

Van representatie naar presentatie en terug

La Defense UN-Studio, Son-O-House NOX

Wat is de emotionele, imaginaire en symbolische waarde die we als gebruiker voelen en benoemen onder invloed van architectuur? Word ik opgejaagd of voel ik mij thuis in dit gebouw? Werkt de ruimte therapeutisch of daagt de magie van de ruimte mij uit? Voelt het aan als een gevangenis of is het pure hypnose? Voel ik mij een onderdeel van een gemeenschap of is zijn het individuele verlangens die mij leiden? Deze en andere gevoelens komen tot leven door de wijze waarop de architect een gebouw vorm geeft en organiseert. Niet de objectieve ruimte van het gebouw – het aantal vierkante meters, de gangen, de kamers, de constructie, etc – zijn van doorslaggevende betekenis, maar eerder de politieke, culturele en poëtische implicaties van een ruimte. Door de eigenschappen van de bekleding van de ruimte kunnen zich tussen het gebouw en de context specifieke verhalen en atmosferen ontvouwen. De meeste architecten spreken zich liever niet uit over de politieke, culturele of poëtische kwaliteiten die worden gecommuniceerd door de bekleding, de organisatie en de vorm van hun gebouw, ze beperken zich liever tot de feiten van de objectieve ruimte. En dat terwijl ze in de werkelijkheid een theater van effecten en sferen creëren, zelfs als de constructie alleen maar bekleed is met een dun laagje verf.

Architecten die zich doelbewust met de effecten van de bekleding en de symboliek van van de vorm van een gebouw bezighouden vallen uiteen in twee groepen. Aan de ene kant zijn er architecten die zich bezighouden met representatie. Venturi, Scott Brown en Izenour maar ook de architect Soeters bijvoorbeeld proberen door de ironische manipulatie van populistische symbolen het sentiment van het publiek aan te spreken. Het draait in hun iconografische werk om identiteit, betekenis en taal. Aan de andere kant zijn er architecten die zich concentreren op presentatie, op het performatieve van de architectuur¹. NOX en UN-Studio architecten bijvoorbeeld verzetten zich tegen representaties. Dergelijke representaties tonen slechts een klein deel [subtract] van de werkelijkheid, zitten vol clichés, gewoontes [habits] en tonen vooral het vertrouwde [familair]. Representaties ordenen de werkelijkheid waardoor doelgerichte consumptieve actie mogelijk wordt. Het blauw en geel van de Ikea dozen, de MacDonald logo's langs de snelweg, een kerktypologie of bijvoorbeeld de ordening van een renaissance tuin vertellen je wat je kan verwachten. Het is een architectuur voor *dummy's* zegt Venturi. "Viva realism over Idealism? Dumb can be good!"² Presentaties proberen ten eerste te ontsnappen aan het cliché door het creëren van het nieuwe. Ten tweede gaat het in presentaties om de actieve betrokkenheid van de gebruiker of beschouwer datgene wat plaatsvindt te interpreteren. Presentaties zijn niet uit op kant-en-klare [ready made]

¹ De architectuur als materiële praktijk, Peter Trummer en Ludo Grooteman, *De Architect*, jan – febr. 2005.

² *Architecture as Signs and Systems. For a Mannerist Time*, Robert Venturi, & Denise Scott Brown, The Belknap Press of Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts, London, England, 2004.

antwoorden of het accorderen van gewoontes [habitual responses] zoals tekens dat in scène zetten. Voor een architectuur geïnteresseerd in presentatie gaat het niet om symbolen maar om het organiseren van stemmingen [affects], hoe de zintuigen door lichamelijke ervaringen in de ruimte geprikkeld worden te bewegen naar het onbekende. Projecten die zich concentreren op presentatie richten hun aandacht niet op functies, maar op effecten voorbij de symbolische orde. Ben van Berkel merkt op over La Defense: "...het geeft de mensen een atmosfeer om te functioneren, ofwel hoe we het gebruik van het gebouw kunnen oprekken".³

In het La Defense gebouw, ontworpen door UN-Studio in Almere, word je overvallen door kleur en visuele intensiteit. Het is net alsof je door een schilderij of digitale foto loopt zegt Van Berkel. De sterk wisselende reflecterende kleuren representeren niet de functie van het gebouw, ook veranderen ze het gebouw niet in een broche of een diamant, maar werken als een cosmetische laag. Kleur is hier geen code, maar een hypnotiserende verleider. Door de vermenging van innovatieve techniek⁴ en atmosferische perspectieven die hun uitgangspunt vinden in het animeren van visuele effecten, worden stemmingen gecreëerd in het actuele en directe gebruik. "Acht uur in de ochtend, rode tijd: mannen en vrouwen arriveren in hun kantoor. Elf uur, oranje tijd: zeven vergaderingen starten. Twee uur dertig, blauwe tijd: een paar late eters genieten een bedrijfslunch. Vijf uur, gele tijd: drie junior partners bespreken de bedrijfsresultaten, de laatste vergadering eindigt."⁵ Kleur en reflectie van licht zijn hier geen onderdeel van technische duiding maar zorgen voor effecten van gevoel. Un-Studio zet het presentatiemodel niet tot in het oneindige door. Het bedrijfsverzamelgebouw lijkt vanuit de lucht op het logo van projectontwikkelaar Eurocommerce. Daarnaast zijn alle functies achter de façade conform de wensen van de markt.

In de ervaringsmachine van NOX, het Son-O-House in de multimediahoek van het industrieterrein Ekkersrijt in Son, draait het niet om een kleurrijk oppervlak geactiveerd door visuele perceptie zoals in La Defense van UN-Studio, maar om een open structuur met verschillende geluidskamers die elk hun eigen geluidsfeer en akoestiek hebben. De componist, Edwin van der Heide, heeft de luidsprekers en bewegingssensoren zodanig geplaatst, dat de door de computer gegenereerde composities met je meereizen tijdens een wandeling door het Son-O-House. Terwijl bij UN-Studio net zoals bij Venturi en Scott Brown de gevel zich distantieert van het achterliggende conventionele gebouw, respectievelijk als hypnotiserende presentatie (stemming) en retorische representatie

³ "... it gives the people an atmosphere to function, so how can we stretch the utilities in the building." Interview op internet, April 2003, met Ben van Berkel op DB DesignBoom: <http://www.designboom.com/eng/interview/vanberkel.html>

⁴ Door de toepassing van 3M folie oorspronkelijk ontwikkeld voor parfumflesjes.

⁵ "Eight thirty in the morning, red time: men and women enter their offices. Eleven o'clock, orange time: seven meetings start. Two-thirty, blue time: a few late eaters are enjoying a company lunch. Five o'clock, yellow time: three junior partners are discussing company dealings, the last meeting ends." Citaat uit: <http://www.unstudio.com/>

(symbool), worden door NOX het oppervlak en de organisatie van de ruimte in elkaar vervlochten tot een "deep surface". De structuur, het oppervlak en de sociale orde zijn zoals Spuybroek zegt vaag [vague], het is onmogelijk op te maken waar de dragers of het dak beginnen. Onder elke hoek heeft Son-O-House een andere aanblik: opaak of transparant, glimmend of mat. Met het Son-O-House wordt op bescheiden schaal geëxperimenteerd met een circulatiemachine die je route probeert te compliceren, spontaniteit wil bevorderen, steeds weer andere stemmingen wil oproepen, en ver weg wil blijven van welke objectieve ruimte dan ook.

Un-Studio en NOX proberen met hun digitale technieken gadget-achtige kwaliteiten te integreren in de architectuur. Gadget architectuur wil dat je geëngageerd reageert, het gaat niet om een functionele rationale taak, maar wil een intieme ervaring oproepen. Net zoals een gadget van je vraagt dat je knoppen indrukt en activeert, is Gadget architectuur pseudo-levend. De interactieve functie van de bekleding is decoratie geworden, dit keer niet als representatie, maar als presentie. Hoe de associatieve processen en raadselachtige bekleding van NOX en UN-Studio een bijdrage kunnen leveren aan het verbeteren van bepaalde urgente opgaven in de samenleving blijft een open vraag.

Roemer van Toorn