

je op het gepaste moment de dans weer zal ontspringen. En misschien waarde er ondertussen wel één of andere diepzinnige gedachte door je hoofd. Maar wat dit nou allemaal met bewustwording en kunst en diepere of hogere betekenissen te maken heeft, Joost mag het weten. De aanspraak die Diller in het vierde citaat maakt op een bewustwording van het internet als *another all-pervading, yet infinitely elastic, massless medium* lijkt er al helemaal over. Uiteraard vallen er bijzonder interessante dingen te vertellen over de relatie tussen het internet en de architectuur zoals we die altijd gekend hebben. Bijvoorbeeld: moderne communicatiemedia hebben het besef en het belang van de plaats en de ruimte waarin we leven drastisch gewijzigd. Het lijkt mij niet nodig om daarvoor met je hoofd in de wolken te lopen. Het tegendeel is eerder waar.

Wat D+S met dit soort praatjes zorgvuldig verstoppen, maar in hun buitengewoon gedetailleerde tekeningen van het project ongewild bewijzen, is het feit dat de ware inzet van het ding natuurlijk vooral gelegen is in de technologische *tour de force* die nodig was om de 'immersieve' ervaring van deze wolk tot stand te brengen. Blur is verbluffend, daarover bestaat geen twijfel, maar dit heeft alles te maken met de schaal waarop en de spitsvondigheid waarmee hier technologie ingezet wordt om een fantastische ervaring te creëren. Blur is big. En daarin verschilt Blur geen haar van veel andere expo-paviljoenen, wat de makers ook mogen beweren. Expo-paviljoenen dienen vooral om de mensen te onderhouden en *en passant* een ideologische boodschap mee te geven. En dat was nou net mijn vraag: welke ideologische boodschap brengt Blur? Waar wil het ons hebben? Dat is ver van duidelijk. Daarvoor is niet alleen de wolk, maar ook Dillers verhaal te wazig. (Sommigen denken daar anders over: Cary Wolfe schreef een essay over Blur waarin ze aan de hand van o.a. de systeemtheorie van Niklas Luhmann over 'Art as a social system' aantoont dat Blur heel diepzinnige uitspraken doet over de relatie tussen kunst als een gesloten systeem en de complexe context waarbinnen die kunst opereert. Toch benieuwd of veel bezoekers van Blur die conclusie, al was het maar gevoelsmatig, ook getrokken hebben.)

### Gigantische promotiestunt

Om de irritatie compleet te maken: Blur is helemaal niet het eerste wolkenpaviljoen. Op de wereldtentoonstelling in Osaka in 1970 stelde E.A.T. (*Experiments in Art and Technology*) het Pepsi-Colapaviljoen voor, een gigantische dubbele koepel die aan de buitenzijde omgeven werd door een wolk van mist (een ontwerp van Fujiko Nakaya, ook toen al gebaseerd op sprinklers die fijne waterdruppels in de lucht brachten...) die de exacte vorm van de constructie dubbelzinnig maakte. Binnen de koepel werden de grenzen van de ruimte opgelost door het hele oppervlak te bekleden met een reflecterend materiaal dat elke zin voor richting of plaats volledig ophief, tot groot jolijt van de bezoekers. En daarnaast werden er binnen en buiten het paviljoen nog heel wat andere technologisch-artistieke licht- en bewegingsgadgets voorzien. Ook toen was het idee al om een

nieuwe ruimte- en tijdservaring te bewerkstelligen door de zintuigen te destabiliseren. Het idee en de uitwerking verschillen op heel wat punten van Blur, maar als *démarche* komen de twee projecten toch aardig dicht in elkaars buurt. EAT werd in 1966 gesticht door de ingenieurs Billy Klüver en Fred Waldhauer en de kunstenaars Robert Rauschenberg en Robert Whitman. Rauschenberg had het in 1970 te druk met zijn eigen carrière om actief betrokken te zijn bij het ontwerp van het paviljoen, maar hij leverde wel het essentiële idee. Hij merkte op dat de meeste voorstellen voor het paviljoen zich richtten op een visuele ervaring. Wat daarentegen nodig was, volgens Rauschenberg, was een 'onzichtbare omgeving', gecreëerd door een multisensoriële ervaring. Dat was de eerste stap op weg naar de wolk en de spiegelbol. Het ideologisch doel van de ontwerpers was echter, in de geest van de tijd, minder om de bezoekers hardhandig te confronteren met hun 'visual dependency' en de 'technological sublime', dan wel 'that the quality of the experience of the visitor should involve choice, responsibility, freedom and participation. The Pavilion would not guide the visitor through a didactic authoritarian experience. The visitor would be encouraged as an individual to explore the environment and compose his own experience. As a work of art, the Pavilion and its operation would be an open-ended situation, an experiment in the scientific sense of the word' zoals Klüver het formuleerde. Maar je moet geen doorgewinterd dialecticus zijn om te zien dat de redeneringen van D+S op het Japanse paviljoen toepasbaar zijn en omgekeerd, zeker als de gadgets die D+S bedachten ook uitgevoerd waren. Zo de tijd, zo de zeden (of de argumenten)...

Artistiek loste het paviljoen in Osaka zijn belofte niet in. Dat lag voor een deel aan de abrupte beëindiging van de samenwerking tussen de directie van Pepsi-Cola en de deelnemende artiesten. Maar wat er werkelijk loos is met dit soort projecten – Blur niet uitgezonderd – werd door Sven Sterken in het uitstekende artikel 'Van penseel tot pixel' (*De Witte Raaf* 95, januari 2002) haarscherp geformuleerd. 'De wereldtentoonstelling van Osaka toont hoe kinetische kunst steeds blijkt te vertrekken als een artistiek (onderzoeks-) project dat de notie van sculptuur probeert te verwijderen tot het interactieve 'environment', maar uiteindelijk buiten de kunst belandt als spektakel. Hier leidde de versmelting van architectuur en kunst tot een vrolijke verwarring tussen utopische toekomstdromen, puur vermaak, en – *last but not least* – een grootse intro van Pepsi-Cola op de Japanse markt'. Je hoeft maar een paar punten en komma's in deze tekst te verplaatsen om tot de essentie van *Blur* te komen: een gigantische promotiestunt voor Media-Expo 02 en Zwitserland.

Over wat architectuur nu nog kan doen of betekenen zijn we daarmee ook al niet veel meer te weten gekomen. Wel over hoe iets tot een architecturale 'hype' opgeblazen wordt.