

Interatividade e Performatividade: o cenário das (multipli)cidades.

Samantha Manfroni Filipin ROVIGATTI ¹

Resumo

O presente estudo propõe uma reflexão acerca do caráter e da imagem da cidade, configurada sob a égide da globalização. Aborda a questão da performatividade do espaço urbano na contemporaneidade, corroborada pelo aumento exponencial de visualidades e chamarizes tecno-estéticos na era da sociedade do espetáculo, conceituada por Guy Debord. A discussão versa sobre o contumaz apelo visual e comunicacional que aponta para a cidade como palco da espetacularização midiática. O estudo aborda os pendores da apropriação transitória do espaço urbano e da arquitetura pela tecnologia, especialmente o *videomapping* ou projeção mapeada, que cria camadas dialéticas entre realidade e virtualidade. E considera que a cidade, sob múltiplos olhares e percepções, deve abarcar a tecnologia como forma de inscrever, ver, viver e conviver.

Palavras-chave: Cidades. Tecnologia. Espaço Urbano. Arquitetura. *Vídeo Mapping*.

Abstract

This study proposes a reflection on the character and image of the city, set up under the aegis of globalization. Address the issue of performativity in contemporary urban space, supported by the exponential increase in technological and aesthetic visualities decoys in the society of the spectacle, conceived by Guy Debord. The discussion is about the stubborn visual appeal and communicative pointing to the city as a stage of media spectacle. The study addresses the tendencies of the transitional appropriation of urban space and architecture by technology, especially videomapping, also called projection mapping, which creates layers dialectic between reality and virtuality. And consider that the city, under multiple perspectives and perceptions, should embrace technology as a way to subscribe, see, live and socialize.

Keywords: Cities. Technology. Urban Space. Architecture. Videomapping.

¹ Mestranda em Comunicação e Linguagens pela Universidade Tuiuti do Paraná. Membro do grupo de Pesquisa INCOM - Interações Comunicacionais, Imagens e Culturas Digitais (UTP). E-mail: samfrovigatti@gmail.com.

Introdução

Não se pode pensar a cidade na contemporaneidade sem considerar os aspectos históricos e sociais dos cidadãos locais e da sociedade global². O espaço, aqui relacionado ao meio urbano, não se configura como entidade meramente física e isolada, pois que vincula-se de forma indissociável com as pessoas, a sociedade³. Santos (1998, p. 10), em menção a esse amálgama afirma que "O espaço deve ser considerado com um conjunto indissociável de que participam, de um lado, certo arranjo de objetos geográficos, objetos naturais e objetos sociais, e, de outro, a vida que os preenche e os anima, seja a sociedade em movimento." Na conhecida obra "Imagem da Cidade" Kevin Lynch aponta para a importância igualitária entre os elementos físicos da cidade e os elementos móveis, as pessoas. Os cidadãos não se caracterizam como mero espectadores, sendo parte ativa e indispensável.

O mundo hodierno vive no "século da comunicação", conforme Barbosa (2012, p. 148), na era do consumo, de uma sociedade e de uma cidade que seguem em transformação. Santos (1998, p. 14) argumenta que "O fenômeno humano é dinâmico e uma das formas de revelação desse dinamismo está, exatamente, na transformação qualitativa e quantitativa do espaço habitado." Para ele eis a razão da heterogeneidade do espaço habitado, no que concerne à distribuição populacional e à evolução das cidades. Trata-se da "ubiquidade do homem", conceito de Maximilien Sorre trazido pelo autor.

Desterritorialização *versus* reterritorialização

Estudos recentes têm pensado a cidade em relação aos processos comunicacionais e as implicações destes no espaço urbano, conforme Canclini (1999, p. 41). A cidade não se

² Conforme Firmino, 2005.

³ *Id.*

insere mais como “um mero cenário para o a habitação e o trabalho, como simples organização espacial”. Há de se pensar na recomposição espacial que as ações midiáticas imprimem à cidade. Canclini aponta que muitos estudos na área desvelam uma dicotomia entre a integração do espaço público, tida como forma de sociabilidade, de interação e a “disseminação desterritorializada das mídias”, que desconfiguraria o caráter da cidade. As novas mídias conseguem promover uma sociabilidade em lugares, para o autor são os “não-lugares”, fora dos centros urbanos, dos conflitos da cidade. Os encontros de rua, nas praças perderam força para os encontros virtuais. Na acepção de Martín-Barbero (1998) são os medos urbanos, que impingem o expurgamento das ruas, levando os indivíduos a novos lugares de encontro, às novas mídias interativas. Barbero refere-se ainda ao processo de reterritorialização do espaço ao afirmar que “Os novos movimentos urbanos enfrentam a cidade feita de fluxos e informações, com uma forte dinâmica de reterritorialização das lutas, de redescoberta de territórios como espaços vitais para a cultura.”

Firmino e Duarte (2009) metaforizam esse processo trazendo o palimpsesto, manuscrito medieval em pergaminho que permitia reinscrições⁴. Os autores se referem a essas reinscrições ao considerarem que “num mesmo espaço são retirados e colocados objetos que são frutos e propiciam novos sistemas de ações”, sem que com isso se transforme radicalmente este lugar.” Ocorre uma “ressignificação”, que passa inicialmente pela desterritorialização, aqui não entendida no sentido de “negação do território”, mas de um esvaziamento para emergir novas configurações espaciais.

Silveira (2004) aponta para uma nova maneira de olhar para a cidade globalizada, através de um “re-encontrar ou re-aprender a ver lugares que possam oferecer uma contra-face qualquer à impessoalidade administrativa e à assepsia identitária com as quais a cultura global pretende instaurar-se.” A cidade contemporânea emerge como um reflexo da cultura da globalização e da sociedade midiática. A cidade se transforma constantemente, não é estanque, tampouco imune às novas culturas, aos novos tempos.

Calvino (1990) traz em Zora, uma das suas “cidades invisíveis”, uma metáfora que se aplica a essa impraticável imobilização do espaço. Zora se configurava como uma cidade

⁴ Trazem a analogia feita por Haroldo de Campos ao referir-se à formação da cidade como um palimpsesto.

para ficar na memória, tal qual ela se apresentava. Era possível conhecer e recordar cada lugar, pois que ficou “obrigada a permanecer imóvel e imutável para facilitar a memorização”. E Calvino dá a sentença final ao concluir que “Zora definiu, desfez-se e sumiu. Foi esquecida pelo mundo”. Trata-se de uma obra literária que conduz a uma consciente reflexão sobre a memória, a imagem e a permanente transformação da cidade. Segundo Schulz:

Se a memória não desiste de renovar o passado, a sensação convida a uma experiência estética, a um mergulho no caos da cidade contemporânea, para deste extrair seus mundos diferenciais. Longe das utopias consoladoras, os autores das cidades constroem espaços urbanos heterotópicos, em permanente processo de criação, e os amantes das cidades se deslocam por tais espaços sempre perseguindo o prazer da aventura, sempre tentando descobrir realidades invisíveis nas cidades visíveis. (SCHULZ, 2009, p. 243)

Impressões sobre a imagem da urbe contemporânea

Sendo a urbe um espaço livre, de sociabilidade, de expressões, de avanços, é plausível surgirem contraposições acerca da imagem e do caráter funcional e interacional da cidade. Sánchez (2001, p. 34) postula que não há possibilidade de uma única leitura do espaço urbano. Enfatiza a pluralidade de apreensões, de leituras, ao considerar que a cidade pode ser imaginada "a partir de diversos olhares". O espaço urbano possibilita múltiplas percepções, é apreendido de tantas formas quanto hajam olhares para ele. As imagens e impressões da cidade ocorrem de forma muito peculiar e dão margem às paixões mais controversas⁵.

Kevin Lynch (1960, p. 16-20) afirma que “as imagens do meio ambiente são resultado de um processo bilateral entre o observador e o meio.” O autor define como *imaginabilidade* a qualidade de algo evocar uma imagem marcante no observador. “As pessoas constroem uma identidade e estrutura daquilo que se lhes depara”. Se essa imagem

⁵ Em SCHULZ, Sonia Hilf. Estéticas Urbanas: da polis grega à metrópole contemporânea. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

for apresentada de forma intensa aos sentidos, tornar-se-á legível ou visível. Lynch afirma que a imagem pública de uma cidade pode ocorrer pela “sobreposição de imagens de muitos indivíduos”. Tem-se a aplicação do *sensus communis* kantiano, que tratava da comunicabilidade do gosto, no sentido comunitário. Tornar comum o que faz o sujeito gostar de algo, o compartilhamento do gosto⁶.

Afirmar que as mídias e a tecnologia determinaram essa nova conformação do espaço urbano seria incorrer em um determinismo tecnológico⁷ que não configura o viés do presente estudo. Outrossim, é inegável que há uma forte interferência no uso que se dá hoje ao espaço público, à cidade.

Teobaldo (2010) questiona a funcionalidade de muitas das revitalizações propostas para os centros urbanos degradados, que recebem nova *roupagem*, convertendo-se em centros de consumo e, dada a valorização territorial, tornam-se alvo de interesse imobiliário e midiático. Para Ferrara (2012, p. 39) “a paisagem urbana depende do valor subjetivo e sentimental que a contamina; porém, quando é apropriada pelos veículos de comunicação, seus fragmentos assumem uma espécie de função econômica e o valor da imagem pode ser análogo àquele do solo urbano, obedecendo a similares estratégias comerciais e persuasivas.” Notadamente as relações de consumo e midiatização estão presentes na cidade contemporânea.

A arquitetura corrobora com essa caracterização — ou descaracterização — visto que é parte importante na recomposição espacial. Não é raro perceber na paisagem urbana contemporânea um edifício cuja valorização se dá pela aparência, uma espetacularização imagética em uma arquitetura cuja função principal deixa de ser o abrigo, o espaço servido ao morar, ao trabalho, ao lazer.

Pode-se apreender uma inversão do caráter do edifício, em que a forma arquitetônica se sobrepõe à função para atrair o olhar e o capital para a cidade. Há uma

⁶ Segundo VALVERDE, Monclar. Gosto e Comunicação: o papel da reflexão estética nas teorias da comunicação. In: Anais do XVI Encontro da COMPÓS, junho, 2007a, Curitiba.

⁷ Segundo Williams, Raymond, determinismo tecnológico implica considerar as mudanças sócio-econômicas e culturais como sendo determinadas pela tecnologia.

caracterização cenográfica do espaço físico⁸, uma subversão do papel da arquitetura impingida pela estratégia mercantilista de atrair investimentos para a cidade, apoiando-se no chamariz midiático provocado pelo novo espaço urbano. Trata-se do que Debord (1997) conceitua como *espetáculo*, uma inversão de papeis, na qual há uma supervalorização da imagem e da aparência em detrimento da realidade. O autor indica que o *espetáculo* não se constitui das imagens por si, mas de uma “relação social entre pessoas, mediatizada por imagens.” Neste cenário a cidade assume a posição de palco da espetacularização, dos simulacros.

As apropriações urbanas e arquitetônicas pela tecnologia

A tecnologia tem sido cada vez mais explorada nas caracterizações e apropriações espaciais urbanas e de edifícios arquitetônicos. André Lemos (2008) ao falar de cibercultura e mídias no espaço urbano, traz os jogos móveis locativos, os JML, atividade que surgiu pela interpolação da cultura do *videogame* e a emergente cultura da mobilidade. Assim, os JML são desenvolvidos com bases tecnológicas e serviços de localização tendo a cidade como fulcro para sua realização.

Emergem novas e fugazes funções para o espaço urbano, ao incorporarem as mídias locativas, efêmeras e lúdicas. Na acepção do autor, o uso do jogo móvel locativo possibilita criar novas espacializações, torna a cidade um “território informacional”, provocando uma interpenetrabilidade entre espaço urbano e espaço eletrônico. Para Barbosa (*op. cit.*) “As tecnologias permitem a multiplicação das possibilidades da comunicação, mas, sobretudo, modificam a dimensão espaço-temporal na qual estamos imersos.” Essa nova dimensão pode ser apreendida no entrelaçamento dos espaços, urbano, real e eletrônico, virtual. A apropriação do espaço público pelas tecnologias, ainda que seja efêmera — como nos casos dos jogos móveis locativos e das projeções mapeadas — transforma os modos de ver e viver a cidade e os espaços arquitetônicos.

⁸ Na acepção de Lima, referido por Teobaldo.

Benjamin (1994) postulava que a arquitetura, a mais antiga das artes, perpassa a história e o tempo, visto que “a necessidade de abrigo é duradoura”. A arte, que também se configura como um sistema de linguagem não verbal⁹ ou ato comunicacional¹⁰, traz ao presente a existência do passado, conforme Barbosa (*op. cit.*). Com o aporte da tecnologia os edifícios arquitetônicos tem recebido novas conformações, transformações imagéticas que possibilitam galgar visualidades prodigiosas, circunstanciais, da ordem do inesperado.

O vídeo mapping ou projeção mapeada: uma inscrição efêmera

O uso da ferramenta interacional de projeção mapeada, o *vídeo mapping*, também elucidada essa configuração cenográfica. Pelo forte apelo visual e apropriação do espaço público, o uso da projeção em campanhas publicitárias vem ganhando espaço e transformando, ainda que de forma efêmera, a paisagem das cidades contemporâneas. De forma aparente é uma apropriação que não deixa vestígios ou prejuízos à imagem da cidade. São ações inócuas à materialidade arquitetônica, porquanto são meramente virtuais. Contudo, essas inserções imagéticas transitórias acendem a reflexão sobre o uso e exploração do espaço urbano de forma indiscriminada. Não obstante, há ainda a possibilidade de apropriação para autopromoção da urbe.

A exposição midiática faz atrair o foco para a cidade, com olhares de renovação, ares de evolução. Para Sánchez:

Parece claro que as representações do espaço relacionam -se com as condições políticas, culturais e materiais dominantes das diferentes épocas. Quanto à época presente, nossa análise das políticas de promoção das cidades, ou, como preferem alguns autores, da “re-invenção das cidades” (WARD, 1998), parece indicar a emergência de um conjunto de representações que desenham uma cidade ideal, fruto de uma competição imagética, de uma luta simbólica que procura dotar esta cidade ideal das quantidades apropriadas de valores hegemônicos. (SÁNCHEZ, 2001, p. 41)

⁹ Segundo Pietroforte, Antonio Vicente, 2004.

¹⁰ Segundo Barbosa, Marialva Carlos ao se referir-se aos atos comunicacionais: “Os atos comunicacionais duradouros dos homens do passado chegam até o presente e deles a história se apropria”.

A cidade tornou-se um palco de encenações e experimentações. Uma das formas de apropriação do meio urbano como recurso midiático é a arquitetura, sobretudo as fachadas arquitetônicas. Pelo mapeamento tridimensional dos elementos que compõem a elevação principal do edifício e, com o aporte tecnológico, projetam-se quaisquer novos elementos, dinâmicos ou estáticos, sobre a superfície. Da simples recomposição de componentes formais ou funcionais da fachada à criação de uma nova e fugaz visualidade do edifício, a projeção mapeada parece romper, metaforicamente, a barreira entre o virtual e o real¹¹, tornando possível, o impossível.

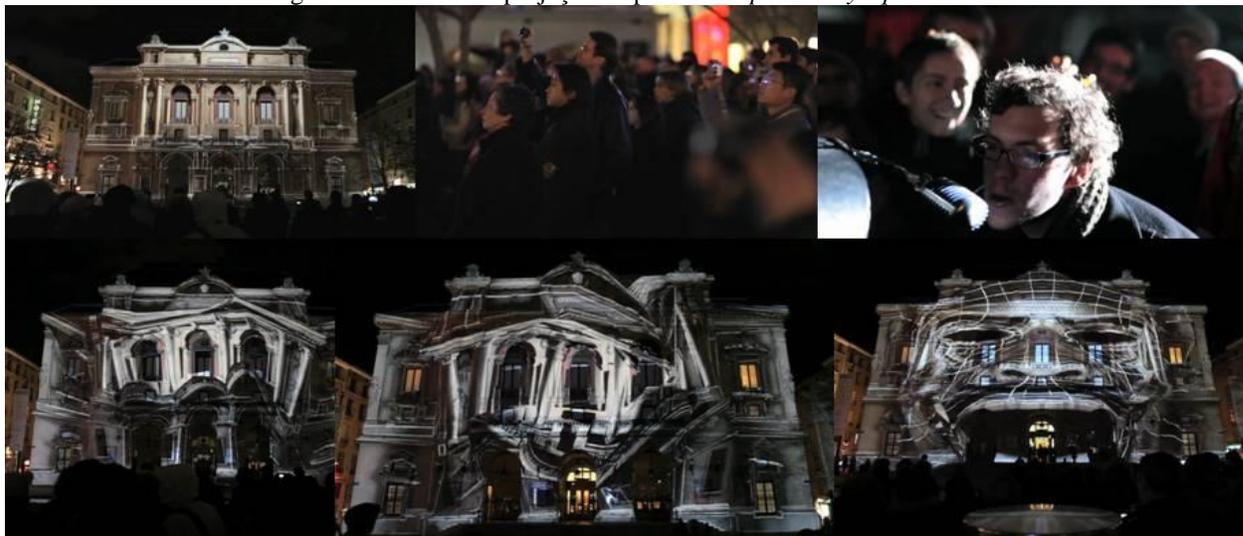
Para Muanis (2011, p. 183) "a projeção proporciona uma experiência metalinguística, em que o espectador constrói uma relação entre o conteúdo e os movimentos da animação, com a própria edificação." Na visão do autor, a arquitetura dá robustez aos efeitos prodigiosos do *video mapping*. Este, por sua, intervém momentaneamente na narrativa do edifício e da cidade. O aporte tecnológico é de tal realismo que pode levar a uma simbiose ótico-espacial entre o edifício e a projeção tridimensional sobreposta, criando visualidades improváveis no mundo real.

Essas projeções criam imagens espetaculares e uma série de situações metarreferenciais em que o espectador não dissocia a camada da projeção da sua *tela* - a edificação. Assim se interagem as duas narrativas como se houvesse de fato uma interferência no prédio e ambas se fundissem em uma única narrativa. (MUANIS, 2011, p. 186)

A afirmação do autor pode ser observada na exibição *Perspective Lyrique*, ilustrada na figura 1. Trata-se de uma projeção mapeada ocorrida durante o Festival das Luzes em Lyon, na França. Para o mapeamento elegeu-se o teatro municipal Celestin, uma das obras arquitetônicas mais belas e emblemáticas da cidade, cuja fachada principal se volta para uma ampla praça de contemplação.

¹¹ De acordo com Nascimento; Barreto e Silva, 2012.

Figura 1 – Frames da projeção mapeada *Perspective Lyrique*



Fonte: <http://vimeo.com/18888136> (montagem de frames elaborada pelo autor)

O *vídeo mapping* foi desenvolvido de forma a promover a interação direta do público. Um microfone ficou instalado na praça, defronte ao edifício, para livre uso dos espectadores. Cada som recebido pelo aparelho provocava uma nova *performance* imagética na fachada do teatro, modificando o curso da projeção. O público mediava a apresentação, sendo corresponsáveis pelos efeitos óticos de torções, distorções e “assombrações”, fazendo remeter às projeções do final do século XVIII, as denominadas *fantasmagorias*¹².

Conforme Gunning (GUNNING *apud* DA SILVA, 1996, p. 29) o espetáculo de *fantasmagoria* “era uma forma mais elaborada de entretenimento visual: invocava o sobrenatural projetando imagens de espíritos dos mortos em misteriosos ambientes, com encenações complicadamente dirigidas.” Segundo a autora, os efeitos eram criados de forma a parecer mais realista, tridimensional. Explorava-se o gosto das pessoas pelo “obscurantismo”. A lanterna utilizada rodava sobre trilhos, podendo ficar menores ou maiores, tentando incutir nas pessoas a ideia de que algo se movia em direção a elas.

¹² Conforme Da Silva, Étienne-Gaspard Robert, ou Robertson e Paul Philidor foram os precursores desse tipo de espetáculo.

Tratava-se de uma encenação de ilusão de ótica, talvez uma precursora do que viria a ser a projeção mapeada na contemporaneidade.

Fabício Silveira (2009, p.3) faz o recenseamento de algumas teorias acerca das *fantasmagorias*, ditas *urbanas*. Inicialmente traz Walter Benjamin, que reporta ao conceito de “fetichismo da mercadoria”, em conexão com a teoria marxista. Sobre essa noção Silveira coloca que “a fantasmagoria seria uma forma de fascínio estreitamente vinculado às [então] novas tecnologias visuais, ao contingente de objetos à disposição no mercado e ao novo ambiente sensorial da metrópole.” Fantasmagoria urbana se converte, portanto, em um neologismo para indicar esse fetiche pelo visual dos objetos, dos espaços, pelas “aparências ilusórias”. Poder-se-ia denominar esse viés do termo benjaminiano *fantasmagoria* como uma ubiquidade da mercadoria na paisagem.

Segundo Benjamin, nas palavras de Silveira (*op. cit*) “é nas ruas, nas vitrines, na moda, nas peças publicitárias, nas caricaturas, na reproduzibilidade técnica de toda ordem, nas *nouveautés*, nas arcadas, nas catedrais profanas do consumo que estariam emergindo os fantasmas.” Uma outra noção epistemológica mais recente é trazida pelo autor, em referência a Armando Silva, indicando que a fantasmagoria estaria relacionada aos modos de apreensão da cidade, como é “imaginada e subjetivizada” pelos indivíduos. Essa apreensão individualizada, já referida neste artigo é ratificada por Silva ao postular que:

Não interessa a cidade tal qual é, a cidade nua e dura, de carne e pedra; interessam os pontos de vista do cidadão, interessam as representações feitas pela coletividade, as lembranças e as imagens mentais compartilhadas, as narrativas em trânsito, estejam elas erradas ou não, deformadas ou não, sejam ou não procedentes. São as facetas da alma da cidade que estão em causa. (SILVA *apud* SILVEIRA, p. 5)

Essas representações da cidade feitas pela coletividade a que se refere o autor foram o cerne da exibição de projeção mapeada denominada “Paraná S2 Curitiba”, em campanha realizada pelo Governo do Estado do Paraná, por ocasião do 320º aniversário da capital, em março de 2013. A apresentação de *vídeo mapping* ocorreu no Teatro Guaíra, marco relevante da arquitetura modernista de Curitiba, projetado por Rubens Meister. Ocorreu

concomitantemente com o Festival de Teatro, evento anualmente sediado pela cidade. Para o mapeamento foi utilizado o painel em alto relevo *Evolução das Artes Cênicas*, uma das obras mais representativas de Poty Lazzarotto. Sobre a superfície tridimensional foram criados realces de cada um dos elementos que compõem o painel, projetados como “redesenhos”, reinscrições em cores e estilizações fugazes.

A dinamicidade imagética engendrada à abundância cromática converteram-se em uma nova e temporária visualidade aos olhos dos espectadores que passavam pelo local, ilustradas pela figura 2. De forma alternada foram postadas as declarações e homenagens dos participantes à cidade, com desenhos, fotos de família em espaços públicos; uma sucessão de imagens com impressões visuais e emocionais da paisagem da urbe, conforme a apreensão de cada um.

Figura 2 – Projeção mapeada na fachada do Teatro Guaíra



Fonte: <http://www.frequency.com/video/projeo-volumtri/87353408>

Sobre essa captação particular da paisagem pelos sentidos, Santos (1998, p. 22) afirma que "A dimensão da paisagem é a dimensão da percepção, o que chega aos sentidos. Por isso, o aparelho cognitivo tem importância crucial nessa apreensão, pelo fato de que toda nossa educação, formal ou informal, é feita de forma seletiva, pessoas diferentes apresentam diversas versões do mesmo fato." E ao referir-se à paisagem, o autor define como sendo tudo o que está ao alcance dos olhos. Pode ser entendida como “o domínio do visível, aquilo que a vista abarca”. Incorporados à paisagem estão as cores, os movimentos, os volumes, os sons, os odores e o que mais se delinear na retina humana.

Figura 3 – Inscrições transitórias sobre o painel da fachada – Teatro Guaíra (Curitiba)



Fonte: <http://www.frequency.com/video/projeo-volumtri/87353408>

A figura 3 mostra dois momentos da apresentação do *vídeo mapping* em homenagem à cidade de Curitiba, feitas por pessoas comuns via rede social Facebook. Para Silveira (2007) são inscrições públicas e lexias que povoam a urbe, convertendo-a em um “texto habitado” que segue em constante reinscrição. O autor faz menção às pichações, grafitagens, *outdoors*, mas é possível incluir também as projeções mapeadas. Este processo de reinscrição é análogo ao que Firmino e Duarte (2009) tratam como “reterritorialização”, já mencionado neste estudo. As inscrições não são perenes, contudo, ocupam-se de lugares públicos reconfigurando a paisagem dos centros urbanos.

O uso do *vídeo mapping*, a despeito de ser uma forma de inscrição, de lexia, não deixa rastros visíveis nos anteparos da cidade, em razão da sua virtualidade. Pode ser entendida como uma mídia que faz uso da tecnologia para comunicar, para inscrever no espaço urbano, mas que mantém preservado o espaço físico, tal qual era antes da exibição. A figura 4 traz *frames* da apresentação com lexias e inscrições urbanas virtuais.

Figura 4 – Homenagens à cidade em projeção



Fonte: elaborada pelo autor

Ambas as projeções trazidas neste artigo, a de Lyon e a de Curitiba configuraram-se pela mediação do público. Em *Perspective Lyrique* a mediação das pessoas ocorreu de forma direta, interferindo fundamentalmente no curso da projeção, com a produção de sons, agudos, graves, mais longos ou curtos. A exibição no Teatro Guaíra, embora tenha tido a participação do público no envio de informações via rede social, teve a mediação feita pela agência na seleção das imagens, das postagens e na própria feição do vídeo.

Nas ações de projeção mapeada o público alvo é o espectador voluntário, o transeunte, o cidadão. Por conseguinte, esta técnica, além de atrair olhares e possibilitar diferentes apreensões sensoriais, configura-se como um exponencial chamariz mercadológico, que vende explorando a criatividade e a inovação. Em consagradas apresentações de *vídeo mapping*, exibidas nos espaços urbanos mundo afora, evidencia-se um forte apelo midiático e um viés publicitário em muitas das exibições.

Na apresentação “Paraná S2 Curitiba” a projeção das homenagens foi intermeada por propagandas publicitárias do Governo do Estado do Paraná, conforme ilustrado na figura 5. O nome escolhido para a campanha do governo traz o “S2” entremeando os nomes do estado e da cidade, utilizando de linguagem própria dos internautas que indica emoção, afetividade, como uma tentativa de aproximação e atração do público participante, os usuários do Facebook. Quiçá pudesse ser ainda uma busca a estreitar a comunicação e a

relação entre governos. Esta campanha tem sido feita, com ou sem a utilização da projeção mapeada, no aniversário dos municípios do Paraná em 2013.

O que fica claro é uso do *city marketing*, “como instrumento de políticas urbanas”, conforme argumenta Sánchez (2001, p. 32-33). Segundo a autora a construção da imagem de “cidades-modelo” perpassa o campo de ação de alguns atores hegemônicos com interesse específico e governos locais, para erigir a urbe em uma marca, uma cidade-mercadoria. “São produzidas representações que obedecem a uma determinada visão de mundo”, apropriando-se da mídia e das políticas públicas para a divulgação e afirmação da cidade.

Duarte (2010, p. 39) questiona em que medida a valorização da imagem da cidade se dá em decorrência da melhoria da qualidade de vida dos cidadãos ou se faz impingida pela atuação conjunta da mídia e equipe interessada em “incrementar o processo de venda” das cidades. A exibição realizada no Teatro Guaíra notadamente se fez valer de filtros acerca das postagens dos cidadãos ou pessoas de outras localidades que escreveram sobre Curitiba. Perfilaram-se somente menções positivas vinculadas às impressões pessoais do público participante, em uma unanimidade ilusória. Fato este que não desabona a homenagem, tampouco ofusca a qualidade da apresentação, com alta tecnologia imbricada. Outrossim, representa apenas uma pequena amostragem populacional, cujas impressões corroboraram para o *marketing* urbano.

Figura 5 – frames finais do vídeo mapping “Paraná S2 Curitiba”



Fonte: <http://www.frequency.com/video/projeo-volumtri/87353408>

Considerações finais

Processos comunicacionais como estes se fazem cada vez mais presentes na cidade contemporânea, em que há o entrelaçamento da invisibilidade do fluxo informacional com a espacialidade visível, uma dialética indissociável e imanente. A imagem da cidade e as apreensões de ordem comunicacional denotam a pluralidade que o espaço urbano abarca. A cidade que se destinava meramente às funções do habitar, trabalhar, circular e recrear, regidas pelas Cartas de Atenas¹³, vive na contemporaneidade permeada pelas práticas, processos comunicacionais e tecnologia.

A urbe divide no mundo hodierno, física e metaforicamente seu espaço com as mídias que atendem às novas culturas, à sociedade globalizada. O espaço físico e o espaço digital seguem sua busca pela sociabilidade, pelos encontros, em caminhos permanentemente entrelaçados. Um não anula o outro, ao contrário, representam uma dialética indissociável na contemporaneidade¹⁴. Tendo esboçado alguns pendores do aporte tecnológico no meio urbano, considera-se que ele deva ser utilizado de modo a servir às necessidades dos cidadãos e de sua urbe. Por uma cidade para viver, conviver, se dar a ver e reinscrever; o espaço das *multiplicidades*.

Referências

BARBOSA, Marialva Carlos. O presente e o passado como processo comunicacional. **MATRIZES**, v. 5, n. 2, p. 145-155, 2012.

BENJAMIM, Walter. A obra de arte na era de sua reprodutibilidade técnica. **Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura**, v. 7, 1994.

CALVINO, Italo; MAINARDI, Diogo. **As cidades invisíveis**. São Paulo: Companhia das Letras, 1990.

¹³ Os documentos, com algumas versões, resultaram do IV CIAM – Congresso Internacional de Arquitetura Moderna, realizado na capital grega, Atenas, nos anos 30.

DA SILVA, Maria Cristina Miranda. **Lanterna mágica: fantasmagoria e sincretismo audiovisual**. In: XIII Encontro Anual da Compôs – Associação Nacional dos Programas de Pós Graduação em Comunicação, 2004, São Bernardo do Campo. Caderno de Texto: GT Produção de Sentido nas Mídias. Recife: Fundação Antonio dos Santos Abranches, FASA 2004. p.85-92. Disponível em: <http://www.anped.org.br/reunioes/27/gt16/t1610.pdf>. Acesso em: 16 jul. 2013.

DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, v. 102, 1997.

DUARTE, Fábio; ULTRAMARI, Clovis; CZAJKOWSKI, Sergio. A Cidade e o Mercado: enfim, a gestão urbana negociada. **RDE-Revista de Desenvolvimento Econômico**, v. 10, n. 17, 2010. Disponível em: <<http://www.revistas.unifacs.br/index.php/rde/article/view/1023>>. Acesso em: 11 jul. 2013.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. As mediações da paisagem. **Líbero (FACASPER)**, v. 29, p. 43-49, 2012.

FIRMINO, Rodrigo José. A Simbiose do Espaço: Cidades Virtuais, Arquitetura Recombinante e a Atualização do Espaço Urbano. In: LEMOS, André. (Org.). **Cibercidades II. Ciberurbe. A cidade na sociedade da informação**, Rio de Janeiro: E-Papers, 2005.

FONTENELLE, Isleide Arruda. A cidade midiática sob o signo do consumo: a produção de uma sociabilidade da indiferença. **Estudos e Pesquisas em Psicologia**, v. 7, n. 2, p. 0-0, 2007.

LEMOS, André. Jogos móveis locativos: Cibercultura, espaço urbano e mídia locativa. **Revista USP**, n. 86, p. 54-65, 2010.

LYNCH, Kevin. **A imagem da cidade**. São Paulo: Martins Fontes, 1997.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. Comunicação e cidade: entre meios e medos. Novos Olhares: **Revista de Estudos sobre Práticas de Recepção a Produtos Midiáticos**, n. 1, 2012.

MUANIS, Felipe. Projeção mapeada: o real e o virtual nas edificações das grandes cidades. Dossiê: cidades midiáticas **Revista do programa de pós-graduação da escola de comunicação da UFRJ**, volume 14 número 01, 2011. ISSN 21758689. <http://www.pos.eco.ufrj.br/ojs-2.2.2/index.php?journal=revista&page=article&op=view&path%5B%5D=401>. Acesso em: 04 ago. 2013.

NASCIMENTO, Renato; BARRETO, Viviane; SILVA, Daniel. Publicidade e intervenções no espaço urbano: a utilização do graffiti digital, do *vídeo mapping* e da cobertura online em estratégias de comunicação. **Transversal: Revista Interdisciplinar da Faculdade Estácio do Pará**, v. 1, n. 1, 2012. Disponível em: <<http://periodicos.estacio.br/index.php/puca/article/view/200/150>>. Acesso em: 02 ago. 2013.

PERSPECTIVE Lyrique. 1 vídeo comercial (02min22seg). Disponível em: <<http://vimeo.com/18888136>>. Diversos acessos.

PIETROFORTE, Antônio Vicente. **Semiótica visual: os percursos do olhar**. Contexto, 2004.

PROJEÇÃO Volumétrica no Teatro Guaíra: Paraná S2 Curitiba. 1 vídeo comercial (04min22seg). Disponível em: <<http://www.frequency.com/video/projeo-volumetri/87353408>>. Diversos acessos.

SÁNCHEZ, Fernanda. A reinvenção das cidades na virada de século: agentes, estratégias e escalas de ação política. **Revista de Sociologia e Política**, v. 16, p. 31-49, 2001.

SANTOS, Milton. **Metamorfoses do Espaço habitado: fundamentos Teórico e metodológico da geografia**. Hucitec. São Paulo 1988.

SILVEIRA, Fabrício. Assinaturas urbanas: um ensaio etnográfico sobre as inscrições públicas de Porto Alegre. **Illuminuras: série de publicações eletrônicas do Banco de Imagens e Efeitos Visuais**, LAS, PPGAS, IFCH e ILEA, UFRGS. Porto Alegre, N. 10 (2004), 14 p., 2004. Disponível em: <<http://seer.ufrgs.br/index.php/iluminuras/article/view/9189>>. Acesso em: 16 jul. 2013.

SILVEIRA, Fabrício. Uma cidade em quadro clínico: aproximações teórico-metodológicas em torno da noção de inconsciente ótico. **Revista Fronteiras-Estudos Midiáticos**, v. 8, n. 1, 2007. Disponível em: <<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/fronteiras/article/viewArticle/3130>>. Acesso em: 16 jul. 2013.

SILVEIRA, Fabrício. Graffiti Palace. Fantasmagorias urbanas, espaços abandonados. **Verso e Reverso**, v. 26, n. 61, p. 46-60, 2012. Disponível em: <<http://revistas.unisinos.br/index.php/versoereverso/article/view/ver.2012.26.61.05>>. Acesso em: 12 jul. 2013.

SCHULZ, Sonia Hilf. **Estéticas Urbanas: da polis grega à metrópole contemporânea**. Rio de Janeiro: LTC, 2008.

TEOBALDO, Izabela Naves Coelho. A cidade espetáculo: efeito da globalização. **Revista da Faculdade de Letras: Sociologia**, v. 20, 2010.

VALVERDE, Monclar. **Gosto e Comunicação: o papel da reflexão estética nas teorias da comunicação**. *In*: Anais do XVI Encontro da COMPÓS, junho, 2007a, Curitiba.