, p.55) (tradução nossa).

É também nos oitocentos que toma corpo a história cultural, relembra Riegl, o que, mais uma vez, reforça a importância desse século para a concepção moderna de monumento, e também de patrimônio. Por fim, para Choay, na atualidade o sentido de monumento evoluiu um pouco mais: ao prazer movido pela beleza do edifício, seguiu-se “o encantamento ou o espanto provocados pela proeza técnica e por uma versão moderna do colossal” (2001, p. 19). Este último sentido parece incluir a monumentalidade que Huyssen atribui a *World Wide Web*:

A monumentalidade está viva e passa bem. Exceto porque talvez hoje tenhamos de considerar uma espécie de monumentalidade em miniatura, a monumentalidade do cada vez menor e mais poderoso chip de computador. Porque a *World Wide Web* é em princípio a empreitada mais gigantesca do nosso tempo, tão promissora para uns e tão ameaçadora para outros quanto qualquer monumentalidade sempre foi (2000, p. 64 -65).

O sentido é ali avistado não pela escala gigantesca, com que o neofrankfurtiano definiu a monumentalidade da rede, mas pelos sentimentos suscitados diante da proeza técnica, referidos por Choay. Em todo caso, Huyssen refere-se à monumentalidade de um meio que mediatiza outras construções técnicas e culturais humanas, tais como os próprios monumentos. Choay, por sua vez, também contemplou a monumentalidade mediatizada, ao refletir sobre sua representação na imprensa e na fotografia.

Novos suportes de mídia, novas compreensões de monumento

No caso da imprensa, a historiadora francesa relembra que o escritor francês Victor Hugo (1802-1885) vaticinara o assassinio do monumento por essa invenção. Choay refere-se, aí, ao capítulo *Ceci tuera cela* (isto matará aquilo) do livro *Notre-Dame*

³ Antoine Chrysostome Quatremère de Quincy (1755 – 1849). Conhecido nos meios literários e artísticos desde antes de 1789, ocupou diferentes cargos públicos e políticos. Em 1815, foi nomeado intendente de artes e monumentos, e, em 1818, professor de arqueologia (*Dictionnaire Biographique Imago Mundi*, 2006) (tradução nossa). Disponível em <http://www.cosmovisions.com/Quatremere.htm>. Acesso em 19 set. 2006.

de Paris, obra originalmente publicada em 1831, também conhecida como *O Corcunda de Notre-Dame*. Trata-se de um capítulo em que Hugo exala afirmações reveladoras do efeito avassalador do progresso da imprensa sobre o pensamento de sua época. Figuram ali profecias, tais como: "A imprensa matará a igreja" ("*La presse tuera l'église*"); e ainda: "A imprensa matará a arquitetura" ("*L'imprimerie tuera l'architecture*"). Para Hugo, a arquitetura era a escritura principal e universal até o advento daquela invenção de Gutenberg, no século XV. Que o próprio escritor conte o que sucede a partir daí.

No século XV tudo muda.

O pensamento humano descobre um meio de se perpetuar não somente mais durável e resistente que a arquitetura, mas ainda mais simples e mais fácil. A arquitetura é destronada. Às letras de pedra de Orfeu virão suceder as letras de chumbo de Gutenberg.

O livro vai matar o edifício.

A invenção da imprensa é o maior evento da história. É a revolução-mãe. É o modo de expressão da humanidade que se renova totalmente, é o pensamento humano que despela uma forma e a reveste de outra, é a completa e definitiva troca de pele desta serpente simbólica que, depois de Adão, representa a inteligência.

Na forma da imprensa, o pensamento é mais imperecível que nunca; ele é volátil, inalcançável, indestrutível. Ele mescla-se ao ar. No tempo da arquitetura, ele fazia-se montanha e apoderava-se de um século e de um lugar. Hoje, ele faz-se revoada de pássaros, espalha-se aos quatro ventos e ocupa simultaneamente todos os pontos do ar e do espaço.

Nós repetimos, quem não vê que desta forma ele é mais indelével? Do sólido que era ele tornou-se vivaz. Ele passa da duração à imortalidade. Nós podemos demolir uma massa, mas como extirpar a ubiqüidade? (HUGO, 2006) (tradução nossa).

Os presságios de Hugo de que o livro condenaria a arquitetura à morte, antecipam as recentes profecias

de que o *e-book* faria desaparecer o livro, tais como as que vieram à baila na aurora do século 21. São vaticínios como os que, no ano 2000, Regina Zilberman abordou no artigo "Fim da era do Livro?", em relação ao livro e ao leitor.

(...) anunciam-se o final da era do livro, sua substituição por multimídias interativos, a metamorfose do consumidor de obras escritas no *nerd* internauta, aventureiro que percorre até agora desconhecidos universos virtuais.

Os vaticínios provêm dos profetas da aurora do milênio, cujas palavras revelam, de um lado, otimismo, de outro, desalento. As primeiras devem-se à possibilidade de se descortinarem horizontes julgados, até há poucos anos, sequer imagináveis. Os segundos, porém, sofrem com a hipótese de desaparecerem culturas e tradições milenares, transformadas em espaços hipotéticos alojados nas memórias de máquinas impessoais (Caderno B, p. 1 - 2).

Este trabalho está sendo escrito no ano de 2006, e as reportagens acima resgatadas estão em acervo pessoal de jornais há exatos seis anos. Seus suportes, os papéis-jornal, amarelaram nesse intervalo de tempo, contudo, os destinos que vaticinam ainda não se realizaram. O que por ora viu foi uma popularização maior do uso da Internet, mas não a ponto de suceder aquela metamorfose aventada. Quanto à posição pessimista, tampouco as culturas e tradições ditas milenares foram congeladas em universos virtuais.

Assim, os augúrios denunciados por Zilberman podem ser compreendidos como manifestações daquele fenômeno de recusa primeira diante de um novo suporte, outrora expresso nas palavras de Hugo. Na visão de Choay, entretanto, o que assim fora intuído por Hugo confirmou-se pela criação e aperfeiçoamento do que ela chama de "novas formas de conservação do passado", dentre as quais: "as 'memórias' dos sistemas eletrônicos mais abstratos e incorpóreos" (2001, p. 21). Nestas últimas, pode-se depreender o transporte dos monumentos e do patrimônio às memórias de computadores, bem como sua atual apresentação na forma de *sites* da *Web* – o que mais de perto interessa neste trabalho.

Entretanto, Choay não o exemplifica com as memórias eletrônicas, e sim com algo que as antecede: – a fotografia. Evocando o livro *A Câmara Clara*, do escritor francês Roland Barthes (1984), a historiadora, a princípio, relembra algumas das assertivas ali contidas. Dentre elas figuram: “a ordem fundadora da fotografia é a Referência”; e a fotografia instaura “um novo tipo de provas”; “essa certeza que nenhum escrito pode dar” (BARTHES, 1980, *apud* CHOAY, 2001, p. 21). Choay consigna também a capacidade de a foto ressuscitar um ser desaparecido. A fotografia opera mediante a emulsão de prata – a química que lhe concede autenticidade –, fazendo dela “uma emanção do referente”, no dizer de Barthes. Igualmente as duas faces da fotografia, tal como percebidas e analisadas por Barthes, são por Choay avocadas: seu “singular poder de jogar com os dois planos da memória: abonar uma história e ressuscitar um passado morto” (2001, p. 22).

Segundo a historiadora, desse singular poder advêm os riscos de confusão e usurpação, que Barthes denunciou nomeando as duas formas a partir das quais a fotografia atua sobre as pessoas. São elas: o *studium*, “um atrativo sensato, um interesse externo, mas de qualquer modo afeto”; e o êxtase, “que faz voltar à consciência a ‘própria letra do tempo’, um momento revulsivo, alucinatório” (*Op. cit.*, p. 22). Tais instâncias levam Choay a refletir que “essa loucura da fotografia que faz coincidir o ser e o afeto é da mesma natureza que o encantamento pelo monumento” (*Ibid.*, p. 22). Ela prossegue contrapesando a assertiva de Barthes de que a sociedade moderna teria renunciado ao monumento, afirmando ser a fotografia uma de suas formas. Assim, ajustada ao individualismo da época, a fotografia é, a seu ver, “o monumento da sociedade privada, que permite a cada um conseguir, em particular, a volta dos mortos, privados ou públicos, que fundam sua identidade” (*Ibid.*, p. 22).

Tal assertiva de Choay remete-nos a uma passagem de Barthes (não citada pela historiadora), que é reveladora do poder, entrevisto pelo escritor francês, que tem a fotografia de eternizar instantes e de revocá-los no tempo futuro. Nas palavras de Barthes: “O que a Fotografia reproduz ao infinito só ocorreu uma vez: ela repete mecanicamente o que nunca

mais poderá repetir-se existencialmente” (1984, p.13). É precisamente nesse poder, portanto, que reside uma afinidade da fotografia com o monumento. Seja intencional ou não, o monumento materializa um momento histórico, e atualiza-o, com sua perpetuação no tempo.

Quando se divisa ou se adentra fisicamente um monumento em uma cidade-patrimônio, a pessoa é remetida ao tempo de sua construção no tempo real. Sente, pelo olhar, tato, olfato, a presença dos tempos passados no tempo real. Se o divisa externa ou internamente por meio de uma fotografia materializada em papel, não o sente de modo material. Porém, é enviada, pelo olhar e pela mente, ao momento preciso em que ele foi flagrado pela câmara, momento antes vivido por ela mesma ou por outro, que, em todo caso, a atinge como um sinal daquele tempo, ora feito imagético pela fotografia. Portanto, o monumento e a fotografia são afins no tocante ao revocar do passado, embora diferentes no modo de transmiti-lo aos sentidos humanos.

Monumento e espetáculo

No dizer de Choay, a fotografia contribui para a “semantização” [sic] do que nomeia como “monumento-sinal”. Considerando que esses sinais se dirigem às sociedades contemporâneas cada vez mais por intermédio da sua imagem, veiculada e difundida pelos meios de comunicação, a historiadora os estende a todas as construções.

Toda construção, qualquer que seja o seu destino, pode ser promovida a monumento pelas novas técnicas de “comunicação”. Enquanto tal, sua função é legitimar e conferir autenticidade ao ser de uma réplica visual, primeira, frágil e transitiva, à qual doravante se delega seu valor. Pouco importa que a realidade construída não coincida com suas representações midiáticas ou com suas imagens sonhadas. A pirâmide do Louvre existia antes que se iniciasse sua construção (CHOAY, 2001, p. 22-23).

Choay recorreu a um exemplo emblemático, mas que não parece adequar-se a ilustrar o que ela vinha argumentando. Pondera-se, pois, que se a

Pirâmide do Louvre existiu antes mesmo de ser construída, foi porque ela nasceu para ser antes imagem do que construção propriamente. Sua idealização como tal é clara, desde a escolha do arquiteto chinês, radicado americano, Ieoh Ming Pei (Cantão, 1917). Intensamente incensado no tempo daquela idéia, o conhecido I.M. Pei foi laureado, em 1983, com o *Pritzker Architecture Prize*.

Um arquiteto premiado com a láurea máxima da categoria, um projeto polêmico, um amplo trabalho de mídia – tais foram os ingredientes da pré-existência imagética da futura pirâmide do Louvre. A notícia abaixo, do ano de 1985, ilustra quão factícios foram os meios a que se deveu tal sucesso:

Pirâmide no Louvre divide opinião pública

01/05 – Até o dia 5, quem estiver em Paris poderá admirar uma maquete, em tamanho real, do que serão as pirâmides do Louvre, estruturas metálicas cobertas de vidro que serão construídas no centro

do grande pátio do mais famoso museu francês. Desde já, a obra causa polêmica. Os que são a favor alegam que a criação do arquiteto M. Pei dará um toque moderno ao velho museu. Os que são contra acham que o conjunto não tem nada a ver com a arquitetura do palácio e reclamam que o presidente François Mitterrand não consultou a Comissão Superior de Monumentos Históricos (JORNAL DO BRASIL, 2006).

Gerada antes como imagem do que como arquitetura, nascida para ser espetáculo, a pirâmide cumpriu seu destino. Seu caráter espetacular posteriormente se comprovou por sua inserção no *best seller* do ano de 2004 - *O Código Da Vinci* -, em que a pirâmide é citada como obra formada pelo suposto número de 666 placas. O livro foi depois transposto para o cinema (Columbia Pictures, 2005), obtendo grande sucesso de bilheteria. Assim, a película guindou a pirâmide a objeto de frenética visitaçã, de que dá exemplo a tela abaixo, do site da rádio BBC – Brasil.

Figura 1- Página do site da BBC Brasil destacando o incremento da visitaçã da pirâmide e o suposto número de 666 placas de sua composiçã, ali aludido como “o número do diabo”. Disponível em: <http://www.bbc.co.uk/portuguese/reporterbbc/story/2004/10/041006_codigodavinciaw.shtml>. Acesso em: 29 ago. 2006.



Figura 2 - O Guggenheim e o sítio de sua inserção: contraste total de escala e plástica. © 2005 Mary Ann Sullivanm. Disponível em: <<http://www.bluffton.edu/~sullivanm/spain/bilbao/gehryguggenheimgehry3.html>>. Acesso em: 29 jan. 2007

Figura 3 - O Guggenheim em contraste com o entorno. © Erik Samper/Liaison Agency. Disponível em: <http://encarta.msn.com/media_461547406/Bilbao%E2%80%99s_Guggenheim_Museum.html>. Acesso em: 29 jan. 2007.

Figura 4 - Rosto de Mies van der Hoe estampado na esquadria da entrada do McCormick Tribune Campus Center (Rem Koolhaas e escritório OMA). Foto Richard Barnes © 1999 - 2007 Arcspace. Disponível em <<http://www.arcspace.com/architects/koolhaas/McCormick-Tribune/>>. Acesso em 29 jan. 2007.

O que se deseja evidenciar com a utilização do exemplo dado por Choay, é a diferença entre arquitetura-espetáculo (instrumento de mídia) – caso em que, para as autoras, se insere a pirâmide – e monumento. O Louvre, nascido para ser monumento, bem antes da aurora da fotografia, e muito antes de vir a ser guarnecido por uma pirâmide espúria, era já monumento e assim persiste sendo, estatuto esse para cuja permanência e posteridade a pirâmide, aliás, em nada contribui, sendo, desse ponto de vista, totalmente dispensável. Se resultado logrou, foi, pelo fervor promovido pela sua existência, atrair maior atenção para o Louvre.

Trata-se, portanto, desde o início, de uma muito bem montada estratégia, que pode ser assim resumida: inserir em um antigo contexto um objeto chamativo, projetado por uma celebridade de *mainstream* da arquitetura, apoiado por uma poderosa campanha de mídia. Tudo isso com a

finalidade de renovar o interesse pela obra ou pelo contexto no qual o novo objeto chamativo virá a se inserir.

Tão engenhoso foi esse ardid que veio a tornar-se precursor de semelhantes estratégias, dos quais se destacam dois. O primeiro é o Museu Guggenheim de Bilbao (1997), obra do arquiteto Frank Gehry, implantado no seio de um conjunto urbano que se julgava degradado.

O segundo é o *McCormick Tribune Campus Center* (2003). Obra de Rem Koolhaas e do escritório OMA, foi inserida no cerne do Instituto Illinois de Tecnologia (1939), conjunto originalmente projetado por Mies van der Rohe segundo cânones modernistas, cânones que ora parecem ser considerados ultrapassados pelo prestigioso instituto.



O monumento e a difusão imagética

Sem embargo, ao citar a pirâmide como exemplo, Choay consegue ilustrar o poder de difusão de uma imagem, que ora não mais precisa ser fotográfica, mas que, sem dúvida, teve na fotografia sua técnica inaugural. Por ter possibilitado a reprodutibilidade da imagem captada, a fotografia foi incoativa de toda a disseminação imagética que hoje se conhece, como foi preconizado pelo filósofo alemão Walter Benjamin (1892 – 1940), bem antes de Barthes se dedicar a estudá-la.

Deve-se a Benjamin o conceito de aura: “uma figura singular, composta de elementos espaciais e temporais: a aparição única de uma coisa distante, por mais próxima que ela esteja” (1985, p.101). Essa definição é ainda mais esmerada quando o filósofo distingue aura de vestígio: “No vestígio apossamo-nos da coisa; na aura, ela se apodera de nós” (BENJAMIN, 1989, p. 226). Quando alguém divisa ou adentra fisicamente um monumento (no sentido primeiro de Riegl, e por Choay consignado), pode-se dizer que toma contato com a sua aura. Poder-se-ia considerar, retomando Riegl, que é a aura do monumento o que lembra a sua ação e a sua destinação, fazendo o passado vibrar como se fosse presente, para avocar também Choay.

Retornando à fotografia, e ao caso do monumento, objeto de interesse deste trabalho, essa técnica tornou-o mais apreensível, pela redução de sua escala ao enquadramento da foto, e mais visível, pela incessante reprodutibilidade de sua imagem. Para Benjamin, esses préstimos da fotografia vieram mesmo a alterar a própria concepção das grandes obras, o que filósofo alemão admite, como segue.

Porém somos forçados a reconhecer que a concepção das grandes obras se modificou simultaneamente com o aperfeiçoamento das técnicas de reprodução. Não podemos agora vê-las como criações individuais; elas se transformaram em criações coletivas tão possantes que precisamos diminuí-las para que nos apoderemos delas. Em última instância, os métodos de reprodução mecânica constituem uma técnica de miniaturização e ajudam o homem a assegurar sobre as obras *um grau de domínio sem o qual elas não mais poderiam ser utilizadas* (BENJAMIN, 1985, p. 104) [grifo nosso].

A passagem acima foi retirada do ensaio *Pequena História da Fotografia*, escrito originalmente por Benjamin em 1933, quando a fotografia se reproduzia em papel e se disseminava nas mídias impressas. Com o advento da fotografia digital, que sequer precisa ser revelada e que permite uma miríade de alterações nesse mesmo meio até que seja finalmente editada, potencializam-se à exaustão as faculdades acima aludidas por Benjamin.

Em todo caso, já em Benjamin se nota um misto de fascínio e espanto quanto aos poderes da fotografia, revelado, sobretudo, pela assertiva final da citação acima reproduzida. Novamente aqui, entrevê-se o que antes já se divisara no livro de Hugo e depois na matéria de Zilberman – a manifestação de um estranhamento diante de novos engenhos de reprodutibilidade técnica e de novas mídias.

Choay, entretanto, adverte em relação a um progressivo extinguir-se da função memorial do monumento. A historiadora o atribui a várias causas, dentre as quais destaca duas, ambas vigentes no longo prazo. A primeira é a elevação da importância da arte a partir do Renascimento. A historiadora explica-a mencionando a concessão, pelos Quatrocentos, de identidade e estatuto à beleza, dela fazendo o fim supremo da arte. Assim fazendo, os Quatrocentos associavam a beleza a toda celebração religiosa e a todo memorial. Mesmo Alberti, apesar de ter conservado a noção original de monumento, teria aberto caminho para a substituição progressiva do ideal de memória pelo de beleza, acrescenta Choay.

É interessante contrapesar essa visão de Choay com a afirmação de Riegl de que somente após a Renascença é que o valor histórico foi reconhecido pela primeira vez. De acordo com o teórico austríaco, desde então e até o século XIX, prevaleceu a tese segundo a qual existia um cânone artístico intangível. Mais ainda, um ideal artístico objetivo e absoluto, desígnio final, embora em parte inacessível, de todos os artistas.

Inicialmente, explica Riegl, considerava-se que a Antigüidade era mais próxima daquele cânone, e que certas criações suas representavam mesmo aquele ideal. Sua explicação prossegue afirmando

que o século XIX aboliu definitivamente esse privilégio da Antigüidade, e reconheceu a quase todos os períodos da arte as suas especificidades próprias. Ainda assim, ressalva Riegl, a crença em um ideal artístico objetivo não foi abandonada, e somente próximo ao começo do século XX é que se tiraram as conseqüências necessárias da idéia de desenvolvimento histórico. Aí então se pôde tomar toda a criação artística do passado como irremediavelmente desprovida de toda autoridade canônica (RIEGL, 1984, p. 40-41).

A segunda causa é o desenvolvimento, aperfeiçoamento e difusão das memórias artificiais. É do maior interesse essa segunda, justamente pelo que foi tratado acima. Ora, o advento da câmera digital não mitigou o encantamento de ver a imagem surgindo aos poucos na água do banho – momento mágico que tanto cativa os apaixonados da revelação manual em papel. Do mesmo modo, acredita-se que a coletivização dos monumentos, ora miniaturizados por diferentes técnicas para o domínio pelos humanos, não desfaz o encantamento de sua presença física, tampouco com ela concorre. O fato de que novos e diferentes registros dos monumentos

possam ser feitos não suscita, necessariamente, que suas primeiras formas de apreensão sejam desclassificadas. Tampouco perde o monumento o estatuto primeiro por ter sido registrado, gravado e disseminado por diferentes técnicas e suportes.

A igreja de São Francisco de Assis, em Ouro Preto, abaixo ilustrada por uma foto antes impressa em papel, ora digitalizada para inserção neste texto, não deixa, por essas transposições, de ser um monumento arquitetônico, físico, material. Do mesmo modo, a função memorial do monumento físico persiste com a persistência de seu estatuto físico, sendo esse o argumento com que se deseja contrapesar a visão da historiadora. A representação fotográfica ou midiática não parece concorrer com a arquitetura, antes de tudo por seus estatutos diferirem radicalmente, diferenciação justificada, sobretudo, pela natureza de realidade com que se estabelece a arquitetura. Vale dizer que nessa justificação conta-se com o apoio da peculiaridade com que o filósofo pernambucano Evaldo Coutinho (1998) definiu a arquitetura: a de ser ela, essencialmente, realidade, sendo o espaço a sua matéria de efetuação.

Figura 5 - Igreja de São Francisco de Assis, Ouro Preto (MG), 1988. © Eliane Lordello. Fonte: acervo de Eliane Lordello.



Ainda quanto à visão da atualidade, Huyssen, por sua vez, parte do pressuposto de que a categoria do monumental vem sendo recodificada no contexto contemporâneo de uma cultura memorialística, a que classifica de voraz e em permanente expansão. Atendo-se à questão do monumental relativamente à memória, sua abordagem contempla, inclusive, a memória edificada pela arquitetura. Focado no contexto da Alemanha que lhe é coetânea, o filósofo neofrankfurtiano ali detecta um questionamento do consenso estético a que denomina antimonumentalismo [sic]. De acordo com ele, tal consenso remonta aos modernismos do século XX e prossegue até os vários pós-modernismos da atualidade. A propósito desse tal antimonumentalismo [sic], Huyssen resenha brevemente os fatores que colocam a categoria de monumental sob suspeição:

O monumental é esteticamente suspeito porque se liga ao mau gosto do século XIX, ao *Kitsch* e à cultura de massa. É politicamente suspeito porque visto como representativo dos nacionalismos oitocentistas e dos totalitarismos novecentistas. É socialmente suspeito porque é o modo privilegiado de expressão dos movimentos de massa e da política de massa. É eticamente suspeito porque em sua predileção pelo grandioso se entrega ao mais-que-humano, na tentativa de esmagar o espectador individual. É psicanaliticamente suspeito porque se liga às ilusões narcisistas de grandeza e completude imaginária (2000, p.51).

O neofrankfurtiano entende que essa recusa do monumental recai principalmente sobre a arquitetura, pelas características que lhe são próprias. Ele a insere no debate, ao prosseguir com a relativização do fenômeno de recusa da dicotomia entre modernismo e pós-modernismo.

Assim como a sensibilidade temporal dos modernistas voltava sua ira contra a tradição e o museico [sic], levando-os a desprezar tanto o monumental quanto a monumentalidade, os pós-modernistas também falaram em nome de um apropriado antimonumentalismo quando começaram a atacar a arquitetura modernista como universalizante [sic], hegemônica e ossificada (2000, p. 51).

A seu ver, “somente se historicizarmos [sic] a categoria da monumentalidade em si” é que se

pode transpor a “dupla sombra do monumentalismo *kitsch* do século XIX e do belicoso antimonumentalismo comum ao modernismo e ao pós-modernismo”. “Só então”, apregoa Huyssen, “seremos capazes de levantar a questão da monumentalidade de modos potencialmente novos” (Op. cit., p. 53). Do uso, por Huyssen, do neologismo “historicizar”, pode-se depreender que sua proposta é tornar histórica a categoria da monumentalidade em si mesma. Deve-se perguntar, a propósito, se ela já não o é. Por tudo o que acima foi tratado, desde Riegl, a monumentalidade já é categoria inscrita na história, factualmente, o que não impede – pondera-se – que ela se manifeste de modo diverso em cada época, ou dito de outro modo, que se transforme com o tempo e com os novos meios que se lhe apresentam.

O próprio Huyssen, ao especular sobre o que seria, no contexto atual, a monumentalidade, representa-a pelo embrulhamento do prédio do Reichstag, em Berlim, pelo casal de artistas Christo e Jeanne-Claude, em 1995. Tal monumentalidade é assim definida pelo filósofo neofrankfurtiano:

Uma monumentalidade que consegue conviver com a impermanência e sem a destruição, que é fundamentalmente enformada pelo espírito modernista de uma epifania fugaz e transitória, mas que nem por isso é menos memorável ou monumental. Sua monumentalidade foi a do grande evento cultural disseminado e rememorado pela mídia, um evento que foi ao mesmo tempo monumental e antimonumental. No entanto, o projeto de Christo foi um evento artístico, uma instalação nômade. Não foi planejado como um espaço construído, e sim como a sua dissolução temporária. *Portanto, sua celebração levanta a questão se é possível ou mesmo desejável, hoje, uma arquitetura monumental* (Op. cit., p. 62) [grifo nosso].

Sendo uma instalação, tal monumentalidade é de fato fugaz, transitória, monumental por sua escala, e – usando o neologismo de Huyssen – “antimonumental”, por revestir o que a princípio foi um monumento que simbolizava o domínio de Hitler na Alemanha. Não se percebe por que um evento, uma instalação temporária, que é de ordem totalmente diversa do monumento arquitetônico, possa questionar a possibilidade ou o desejo de uma arquitetura monumental.



Figura 6 - O Reichstag embrulhado por Christo e Jeanne-Claude. Foto: Wolfgang Volz © 1995 Christo. Disponível em: < <http://www.christojeanneclaude.net/reichstag.html>>. Acesso em: 01 set. 2006.

Para as autoras do texto, o embrulhamento do Reichstag, na verdade, encobre um símbolo da tirania de Hitler, sendo, nesse sentido, um protesto iconoclasta muito apropriado. Trata-se mais de um caso de espetáculo que de monumento, e o próprio Huysen parece confirmá-lo ao admiti-lo em sua dissolução. Sua idéia de monumental é, portanto, a da escala, tanto espacial quanto de difusão (vista a anterior referência do autor à monumentalidade da *Web*). Confirma-se as suas próprias palavras, abaixo transcritas.

Talvez o embrulhamento do Reichstag – que hoje só pode ser visto em imagens reprodutíveis da mídia [...] – seja no fundo sintomático do destino da monumentalidade nos nossos tempos pós-modernos: migrou do real para a imagem, do material para o imaterial, e por fim para o banco digitalizado do computador (2000, p. 63).

Ainda na vertente do monumento espetáculo e desmontável mas fora do campo do protesto, surge a construção monumental para entretenimento, com forte caráter lúdico. Nesse sentido, um caso exemplar é o Ice Hotel, o Hotel de Gelo, empreendimento sazonal, erigido anualmente para existir apenas durante a estação de inverno, nas proximidades de Québec, Canadá. Construído em

neve e gelo, essa obra envolve números vultosos e arquitetura diferenciada técnica e estilisticamente. Apresentado na galeria de fotos de seu *site* como “maravilha arquitetônica e obra de arte”, seu programa de projeto contempla itens como: suítes temáticas, duas salas de exposições, um cinema, uma capela, um imenso salão de festas – dito *The N’Ice Club* –, e um badalado bar. O inusitado do empreendimento transforma-o em um atrativo para turistas e mídia internacional. É o que atesta o destaque “Janeiro é mês de... Dormir em um hotel feito de gelo”, na revista brasileira *Viagem e Turismo*, que evoca os números e a técnica adaptada ao clima, denotando o surpreendente de sua construção:

Feito com 15 mil toneladas de neve e outras 500 de gelo, abriga até 88 pessoas por noite, em camas de gelo. A temperatura interna vai de - 2°C a - 5°C (lá fora chega a - 28°C). Abre dia 5 e vai até 1° de abril (SUPERTOUR, 2007, p.40).

Outro destaque: “Casamentos de Contos de Fadas do Hotel de Gelo: Para uma ocasião especial numa locação excepcional!” (“*Ice Hotel Fairy-Tale Weddings: For an exceptional occasion in an exceptional location!*”). São as divisas que encabeçam a página dedicada aos pacotes de casamentos no *site* do Icehotel. Elas dão a justa medida do caráter lúdico

do empreendimento. Um palácio de gelo – como nos Contos de Nárnia – parece ser o imaginário acionado ali. Uma construção exótica e eventual, um forte apelo lúdico, um grande trabalho de mídia, eis os ingredientes que sagram o Icehotel como um exemplar contemporâneo do monumento espetáculo.

Os monumentos na *Web* e seus valores – um campo aberto à exploração

Porque foi potencializada pelos registros digitais, a difusão da fotografia encontrou na *Web* uma embarcação que a faz navegar as distâncias oceânicas em velocidade instantânea. Investido da fotografia e difundido nesse meio, o monumento embarca em novas temporalidades, colocando seus valores sob novas formas de percepção – eis com o que se deseja concluir. Para tanto, é preciso convocar três valores identificados por Benjamin para a obra de arte: o de culto, o de exposição e o de eternidade.

O filósofo alemão defendia que toda a história da arte poderia ser reconstituída a partir do confronto de dois pólos interiores na obra de arte: o valor de culto da obra e o seu valor de exposição. Ele acreditava que o conteúdo dessa história poderia ser visto na variação do peso conferido a um ou a outro dos dois pólos. Para explicá-los, Benjamin recorre a um histórico, lembrando que a produção de arte se iniciou com imagens que serviam à magia, a exemplo das figuras do xamanismo no interior das cavernas. Destinadas a serem vistas pelos espíritos, tais pinturas apenas ocasionalmente eram dadas a ver a outros homens, lembra o filósofo alemão que nelas avista o valor de culto.

O valor de exposição, segundo Benjamin, relaciona-se com o grau de “exponibilidade” [sic] de uma obra. Assim, exemplifica o filósofo, um quadro tem maior “exponibilidade” que um mosaico ou um afresco, que o precederam. Com o advento das técnicas de reprodutibilidade técnica da obra de arte, tais como a fotografia, aumenta consideravelmente a exposição da obra de arte. Nesse processo, o valor concedido à obra de arte muda, e novas funções lhe são colocadas, o que Benjamin exemplifica com o cinema. Disse o filósofo: “Fazer do gigantesco aparelho técnico do nosso tempo o objeto das inervações humanas – é essa a tarefa histórica cuja realização dá ao cinema o seu verdadeiro sentido (1985, p. 174)”.

Por fim, o terceiro valor definido por Benjamin é o de eternidade. Para expressá-lo, o filósofo alemão coteja a arte grega com o cinema. O molde e a cunhagem eram as únicas técnicas conhecidas pela arte grega para reproduzir obras de arte, sendo, portanto, as moedas e as terracotas suas únicas obras fabricadas em massa, lembra Benjamin. Como todas as demais obras de arte eram irreprodutíveis, necessitavam ser únicas e feitas para a eternidade, conclui ele. Assim, de acordo com Benjamin, o estágio de sua técnica obrigou os gregos a produzirem valores eternos. Mais ainda: ele credita precisamente a essa circunstância o lugar privilegiado dos gregos na história da arte e a capacidade dos mesmos de marcar toda a evolução artística posterior com o seu próprio ponto de vista. Motivados a produzirem valores eternos, para os gregos a mais alta das artes era justamente a menos perfectível de todas – a escultura, cujas criações partem de um único e irrecuperável bloco de pedra.

Figura 7 - Casamento na capela do Icehotel. © Yves Tessier. Disponível em: <<http://www.icehotel-canada.com/en/wedding/wedding.en.php>>. Acesso em: 30 jan. 2007.

Figura 8 - Vista externa noturna do Icehotel. © www.xdphoto.com – Ice Hotel Québec – Canada. Disponível em: <<http://www.icehotel-canada.com/en/partners/become3.en.php>>. Acesso em: 29 jan. 2007.



Para Benjamin, o contrário disso dá-se com as obras de arte na era da reprodutibilidade técnica – ao que novamente exemplifica com o cinema. Por poder ser continuamente aperfeiçoado até que se atinja a sua versão final, o filme é a mais perfectível das obras de arte. Perfectibilidade que o filósofo relaciona com a renúncia radical dos valores eternos, tomando como sua contraprova justamente a escultura, a seu ver em inevitável declínio na era da obra de arte montável. Se outrora o cinema já possibilitava a perfectibilidade, hoje os *sites* potencializam. A configuração e aperfeiçoamento dos *sites* até a versão desejável são ainda mais rápidos do que os da película cinematográfica. Além dessa celeridade, há que se considerar que os *sites* permitem uma atualização diária, e até de várias vezes ao dia. Tudo isso vem a potencializar o valor de exposição de uma obra de arte e, no caso específico aqui tratado, dos monumentos.

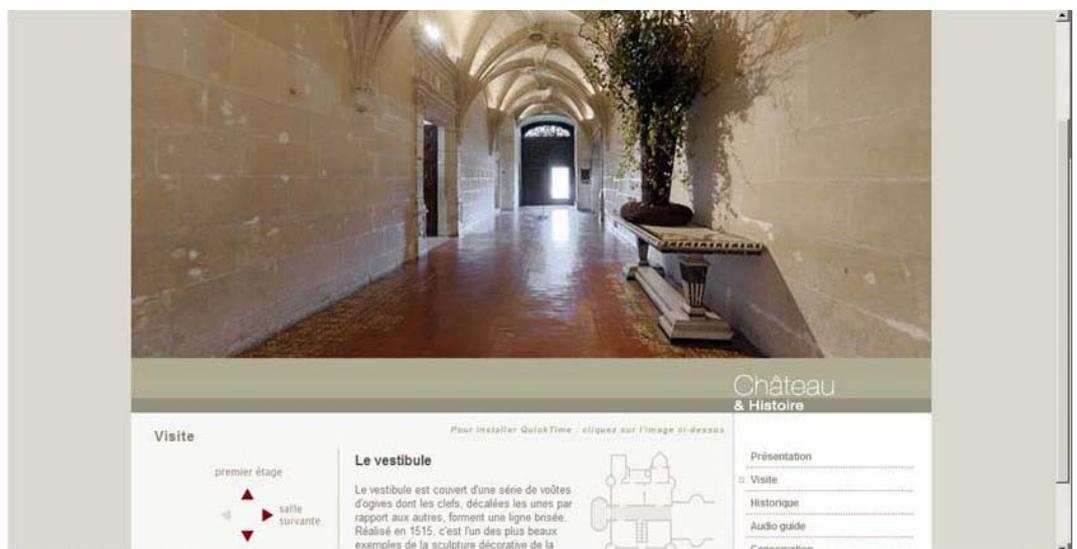
São exemplificados casos brasileiros: a talha dourada barroca da Igreja de São Francisco, em Salvador (1700), e o frontispício em estilo churrigueresco da Igreja da Ordem Terceira de São Francisco (1710), totalmente revestido de esculturas calcáreas, na mesma cidade; a talha folheada a ouro da igreja de São Francisco de Assis (século XVIII) em Ouro Preto; o altar-mor e o altar de Nossa Senhora da Piedade, da Sacristia, ambos em talha de madeira dourada

remontando ao final do século XVIII, no Mosteiro de São Bento (1599), em Olinda – todas essas obras fazem divisar a presença do valor de eternidade. Não obstante, se veiculadas na *Web*, tais obras adquirem também o valor de exposição acima citado.

Dentre os valores tratados por Benjamin, é, portanto, o de exposição que se potencializa ao se difundirem os monumentos na *Web*. Não obstante, como foi dito acima, não parece que o valor de eternidade desapareça com sua reprodutibilidade nas novas mídias. Isso porque essas, ao difundir-las, não concorrem com sua fruição física, pela própria peculiaridade com que já foi definida anteriormente a arquitetura – sua essência real. Mas também pelas suas especificidades tectônicas – o significado da realização técnica palpável –; e espaciais – a sensação de acolhimento e o sentido de abrigo. Tais especificidades, entretanto, parecem ainda mais valorizadas pelas novas possibilidades de difusão abertas pela *Web*, por instigarem a curiosidade por conhecer fisicamente o monumento. Para ilustrar uma dessas possibilidades, apresenta-se abaixo a imagem da tela do computador exibindo a visita virtual ao Castelo de Chenonceau, franqueada pelo *site* desse monumento.

Por outro lado, o valor de culto, com que foi aberto este tópico, parece desvanecer-se no meio virtual

Figura 9 - Tela da visita virtual ao Castelo de Chenonceau. Disponível em: <http://www.chenonceau.com/media/fr/histoire_visite.php#vr>. Acesso em: 20 dez. 2006.



que, além de desvelar o objeto de culto, o coloca sob um excesso de exposição incompatível com sua definição benjaminiana. Não obstante, é possível que novas formas culturais aos monumentos venham a se configurar nesse meio. Fortemente imagético, o meio virtual onde se difundem os *sites* pode vir a ensejar cultos visuais, ainda que diversos daqueles tratados por Benjamin. Enquanto os valores de culto benjaminianos se fundavam no velamento, os da *Web* parecem vir à tona pelo desvelamento total, pela impregnação imagética. Mas esse é um campo ainda a pesquisar, e certamente um dos muitos desafios que as novas mídias colocam aos pesquisadores de monumentos, arquitetura e memória.

Considerações finais

Com a fotografia, os monumentos passaram a ser difundidos de modo miniaturizado, na forma de postais, álbuns, revistas, livros e outros suportes associados aos materiais que podem ser tecnicamente chamados de papel. Com a fotografia digital, que não requer revelação, sua difusão é potencializada, pois parte da câmera diretamente para o meio virtual. Além disso, as técnicas de manipulação permitidas pelos programas gráficos associados à fotografia digital agilizam a perfectibilidade da imagem.

Acrescente-se, ainda: essas mesmas técnicas permitem certas alterações que podem transfigurar – ou, até mesmo, desfigurar – o objeto fotografado, desvinculando, assim, a imagem de seu referente. Esse seria o caso, por exemplo, de alterações de forma, cor e proporcionalidade dos objetos fotografados, o que, para os monumentos, mais especificamente, poderia deturpar sua arquitetura e, conseqüentemente, sua apreensão pela fotografia. Tais operações poderiam levar a uma desvinculação entre imagem e referente, desvanecendo, assim, aquele poder de jogar com os dois planos da memória, do pensamento barthesiano avocado por Choay. Desvanecer-se-ia, dessa forma, também a aura da fotografia, e do objeto fotografado.

Mas, operações deturpantes podem ser consideradas um caso extremo, uma exceção que sequer foi observada dentre os *sites* pesquisados para este artigo. O que se viu, ao contrário, foi a abertura de mais possibilidades para a apreensão dos monumentos,

a exemplo do outrora citado *site* do Castelo de Chenonceau. Mais ainda: por ser difundido na *Web*, o monumento tem sua coletivização ampliada a escalas antes inimagináveis, sem que, com isso, perca seu estatuto de monumento, e tampouco se confunda com espetáculo.

Por tudo isso, confirma-se a hipótese condutora deste trabalho: a coletivização dos monumentos, miniaturizados por diferentes técnicas e difundidos por meio da *Web*, não desfaz o encantamento da sua presença física, não concorrendo com a arquitetura, realidade cuja efetuação é o espaço. Ademais de coletivizá-los, a *Web* agrega novos valores aos monumentos, sendo este um campo aberto à investigação.

Referências Bibliográficas

- BARTHES, Roland. *A câmara clara: nota sobre a fotografia*. Rio de Janeiro: Nova Fronteira, 1984.
- BENJAMIN, Walter. *Obras escolhidas: magia e técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1985.
- _____. *Obras escolhidas III: Charles Baudelaire, um lírico no auge do capitalismo*. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- BROWN, Dan. *O código Da Vinci*. Rio de Janeiro: Sextante, 2004.
- CHOAY, Françoise. *A alegoria do patrimônio*. São Paulo: Estação Liberdade: UNESP, 2001.
- COUTINHO, Evaldo. *O espaço da arquitetura*. 2 ed. São Paulo: Perspectiva, 1998.
- HOUAISS, Antonio. *Dicionário eletrônico da língua portuguesa 1.0*. Rio de Janeiro: Objetiva, 2001.
- HUGO, Victor. *Notre-Dame de Paris – 1482*. Disponível em: <<http://www.livresse.com/Livres-enligne/notredameparis/01-1ndp.shtml>>. Acesso em 13 jun. 2006.
- HUYSEN, Andreas. *Seduzidos pela memória: arquitetura, monumentos, mídia*. Rio de Janeiro: Aeroplano, 2000.
- JORNAL DO BRASIL, Rio de Janeiro, 1985. Disponível em: <http://jbonline.terra.com.br/jseculo/1985.html>. Acesso em 29 ago. 2006.
- RIEGL, Alois. *Le culte moderne des monuments: son essence et sa genèse*. Paris: Éditions du Seuil, 1984.
- SUPERTOOUR. Janeiro é mês de... Dormir em um hotel feito de gelo. *Viagem e Turismo*, São Paulo, ano 13, n.1, ed. 135, p.40, jan. 2007.
- ZILBERMAN, Regina. Fim da era do livro? *Jornal do Brasil*, Rio de Janeiro, 28 out. 2000. Caderno B, p. 1-2.

Abstracts

The Monuments and their reproducibility: media and values

Eliane Lordello e Norma Lacerda

Abstract

The central object of this text is to reflect upon the concept of monument and its reproducibility, carried out through photographic register diffusion, strongly enhanced by *sites*. This hypothesis was the starting point to direct the analysis: the socialization of monuments does not destroy the enchantment of their physical presence, meaning that they do not compete with the architecture that is seen as a reality of which the realization is space. To show how pertinent such a hypothesis is, the text discusses the concept of monument, focuses on the new media supports and their power to popularize the monument, and shows how the magnetic images are created even before architectural concretization.

Key-words: monuments, medias, values.