

Wanderson Duarte de Sousa Garcia

ATRAVÉS DAS FACHADAS

A PROJEÇÃO MAPEADA EM ARQUITETURA E SEUS
POSSÍVEIS DESDOBRAMENTOS ESPACIAIS

Belo Horizonte
Escola de Arquitetura da UFMG
2013

Wanderson Duarte de Sousa Garcia

ATRAVÉS DAS FACHADAS

A PROJEÇÃO MAPEADA EM ARQUITETURA E SEUS
POSSÍVEIS DESDOBRAMENTOS ESPACIAIS

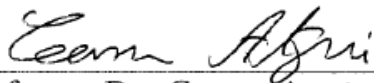
Dissertação apresentada ao Núcleo de Pós-Graduação em
Arquitetura e Urbanismo da Escola de Arquitetura da Universidade
Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do
título de Mestre em Arquitetura e Urbanismo.

Área de Concentração: Teoria, produção e experiência do espaço.

Orientador(a): Profa. Doutora Carmen Aroztegui
Escola de Arquitetura da UFMG.

Belo Horizonte
Escola de Arquitetura da UFMG
2013

Dissertação defendida junto ao Programa de Pós-graduação em Arquitetura e Urbanismo - NPGAU da Universidade Federal de Minas Gerais, e aprovada em 06 de março de 2013 pela Comissão Examinadora:



Professora Dra. Carmen Aroztegui Massera (Orientadora - EA-UFMG)



Professora Dra. Fernanda Borges de Moraes (EA-UFMG)



Professor Dr. Alexandre Monteiro de Menezes (EA-UFMG)

Para Andressa e Amorzinha.

AGRADECIMENTOS

Prof. Rodrigo Minelli, Rodrigo Nascimento (CODDART), Brhyan, Leonardo Castilho (WHY VÍDEO), Luís Guilherme Ferraresi, Sérgio Grieco (BH Laser), Henrique 1mpar, Marconi Fúrfuro (ON Projeções), Dudão, Spetto, Júlio Pessoa (Cinema UNA), Eder Santos, Barão Fonseca, Prof. Dra. Renata Marquez, Prof. Louise Ganz, e em especial à Profa. Dra. Carmen Aroztegui, Profa. Dra Fernanda Borges de Moraes e Prof. Dr. Alexandre Menezes.

RESUMO

Este trabalho se aproxima das transformações de ordem socioespacial ocorridas na cidade a partir do emprego das atuais tecnologias imagéticas denominadas Projeções Mapeadas em Arquitetura, na busca de se compreender em que medida essas intervenções urbanas estariam promovendo uma construção cidadã das cidades. Para isso, foram propostas investigações e análises estruturadas em três principais nichos de discussão, sendo o primeiro configurado sobre bases conceituais, objetivando construir uma plataforma teórica pertinente e estimulante à compreensão de tal universo; um segundo voltado ao reconhecimento histórico de possíveis casos capazes de contribuir à problemática da imagem em espacialidades que se aproximam a problemática urbana; e um terceiro momento, em que se promoveu uma aproximação a objetos selecionados sob o interesse em sua porção prática, com uma atenção mais minuciosa aos bastidores dos eventos. Foram estudados, primeiramente, dois casos paradigmáticos desse universo, seguidos de uma análise minuciosa do cenário belorizontino, e fechando-se com o conhecimento profissional de dois importantes representantes paulistanos. A partir disso, foi possível vislumbrar atuais tendências desse universo em sua relação com a cidade, onde se destacam desdobramentos divergentes. Conclui-se, por um lado, haver sim a possibilidade dessas tecnologias introduzirem transformações de caráter cidadão à cidade, e por outro, uma tendência oposta, ao considerar que dentre os casos estudados apenas um se mostrou aliado a práticas cidadãs, revelando a existência de obstáculos de ordem mercadológica como principal empecilho.

Palavras-chave: Projeção Mapeada em Arquitetura; cidade; resignificação do espaço urbano; convivência cidadã.

ABSTRACT

This dissertation approaches the social-spatial transformations occurred in the city of Belo Horizonte, focusing in a recent imagetic technology, called Architectural Projection Mapping, in order to understand how urban interventions have been promoting citizen's construction of public spaces. For that, the study proposes three main discussion niches: the first set on a conceptual basis, in order to form a coherent and stimulating theoretical platform for the comprehension of this universe; a second one, directed to the analysis of historical cases which would contribute to understand the imagetic problems when dealing with urban problematic spatiality; and a third moment, consisting on study cases. Two paradigmatic cases are studied in depth, followed by a thorough analysis on the Belo Horizonte scenario, and the professional knowledge of two important representatives from São Paulo. Following the case's analysis, the study defines current trends of this universe in its relationship with the city, highlighting divergent developments. It concludes, on the one hand, that it exists the possibility where these technologies could introduce transformations of character citizen to the city. On the other hand, it reveals an opposite trend: the obstacle presented by the marketing pressure on such events, resulting on the negation of everyday citizen's practices.

Keywords: Architectural Projection Mapping; city; urban space resignification; citizen coexistence.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – <i>Mapping</i>	10
Figura 2 – Prática de Mapeamento em fachada	11
Figura 3, 4, 5 e 6 – Anamorfose	12
Figuras 7, 8 e 9 – Cineorama	31
Figuras 10, 11 e 12 – Cenografias de Josef Svoboda	33
Figuras 13 e 14 – Projeções de Krzysztof Wodiczko	36
Figuras 15 e 16 – Projeções de Jenny Holzer	37
Figura 17 – Harrods Xmas (Londres)	40
Figura 18 – Abertura do Taejon Expo (Coreia do Sul)	40
Figura 19 – Virgin Airways (Hong Kong – China)	41
Figura 20 – Aniversário da ilha Bahrein (Bahrein – Golfo Pérsico)	41
Figura 21 – Relançamento da marca Tizer no rio Tamisa (Londres – Inglaterra)	42
Figura 22 – Protesto político pela morte de Ken Saro Wiwa (Londres – Inglaterra)	43
Figura 23 – Copa do Mundo de 1998 (Dover – Inglaterra)	44
Figura 24 – Festa anual de verão do Channel4 (Londres – Inglaterra)	44
Figura 25 – The Brit Awards, 1999	45
Figuras 26, 27, 28, 29, 30 e 31 – Lançamento do Lexus CT 200h – Hollywood, Estados Unidos	48
Figuras 32, 33, 34 e 35 – Lançamento do automóvel Lexus CT200h – Hollywood	51
Figuras 36 e 37 – Displaced Emperors - Lozano Hemmer	53
Figuras 38 e 39 – <i>Under Scan</i> . Rafael Lozano-Hemmer	54
Figuras 40, 41, 42, e 43 – <i>Body Movie</i> – China - Rafael Lozano-Hemmer	55
Figuras 44, 45, 46 e 47 – <i>Body Moving</i> – Holanda - Rafael Lozano-Hemmer	56
Figura 48 – <i>Gravity</i> . Conservatório de Música da UFMG – Julien Gachadoat	62
Figuras 49, 50 e 51 – <i>Minas Trend Preview</i> . Museu de Artes e Ofícios – 1mpar	64
Figuras 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58 e 59 – Inauguração do Museu das Minas e do Metal	66
Figuras 60, 61 e 62 – Festa de Inauguração ATIVAS Data Center	69
Figuras 63, 64, 65, 66, 67 e 68 – Maternidade Hilda Brandão – Morar Mais _ CODDART	73
Figuras 69, 70 e 71 - Joias fantásticas do Auditions em exposição.	75
Figuras 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78 e 79 – Centro Cultural Banco do Brasil – 1mpar	78

SUMÁRIO

1	PROJEÇÃO MAPEADA EM ARQUITETURA: UMA INTRODUÇÃO	09
2	CONSTRUÇÃO DE UM PANORAMA TEÓRICO	16
3	ORIGENS: UMA BREVE ABORDAGEM HISTÓRICA	30
4	APROXIMAÇÕES	46
4.1	Casos paradigmáticos contemporâneos	46
4.2	Casos belorizontinos	58
4.3	Experiências paulistanas	82
5	CONCLUSÃO: ATRAVÉS DAS FACHADAS	90
	REFERÊNCIAS	95
	APÊNDICES	99
	Apêndice 1 – Apresentação dos profissionais paulistanos	99
	Apêndice 2 – Questionário empregado nas entrevistas	103
	Apêndice 3 - DVD de vídeos referentes às Projeções Mapeadas em Arquitetura	104

1 PROJEÇÃO MAPEADA EM ARQUITETURA: UMA INTRODUÇÃO

Desbravar os acontecimentos urbanos na contemporaneidade se revela, em grande parcela, equivalente a circular pelas várias influências advindas das tecnologias informacionais, sobretudo aquelas possibilitadas pelos recursos digitais provenientes da era computacional. Essa condição vem alinhando a história da sociedade desde seu advento, em um processo mútuo de desenvolvimento que permeia as demais áreas do conhecimento humano, em que a sociedade transforma as tecnologias, ao passo que estas transformam a sociedade, como observado por vários estudiosos contemporâneos. É nesse sentido que esta pesquisa pretende contribuir, investigando e analisando um importante fenômeno contemporâneo, que se encontra diretamente vinculado às atuais tecnologias digitais e, em constante diálogo com a cidade e a sociedade, vem revelando-se como dispositivos promotores de novas espacialidades. Trata-se de um estudo focado em recentes experiências imagéticas desenvolvidas em meio urbano, que vêm promovendo um tangenciamento de duas vertentes do conhecimento humano, a Arquitetura e as projeções de imagens. Trata-se do *Architectural Projection Mapping*, ou como em sua tradução, a *Projeção Mapeada em Arquitetura*, assunto recente, complexo e ainda pouco discutido.

Adotando-se um olhar segmentado do tema como forma de se facilitar o entendimento desse complexo universo, pode-se dizer, inicialmente, que a Projeção Mapeada em Arquitetura se apresenta como uma manifestação de base tecnológica vinculada, sobretudo, à computação, de onde são promovidas criações na ordem da imagem e da informação, em que as superfícies da cidade se apresentam como receptáculos. Nicho, portanto, que demanda uma cadeia muito específica de técnicos, técnicas e tecnologias.

Nesse sentido, na ordem das *tecnologias*, dois aparelhos se apresentam como dispositivos fundamentais: os computadores e os projetores multimídia. Os últimos se destacam por serem equipamentos que possuem qualidades variadas, englobando desde aparelhos compactos, desenvolvidos para eventos de menor porte, até outros mais sofisticados, de maior porte e custo elevado, com resolução e potência suficientes para atingir grandes dimensões de imagem e luminosidade, possibilitando seu emprego até mesmo em ambientes ao ar livre. Trata-se de equipamentos que, assim, apresentam certas particularidades em sua lida, demandando a existência de profissionais específicos a sua execução, o que indica a contribuição na ordem dos *técnicos*, que nesse universo é composto pelos VJs (*Video Jockeys*), profissionais vinculados ao caráter criativo e executivo das projeções de imagem. No entanto, para que tais atividades possam ser efetivadas, as

duas ordens iniciais, a dos técnicos e das tecnologias, exigem conhecimentos específicos à sua efetivação, aqui interpretados como *técnicas*.

Nessa tríade as tecnologias parecem se apresentar como ponto fundamental, de forma que sem elas não haveria razão de se considerar a atuação dos técnicos e de suas técnicas, como é demandado por cada evento. Assim, pode-se afirmar que para a efetivação de uma projeção mapeada se torna necessário, como princípio básico, a existência de equipamentos capazes de promover uma manipulação eficiente de dados em formato digital e suas projeções lumínicas.

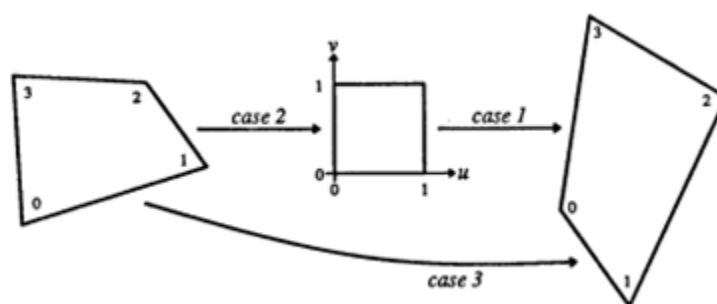


Figura 1 – Mapping.

Nota: Mapeamento projetivo por quadrilátero ou quadrantes.

Fonte: <<http://www.cs.cmu.edu/~ph/textfund/textfund.pdf>>. Acesso: 15 janeiro 2013.

Os computadores, nesse caso, se apresentam como as principais plataformas de produção, que sob o emprego de *softwares* específicos, como o vvvv, Madmapper, Resolume4, ou servidores de mídia, como Photon, Watchout e Pandoras Box¹, possibilitam aos técnicos desenvolver todas as imagens e animações que serão projetadas nas superfícies da cidade, adotando, para tanto, o emprego dos projetores multimídia de alta potência luminosa, apresentados sob a nomenclatura ANSI lúmen².

Considerando tais nomenclaturas como um campo a ser explorado no universo técnico, nota-se que um olhar mais atento ao nome *Projeção Mapeada em Arquitetura* revela a existência de informações

¹ Disponível em: <<http://www.palpedigital.com.br/wp/2012/08/23/video-mapping/>>. Acesso em: 17 abr. 2013.

² A potência dos projetores são apresentadas sob o emprego do termo ANSI lumens, nomenclatura composta por duas palavras que revelam a existência de partes independentes, que expressam saberes distintos. Dessa forma, o termo lúmen aparece como uma informação comum aos equipamentos lumínicos, sendo uma unidade de medida de fluxo luminoso, padronizada pelo Sistema Internacional de Unidades, o que é adotado, nesse caso, pelos projetores multimídia. A evolução desses dispositivos ao longo da história acabou por promover novas discussões, sobretudo por sua ampliação mercadológica a partir dos anos 1990, o que acabou por alimentar a necessidade de uma padronização no desempenho das imagens, dando origem a um novo método de medição da luz, o ANSI, que, desenvolvido pelo American National Standards Institute, surge como uma sigla proveniente das primeiras letras do instituto. Tratava-se, portanto, da necessidade de se estabelecer parâmetros técnicos para que a produção dos projetores multimídia pudesse ser normatizada, o que ocorreu em 1992, como registrado no documento conhecido como IT7.215 ANSI. Atualmente, inclusive, os eventos ocorridos em meio urbano adotam projetores com potências que variam de 5.000 a 30.000 ANSI lúmenes, muito superior àqueles utilizados no cotidiano das salas de aula, por exemplo, que normalmente atingem uma potência máxima de 2.500 ANSI lúmenes. Disponível em: <<http://www.ansi.org>>. Acesso em: 12 ago. 2012.

preciosas, que permitem, inclusive, se compreender um conceito matemático importante, implícito nessas projeções, em que “mapear” corresponde a uma projeção, em outra superfície, de um modelo preexistente, de forma que informações pontuadas em uma plataforma-base possam ser transferidas a outro plano (FIG. 1), sendo empregadas coordenadas numéricas por meio da técnica de quadrantes (HECKBERT, 1989, p. 17). A divisão da imagem por meio de quadrantes (FIG. 2) ajuda os técnicos envolvidos a criarem uma transformação da imagem de maneira mais precisa entre os dois planos envolvidos.



Figura 2 – Prática de Mapeamento em fachada por meio de construção de quadrantes.
Nota: Frame de vídeo de divulgação – projeção mapeada na fachada do Museu das Minas e do Metal em sua inauguração.
Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=M5en5LTiuoI>>. Acesso: 10 dezembro 2012.

Ao se definir pontos de referência na imagem original, e adotando-se quadrantes que os organizem, qualquer superfície da fachada passa a ser um possível receptáculo das imagens. No caso da fachada de uma edificação, todos os elementos existentes em sua superfície podem ser reconhecidos e mapeados de forma a serem reproduzidos precisamente no computador, como portas, janelas, colunas, ornamentos ou qualquer outro elemento presente. Assim, sob domínio dos pontos existentes, tanto no plano original, que se encontra na tela do computador, quanto no plano que receberá as informações projetadas, torna-se possível sua manipulação de forma a adequá-los em prol da experiência imagética que se almeja. Assim, em qualquer superfície, mesmo as curvilíneas ou acidentadas, tais quadrantes são dispostos de maneira que a imagem projetada pode ser adequada às suas exigências volumétricas e à disposição do projetor, de forma que o observador, em um lugar específico, pode contemplar as imagens de maneira adaptada ou corrigida.

Um caso particular de mapeamento é a anamorfose, quando se planeja uma projeção de forma a fazer sentido apenas a partir de um único ponto de vista. Assim, um possível deslocamento do observador gerará distorções na percepção ótica da imagem. No entanto, muitas vezes a anamorfose se beneficia do movimento relativo dos objetos presentes e que evidenciam uma percepção de profundidade, fenômeno conhecido no meio técnico como paralaxe³. Como exemplo desses termos técnicos, dois casos foram escolhidos por suas expressividades ilustrativas, sendo capazes de elucidar o conceito aqui abordado como anamorfose. Um deles é o trabalho desenvolvido por Regina Silveira, em 2010, intitulado *Abyssal* (FIG. 3 e 4); o outro um trabalho do coletivo espanhol de arte urbana *BoaMistura*, intitulado “Luz nas Velas” (FIG. 5 e 6).



Figuras 3, 4, 5 e 6 – Anamorfose.

Nota: Duas de cima: *Abyssal*, Polônia, 2010. Duas de baixo: *Luzes nas Velas*, Brasilândia, São Paulo – Brasil – Coletivo *BoaMistura*.

Fonte: < <http://reginasilveira.com> > e < <http://www.archdaily.com.br/53653/curta-luz-nas-vielas-boa-mistura/> >.

Acesso: 15 maio 2013.

³ Todas essas informações técnicas, tais como paralaxe e anamorfose, foram coletadas ao longo de várias entrevistas feitas aos principais profissionais da área de projeção mapeada, os quais compartilharam seus conhecimentos práticos. Elas ainda foram associadas a informações disponíveis em: < <http://pt.scribd.com/doc/13140985/A-Matematica-Na-Anamorfose> >. Acesso em: 23 nov. 2012.

Dessa forma, como reflexo de todas essas novas possibilidades técnicas e tecnológicas, os trabalhos de Projeção Mapeada em Arquitetura começaram a apresentar um crescimento exponencial em todo o mundo a partir da segunda metade da década passada, mais especificamente a partir de 2007⁴. Iniciou-se, desde então, uma abertura a novas experiências imagéticas em meio urbano, compreendendo potencialidades diversificadas de emprego, o que poderia vir a contribuir, inclusive, para ressignificações urbanas que permitissem novas formas de vivência e apropriação dos cidadãos em suas cidades. O que se percebe, no entanto, é uma redução na utilização do potencial das projeções mapeadas. Fundamentalmente, ocorre uma prevalência de eventos nos quais o espaço e as relações do cidadão remetem a uma atitude passiva em relação ao que se é projetado, parecendo se aproximar das contemporâneas experiências de consumo, se assemelhando ao que parece ser uma condição empobrecida do espectador do cinema, revelando-se ignorar o contexto urbano em que esse espectador se insere. Assim, sob tal disjuntiva, este estudo lança a seguinte pergunta: *Em que medida essas tecnologias imagéticas poderiam contribuir para transformar as relações do cidadão com o seu entorno construído?*

Nesse sentido, os objetivos deste estudo se configuraram na busca de se entender os obstáculos que os eventos de projeção mapeada apresentam para o surgimento de novas formas de convivência cidadã. Em particular, como esses eventos constituem ressignificações do espaço urbano. Para isso, as dinâmicas próprias desse campo foram exploradas sob um estudo detalhado dos casos existentes, na busca de se revelar as dinâmicas de seus bastidores. Essa estratégia requereu o acesso a informações, como seus processos de negociação, estratégias de mercado, demandas, custos, contato com os clientes, discursos e suas demais experiências práticas, além da análise das implicações socioespaciais envolvidas nesse novo espectador-cidadão que surge. Abordagem que se justifica pelo fato de a projeção mapeada ser um campo ainda pouco explorado no meio acadêmico, mas que se mostra importante devido a suas implicações no espaço urbano. Trata-se, assim, de uma abordagem construída na crença de que as projeções mapeadas e a Arquitetura se definem na contemporaneidade, não como conhecimentos isolados e imunes um do outro, mas como complexidades que, nesse caso, se tangenciam e se contaminam, em que os conhecimentos específicos do universo da projeção mapeada parecem transbordar-se no espaço urbano, na esfera das cidades, devendo ser analisados, assim, pela possibilidade que têm de trazer influências ao campo da Arquitetura e do Urbanismo.

⁴ Informações referentes ao início das Projeções Mapeadas em Arquitetura disponível em: <<http://deepvisual.blogspot.com.br/2013/03/projection-mapping-pioneers.html>>. Acesso em: 22 mar. 2013.

Para a análise dessas premissas e questionamentos, inicialmente foi desenvolvido um estudo de embasamento conceitual, que compõe o primeiro capítulo desta pesquisa, intitulado CONSTRUÇÃO DE UM PANORAMA TEÓRICO. Nesse capítulo se discute possíveis categorias de análise a partir de conhecimentos do campo cinematográfico como mencionado pelos teóricos Baudry e Bordwell, além de abordagens referentes ao espaço urbano das cidades e seus atuais processos de vivência e transformação.

Subsequentemente a essa primeira análise, fora desenvolvida uma investigação de cunho histórico no capítulo intitulado ORIGENS: UMA BREVE ABORDAGEM HISTÓRICA. Nesse capítulo são mapeados alguns importantes momentos históricos que teriam contribuído na ampliação das manifestações imagéticas para além das expressões do cinema tradicional, com enfoque nas experiências promovidas em meio urbano.

Na sequência, percebendo-se a necessidade de se promover investigações mais minuciosas sobre o tema, e considerando o problema de escassez de referências bibliográficas específicas, decidiu-se que esta pesquisa deveria ir ao encontro de casos que abrissem a desdobramentos existentes em seus bastidores, o que configuraria o terceiro capítulo desta pesquisa, intitulado APROXIMAÇÕES. Assim, buscando-se compreender as dinâmicas desse campo de atuação na contemporaneidade, dois casos paradigmáticos foram eleitos para serem analisados: os trabalhos *Body Moving*, do artista Rafael Lozano-Hemmer, e a *Projeção Mapeada em Arquitetura* desenvolvida para o lançamento do automóvel CT 200h da marca Lexus, da agência Pearl Media.

Assim, decidiu-se que seria necessária a escolha de algum nicho que proovesse material acessível, já que essa abordagem exigia um minucioso levantamento de suas práticas, ficando definido o cenário belorizontino como recorte pertinente, o que se configurou como o segundo subitem desse capítulo. Nesse caso, definiu-se que todos os principais profissionais envolvidos nesse universo prático deveriam ser entrevistados, assim como deveriam ser levantados todos os eventos de *Projeção Mapeada em Arquitetura* ocorridos na cidade, o que revelou a existência de oito casos.

Na sequência, acreditando ser necessário um aprofundamento das informações levantadas em Belo Horizonte como forma de tentar estabilizar o entendimento sobre esse campo de atuação, decidiu-se que tais análises deveriam ser ampliadas em direção a um universo mais dinâmico que aquele encontrado na capital mineira. Dessa forma, dois dos profissionais ícones da projeção mapeada no Brasil, os paulistanos VJ Spetto e Dj Dudão Melo, foram entrevistados.

De posse dessas informações, o capítulo de conclusão articula esses três momentos da pesquisa, o dos casos paradigmáticos contemporâneos, o belorizontino e o paulistano, partindo da problematização e do embasamento teórico iniciais. Por fim, essa pesquisa apresentou limites definidos no diálogo entre o ofício e a vivência, procurando promover algumas contribuições tanto como aparato documental desse universo em formação, quanto como análise dos entendimentos provenientes de sua porção prática, ora procurando explorar o cotidiano do ofício, ora procurando abordar o meio a partir de um olhar mais sensível quanto aos seus desdobramentos vivenciais, associando-os.

2 CONSTRUÇÃO DE UM PANORAMA TEÓRICO

Abordar a Projeção Mapeada em Arquitetura, perguntando-se como esse tema pode contribuir para transformar as relações do cidadão com o seu entorno construído, significa atentar-se para questões variadas, haja vista ser esse um ponto nodal que abrange discussões de ordem imagética, discursiva, tecnológica, urbanística e arquitetônica, além de outras de ordem prática. Complexidade que tenderá a se repetir na exploração de referências teóricas pertinentes. Nesse sentido, este capítulo buscará se aproximar dessas várias direções de análise, promovendo, no entanto, a construção de uma plataforma teórica capaz de fazer problematizável e compreensível as distintas experiências denominadas Projeções Mapeadas em Arquitetura.

Tratando a Projeção Mapeada em Arquitetura como uma experiência que emprega a imagem em movimento como elemento significativo, pode-se dizer que o cinema se apresenta como uma referência fundamental. No entanto, André Parente (2011), pesquisador interessado no cinema e suas interfaces a outras manifestações artísticas contemporâneas, ressalta que frente a essa problemática torna-se necessário se perguntar de que cinema se está falando. Para o estudioso, essa postura se mostra necessária devido à pouca consideração a experiências que se desdobram nesse campo para além do formato que se tornou hegemônico: o cinema narrativo clássico. Este seria o cinema convencional, uma forma particular de cinema, “um modelo estético determinado histórica, econômica e socialmente” (PARENTE, 2011, p. 38). A questão, para o autor, estaria então em se perceber que há outras manifestações que ajudaram a compor a história do cinema, mas que, por outro lado, tendem a serem recalçadas, sobretudo os pequenos e grandes desvios produzidos nesse modelo (PARENTE, 2011, p. 39).

Nesse sentido, Parente sugere uma abertura maior à interpretação do cinema de forma a contemplá-lo como experiência vasta, adotando, para isso, o conceito de *dispositivo*, como apresentado inicialmente por Baudry, em 1970. Segundo Parente:

[...] a noção de dispositivo nos permite repensar o cinema, evitando clivagens e determinismos tecnológicos, históricos e estéticos [considerando que] ao contrário, do cinema dominante, muitas obras cinematográficas reinventam o dispositivo cinematográfico, seja multiplicando as telas e explorando outras durações e intensidades, seja transformando a arquitetura da sala de projeção e entretendo outras relações com os espectadores. (PARENTE, 2011, p. 37)

É habitual considerar o cinema como “um espetáculo que envolve ao menos três elementos distintos: uma sala de cinema, a projeção de uma imagem em movimento e um filme que conta uma história em cerca de duas horas” (PARENTE, 2011, p. 37), as quais configuram uma de suas facetas, aquilo que Parente determina como “o dispositivo do cinema em suas dimensões primordiais” (PARENTE, 2011, p. 38). Em outras palavras, se pode afirmar que, “em seu dispositivo, o cinema faz convergir três dimensões diferentes: a arquitetura da sala [...]; a tecnologia de captação/projeção [...]; e a forma narrativa” (PARENTE, 2011, p. 38). Esta última, por sinal, compreende uma segmentação importante no processo de desenvolvimento do cinema, sendo que a narrativa só viria a apresentar-se no início do século XX, em particular pelo cinema de Hollywood, vindo, assim, a diferenciar dois momentos distintos: “o cinema dos primeiros tempos (1896-1908), cinema de atrações [...], do cinema narrativo clássico, que surge em torno de 1908” (PARENTE, 2011, p. 38), também tratado por Parente como a “forma cinema, isto é, [o] modelo narrativo-representativo-industrial (N.R.I.)” (PARENTE, 2011, 13).

Dessa forma, segundo o autor, o cinema narrativo clássico não deve estar isolado como conhecimento único e autônomo, haja vista que sua existência se deu a custo de experiências variadas, as quais tiveram início com “a vontade de viajar sem se deslocar; [...] um desejo que emergiu com força durante o século XIX nos dispositivos de projeção de fantasmagorias e nos dispositivos imersivos, em particular os Panoramas e a fotografia estereoscópica, mas, sobretudo, no romance” (PARENTE, 2011, p. 38). Parente afirma que pensar o cinema como dispositivo é abrir-se a uma experiência múltipla, em que o cinema em seu formato convencional não deve se impor “como um dado natural, uma realidade incontornável” (PARENTE, 2011, p. 39). Nesse sentido, o autor enfatiza que hoje, por sinal, “deve-se dizer que nem sempre há sala; que a sala nem sempre é escura; que o projetor nem sempre está escondido; que o filme nem sempre é projetado [...]; e que este nem sempre conta uma história”. (PARENTE, 2011, p. 39)

Nesse sentido, as Projeções Mapeadas em Arquitetura parecem se apresentar como um dos vários desdobramentos desse vasto campo imagético. Dessa forma, se apresenta na contemporaneidade como uma nova experiência, com contornos muito específicos, sobretudo quanto a suas questões espaciais, promovendo, portanto, um novo tipo de espectador. Mas, antes de se perguntar como seriam essas experiências e quem seriam os sujeitos que desbravam essas atuais propostas imagéticas em meio urbano, parece razoável se perguntar antes como seria, então, a experiência cinematográfica clássica e seus espectadores, acreditando que assim, sob a posse de tais informações, se torne possível compreender as variações entre o espectador do cinema e o espectador das Projeções Mapeadas em Arquitetura.

Um dos fundamentos que definem a condição do espectador de cinema se deu sob o viés da psicologia, que tomou importância em 1970, a partir de um importante ensaio desenvolvido pelo teórico cinematográfico Jean-Louis Baudry (1970), intitulado “Cinema: efeitos ideológicos produzidos pelo aparelho de base”, em que surge, inclusive, o cinema analisado sob o conceito de dispositivo (PARENTE, 1978). Em seus textos, Baudry constrói seus argumentos sob dois fundamentos distintos. O primeiro se dá sob o aparato das teorias marxistas, via estudos de Louis Althusser, quando “procura apreender os efeitos ideológicos gerados pelo dispositivo cinematográfico” que, segundo ele, “constitui um sistema em que o principal efeito ideológico se dá por meio da ocultação do trabalho” em analogia ao “sistema de produção capitalista, em que a ocultação do processo de produção das mercadorias conduz a um valor agregado economicamente”; e um segundo campo de análise, o da psicanálise, mais especificamente a partir das teorias de Jacques Lacan (PARENTE, 2011, p. 38-41), sendo essa fundamentação aqui apresentada como seção de maior interesse e que será mais profundamente analisada.

Para Baudry (1970), entender esse diálogo seria equivalente a entender as forças que compõem o espectador do cinema clássico, em um contexto em que a câmera ocupa um lugar central, que circunscreve a posição do sujeito. Como estratégia para que tal fenômeno se dê de maneira eficaz, o cinema possui recursos que se estendem ao ambiente construído, tais como sala escura e tela rodeada de preto, “que apresentam condições privilegiadas de eficácia. Nenhuma circulação, nenhuma troca, nenhuma transfusão com o exterior. Projeção e reflexão se produzem num espaço fechado e aqueles que nele permanecem [...] ficam agrilhoados, capturados ou captados” (BAUDRY, 1970, p. 395).

E é sob tais argumentos que o autor lança mão das contribuições da psicanálise de Lacan, tomando partido de sua teoria especular, ou estágio do espelho. Essa teoria diz respeito à fase infantil “que se produz entre o sexto e o décimo oitavo mês de vida [...] quando provoca na criança a especularização da unidade de seu corpo, a constituição ou, pelo menos, o primeiro esboço do ‘eu’ como formação imaginária” (BAUDRY, 1970, p. 395). Em outras palavras, Baudry constrói um raciocínio, tomando partido da teoria de Lacan, de que as experiências da criança nessa fase da vida frente ao espelho geram sua identificação como unidade humana única por meio do reconhecimento de seu reflexo como sendo ele próprio, argumentando haver aí uma importante aproximação às experiências provenientes do cinema.

Esse raciocínio apoiado em Lacan, posteriormente expandido por Metz (1980), é, no entanto, muito questionado por sua translação simplificadora dos processos de identificação psicológica ao cinema. A filósofa estadunidense Joan Copjec (1989), por exemplo, indica que há certo ar de “paródia” nas discussões sobre a imagem baseadas em Lacan, tamanho o equívoco nas percepções sobre suas ideias psicanalíticas, como se o cinema se apresentasse às custas de suas teorias (COPJEC, 1989, p. 53). Equívoco encontrado, segundo Copjec, na formulação dos dois conceitos de base dessa teoria do cinema e suas interações: os aparatos envolvidos (instituição técnica, econômica e ideológica) e o olhar do espectador (COPJEC, 1989), “realizando uma espécie de foucauldização das teorias Lacanianas”⁵ (COPJEC, 1989, p. 56). Ou seja, para a filósofa, trata-se de uma associação equivocada da teoria especular de Lacan às teorias de Foucault, que se encontram voltadas às “técnicas dos poderes disciplinares de construção do sujeito” (COPJEC, 1989, p. 56), ou um “processo de produção da subjetividade-prisão” (PARENTE, 2011, p. 44). Uma incongruência percebida pela autora já que na teoria lacaniana, diferente do que se apresenta em Baudry, “o que é produzido por um sistema de significação nunca pode ser determinado” (COPJEC, 1989, p. 53).

No entanto essas críticas à contribuição de Baudry se encontram na aproximação à teoria especular, mas também na consideração dos aspectos de “suspensão de motricidade e predominância da função visual” em consonância com a narrativa totalizadora clássica da experiência do cinema (BAUDRY, 1970, p. 396). Desmistificando, assim, a ideia de que o espectador estaria em condição passiva frente ao filme, ressaltando que a imobilidade física do espectador seria suprida pela câmera enquanto simulacro do ponto de vista do espectador, a partir do momento que há a impressão de movimento. A respeito da imobilidade do espectador, o estudioso cinematográfico Robert Stam (1992) acrescenta que como “nossa atividade motora está reduzida, nossa percepção visual se aumenta para compensar nossa falta de movimento físico”⁶ (STAM, 1992, p. 188).

Partindo dessa abordagem, é possível compreender que apesar de toda a condição de isolamento imposta ao espectador em prol da experiência do cinema, o espectador vivencia uma imersão consciente e articuladora, e como tal, ativa. David Bordwell contribui a essa discussão ao abrir o entendimento da experiência do espectador clássico para além de sua passividade. Segundo ele, apesar da “estabilidade dos processos argumentais e as configurações estilísticas no cinema clássico” (BORDWELL, 1985, p. 165), tais características não devem converter o espectador clássico em material passivo, como se o cinema fosse uma “máquina totalitária”. Pelo contrário, afirma o autor, “o

⁵ Texto original em inglês. Tradução nossa.

⁶ Texto original em espanhol. Tradução nossa.

espectador realiza operações cognitivas específicas que não são menos ativas por serem habituais e familiares” (BORDWELL, 1985, p. 165). A câmera sugere um observador invisível e onipresente (BORDWELL, 1985, p. 161) que constantemente entra no jogo narrativo proposto de relações de causa-efeito. O “espectador constrói o tempo e o espaço da história segundo esquemas [e] indícios” providenciados pelo discurso cinematográfico, projetando suas próprias hipóteses (BORDWELL, 1985, p. 165). Ou seja, que o espectador se entretém e constrói o filme. O espectador se encontra, portanto, em uma intensa atividade mental, mesmo que em submotricidade.

Em resumo, o que é possível observar na experiência cinematográfica clássica é a existência de um espectador que se encontra envolvido em um denso processo narrativo, que, aliado a um espaço arquitetônico desenvolvido para induzir a uma completa imersão ao universo do filme, induz o sujeito não apenas a uma observação, mas a uma vivência, mesmo que em um contexto ficcional. Assim, o que se tem na experiência do cinema clássico é a presença de indivíduos espectadores que, imersos em tal “impressão de realidade”, configuram-se como sujeitos intelectualmente ativos, mesmo que se encontrem em motricidade reduzida.

Dessa forma, a questão inicialmente levantada a respeito do espectador e de suas experiências nas condições do cinema convencional parece ter sido solucionada ao se considerar a atividade mental do espectador, que eleva sua presença ao que seria uma existência autônoma e ativa, e a existência de uma inter-relação entre partes, que se apresenta, em um primeiro momento, vinculada a “três dimensões diferentes: a arquitetura da sala [...], a tecnologia de captação/projeção [...] e a forma narrativa”, como ressaltado por Parente (2011, p. 38), fazendo referência a Baudry (1970). Trata-se, portanto, de um diálogo que amplia, nesse estudo, o conceito de dispositivo cinematográfico para além da porção material e tecnológica do aparato cinematográfico convencional, formando um conjunto de quatro categorias que podem ser revisitadas na análise de casos contemporâneos, na busca de se entender as relações existentes entre seus espectadores, suas imagens e suas espacialidades.

Nesse sentido, dentro do que interessa a este estudo, é possível perceber que as dimensões consideradas no cinema tradicional parecem estar recebendo novas e variadas influências, seja pelo viés da arte contemporânea, seja pelo viés tecnológico, o que parece estar promovendo amplas transformações nesse universo imagético. Como abordado anteriormente, as novas mídias vêm ampliando o dispositivo do cinema para além dos limites técnico-espaciais estabelecidos para o modelo de representação clássico instituído, abrindo variadas possibilidades, de forma a criar, inclusive, experiências de novos deslocamentos ou pontos de fuga, múltiplas telas, novas

espacialidades, novas durações e intensidades (PARENTE, 2011, p. 37). Sendo assim, “a noção de dispositivo pode contribuir para uma renovação da teoria do cinema, sobretudo no que diz respeito à ideia de um cinema expandido sob todas suas novas modalidades, ou seja, de um cinema que alarga as fronteiras do cinema-representativo instituído” (PARENTE, 2011, p. 49), de forma que “hoje, as imagens se estendem para além dos espaços habituais em que eram expostos, como a sala de cinema e a televisão doméstica, e ocupam galerias, museus e mesmo o espaço urbano” (PARENTE, 2011, p. 50). Assim, tratando-se de uma evolução do cinema, as experiências contemporâneas também se mostram passíveis de se vincular aos “aspectos materiais [...], psicológicos [...] e ideológicos [...]” que contribuem para conformar o efeito básico do cinema (PARENTE, 2011, p. 40).

No entanto, para que isso possa se dar de maneira coerente, é imprescindível a compreensão de que as Projeções Mapeadas em Arquitetura se encontram em contexto bem distinto, a começar pelas espacialidades envolvidas. Diferente da hermeticidade própria da experiência do cinema clássico, as Projeções Mapeadas em Arquitetura têm como condição primordial de existência as superfícies arquitetônicas, e com elas uma complexidade de informações próprias de sua essência urbana. Ou seja, aquela linguagem que se encontrava preparada para minimizar influências externas, agora, sob um novo contexto, tende a se manifestar a fim de assumir o contingente na cidade.

A cidade é discutida, assim, com a intenção de demarcar a experiência cidadã a partir da problematização do cotidiano. Por um lado, introduzindo discussões entre teóricos que vinculam a cidade à tecnologia, aos fluxos e, portanto, expandindo o conceito de lugar para além de um espaço geográfico. E por outro, especificando o termo evento em duas definições: como acontecimento e como espetáculo programado.

A plataforma urbana denominada cidade se apresentaria assim, num primeiro momento, próximo ao conceito de lugar apresentado por Augé (2001), definindo-o como o espaço antropológico, criador de identidade, “[...] simultaneamente princípio de sentido para aqueles que o habitam e princípio de inteligibilidade para quem o observa” (AUGÉ, 2001: 51), sendo identitários, relacionais e históricos (AUGÉ, 2001: 73). Ou seja, o lugar se apresenta como a porção que compõe a interpretação do que seria a índole, o caráter de uma dada localidade, aquilo que designa reconhecimento ao outro e ao local de inserção. Haja vista que as Projeções Mapeadas em Arquitetura se apresentariam como inserção a esta realidade, intervindo-a, e como tal, servindo como gesto transformador de suas informações constitutivas. No entanto, constata-se certa limitação em tal abordagem, haja vista que o reconhecimento do espaço urbano não deve se resumir à suas acumulações simbólicas de sentido

territorial, como porção estática, já que a cidade é plataforma viva, cujas dinâmicas constroem novas interações e, portanto, novas vivências, de forma que se assumir esta somatória poderia inclusive ajudar a construir essa ideia de lugar na contemporaneidade.

Uma importante contribuição, portanto, seria a ampliação desta abordagem em direção a tais dinâmicas, como identificadas, por exemplo, nas análises de Olivier Mongin (2009), para quem a cidade implica movimentações diversas, argumentando que esta “se caracteriza por uma capacidade de instituir entre os indivíduos trocas de todas as ordens, no plano da comunicação, mas também no plano da distribuição de bens materiais e imateriais” (CLAVAL, 1981 apud MONGIN, 2009, p. 121). Dessa forma, o que se percebe é um argumento principal que interpreta a cidade como uma plataforma cuja existência está vinculada a interações de variadas ordens. No entanto, sob esta base teórica reconhecedora do que seria uma visão generalista do conceito de cidade, Mongin traça novos argumentos, onde se destacam as tecnologias informacionais e seus desdobramentos. Mongin assume a cidade sob a existência de “fluxos que a atravessam” (2009, p. 121), anunciando o surgimento de novas modalidades dinâmicas na atualidade dos espaços urbanos, argumentando que “a sociedade em rede permitiu flexibilizar [uma] visão futurista articulando [o que seriam] o espaço de fluxos e o espaço dos lugares exclusivamente em benefício do primeiro” (MONGIN, 2009, p. 132).

No entanto, para além desta abordagem, o sociólogo espanhol Manuel Castells apresentaria uma análise que parece possuir princípios semelhantes, sobretudo quanto às definições relativas aos conceitos de lugares e de fluxos, mas, desta vez assumindo de maneira mais vigorosa o contexto da informação proveniente da era computacional. Ele afirma em seu livro *A Sociedade em Rede*, de 1999, que “uma revolução tecnológica concentrada nas tecnologias da informação começou a remodelar a base material da sociedade em ritmo acelerado” (CASTELLS, 2008, p. 39), levando ao entendimento de que “a tecnologia é a sociedade, e a sociedade não pode ser entendida ou representada sem suas ferramentas tecnológicas” (CASTELLS, 2008, p. 43). Neste breve fragmento do livro, que analisa a sociedade contemporânea a partir de sua interrelação com as tecnologias informacionais, é possível perceber as bases de suas convicções teóricas, anunciando uma reverberação existente entre a sociedade e suas tecnologias, que se apresentam como indissociáveis, onde “as redes interativas de computadores estão crescendo exponencialmente, criando novas formas e canais de comunicação, moldando a vida e, ao mesmo tempo, sendo moldadas por ela” (CASTELLS, 2008, p. 40). Assim, como contribuição ao campo da arquitetura, este estudo converge atenção ao pressuposto de serem estas evoluções tecnológicas possíveis embriões transformadores do espaço urbano.

Assim, Manuel Castells inicia suas análises argumentando que o “espaço é a expressão da sociedade”, de forma que “uma vez que nossas sociedades estão passando por transformações estruturais, é razoável sugerir que atualmente estão surgindo novas formas e processos espaciais” (CASTELLS, 2008, p. 499 e 500), onde o “espaço é um produto material em relação a outros produtos materiais – inclusive as pessoas – as quais se envolvem em relações sociais determinadas que dão ao espaço uma forma, uma função e um sentido social” (CASTELLS, 1972, p. 152 apud CASTELLS, 2008, p. 500). Castells cita, de forma a deixar tal contexto ainda mais claro, a formulação de David Harvey, em seu livro *Condição Pós-moderna*, que afirma que, “sob uma perspectiva materialista, [as] concepções temporais e espaciais objetivas são necessariamente criadas por meio de práticas e processos materiais que servem para reproduzir a vida social... Um axioma fundamental [que considera que] o tempo e o espaço não podem ser entendidos independentemente da ação social” (HARVEY, 1990, p. 201 apud CASTELLS, 2008, p. 500). O espaço é assim “um atributo material de todos os valores de uso” (HARVEY, 1982, p. 375), resumindo sua existência na relação entre o material e o social.

Tendo fortalecido seu argumento sobre o que seria o espaço, Castells avança sua discussão assumindo a derivação deste conceito em duas modalidades, sendo elas o *espaço de lugares* e o *espaço de fluxos*, em direção a um entendimento mais aprofundado do que seriam as cidades contemporâneas. Como primeira modalidade, segundo Castells, o espaço de lugares diz respeito a uma “organização espacial historicamente enraizada de nossa experiência comum” (CASTELLS, 2008, p. 468) o que representa os arranjos espaciais formados por localizações contíguas, numa interação definida por sua lógica cotidiana, o que parece se aproximar, inclusive, dos argumentos de Marc Augé.

No entanto, como acréscimo ao argumento anterior, Castells apresenta sua segunda modalidade espacial, a do espaço de fluxos, por ele resumida como “a organização material das práticas sociais de tempo compartilhado que funcionam por meio de fluxos” (CASTELLS, 2008, p. 501), que se encontram como meio exploratório da contemporaneidade global, mais especificamente voltado a discutir o processo revolucionário atual concentrado nas tecnologias da informação.

No entanto, diferente do que possa parecer nestes argumentos iniciais, os estudos de Castells tomam partido de uma visão mais maliciosa desta sociedade em rede que se estrutura, assumindo sua existência vinculada a interesses mercadológicos. Nesse sentido, Castells informa se tratar de “um processo por meio do qual os centros produtivos e de consumo de serviços avançados e suas sociedades auxiliares locais estão conectados em uma rede global”, de forma que “a cidade global não

[seria] um lugar, mas um processo” (CASTELLS, 2008, p. 476). A explicação do emprego desta ideia de processo aparece como sendo empregada “por causa da natureza da nova sociedade baseada em conhecimento, organizada em torno de redes e parcialmente formada de fluxos”, onde “a ênfase na interatividade entre os lugares rompe os padrões espaciais de comportamento em uma rede fluida de intercâmbios que forma a base para o surgimento [deste] novo tipo de espaço, o espaço de fluxos” (CASTELLS, 2008, p. 488).

Em meio a todas estas informações parece razoável a dedução de que o campo das Projeções Mapeadas em Arquitetura provavelmente se aproxime destes mesmos processos de negociações informacionais relatados por Castells, haja vista se configurar como expressão inequívoca da contemporaneidade. Sob estas considerações, no entanto, há de se atentar para o argumento de que a lógica dos espaços de fluxos é “a lógica espacial dominante porque é a lógica espacial dos interesses/funções dominantes em nossa sociedade” (CASTELLS, 2008, p. 504). Ou seja, as relações existentes entre os espaços de lugares e os espaços de fluxos, vinculado em grande parte aos interesses mercadológicos, parecem alertar para uma existência pouco romântica do conceito de lugar, parecendo abrir caminho para uma existência paralela do que seria o seu oposto, em direção àquilo que teria sido intitulado por Augé (2001) como os não lugares. Estes se caracterizariam pelas figuras de excesso: superabundância factual, superabundância espacial e individualização das referências, correspondendo a transformações das categorias de tempo, espaço e indivíduo (AUGÉ, 2001: 73), e é neste contexto que a cultura dos grandes centros urbanos contemporâneos parece estar sendo forjada. Ou seja, uma condição que se configura quando se percebe a drenagem do caráter social do espaço, esvaziado de expressões humanas autênticas, um território genérico onde não se criam vínculos duradouros, onde a população passa a ser pária em seu próprio ambiente (AUGÉ, 2001). Condição que Zygmunt Bauman avança em seu livro *Modernidade Líquida*, onde aborda discussões referentes a uma composição da sociedade contemporânea em direção ao que seria uma forma fluida do tempo e do espaço, afirmando, em uníssono a Augé, o surgimento de não lugares, que seriam caracterizados por serem ostensivamente públicos, mas enfaticamente não civis, que desencorajam a ideia de estabelecer-se, tornando a colonização ou domesticação do espaço quase impossível (BAUMAN, 2001, p. 119).

Neste sentido, parece haver a configuração de dois segmentos bem definidos que compõem as cidades contemporâneas, estando de um lado, as práticas cotidianas, que se enquadram naquilo que fora denominado como o espaço de lugares, e de outro, “em oposição a esta lógica” (CASTELLS, 2008, p. 468), o espaço de fluxos, vinculado às dinâmicas sociais vinculadas às tecnologias

informativos e ao comércio global. Dedução que parece cada vez mais se encontrar no que seria um entendimento comum do meio urbano na atualidade, o que acaba por aglutinar as tendências mercadológicas ao cotidiano das pessoas, haja vista ser este um cenário previsto em grande volume por críticos sociais contemporâneos, se aproximando de situações que se enquadram naquilo que fora denominado por Guy Debord (1997), através de seu livro *A Sociedade do Espetáculo*, de 1967, como *espetacularização*. Segundo o autor, esta realidade em curso emerge como aprofundamento de uma lógica própria da sociedade contemporânea, de forma que falar desse processo de espetacularização seria equivalente a uma tendência mundial a não participação, a alienação e a passividade da sociedade, como interpretado por Paola Berenstein Jacques (2003, p. 13).

Nesse sentido, a realidade e o espetáculo se retroalimentam, de forma que a alienação passa a ser a essência e a base da sociedade existente, num jogo onde “a realidade surge no espetáculo, e o espetáculo no real” (DEBORD, 1997, p. 08). Dessa forma, acredita Debord, a sociedade do espetáculo, situada sob o cânone capitalista, conduz a um modo de vida onde tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação, objeto de mera contemplação (DEBORD, 1997, p. 13).

Ressalta-se o argumento de Paola Berenstein, concluindo que a espetacularização em voga é sinônimo de passividade (JACQUES, 2003, p. 13), visto não haver uma presença ativa da sociedade no meio onde se inserem, o que fica mais claro a seguir, sob o argumento de Debord.

A alienação do espectador em favor do objeto contemplado (que é o resultado da sua própria atividade inconsciente) exprime-se assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos ele compreende a sua própria existência e o seu próprio desejo. A exterioridade do espetáculo em relação ao homem que age aparece no fato de seus próprios gestos já não serem seus, mas de um outro que os apresenta por ele. É por isso que o espectador não se sente em casa em parte alguma, porque o espetáculo está em toda a parte (DEBORD, 1997, p. 30).

Dessa forma, vemos espaços que sempre tiveram como caráter primordial sua condição fomentadora das práticas cotidianas se transformando em cenários próprios da alienação social, como “movimento autônomo do não vivo” (DEBORD, 1997, p. 13), sendo, para ele, “a especialização do poder, a mais velha especialização social, que está na raiz do espetáculo. O espetáculo é, assim, uma atividade especializada que fala pelo conjunto das outras. É a representação diplomática da sociedade hierárquica perante si própria, onde qualquer outra palavra é banida.” (DEBORD, 1997, p.20)

Nesse sentido, Debord se posiciona criticamente afirmando se tratar de uma produção do espaço onde os interesses se revelam unilaterais, em oposição a um posicionamento que busque o interesse coletivo. O espaço passa a ser modelado segundo os princípios do consumismo vigente na contemporaneidade, onde “o urbanismo [passa a ser] a tomada do meio ambiente natural e humano pelo capitalismo que, ao desenvolver-se em sua lógica de dominação absoluta, refaz a totalidade do espaço como *seu próprio cenário*.” (DEBORD, 1997, p. 112)

Nesse sentido, a antológica frase de Guy Debord, afirmando que “o espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1997: 14), já anunciava, na década de 1960, a amplitude desse impacto no espaço urbano vivido. A cidade, sob este contexto, converte-se em plataforma de efêmeros eventos hedonistas, programados como ordens de consumo, se enquadrando naquilo que Debord (1997) definiria como uma superficialidade alienadora da sociedade. Trata-se, portanto, de eventos onde há uma busca pela associação de informações vantajosas a certo *brand*, se enquadrando naquilo que Ana Clara Torres Ribeiro (2006) ressaltou como um interesse pela “acumulação primitiva de capital simbólico”. Segundo ela:

Do ângulo da cidade, a arena do pensamento político moderno, o espaço público, tem sido refeita através da festa, do show, de gestos e símbolos de rápida decodificação. Esta mudança encontra-se registrada em noções que substituíram a arena política, tais como cenário e palco. Do ângulo da ação, noções distantes da problemática mais ampla do sujeito social indicam o teor do ativismo urbano, tais como ator e, por fim, protagonista. Estas mudanças conceituais refletem, ainda que indiretamente, a atual relevância do capital simbólico. (RIBEIRO, 2006: 45)

Ou seja, diferentemente da acumulação de capital financeiro de uma empresa, o objetivo está associado a “acúmulos simbólicos” (RIBEIRO, 2006: 40), que neste caso, está vinculado à excitação do espetáculo. Logo, tais práticas promocionais “permitem a mercadorização da cultura e o domínio, ainda que circunstancial, de práticas sociais e memórias coletivas [, interferindo] na leitura do espaço herdado e no imaginário urbano” (RIBEIRO, 2006: 41), o que foi possibilitado pela informação transformada em imagem, “em conexão com metas da indústria cultural” (RIBEIRO, 2006: 42).

O evento como espetáculo programado seria apresentado, portanto, como uma motricidade comum aos espaços contemporâneos. No entanto, a ideia de evento pode ser abordada ainda sob uma visão diferente dessa, se aproximando do que seria o acontecimento, como disposto pelo geógrafo Milton Santos (1999). Trata-se de um importante pensador da sistemática urbana contemporânea que contribuiu, inclusive, com conceitos semelhantes aos de Castells e Mongin, mas os antecedendo em

alguns anos. Em 1978 Santos construiria a hipótese de que o espaço seria composto por fixos e fluxos, de forma que:

os elementos fixos, fixados em cada lugar, permitem ações que modificam o próprio lugar, fluxos novos ou renovados que recriam as condições ambientais e as condições sociais, e redefinem cada lugar. Os fluxos são um resultado direto ou indireto das ações e atravessam ou se instalam nos fixos, modificando a sua significação e o seu valor, ao mesmo tempo em que, também, se modificam. (SANTOS, 1982, p. 53; SANTOS, 1988, p. 75-85 apud SANTOS, 1999, p. 50)

Conceitos que Santos viria a dar novas denominações em seus estudos posteriores, passando a referenciá-los como *sistemas de objetos*, em relação aos fixos, e *sistemas de ação*, em relação aos fluxos, argumentando que estes dois segmentos se encontrariam indissociáveis e que, juntos, formariam aquilo que ele definira como *espaço*, ou seja, a porção que “reúne a materialidade e a vida que a anima”, desvinculando-a da esterilidade da ideia de “configuração territorial” (SANTOS, 1999, p. 51).

Sob a posse desse novo conceito, o de espaço, Santos aprofundaria sua discussão, entendendo sua existência como peça determinante para se compreender a cidade, haja vista suas constantes transformações, considerando que “de um lado, os sistemas de objetos condicionam a forma como se dão as ações e, de outro lado, o sistema de ações leva à criação de objetos novos ou se realiza sobre objetos preexistentes” (SANTOS, 1999, p. 52).

O que parece ficar claro em meio a tais argumentos é que sua abordagem cumpre uma visão voltada às dinâmicas da cidade, mas dentro de um limite que se instaura na relação dos objetos, dos homens e das atividades que lhes ativam. E é nesse sentido que Milton Santos apresenta seu conceito de *evento* como acontecimento, que segundo ele “trata-se de um instante do tempo dando-se em um ponto do espaço” (SANTOS, 1999, p. 115), sendo sempre todos novos, de forma que “quando eles emergem, também estão propondo uma nova história (SANTOS, 1999, p. 116). E enfatiza: “nesse sentido, toda teoria da ação é, também, uma teoria do evento e vice-versa”, de forma a “não [haver] evento sem sujeito” (SANTOS, 1999, p. 117). Ou seja, para o autor, o evento se revela, resumidamente, como ação entre homens e objetos em um dado instante e em um dado lugar, de forma a serem todos sempre presentes, como elementos de atualidade, sendo responsáveis, inclusive, pela construção da noção de tempo (SANTOS, 1999, p. 115). Essa volatilidade do fenômeno cria dificuldades de uma análise com formas tradicionais que priorizam ocorrências fixadas no tempo,

apresentando, portanto, uma nova visão a este conceito contemporaneamente resumido a sua porção pragmática e espetacular.

Mas para além do entendimento do evento como um acontecimento isolado, Milton Santos enfatiza que este pode se dar de maneira imbricada, considerando a existência de um coletivo de eventos que acontecem simultaneamente, de forma a entender que “esse conjunto de eventos é também um evento, do qual os eventos singulares que o formam são elementos”, não sendo “apenas uma superposição, mas uma combinação” (SANTOS, 1999, p. 123). Assim,

Os eventos são atuais, absolutos, individualizados, finitos, sucessivos. Mas na medida em que se estendem uns sobre os outros, participando uns dos outros, eles estão criando a continuidade do mundo vivente e em movimento (Leslie Paul, 1961, p. 126), ou, em outras palavras, a continuidade temporal e a coerência espacial. (SANTOS, 1999, p. 124)

Sob esta abordagem, aproximando tais argumentos ao nicho de interesse deste estudo, o que se percebe é que mesmo os eventos programados da cidade não estariam fixados apenas na ordem do espetáculo programado, mas também recebendo a influência das dinâmicas eventuais do corpo social da cidade, gerando acontecimentos triviais que combinados a todas as demais ações provenientes do local onde estes se inserem, ajudam a compor a complexidade espacial denominada cidade.

Ou seja, o acontecimento cotidiano, entendido como algo que está sujeito ao contingente e ao devir, constitui-se dos gestos despreziosos do cotidiano dos cidadãos, se aproximando daquilo que Certeau (2002) apresentaria como as práticas cotidianas, em seus textos dedicados, como afirma ele, aos caminhantes inumeráveis, ao homem ordinário, à personagem disseminada, ao herói comum (CERTEAU, 2002: 57), enfim, àqueles que em suas ações mais rotineiras promovem a vitalidade urbana que tornam um local singular. Entendendo assim, o espaço como fruto desta porção plural da sociedade, o autor afirma ser na cidade que se evidenciam os sujeitos comuns, ressaltados como amálgama coletivo, onde cada individualidade surge como lugar onde atua uma pluralidade incoerente (e muitas vezes contraditória) de suas determinações relacionais (CERTEAU, 2002, p. 38). Ou seja, são relações sociais que se consolidam em eventos cotidianos através de dinâmicas sociais que emergem como manifestações autênticas da população anônima e cotidiana.

Dessa forma, a cidade como um espaço composto por eventos, que surgem como fruto de um diálogo constante entre os sistemas de objetos e os sistemas de ações, onde o mercado se encontra atuante, apresenta o evento sob duas facetas. De um lado está o espetáculo programado, e de outro, surge o

evento a partir dos gestos triviais da sociedade, interpretados como acontecimento. Neste sentido, o espectador urbano da *Projeção Mapeada em Arquitetura*, o cidadão, se apresenta num contexto bem distinto do espectador do dispositivo cinematográfico, com diferentes narrativas, com suas distintas tecnologias e em um lugar como espaço de projeção. Na cidade, o espectador se encontra imerso num amálgama de variados eventos, que promove um importante diálogo entre o lugar e seus fluxos, associado a movimentações próprias do cotidiano urbano. O caráter simbólico dos edifícios e o conflito/negociação social do espaço urbano são condições que diferenciam substancialmente das condições de projeção no cinema. A presença do mercado/propaganda/pressão comercial direciona a cidade àquilo que se define como espetacularização, ao convergir-se em lugar da não participação, da alienação e da passividade, como ressaltado por Jacques (2003). Mas, seria esta a condição promovida pelas *Projeções Mapeadas em Arquitetura* nas cidades? Estariam em voga interesses unilaterais suplantando interesses coletivos, como denunciou Debord (1997)?

Ressalta-se, portanto, um cidadão-espectador mais complexo que o do cinema tradicional. Na cidade, assumindo tais projeções dentro da lógica do dispositivo, como proposto por Baudry, mas diferente das condições do cinema tradicional, constata-se a existência de um espectador submetido a forças distintas. Nas *Projeções Mapeadas em Arquitetura* o espaço é outro, assim como devem ser as técnicas empregadas, sua narrativa e, por fim, o vínculo intelectual do espectador e suas dinâmicas.

3 ORIGENS: UMA ABORDAGEM HISTÓRICA

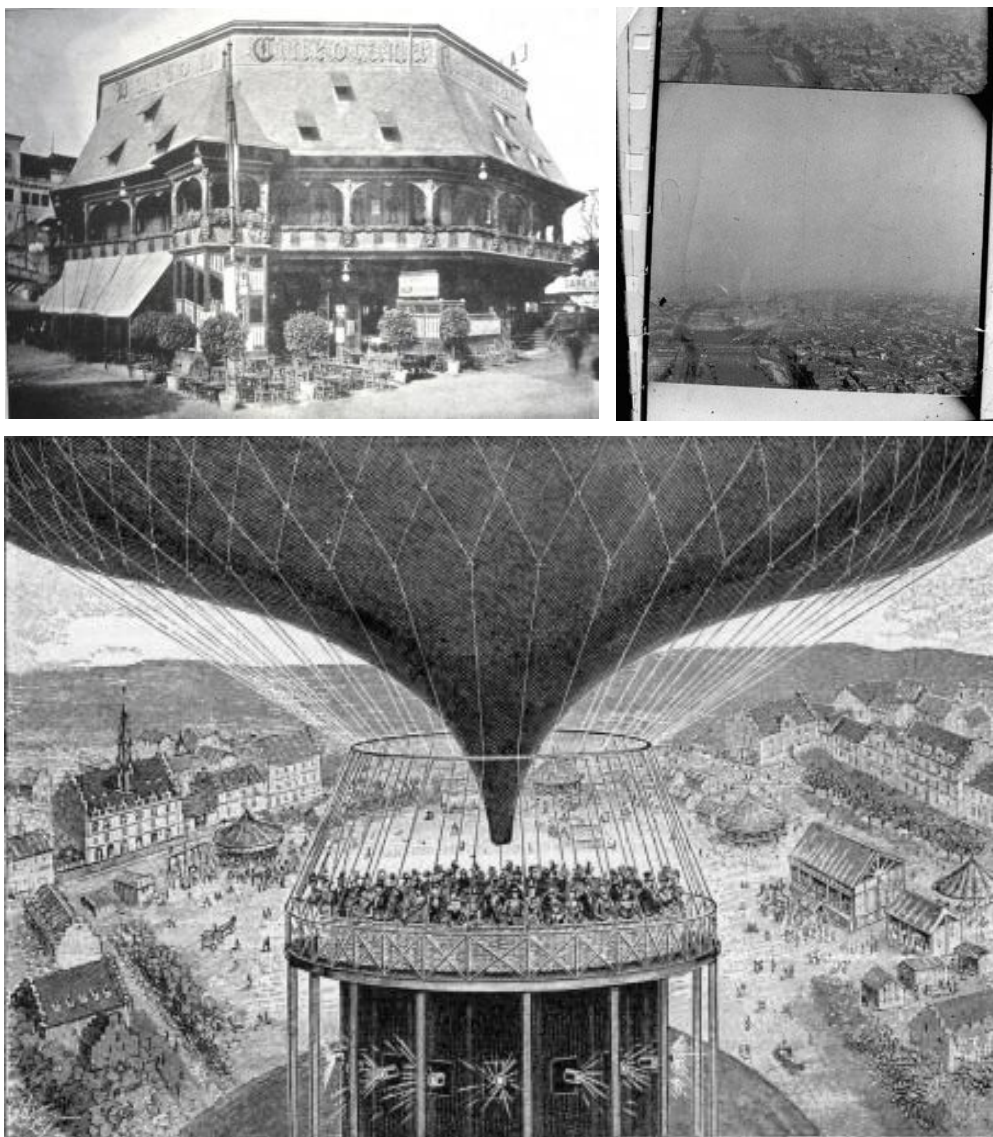
Como relatado no capítulo anterior, o processo de formação do cinema tradicional se configurou em ambientes fechados devido à necessidade de se promover penumbras para que as experiências pudessem se dar de maneira mais proveitosa. No entanto, algumas experiências iriam abrir novas vertentes de emprego das técnicas cinematográficas, destacando-se as propostas de imagens imersivas, as quais se mostram relevantes para este estudo dada a paradoxal proximidade com as novas espacialidades criadas, e, conseqüentemente, com as novas experiências dos sujeitos ali presentes. Assim, este capítulo apresenta um recorte de casos emblemáticos centrados:

- em experiências de projeção em um contexto urbano, ou que se assemelhe à vivência do cidadão na cidade;
- no surgimento de aspectos específicos das projeções mapeadas através dos VJ.

Um dos primeiros casos relevantes de projeção sob tais considerações é decorrente de uma técnica conhecida como Cineorama (FIG. 7, 8 e 9), desenvolvida por Raoul Grimoin-Sanson. Essa técnica foi apresentada pela primeira vez na Exposição Universal de Paris de 1900, propondo uma experiência que simulava um passeio em um balão. Para isso, um dispositivo teria sido desenvolvido para que os espectadores se posicionassem em uma plataforma que possuía características análogas a um cesto de balão, de onde iriam “assistir” a imagens estendidas ao redor dos espectadores em 360 graus através da utilização de dez filmes de 60 milímetros com projeções simultâneas (FRIEDBERG, 1993, p. 84). Trata-se, portanto, de uma abertura a uma experiência que vai além do formato popular que o cinema assumiria como padrão. Na verdade, esse caso parece vincular-se às produções imagéticas anteriores, como as das lanternas mágicas⁷ e dos panoramas⁸.

⁷ Para esta discussão, ver MANNONI, 2003.

⁸ *Ibidem*.



Figuras 7, 8 e 9 – Cineorama.

Nota: Ilustração da parte interna e foto da parte externa do Cineorama, mais uma película de projeção utilizada em 1900.

Fonte: <<http://tectonicablog.com/?p=41965>>. Acesso: 15 maio 2013.

Posteriormente à Segunda Guerra Mundial, iniciou-se um processo de popularização das telas, catalisando o interesse por novas manifestações imagéticas e, conseqüentemente, pontuando outros experimentos de ordem comercial⁹. Um exemplo disso se encontra na Disneylândia de Walt Disney, nos Estados Unidos, quando, em 1955, buscando explorar o potencial mercadológico das novas técnicas de projeção imagética e suas relações mais amplas como os espectadores, foi inaugurado o

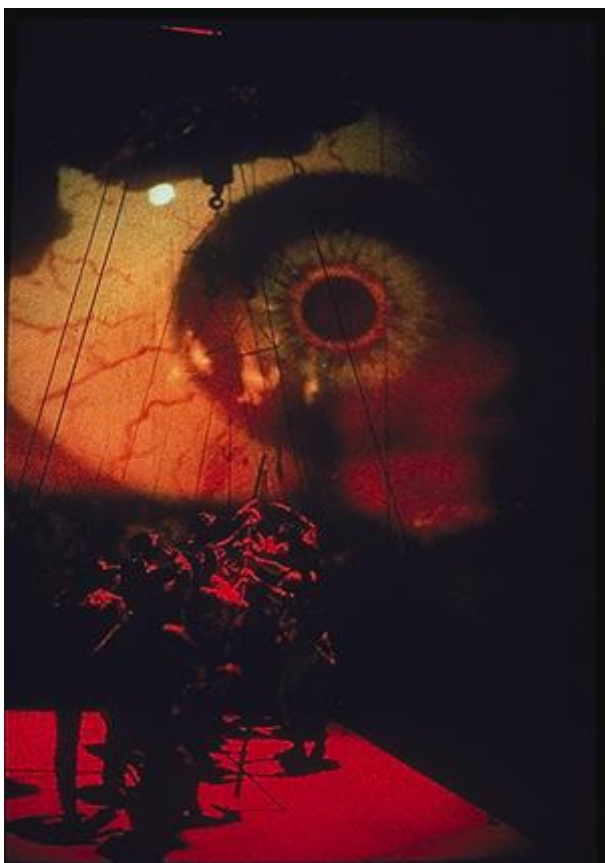
⁹ Importante ressaltar a existência de uma série de dispositivos voltados à comercialização da imagem que antecedem essa experiência, tais como o kinetoscópio, de Thomas Edison. No entanto, a ênfase dada a esse caso se justifica dentro do recorte aqui proposto.

Circle-Vision 360°. Uma tela em círculo, compostas por nove enormes telas que recebiam projeções simultâneas de nove projetores, criando um ambiente de imersão semelhante ao Cineorama.

Considerando o desdobramento da imagem como dispositivo mercadológico em suas inovações de ordem espacial, Lucia Santaella contribui ao entender que quando se tem início um processo de hibridização das formas de comunicação e cultura, onde os meios artísticos se encontram ressaltados, o que se tem, na verdade, são os meios de comunicação de uma sociedade de massa se desdobrando em formas cada vez mais absorventes (SANTAELLA, 2005, p. 11). Dessa forma, os “processos comunicacionais não são epifenômenos sociais”, mas, pelo contrário, são dispositivos capazes “de alterar as interações sociais e a estrutura social em geral” (SANTAELLA, 2005, p. 09 e 10). Sob uma postura questionadora a tais desdobramentos, várias manifestações artísticas começam a voltar-se contra esta, que se configurava como uma realidade mundial, própria de uma sociedade de consumo.

Entretanto, duas personalidades iriam manter o que se pode definir como uma caminhada solitária em relação às suas convicções de tangenciamento entre a cinematografia e as demais expressões artísticas, como a dança, o teatro e a ópera: o cenógrafo tcheco Josef Svoboda (1920-2002) e o encenador francês Jacques Polière (1928-2011). No final dos anos 1950, Svoboda (FIG. 10, 11 e 12) iria conceber a “Politela”, técnica que promovia a “projeção simultânea de múltiplas imagens de um mesmo objeto ou sujeito”, buscando proporcionar uma “visão cubista do universo”. Similarmente, Polière conceberia o “Teatro do Movimento Total”, no qual “câmeras e projeções em vídeo se [integravam] para a criação de cenas móveis e a imersão dos espectadores em projeções sonoras e visuais em 360°”, além de outros trabalhos “em parceria com o arquiteto Le Corbusier” (ISAACSSON, 2011, p. 16).

Josef Svoboda se destaca nesse contexto devido à sua grande dedicação à cenografia projetiva, o que se estendeu por toda a sua vida e influenciou vários artistas contemporâneos ao longo de seus 700 trabalhos desenvolvidos até a sua morte, em 2002. O que se pode afirmar é que a partir dele a cenografia foi expandida para aquilo que ele denominava “encenação visual do drama” (MANTOVANI, 1989, p. 81).



Figuras 10, 11 e 12 - Cenografias de Josef Svoboda Fonte: SPHDÍARIODEBORDO, 2010.

Fonte: <<http://www.oac.state.oh.us/riffe/exhibitions/2000/czechscenic/czech.asp>> e <<http://www.oac.state.oh.us/riffe/exhibitions/2000/czechscenic/czech.asp>>. Acesso: 17 maio 2013.

Começou, assim, a ser promovido um maior número de experiências voltadas à hibridização de múltiplas mídias, promovendo a convergência de variadas experiências imagéticas às técnicas cinematográficas, o que ocorreu, sobretudo, a partir dos anos 1960 (FIG. 10, 11 e 12). Outra importante contribuição aconteceu com as experiências cinematográficas do artista estadunidense da *Pop Art*, Andy Warhol (1928-1987). Apesar de se estabelecer como um artista múltiplo, cuja vertente cinematográfica se encontrava em plena atividade, “Warhol não estava interessado no cinema tal

como ele havia se estabelecido: duas horas de projeção em uma sala determinada para esse acontecimento onde os espectadores sentados disciplinadamente assistem a uma representação ou a uma abstração do mundo” (COSTA, 2008, p. 33). Dessa forma, seus filmes iriam ser apresentados em formatos inovadores, em uma busca pela expansão da experiência cinematográfica. O mais profuso evento sob esses princípios ocorreu em abril de 1966, na Discoteca Dom, em Nova York, onde ocorriam “cinco projeções simultâneas e um show de iluminação colorida com bola de espelho fragmentando (sic) que refletia, espalhava e fazia circular as luzes e as imagens de seus filmes”, enquanto os presentes dançavam ao “estilo sadomasoquista” ao som da banda de roque The Velvet Underground (COSTA, 2008, p. 33). Segundo o próprio Warhol, seus filmes projetados seriam *Harlot*, *The shoplifter*, *Couch*, *Banana*, *Blow Job*, *Sleep*, *Empire*, *Kiss*, *Whips*, *Face*, *Camp* e *Eat*, os quais “recebiam colorações diferenciadas devido às gelatinas utilizadas sobre as lentes dos projetores” ao mesmo tempo em que “as imagens dos filmes e as luzes eram lançadas diretamente sobre o público” (WARHOL, 180, p. 205 apud COSTA, 2008, p. 33).

Eram, portanto, experiências muito específicas, voltadas a processos narrativos híbridos, que, assim, em maior número, começaram a abrir novos campos e possibilidades de linguagens multimídia.

Contudo, como ressalta Furtado:

não se trata de decretar a morte do cinema, mas de acrescentar aos muitos cinemas um outro (talvez alguns outros): um cinema eletrônico, um cinema híbrido, de sínteses (cinema + vídeo, cinema + informática), um *expanded cinema* (“cinema expandido”), na feliz expressão de Gene Youngblood. (FURTADO, 1999, p. 130)

Nesse sentido, por sinal, a expressão *expanded cinema*, de Gene Youngblood (1970), acima citada surge nesse contexto como um conceito que engloba essas várias experimentações, considerando o alargamento que as concepções sobre o cinema vinham sofrendo nas últimas décadas, sugerindo uma associação mais enfática às possibilidades abertas pelas tecnologias computacionais (YOUNGBLOOD, 1970, p. 41-414). O cinema expandido propõe, assim, uma experiência ampliada pelo uso simultâneo de várias telas e projeções, aliando cinema e vídeo.

Arlindo Machado argumenta que com as reflexões de Youngblood “a ideia de expansão germinou muito nas décadas seguintes: num certo sentido, todos os meios e artes entraram num processo de expansão, que fez com que eles se contaminassem mutuamente e perdessem a nitidez de suas fronteiras” (MACHADO, 2008, p. 69).

Assim, ao longo de toda a década de 1970, diversas experiências foram desenvolvidas no campo das projeções imagéticas e suas variadas influências híbridas. No entanto, foi no final da década de 1970 e

início de 1980 que ocorreu uma verdadeira culminância daquilo que viria a ser a Projeção Imagética Contemporânea, fruto, principalmente, da popularização da imagem digital, que foi impulsionada pelas novas tecnologias computacionais. Um contexto em que o Vídeo Jockey, ou VJ¹⁰, aparece como força propulsora. Esse profissional merece aqui atenção, sobretudo pelo fato de os atuais produtores das projeções mapeadas possuírem tal repertório prático e, como tal, a mesma denominação. Datado do final da década de 1970, a origem dos VJ's está vinculada às casas noturnas nova-iorquinas, apesar de haver divergência de informação quanto ao seu exato local, ora sendo informado estar vinculada ao New York Club Peppermint Loung (CREVITS, 2006, p. 14), ora à casa noturna nova-iorquina HURRAH, e à pessoa de Merrill Aldighieri, que aparece tanto como aquela que desenvolveu os primeiros trabalhos de mixagem de imagem em parceria com os DJ's quanto como a pessoa que definiu o termo¹¹. No entanto, o nome VJ só veio a se popularizar em 1981, com o surgimento da emissora MTV (CREVITS, 2006, p. 16). Independentemente desses desencontros de informação, o que se sabe é que o Vjim, como popularmente é chamado, “revela-se como o amálgama de importantes evoluções nos planos social, artístico, cultural e tecnológico”¹². O que chama a atenção é que, de um fenômeno esporádico, o Vjing se tornou uma regra no cenário festivo da música house e eletrônica desde então, surgindo representantes em toda a parte do mundo, em um sincronismo que revelava uma demanda por uma nova experiência visual (CREVITS, 2006, p. 14).

Em meio a toda essa efervescência, o fator crucial se encontra na proliferação desses dispositivos e das vivências possibilitadas pelo avanço da tecnologia digital, o que iria abrir outras frentes, entre elas as futuras Projeções Mapeadas em Arquitetura. O que passou a acontecer desde então foi, e ainda é, uma busca constante por equipamentos mais sofisticados, capazes de administrar as imagens de maneira mais eficiente, o que se tornou possível com o surgimento dos transistores e circuitos integrados na década de 1980. A partir de 1981 começou a haver uma comercialização de sintetizadores de imagem, tais como o CEL Electronics Chromascope (1981), o Fairlight Computer Video Instrument – CVI (1983) e Commodore Amiga (1985). Depois desses adventos, todo este cenário iria passar por uma nova catálise no fim dos anos 1980 e início dos anos 1990, com as festas *rave* demandando equipamentos e *softwares* ainda mais avançados, ao mesmo tempo em que se alcançava a miniaturização dos componentes de *hardware*. Foi nesse momento que também

¹⁰ Profissional responsável pela composição de vídeos em diálogo com as músicas tocadas pelos DJ's.

¹¹ Informações disponíveis em: <http://www.youtube.com/watch?v=t8VINc_B3rs>. Acesso em: 17 nov. 2012.

¹² Tradução nossa.

começaram a aparecer os primeiros trabalhos de projeção em Arquitetura, ou seja, as projeções começaram a tomar os espaços abertos das grandes metrópoles.¹³

Como reverberação aos princípios por ora configurados, parece razoável a dedução de que a cenografia projetiva, própria de ambientes *indoor*, em algum momento, iria tomar as ruas. O emprego dessas novas tecnologias proporcionou outras experiências, dentre as quais se destacam algumas relevantes manifestações artísticas que propõem uma rediscussão dos espaços urbanos. Essas manifestações se apresentam como parte importante do processo em curso de ruptura com as clássicas tradições artísticas e têm como artistas de destaque Krzysztof Wodiczko e Jenny Holzer.



Figuras 13 e 14 – Projeções de Krzysztof Wodiczko

Nota: Esquerda: *The Homeless Projection*, 1987.

Direita: *Grand Army Plaza*, Nova York, 1984-1985.

Fonte: <<http://www.dichtung-digital.org/2009/Ricardo/index.htm>> e <<http://phomul.canalblog.com/>>. Acesso: 15 maio 2013.

Krzysztof Wodiczko é um artista polonês de expressiva relevância mundial que se destaca, entre outras produções, por seus trabalhos em prol da reflexão sobre as “verdades” existentes nas hegemonias sociais, econômicas e sociais operantes nas cidades (WODICZKO, 1999, p. 42), tendo as projeções imagéticas como suas aliadas desde a década de 1980 (FIG. 13 e 14). Segundo Renata Marques (2000, p. 85), “o que ele quer questionar é a aceitação acrítica de certos mitos por trás dos

¹³ Importante ressaltar que as informações levantadas sobre os anos 1980 e posteriores estão sendo estruturadas aqui a partir de fontes diversas, dentre as quais se destacam os websites. Essa estratégia é necessária devido à existência rarefeita de referências específicas e, conseqüentemente, à ausência de um levantamento específico dos primeiros casos de projeção mapeada em Arquitetura.

edifícios [analisando] suas propriedades físicas e o papel da Arquitetura como veículo de autoridade”. Trata-se, portanto, de fabulações arquitetônicas incorporadas com o intuito de deslocar o olhar viciado dos cidadãos tão pouco estimulados a enxergarem por entre as frestas da realidade urbana, repleta de simbologias que contam histórias que imprimem verdades, criando uma paisagem urbana composta por objetos de valores históricos muitas vezes distorcidos.



Figuras 15 e 16 – Projeções de Jenny Holzer.

Em cima: Florença, 1996.

Em baixo: Roma, 1998.

Fonte: <<http://www.jennyholzer.com/>>. Acesso: 15 maio 2013.

A artista estadunidense Jenny Holzer possui um engajamento crítico semelhante, mas promovendo suas intervenções imagéticas (FIG. 15 e 16) por meio de uma plataforma diferente: frases que se assemelham a *slogans* publicitários quanto a sua estrutura sintática, como normalmente vistos em

comerciais de TV ou *outdoors*, no entanto apresentadas como declarações profundas sobre o mundo da propaganda e da sociedade de consumo de hoje (CANTZ, 2005). Projetadas sobre a superfície de cidades de interesse, essas frases funcionam como meios promotores de um novo olhar sobre o urbano, o qual atualmente se encontra condenado, em grande parcela, por um ritmo previamente estabelecido, ditado por interesses de mercado que se apresentam como forças pouco afetivas à paisagem das cidades. Holzer, a partir disso, busca promover aquilo que Renata Marquez (2000, p. 110) especificou como “táticas de desaceleração”, ou seja, “um prolongamento mental, uma duração” aos observadores que se encontram cada vez mais apáticos frente à violenta evidência das imagens distribuídas na paisagem urbana (MARQUEZ, 2000, p. 110 e 112).

Potencialidades que pareciam estar restritas apenas às capacidades da tecnologia, o que teria se transformado, em certa medida, a partir dos anos 1950, com os primeiros projetores de maior potência, em imagens que viriam a tomar edificações e espaços públicos a partir de então. Os equipamentos utilizados nessas produções surgiram em meados do século XX como invenção do austríaco Ludwig Pani para atender a trabalhos cenográficos de teatros e óperas, entre eles os de Josef Svoboda, apresentados anteriormente¹⁴. No entanto, para além desses nichos, essa tecnologia começou a ser empregada em espaços públicos, normalmente em locais de interesse monumental e turístico, a partir dos eventos denominados *Son et Lumière*. Esses eventos consistem em entretenimento noturno, concebido pelo francês Paul Robert-Houdin, curador do Château de Chambord, no rio Cosson, França, onde a primeira experiência teria sido realizada em 1952¹⁵. Naquele momento já era possível presenciar algum tipo de sofisticação nas propostas, que adotavam mudanças de luz que eram sincronizadas como em uma trilha sonora, buscando conduzir de forma dramatizada a música e a história do lugar. Além disso, ocasionalmente bombas de fumaça e fogos de artifício eram usados¹⁶.

A técnica rapidamente se tornou popular na França, onde, no final do século 20, cerca de 50 produções já haviam ocorrido, especialmente no Vale do rio Loire, Versailles, e Invalides. Produções europeias fora da França incluem as de Roma (o fórum) e Atenas (o Partenon). A primeira apresentação britânica foi produzida em 1957 (Greenwich Palace) e a primeira nos EUA em 1962 (Independence Hall, Filadélfia). A primeira produção africana teve lugar no Cairo, Egito (as Pirâmides de Gizé), em 1961, e a primeira produção asiática foi em Nova Deli, Índia (o Forte Vermelho), em 1965.¹⁷

¹⁴ Informações disponíveis em: <<http://projectiontechnik.com/pani>>. Acesso em: 11 nov. 2012.

¹⁵ Informações disponíveis em: <<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/554172/son-et-lumiere>>. Acesso em: 11 nov. 2012.

¹⁶ Ibidem. Tradução nossa.

¹⁷ Ibidem. Tradução nossa.

No entanto, uma evolução mais significativa em termos tecnológicos só iria acontecer com a ampliação da capacidade de projeção para grandes formatos digitais, na década de 1990, desenvolvida pela empresa francesa *ETC Audiovisual*¹⁸ e, em seguida, pela também francesa *Hardware for Xenon Ltd*¹⁹ proporcionando experiências *outdoor* ainda mais espetaculares.

Essas condições trouxeram possibilidades de, na década de 1990, iniciarem-se os primeiros casos de projeção mapeada, como o evento denominado *Harrods Xmas* (FIG. 17), ocorrido em Londres, quando a fachada da Harrods, uma luxuosa loja de departamentos da Inglaterra, teria toda sua fachada estampada por grandes imagens como estratégia publicitária aliada à comemoração do Natal de 1993²⁰. Também no mesmo ano e sob princípios publicitários, foram desenvolvidas gigantescas projeções sobre as fachadas de alguns arranha-céus da ilha de Hong Kong, na China, como comemoração ao recebimento do primeiro voo da Virgin Airways na cidade (FIG. 18)²¹. Novamente em 1993, outros dois trabalhos foram realizados. Um deles foi desenvolvido como comemoração ao aniversário da ilha Bahrein (FIG. 19), em Bahrein, no Golfo Pérsico²², cujas projeções teriam ocorrido nos penhascos abaixo do Forte Al Riffa, contando a história da ilha e de seu patrimônio cultural, e o outro, desenvolvido para a abertura de uma exposição universal intitulada *Taejon Expo* (FIG. 20), ocorrida na Coreia do Sul²³.

¹⁸ Informações disponíveis em: <<http://www.theelectriccanvas.com.au/services/pigi-projection/>>. Acesso em: 11 nov. 2012.

¹⁹ Informações disponíveis em: <<http://vjforums.com/showthread.php?t=37606>>. Acesso em: 11 nov. 2012.

²⁰ *Ibidem*.

²¹ Informações disponíveis em: <http://www.deepvisual.com/3D_projection_mapping.html>. Acesso em: 11 nov. 2012.

²² *Ibidem*.

²³ Informações disponíveis em: <<http://deepvisual.blogspot.com.br/2013/03/projection-mapping-pioneers.html>>. Acesso em: 10 abr. 2013.



Figura 17 – Harrods Xmas (Londres).

Fonte: <<http://vjforums.com/showthread.php?t=37606>>. Acesso: 05 fev 2013.



Figura 18 – Virgin Airways (Hong Kong - China)

Fonte: <<http://www.deepvisual.com/>>. Acesso: 05 fev 2013.



Figura 19 – Aniversário da ilha Bahrein (Bahrein – Golfo Pérsico)
 Fonte: <<http://www.deepvisual.com/>>. Acesso: 05 fev 2013.



Figura 20 – Abertura do *Taejon Expo* (Coreia do Sul).
 Fonte: <<http://deepvisual.blogspot.com.br/2013/03/projection-mapping-pioneers.html>>. Acesso: 05 fev 2013.

Em 1996, apareceram novos trabalhos, como o desenvolvido para o relançamento da marca Tizer (FIG. 21), quando foram utilizados dois projetores de rolagem associados a dois projetores de vídeo sobrepostos, projetando sobre uma nuvem de vapor d'água sobre o rio Tamisa, em Londres, Inglaterra²⁴. Uma outra experiência ocorreu como protesto político pela morte do nigeriano Ken Saro Wiwa, executado pelo governo nigeriano ao se opor às pressões da indústria do petróleo em seu país. Nesse caso, os manifestantes teriam projetado a imagem de Ken Saro Wiwa sobre a fachada do edifício da Alta Comissão Nigeriana, em Londres (FIG. 22)²⁵.



Figura 21 – Relançamento da marca Tizer no rio Tamisa (Londres – Inglaterra)
Fonte: <<http://www.deepvisual.com/>>. Acesso: 05 fev 2013.

Outros três casos, desenvolvidos no final da década de 1990 – em 1998 e 1999, respectivamente –, foram encontrados. O primeiro foi elaborado como uma forma de divulgação da Copa do Mundo de 1998 (FIG. 23): os penhascos brancos de Dover, na Inglaterra, receberam uma imensa projeção com a imagem de três jogadores de futebol do time inglês, causando grande entusiasmo no público britânico ao ser divulgado em vários jornais diários. Semelhante à proposta do Monte Rushmore, dos EUA, esse trabalho dispunha a imagem dos jogadores como se estivessem olhando para a França através do mar, reafirmando a rinha entre os dois países²⁶. O segundo foi um trabalho desenvolvido para a festa

²⁴ Informações disponíveis em: <<http://deepvisual.blogspot.com.br/2013/03/projection-mapping-pioneers.html>>. Acesso em: 10 abr. 2013.

²⁵ Ibidem.

²⁶ Ibidem.

anual de verão do Channel4 (FIG. 24), ocorrida em Londres, na Inglaterra, também em 1998. Nesse trabalho, foram desenvolvidas projeções da logomarca da estação de TV na superfície do edifício onde o evento estava ocorrendo, o Millenium Dome, tendo sido utilizados apenas dois projetores²⁷. Por fim, um trabalho desenvolvido em 1999, como divulgação do The Brit Awards (FIG. 25), evento britânico de premiação dos artistas do mundo da música. Essas projeções foram desenvolvidas utilizando projetores *laser*, de forma que as imagens do rapper LL Cool J, de 25 metros de comprimento, eram estampadas sobre uma nuvem de vapor d'água²⁸.

One year after his execution Ken Saro-Wiwa haunts the Nigerian government in London



The image of the murdered dissident is projected on to the Nigerian High Commission in London by projection artists. The event was organised by Amnesty International in conjunction with the *Observer*. Photograph by Gary Calton

Figura 22 – Protesto político pela morte de Ken Saro Wiwa (Londres – Inglaterra).
Fonte: <<http://www.deepvisual.com/>>. Acesso: 05 fev 2013.

²⁷ Ibidem.

²⁸ Ibidem.



Figura 23 – Copa do Mundo de 1998 (Dover – Inglaterra).
Fonte: <<http://www.deepvisual.com/>>. Acesso: 05 fev 2013.



Figura 24 – Festa anual de verão do Channel4 (Londres – Inglaterra).
Fonte: <<http://www.deepvisual.com/>>. Acesso: 05 fev 2013.



Figura 25 – Festa anual de verão do Channel4 (Londres – Inglaterra).
Fonte: <<http://www.deepvisual.com/>>. Acesso: 05 fev 2013.

4 APROXIMAÇÕES

A partir do contexto teórico discutido no capítulo 1, esta pesquisa buscou aproximar-se do universo das Projeções Mapeadas em Arquitetura sob a consideração de se tratar de um cenário e de práticas que permitem refinar a pergunta inicial: *Em que medida estas tecnologias imagéticas podem contribuir para transformar as relações do cidadão com o seu entorno construído?* Este capítulo foca, portanto, em dois casos paradigmáticos reconhecidos internacionalmente, em casos ordinários ocorridos em Belo Horizonte e na análise do discurso de dois profissionais destacados, envolvidos na produção desses eventos no Brasil. Neste sentido, busca-se um conhecimento mais aprofundado do evento e das práticas profissionais, ampliando a compreensão em direção às reais intenções dessa prática, chegando ao que pode ser reconhecido informalmente como os bastidores.

Inicialmente, o capítulo apresenta dois casos emblemáticos. São eles os premiados trabalhos de Rafael Lozano-Hemmer e da agência Pearl Media, cuja abordagem procedeu-se por meio da revisão bibliográfica. Posteriormente, todos os casos de Projeção Mapeada em Arquitetura ocorridos em Belo Horizonte, até meados de 2013, foram levantados. Um recorte foi escolhido devido à maior facilidade de acesso à informação, que foram obtidas diretamente das fontes promotoras das Projeções Mapeadas em Arquitetura na capital mineira a partir de entrevistas com os profissionais responsáveis por esta atuação. (Ver questionário nos Anexos). Finalmente, dois profissionais destacados na cena nacional da Projeção Mapeada em Arquitetura, localizados em São Paulo, foram entrevistados, buscando-se em suas análises a compreensão das travas do discurso, das apreciações percebidas no campo da Arquitetura e da cidade, além das perspectivas que se apresentam como possibilidades futuras das projeções mapeadas.

4.1 Casos paradigmáticos contemporâneos

Para um entendimento que ultrapassa os limites das experiências apresentadas como referências históricas do universo das Projeções Mapeadas em Arquitetura, entende-se ser fundamental que casos contemporâneos sejam efetivamente analisados.

Assim, para um estudo mais aprofundado do universo contemporâneo das projeções imagéticas em meio urbano, dois casos paradigmáticos foram eleitos como objetos de análise. Eles foram escolhidos por serem reconhecidos como importantes referências mundiais, condição revelada por meio das

premiações que ganharam por suas atuações, além de se apresentarem como situações díspares, sendo que um parece resumir tal trabalho a um discurso unilateral, segundo o qual a cidade se apresenta meramente como recipiente de tal trabalho, enquanto o outro parece abrir-se a um reconhecimento mais atento à espacialidade circundante. Assim, destacaram-se o trabalho da agência Pearl Media, pela campanha de lançamento do automóvel CT 200h da Lexus, e o trabalho de Rafael Lozano-Hemmer, intitulado *Body Movies*. O número limitado da mostra, limitado a dois casos, não promove uma varrida de todas as variações possíveis do fenômeno. No entanto, possibilita uma discussão aprofundada sobre que tipo de evento e vivência são promovidos nos cidadãos. Assim, em um caso, resume-se a experiência da projeção mapeada na cidade a impressões de imagens na fachada. No outro caso, amplia-se a discussão em direção a um diálogo sócio-espacial mais complexo.

Assim, sob uma análise mais minuciosa, o primeiro caso se apresenta como uma referência às características dos eventos programados desenvolvidos no campo das Projeções Mapeadas em Arquitetura, no qual a fachada se resume a um receptáculo de imagens e o espaço urbano se apresenta como plataforma detentora de espectadores passivos. Nesse sentido, destaca-se a projeção mapeada desenvolvida pela agência Pearl Media, como campanha de lançamento do automóvel CT 200h, da marca Lexus (FIG. 26, 27, 28, 29, 30 e 31), escolhida por sua recente premiação como melhor campanha publicitária na categoria Espaço Público, pelo Digital Signage Expo (DSE) 2012²⁹.

A empresa que realizou o trabalho Projeção Mapeada em Arquitetura premiado em 2012 foi a agência estadunidense Pearl Media, que possui quatro escritórios nos Estados Unidos, localizados nas cidades de Los Angeles, Chicago, Miami e Nova York. Segundo o *site* oficial da empresa³⁰, trata-se de uma agência de publicidade que trabalha com o desenvolvimento de propagandas publicitárias destinadas, especificamente, a áreas ao ar livre, com utilização de meios definidos como “não tradicionais”, em oposição aos meios publicitários mais comumente empregados nas cidades, tais como jornais, televisão e *outdoors*, deixando clara a posição mercadológica de suas atribuições: “Nós proporcionamos aos anunciantes a oportunidade de influenciarem seus consumidores de maneira que os métodos tradicionais ao ar livre não podem realizar”³¹. Para tanto, a agência, denominada como uma “companhia de soluções”, se propõe a se responsabilizar por todo o processo de efetivação de seus trabalhos, proporcionando aquilo que eles denominam como “uma experiência *turnkey*

²⁹ Informações disponíveis em: <<http://bestadcampaigns.com/2012/03/video-mapping-building-projection-ad-campaigns/>>. Acesso em 30 nov. 2012.

³⁰ *Site* oficial da empresa Pearl Media: <<http://www.pearlmediaus.com/index.php>>. Acesso em: 27 abr. 2013.

³¹ Informações disponíveis em: <<http://www.pearlmediaus.com/index.php>>. Acesso em: 27 abr. 2013. Tradução nossa. Texto original em inglês: “We afford advertisers the opportunity to impact consumers in a way that traditional outdoor methods can't accomplish”.

completa”³², em que turnkey, cuja tradução direta seria *chave na mão*, diz respeito a uma modalidade de serviço em que a empresa contratada fica responsável por todos os trâmites do trabalho, promovendo as soluções referentes às licitações, concepção, execução e todas as demais exigências que o trabalho demandar.



Figuras 26, 27, 28, 29, 30 e 31 – Lançamento do Lexus CT 200h – Hollywood, Estados Unidos.
 Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=RKktJcwMNxU>>. Acesso: 17 abr 2013.

³² Informações disponíveis em: <<http://www.pearlmediaus.com/index.php>>. Acesso em: 27 abr. 2013. Tradução nossa. Texto original em inglês: “a completely turnkey experience”.

“Nós fazemos o WOW acontecer!”³³, informa o *site* da empresa, explicitando sua linha argumentativa própria do universo publicitário. Esse argumento denota a atmosfera de admiração e êxtase proveniente da execução de seus trabalhos, assumindo o que se interpreta aqui como um caráter espetacular, e o que fica mais claro ao afirmarem destacar a marca de seus clientes frente aos consumidores, deixando impressões positivas e duradouras³⁴, “fazendo do impensável uma realidade”³⁵.

O evento ocorreu no dia 22 de abril de 2011, na cidade de Hollywood, em Los Angeles, nos Estados Unidos³⁶. O lugar escolhido para sua execução foi parte importante de sua estratégia publicitária, tanto pela escolha da cidade quanto pela escolha do objeto arquitetônico. Trata-se de um lugar repleto de referências notáveis, sobretudo voltadas ao universo do cinema e de suas celebridades, o que fica em destaque pela escolha do edifício de projeção, o luxuoso Hollywood Roosevelt Hotel, que aparece como importante referência da história e do imaginário popular americano. Um hotel que teve sua construção financiada pelas principais estrelas cinematográficas da década de 1920, tais como Dapper Douglas Fairbanks, Mary Pickford, Sid Grumman, Charlie Chaplain, entre outros, além de ter sido a primeira sede da cerimônia de premiação do cinema americano, o Academy Awards (Oscar)³⁷. Essas informações fazem do lugar um cenário de inestimável apreciação, além da evidência dada ao lugar através da ideia de glamour e de luxuosidade³⁸. Outro importante fator para se compreender a escolha desse cenário é a data escolhida para o lançamento da campanha, que se deu no notável Dia da Terra, o *Earth Day*, importante evento voltado a questões ambientais que ocorre anualmente nos Estados Unidos. Seria uma escolha que causa estranheza, já que se tratava do lançamento de um automóvel em uma data destinada exatamente à promoção de uma postura social mais engajada a princípios ambientalmente sustentáveis. A escolha dessa data denotaria uma manifestação a partir da qual, inclusive, tenta-se rediscutir a proliferação de tal tipo de empreendimento nas cidades de todo o mundo. No entanto, o próprio *site* da Lexus anunciou o evento caracterizando-o como em prol da

³³ Informações disponíveis em: <<http://www.pearlmediaus.com/index.php>>. Acesso em: 27 abr. 2013. Tradução nossa. Texto original em inglês: “We make the “WOW” happen!”.

³⁴ Informações disponíveis em: <<http://www.pearlmediaus.com/index.php>>. Acesso em: 27 abr. 2013. Tradução nossa. Texto original em inglês: “Pearl Media places your brand front and center with consumers in a distinctive way that leaves positive, long-lasting impressions”.

³⁵ Informações disponíveis em: <<http://www.pearlmediaus.com/index.php>>. Acesso em: 27 abr. 2013. Tradução nossa. Texto original em inglês: “Pearl Media specializes in making the unthinkable a reality”.

³⁶ Informações disponíveis no site oficial da empresa: <<http://lexusenthusiast.com/2011/04/22/lexus-ct-3d-projection-in-hollywood-tonight/>>. Acesso em: 30 nov. 2012.

³⁷ Informações disponíveis em: <<http://www.tvtix.com/roosevelt-hotel.php>>. Acesso em 30 de novembro de 2012.

³⁸ Como ressaltado na frase de impacto existente na página inicial do site oficial do hotel: “Glamour never looked so good” Informações disponíveis em: <<http://www.thompsonhotels.com/hotels/la/hollywood-roosevelt>>. Acesso em: 30 nov. 2012.

comemoração do Dia da Terra³⁹. Essa proposta que parece ter sido estruturada, na verdade, em uma estratégia de parasitagem momentânea dos valores provenientes de um evento festivo programado para a mobilização das massas e no fato de o edifício ser uma emblemática referência, dando novo alento à venda de produtos. Dessa maneira, a cidade é compreendida como uma plataforma propulsora do espetáculo e da acumulação de capital simbólico. Assim, o que teria sido almejado nessa empreitada publicitária parece estar no campo da acumulação informacional, com o objetivo de uma futura acumulação de caráter financeiro. Para tanto, uma exposição eficiente de tal iniciativa publicitária, de forma a tornar visível seus apelos comerciais, revela ser a principal estratégia adotada. Portanto, como forma de atender a tal premissa, a agência parece ter destinado esforços em duas frentes: a primeira relativa à escolha do local e da data da exposição. Ou seja, tomando partido tanto do fato de o edifício ser ponto de visita turística e lugar facilmente visível por suas avantajadas dimensões e localização viária, como da concentração de pessoas nas ruas na data em questão, por se tratar de dia festivo. A segunda frente parece ser relativa à ampliação da visibilidade para além da vivência dos espectadores presentes no local, disponibilizando as filmagens do evento em *sites* da internet. Esta, inclusive, possibilitou as análises feitas desta pesquisa. Trata-se, portanto, de um amálgama informacional que se abre a novas vivências, ampliando a experiência a outros meios, aproximando-se do conceito de espaços de fluxos, tal como abordado por Mongin e Milton Santos, mas principalmente por Castells, ao considerar que tais condições se encontram associadas a uma dimensão orquestradora da sociedade contemporânea, vinculando a informação a uma lógica mercadológica.

A projeção mapeada, por sua vez, apresenta simulações do que seriam transformações físicas da fachada do edifício, ora se fragmentando e revelando o que se encontraria fantasiosamente atrás dele, ora possibilitando a ficção de este estar transbordando em água ou repleto de ruas que o alinhavam, enquanto o protagonista do espetáculo, o automóvel Lexus CT 200h, aparece desbravando esse mundo criado por luz e som (assistir a vídeo disponibilizado nos Anexos desta dissertação – em formato CD). Verifica-se uma sobreposição de informações reais e ficcionais que propõem induzir o espectador a associar o êxtase do momento ao produto que ali é apresentado, de forma a aglutinar valores à marca do automóvel.

O que se percebe nessa produção é uma experiência que se aproxima muito daquelas provenientes do cinema tradicional, com uma exceção mais explícita apenas no que diz respeito ao local de

³⁹ Informações disponíveis em: <<http://lexusenthusiast.com/2011/04/22/lexus-ct-3d-projection-in-hollywood-tonight/>>. Acesso em: 30 nov. 2012.

execução do trabalho. Comum a grande parte dos trabalhos de Projeção Mapeada em Arquitetura, a proposta se resume à projeção de imagens na fachada de um edifício, que equivale, por sua vez, a uma tela receptora de imagens, como acontece no cinema convencional.

Diferentemente do cinema, no entanto, o ambiente proposto nessa oportunidade não possibilita o controle total de seus desdobramentos de ordem espacial. Se a sala do cinema seria desenvolvida para proporcionar uma imersão no universo fílmico, nas ruas da cidade, esse evento deveria se atentar para suas dinâmicas urbanas. No entanto, não há vestígios de tal iniciativa, revelando não apresentar mais do que imagens projetadas sobre uma superfície, em harmonia a uma trilha sonora que a acompanha. Esse trabalho parece se limitar à sua porção imagética e tecnológica, no que diz respeito aos recursos de projeção empregados. Dessa maneira, não interessa à produção o ambiente que extrapola o dos potenciais consumidores, que se apresentavam como transeuntes. O lugar se mostra ignorado, dando mote ao que seria o seu oposto, o tratado por Marc Augé como os não-lugares. De forma que o evento, onde os instantes provenientes da vitalidade das cidades seriam assumidos, revela ser caráter ignorado. Como oposição, toma-se forma o evento como vertente programática, alheia a qualquer intimidade às reais e vitais dinâmicas locais.



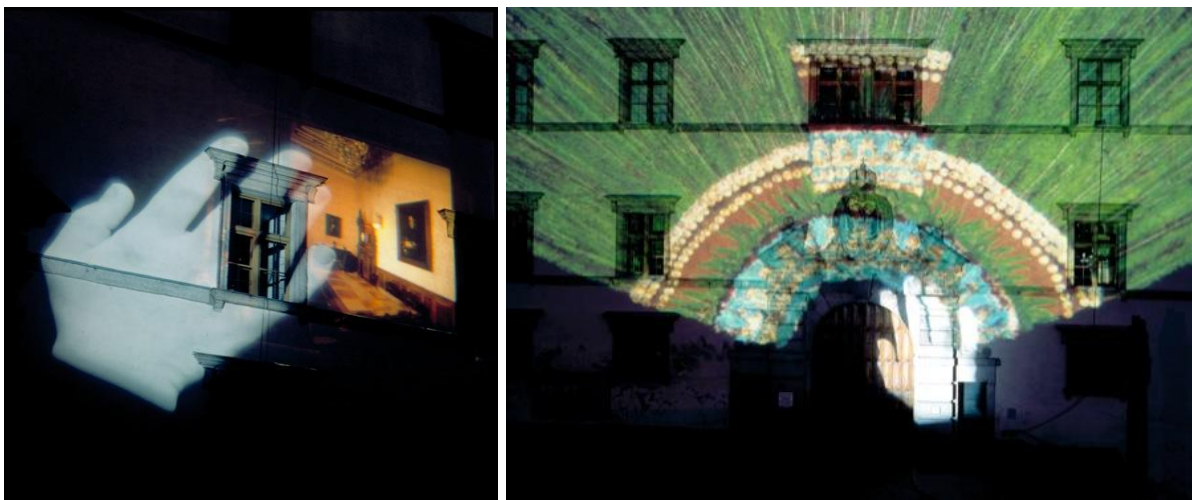
Figuras 32, 33, 34 e 35 – Lançamento do automóvel Lexus CT200h – Hollywood - EUA
 Nota: Espectadores da Projeção Mapeada - Frames de vídeo de divulgação da empresa Pearl Media.
 Fonte: <<http://www.pearlmediaus.com/portfolio>>. Acesso: 17 abr 2013.

Analisando-se o caso a partir de sua dimensão narrativa, percebe-se a existência de características voltadas estritamente ao universo publicitário, em que acontecimentos ficcionais acabam não apresentando sequer as atividades intelectuais assumidas normalmente nas cinematografias tradicionais. Assim, as pessoas se apresentam como observadores contemplativos, inertes e ansiosos por não perderem nenhum detalhe do efêmero espetáculo que se desdobra (FIG. 32, 33, 34 e 35).

Sob uma abordagem diferente da anterior, o trabalho *Body Moving*, do artista eletrônico de origem mexicana Rafael Lozano-Hemmer, apresenta-se inserido daquilo que poderia ser denominado como uma obra em prol de uma experiência vivencial urbana, destacando-se pelo interesse voltado para as dinâmicas espaciais e para as superfícies arquitetônicas da cidade. Esse é um evento que se apresenta aqui como recorte de interesse e graças ao qual Lozano-Hemmer foi reconhecido em várias premiações, entre elas o “Linz Ars Electronica Festival Award”, na categoria arte interativa (GLADMAN, 2002, p. 57). Para que se possa aprofundar nesse exemplo é pertinente um entendimento mais amplo sobre o artista e sua área de interesse.

Lozano-Hemmer se autodenomina um artista voltado ao cenário eletrônico com interesse no desenvolvimento de instalações interativas que se encontram na interseção entre Arquitetura e a arte performática, criando plataformas de participação pública e adotando para isso tecnologias relacionadas à robótica, a sistemas de vigilância computadorizada ou a redes telemáticas⁴⁰. À luz desses princípios, a vertente de seu trabalho denominada como Arquitetura Relacional se destaca nesta pesquisa por se tratar de uma abordagem interessada em questões de ordem espacial, nas quais se apresenta uma busca coerente ao contexto de intervenção, de forma a não tratar as tecnologias, os vídeos e as superfícies urbanas da cidade como elementos estéreis, e sim de forma a se aprofundar no cenário, na história, nas dinâmicas e nas possibilidades de vivência locais, promovendo um diálogo inclusivo entre os elementos presentes.

⁴⁰ Informações disponíveis em: <<http://www.lozano-hemmer.com/bio.php>>. Acesso em: 30 abr. 2013. Tradução nossa. Texto original em inglês: “interactive installations that are at the intersection of architecture and performance art”.



Figuras 36 e 37 – Displaced Emperors - Lozano Hemmer.

Fonte: <http://www.lozano-hemmer.com/displaced_emperors.php>. Acesso: 20 abr 2013.

Nessa perspectiva, destacam-se trabalhos como o *Displaced Emperors*⁴¹, de 1997, desenvolvido para o Ars Electronica Festival, em Linz, na Áustria, em que Lozano-Hemmer desenvolvera projeções interativas sobre o Castelo de Habsburg, promovendo uma experiência onde, da rua, os participantes, sob a posse de dispositivos sem fio, apontavam para a fachada do castelo e sensores 3d calculavam a direção, de forma que uma enorme mão animada era projetada no local, sugerindo um certo ato de “acariar” o edifício (FIG. 36 e 37). Dessa forma, os participantes poderiam revelar o interior do Castelo de Chapultepec, que era a residência de Habsburg na Cidade do México. Além disso, por dez Schilling⁴², as pessoas poderiam ainda pressionar um botão que desencadeava certa transformação temporária da fachada, onde era apresentada uma enorme imagem de um cocar⁴³ asteca que é mantido no museu Für Völkerkunde, em Viena, seguido por um desfile de imagens de joias do império Austro-Húngaro e trilha sonora, sugerindo uma crítica às questões referentes a propriedade de elementos de ordem cultural.

Outro trabalho de destaque é o *Under Scan*⁴⁴, de 2005, desenvolvido no Campus da Universidade de Brayford, em Lincoln, no Reino Unido. Uma instalação de videoarte que propôs um diálogo interativo no espaço público da universidade, de forma que os transeuntes eram detectados por um sistema de monitoramento computadorizado, no qual milhares de videorretratos de voluntários, tirados nas cidades inglesas de Derby, Leicester, Lincoln, Northampton e Nottingham, eram projetados sobre as

⁴¹ Disponível em: <http://www.lozano-hemmer.com/projects.php> Acesso em: 08 mai. 2013.

⁴² Moeda corrente na Áustria de 1924 a 1938, e de 1945 a 1999, quando foi introduzida a moeda padrão da União Europeia, o Euro.

⁴³ Ornamento feito de penas usado sobre a cabeça. Peça normalmente utilizada por índios sul-americanos.

⁴⁴ Disponível em: <http://www.lozano-hemmer.com/projects.php> Acesso em: 08 mai. 2013.

sombras daqueles que passavam. Essas sombras foram criadas por canhões de luz organizados em estruturas dispostas pelo pátio, fazendo com que os videorretratos fossem apresentados aleatoriamente, revelando performances nas quais as imagens pareciam estabelecer contato visual com seus espectadores (FIG. 38 e 39).



Figuras 38 e 39 – Under Scan – Lozano Hemmer.

Fonte: <http://www.lozano-hemmer.com/under_scan.php>. Acesso: 25 abr 2013.

O trabalho *Body Moving* foi uma experiência de projeção imagética interativa ocorrida inicialmente⁴⁵ em Roterdã, na Holanda, em 2001, onde se utilizou a fachada do prédio do Cinema Pathé. Na fachada, foram projetadas, a partir de torres, fotos de diferentes pessoas tiradas nas várias partes do mundo onde os trabalhos foram instalados. Potentes refletores de luz xênon posicionados no chão lavavam as fotos projetadas, que somente eram reveladas por meio da sombra dos transeuntes. As sombras de seus corpos tomavam proporções que iam de 2 a 22 metros de altura, de forma que o deslocamento das pessoas ao se aproximarem das fontes luminosas geravam o aumento de suas sombras na fachada, e vice-versa (assistir ao vídeo disponibilizado nos Anexos desta dissertação – em formato CD). Uma vez que todas as fotografias eram reveladas pelas sombras, as fotos eram renovadas (ADRIAANSENS e BROUWER, 2002).

As silhuetas dos transeuntes expostas em formato de sombra na fachada eram detectadas por meio do uso de sistemas similares ao de monitoramento de videovigilância, promovendo novos desencadeamentos fotográficos, que eram projetados por aparelhos roboticamente controlados sobre

⁴⁵ Trabalho reeditado em vários outros países desde sua primeira exposição na Holanda, se estendendo a países como Inglaterra, Portugal, Áustria, Alemanha e China. Informações disponíveis em: <http://www.lozano-hemmer.com/body_movies.php>. Acesso em: 09 maio 2013.

torres, em um sistema que se assemelha ao trabalho *Under Scan*, apresentado anteriormente⁴⁶. Ou seja, a proposta de Lozano-Hemmer para o *Body Moving* envolveu equipamentos como projetores e computadores, um lugar na cidade, incluindo uma fachada e o espaço localizado em frente a ela. Nada diferente, portanto, do que pôde ser observado no trabalho desenvolvido para a marca Lexus, mas resultando expressões bem distintas, sobretudo quanto às manifestações do público presente.



Figuras 40, 41, 42 e 43 – Body Movie China - Lozano Hemmer.

Nota: Duas de cima: Hong Kong, China, 2006. Duas de baixo: Rotterdam, Holanda, 2001.

Fonte: <http://www.lozano-hemmer.com/body_movies.php>. Acesso: 28 abr 2013.

O projeto *Body Moving* (FIG. 40, 41, 42 e 43) se abriu como experiência espacial que instigou a exploração do espaço e do outro, tendo as imagens e as sombras como mecanismos de propulsão à experiência do lugar. Essa intervenção é definida por Lozano-Hemmer como um “catalisador urbano”, ou seja, algo que apenas faz acelerar um processo inerte (ADRIAANSENS e BROUWER, 2002), deixando clara sua preocupação com aquilo que entendemos conceitualmente neste estudo como lugar. Assim, os transeuntes, ao se depararem com flexíveis possibilidades relacionais e de construção de novas situações acabavam por expandir seus campos de ação e atuação (GLADMAN, 2002, p. 58). O dispositivo é totalmente alterado: o espaço de projeção já não é somente uma fachada, mas

⁴⁶ Informações disponíveis em: <http://www.lozano-hemmer.com/body_movies.php>. Acesso em: 09 maio 2013.

compreende o vazio à sua frente; o espectador já não é alguém quieto, mas um transeunte cujos movimentos se tornam os responsáveis por gerar jogos que não constituem narrativas predeterminadas. Trata-se de um sistema pensado, segundo Lozano-Hemmer, para “convidar o público a ocupar novas narrativas de representação”, de forma a “evocar uma sensação de intimidade e cumplicidade, ao invés de provocar distância, euforia, catarse, obediência ou temor”⁴⁷. Essas foram as palavras finais, ressaltadas como qualidades dispensáveis ao que ele almejava, como ressaltado no vídeo de exibição de seu trabalho⁴⁸. Isso parece ir ao encontro do primeiro caso estudado aqui, o do lançamento do automóvel da marca Lexus.



Figuras 44, 45, 46 e 47 – Body Moving – Holanda – Lozano Hemmer.

Nota: Superior: Body Moving, Rotterdam (Holanda), 2001

Inferior: Frames do vídeo *Body movies by rafael lozano-hemmer* (2001).

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?feature=player_detailpage&v=ENyOj26hmH0>. Acesso: 28 abr 2013.

⁴⁷ Informações disponíveis em: <http://www.lozano-hemmer.com/body_movies.php>. Acesso em: 09 maio 2013.

⁴⁸ Informações disponíveis em: <http://www.lozano-hemmer.com/body_movies.php>. Acesso em: 09 maio 2013.

O artista trata seus trabalhos como sendo intervenções *relacionais* e evita adotar o termo *interativo*, que, segundo ele, se tornou expressão demasiadamente vaga, tais como as palavras pós-moderno, virtual, desconstrução e outros termos que se esgotaram por terem vários significados. Seu interesse, por fim, está no fato de “relacional” ter uma qualidade mais horizontal, mais coletiva, argumentando que “os eventos acontecem em campos de atividade que podem ter ressonâncias em vários lugares” (ADRIAANSENS e BROUWER, 2002).

A quadra livre, aliada a desdobramentos possibilitados pelos percursos horizontais (o caminhar pela praça) e verticais (a expansão / retração dos corpos possibilitados pela difusão da luz), amplia o lugar a um campo de descobertas onde todos os elementos existentes se transformam em balizas para se entender a nova espacialidade construída, mesmo que por um tempo limitado (FIG. 44, 45, 46 e 47). Joga-se, assim, com o caminhar, com o aproximar-se, com o distanciar-se, com o crescer, com o diminuir, como formas variadas de diálogo antes inexploradas entre os vários personagens anônimos ali inseridos. Os transeuntes presentes assumem uma condição não de meros espectadores, mas de cidadãos que interagem entre si, através de uma comunicação estimulada por seus avatares de luz, sombras e imagens de outrem, e com o lugar, através da praça e de sua estrutura espacial. Assim, as projeções não se resumem a imagens projetivas, tendo sua presença justificada apenas quando são vivenciadas. Elas são, portanto, interfaces promotoras de explorações e descobertas, ou seja, as novas experiências vivenciais são mediadas por imagens. Esta proposta também possui suas limitações, haja vista se tratar de experiência onde o espaço é assumido em parte, já que a superfície do edifício é convertida numa grande tela branca, de forma a condicionar a experiência do lugar a sua frontalidade. O olhar e a atenção das pessoas são direcionados à fachada, reduzindo interações que não afetem às projeções. A intervenção possui dimensões próprias dos eventos espetaculares, como o apresentado pela Lexus. No entanto, em oposição ao apresentado pela marca de automóveis, essa é uma proposta em que o lúdico toma corpo em meio ao inusitado, o fragmentado e o efêmero. Condições atuais de existência que Lozano-Hemmer diz serem inevitáveis, haja vista que “nossas políticas, nossa cultura, nossa economia, e tudo o mais está caminhando através das redes globalizadas de comunicação” (FINKEL, 2010).

Em contrapartida, a projeção mapeada desenvolvida como campanha promocional da marca automotiva Lexus se apresenta como experiência comum entre outros eventos publicitários de mesma ordem, nos quais os observadores se posicionam para assistir àquilo que se configura tal qual um *intervalo comercial*, cuja programação normal interrompida seria a vivência ordinária, trivial, existente no dia a dia das cidades, como alertado por CERTEAU (2002). Ou seja, trata-se de um momento de

deslocamento das práticas cotidianas em que os observadores, atraídos a vislumbrarem a inusitada existência daquilo que, nesse caso, se assemelha a um televisor de proporções incomuns, se desligam do local onde se inserem e de si mesmos, a não ser pela percepção da fachada como plano de projeção e da subjetividade existente no *querer possuir*. Não há outra possibilidade aí a não ser contemplar as composições de cores acompanhadas por trilhas sonoras, e ao menor vacilo perde-se um fragmento da narrativa persuasiva do vídeo comercial projetado na fachada. Passivos, no entanto, os espectadores procuram se ajustar na melhor posição e à melhor distância para se assistir ao espetáculo imagético, projetado para ser atraente e infalível. É uma experiência na qual a narrativa é vetorizada estritamente em direção ao *brand* em questão, um contexto que acaba por justificar o fato de a projeção mapeada em Arquitetura ter sido tão incorporada como ferramenta de *marketing*.

Em *Body Moving* a narrativa não é uma preconcepção apresentada ao público, e sim uma abertura ao cruzamento de uma complexidade de informações (pessoas, sombras, imagens, etc.), convidando o público, como dito, a ocupar novas narrativas. Trata-se de um estímulo à vivência, no qual tais narrativas se mostram exclusivas a cada exibição, ou melhor, a cada novo gesto dos corpos presentes, que são carregados de significâncias subjetivas, tornando cada instante único, tal qual observado por Milton Santos (1999) em sua elaboração do seu conceito de evento.

O evento projetivo, assim, revela duas possibilidades distintas de interface, sendo uma condizente à vivência do espaço, do outro e de si próprio, e uma outra, que não possibilita mais do que uma abstração visual, promovendo uma alienação do eu e do local onde este se insere. Parafraseando Marc Augé (2001), o que se percebe é que, a partir do momento em que se promove a drenagem do caráter social do espaço, como no caso da marca Lexus, vê-se surgir uma outra espacialidade, vazia de expressões humanas autênticas, um território genérico onde não se criam vínculos duradouros, fator que faz com que esse espaço se enquadre naquilo que seria definido como os não lugares. Zygmunt Bauman vai além, afirmando que esses territórios se caracterizam por serem ostensivamente públicos, mas enfaticamente não civis, o que desencoraja a ideia de estabelecimento e torna a colonização ou domesticação do espaço quase impossível (BAUMAN, 2001, p. 119).

Lozano-Hemmer, em vez dos *brands* e das demais imagens e sons, busca valorizar as pessoas e seu entorno. Nesse contexto, os edifícios apresentam-se como superfícies estimulantes ao usufruto do outro, o que parece partir de uma intenção de fazer as pessoas se perceberem através da existência dos demais, ora individualmente, ora coletivamente. Prestigiar-se ali sob a amplitude do evento é distanciar-se de um processo reificante do ser, em oposição a uma sensibilização espacial possível

como subjetividade, como reconhecimento da importância do indivíduo como parte de um coletivo social, possível na espontaneidade que deveria ser garantida pela existência dos espaços urbanos ditos públicos. A condição pública de existência, nessa perspectiva, pode ser interpretada de acordo com o que Paula Albernaz argumenta como sendo onde as relações sociais se fazem determinantes como meio de socialização e de estímulo a trocas, interações e ações comuns, materializando-se como modos de organização da sociabilidade (ALBERNAZ, 2007). O trabalho de Lozano-Hemmer apresenta-se, dessa maneira, como plataforma generosa às possibilidades espaciais públicas urbanas, abertas a constantes renovações, em diálogo direto entre as várias potências locais. No caso da propaganda da Lexus, por outro lado, o espaço público, como lugar democrático e das trocas, acabou, em oposição, por converter-se em porção empobrecedora, quando as espontaneidades de suas vivências e explorações possíveis foram restringidas por situações de extrema unilateralidade, nas quais as vantagens possíveis se encontraram restritas à arbitrariedade do meio mercadológico, como argumentado por Baudrillard (1996, p.102), ao dizer que o meio propagandístico

não passa, em verdade, de animação fria, simulacro de atrativo e de calor, ela não se dirige a ninguém, não pode ser objeto de uma leitura autônoma nem coletiva, ela não cria rede simbólica. Mais do que as paredes e muros que a sustentam, a publicidade é ela mesma uma parede, uma parede de signos funcionais feitos para serem decodificados e cujo efeito se esgota com a decodificação.

Cada caso parece distinguir-se, portanto, por suas proposições e estruturas sintáticas mais do que pela tecnologia empregada. Assim, apesar de possuírem contextos semelhantes, tais intervenções possibilitaram experiências espaciais muito distintas, em que uma parece ter promovido uma atrofia de seus significados, enquanto a outra, sua hipertrofia.

4.2 Casos belorizontinos

Este tópico da pesquisa tem como objetivo levantar e analisar todos os casos de Projeção Mapeada em Arquitetura ocorridos na cidade de Belo Horizonte. Para isso, onze importantes profissionais de Belo Horizonte foram entrevistados, eleitos por serem importantes expoentes do campo das projeções mapeadas, estando direta ou indiretamente envolvidos com as produções projetivas da capital mineira. São eles Marconi Fúrfuro, gerente da empresa de equipamentos multimídia ONprojeções; Rodrigo Nascimento, diretor de comunicação, e VJ Brhyan⁴⁹, designer, da empresa CODDART; Leonardo Castilho, proprietário da empresa Why Vídeo; Sérgio Grieco, sócio da empresa BH Laser; VJ 1mpar⁵⁰, integrante do grupo United VJs; Luís Guilherme Ferraresi, publicitário proprietário da agência Bunker –

⁴⁹ O nome verdadeiro de VJ Brhyan é Brhyan.

⁵⁰ O nome verdadeiro de VJ 1mpar é Henrique Roscoe.

marketing de guerrilha; Barão Fonseca e Eder Santos, videoartistas proprietários da agência Trem Chic – CineVideoLab. Também foram entrevistados o Prof. Júlio Pessoa, Coordenador do curso de Cinema do Centro Universitário UNA e o Prof. Rodrigo Minelli, docente do Departamento de Comunicação Social da UFMG, videoartista do coletivo FAQ/feitoamãos e um dos responsáveis pelo Festival Eletronika de BH. As entrevistas de todos eles foram conduzidas de maneira aberta, de forma que, mesmo tendo como parâmetro um questionário elaborado de antemão (Anexos), houve uma preocupação em deixar os entrevistados à vontade para explanarem de maneira fluida sobre suas experiências e constatações. Dessa forma, as informações dos entrevistados, associadas às explorações via internet, levaram à constatação de oito casos de Projeção Mapeada em Arquitetura em Belo Horizonte, levantados sob um olhar atento que se estendeu até a data de maio de 2013. Os oito casos serão analisados adiante.

Cada caso será estudado aqui considerando as particularidades de sua existência, focando nos desdobramentos presentes em seus bastidores, não ao resumindo como imagens sobre fachadas, mas como modais de negociações e realizações, ou seja, como plataformas de complexas imbricações dos campos social, cultural, econômico, ambiental e político. Essas imbricações ficam muito evidentes ao se constatar a existência de uma grande procura por tais trabalhos nas agências de criação, apesar da não continuidade ao ser fornecido o orçamento da empreitada, que engloba todos os serviços necessários à efetivação do evento, tais como criação, aluguel de equipamentos, impostos, taxas, etc. Tal como dito por Rodrigo Nascimento, diretor operacional da CODDART em entrevista concedida no dia 30 de março de 2012, sua empresa “chegava a atingir uma média de 20 propostas por mês”, mas que “acabava tendo uma taxa de rejeição, de não aprovação do projeto, muito grande”, o que revela que os objetos aqui abordados, no caso oito, passaram por filtragens próprias de seu universo prático, tornando-as núcleos de complexas ações e negociações que devem ser consideradas.

O primeiro caso de Projeção Mapeada em Arquitetura na capital mineira ocorreu na primeira semana do mês de julho de 2009 e foi desenvolvido pelo artista francês Julien Gachadoat, também conhecido na cena artística mundial como Julien V3ga. Ele utilizou a fachada do Conservatório de Música da UFMG, situado em frente ao Parque Municipal de Belo Horizonte, como receptáculo e condicionante de sua proposta artística, intitulada *Gravity* (FIG. 48).

Essa instalação foi um dos trabalhos da Semana Internacional de Artes Digitais e Alternativas (SIANA), ocorrida entre os dias 30 de junho e 15 de julho de 2009, com o tema “O Imaginário das Tecnologias

Digitais”. Naquela ocasião, espetáculos, workshops, exposição de obras de artes digitais, instalações interativas, conferências e Mostra de Trabalhos Científicos, realizados no Palácio das Artes, no Conservatório UFMG, no Instituto Oi Futuro, em Belo Horizonte; e no Instituto Inhotim, em Brumadinho⁵¹, compuseram o evento. A contribuição do SIANA para a capital mineira seria apresentada ao público, inclusive, com o objetivo de “exibir e promover a reflexão acerca das tecnologias digitais, seus usos e novas formas de arte, explorando a potencialidade do encontro entre a arte e as tecnologias de informação e comunicação”, associando arte e ciência⁵².

Dessa forma, a Semana aconteceu na Região Metropolitana de Belo Horizonte como uma iniciativa do *Ano da França no Brasil*⁵³, sendo a primeira vez que esse evento ocorreu fora de seu país de origem⁵⁴, visto se tratar de uma bienal que acontece na França desde 2005.

O trabalho de Gachadoat assumiu a fachada do Conservatório de Música da UFMG como elemento singular e inédito, partindo de suas características particulares, procurando fazer com que sua composição formal fosse ressaltada em diálogo com imagens projetadas. Mais especificamente, foi executado um mapeamento das volumetrias e orifícios existentes na fachada para que, com o uso de um programa desenvolvido especificamente para essa obra, tais contornos, que no caso dessa edificação resumiram-se às colunas frontais da edificação, fossem interpretados como obstáculos.

Assim, a obra (FIG. 48) sugeria aos transeuntes que enviassem SMS para um número de telefone celular que se encontrava projetado na fachada, compondo um ambiente que fosse interativo, estendendo a composição da obra a todas as pessoas que portassem um celular no momento do evento. As mensagens de texto, ao serem enviadas, eram incorporadas a formas geométricas que surgiam na extremidade superior da edificação. Simulando a existência de gravidade, as palavras despencavam sobre a fachada, tendo os elementos mapeados como obstáculos intransponíveis, esboçando uma trajetória de queda que, através da emissão de sons, sugeria a colisão das palavras com a arquitetura da edificação, enquanto estas se empilhavam no chão. Assim, frases eram compostas de maneira aleatória, promovendo a aproximação tanto entre o público e a obra, quanto entre os próprios espectadores.

⁵¹ Informações disponíveis pelo *site* da UFMG (Universidade Federal de Minas Gerais), que foi uma das instituições organizadoras do evento em: <<https://www.ufmg.br/online/arquivos/012085.shtml>>. Acesso em: 30 Nov. 2012.

⁵² Informações disponíveis em: <<http://teia.mg.gov.br/events/semana-de-artes-digitais>>. Acesso em: 30 nov. 2012.

⁵³ Informações disponíveis em: <<http://abcdesign.com.br/por-assunto/artigos/3006-a-1207-semana-internacional-de-artes-digitais-e-alternativas/>>. Acesso em: 30 nov. 2012.

⁵⁴ Informações disponíveis em: <<https://www.ufmg.br/online/arquivos/012085.shtml>>. Acesso em: 30 nov. 2012.

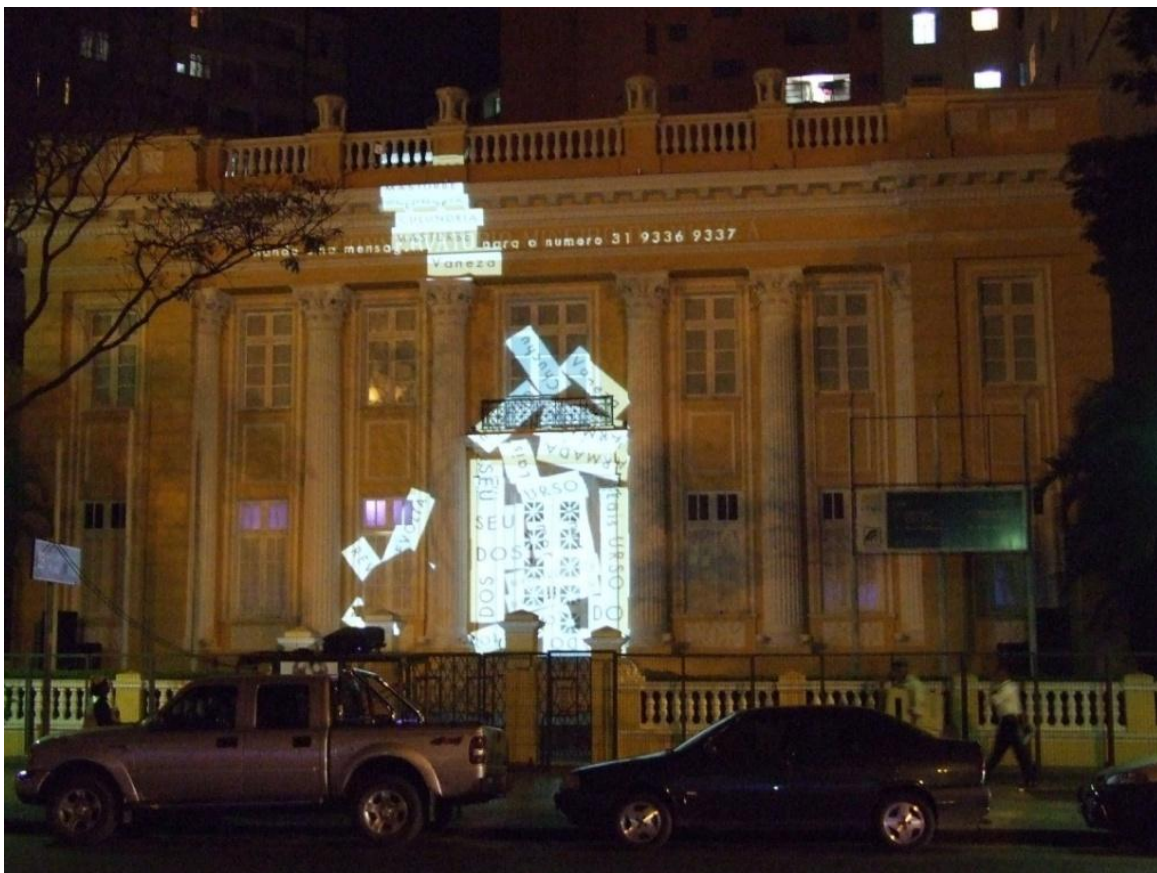


Figura 48 – Gravity – Conservatório de Música da UFMG – Julien Gachadoat.
 Fonte: <<http://bastidoressiana.blogspot.com.br/2009/07/mais-no-conservatorio.html>>. Acesso: 11 mai 2013.

O que se percebe é que a estrutura tecnológica empregada não se diferencia muito da maioria dos casos de Projeção Mapeada em Arquitetura vistos pelo mundo, mas há um efeito que acaba por diferenciá-lo. Esse efeito se dá pelo emprego de computadores e projetores multimídia, interfaceados por um programa capaz de codificar as mensagens SMS em formas geométricas e promover seus movimentos, que simulam a queda. Assim, segundo consta no *site* do próprio artista, tem-se uma interação cujo contexto arquitetônico se apresenta como peça fundamental, revelando a “natureza poética e lúdica da instalação”⁵⁵, além de que “os espectadores tornam-se atores da instalação, desempenhando um papel ao personalizarem suas mensagens com sinais de pontuação, palavras ou simplesmente respondendo a mensagens de outras pessoas”.⁵⁶ Ou seja, assumiu-se o evento para além da sua programação, tendo a plataforma urbana como existência instável, como condição própria das dinâmicas humanas e, portanto, da cidade. Percebe-se nesse caso que se trata de um trabalho

⁵⁵ Informações disponíveis em: <<http://www.2roqs.com/Gravity/>>. Acesso em: 03 set. 2012. Texto original em inglês. Tradução nossa.

⁵⁶ Informações disponíveis em: <<http://www.2roqs.com/Gravity/>>. Acesso em: 11 maio 2013. Texto original em inglês. Tradução nossa.

estimulante à percepção e à vivência do lugar e do outro, tendo a fachada como suporte para dinâmicas que se desdobram por meio dela.

No entanto, parece razoável se observar que a amplitude de tal proposta, dentro do que aqui se discute, ainda possui limitações quanto a convergências possíveis às vivências locais, ainda mais se comparada às propostas “relacionais” dos trabalhos de Lozano-Hemmer. Ou seja, apesar do mérito das possibilidades de diálogo proposto pelo artista, tais relações ainda se apresentaram de maneira distanciada daquilo que seria um real estímulo às relações do cidadão com a cidade. Esta interpretação se dá por sua limitação a uma comunicação via dispositivos, de forma que o objeto arquitetônico teria sido resumido, mais uma vez, a uma tela, e o espaço urbano a um mirante, levando a constatação de que, mesmo se tratando de um salto considerável na postura técnica e artística empregada em meio urbano, entende-se que o que se desdobrou ali poderia ter se dado sobre outras plataformas, tais como a internet ou o vídeo game, diferenciando-se apenas pela maior visibilidade possibilitada pelas dimensões de tal superfície, ficando em segundo plano as relações cidadãs no espaço urbano.

Somente em abril de 2010, quase um ano após o trabalho de Gachadoat, ocorreu a segunda apresentação de *Projeção Mapeada em Arquitetura* na capital mineira (assistir ao vídeo disponibilizado nos Anexos deste estudo – em formato cd). Dessa vez ela foi desenvolvida para atender ao evento *Minas Trend Preview*, que ocorreu no Museu de Artes e Ofícios, edificação na qual se situava a antiga sede da Estação Ferroviária de Belo Horizonte, na Praça da Estação (FIG. 49 a 51). Uma diferença significativa desse trabalho em relação aos outros está em ser o primeiro evento de projeção mapeada ocorrido na capital mineira sob a produção de um brasileiro, mais especificamente por um VJ de Belo Horizonte, Henrique 1mpar. O contexto do evento que promovido, o *Minas Trend Preview*, era voltado para moda, visando a uma projeção comercial de marcas mineiras.

Em sua 6ª edição, em abril de 2010, a projeção se deu nos intervalos do *Minas Trend Preview*, se apresentando como cenário imagético disposto no mesmo lugar onde os desfiles estavam acontecendo, tendo a Praça da Estação e sua composição arquitetônica como base. Recorrente dentro da atmosfera almejada pelo *Minas Trend Preview*, pôde-se perceber a busca por localidades de grande expressividade, presenças ilustres, além de uma constante busca por inovação e crescimento do evento.



Figura 49, 50 e 51 – Minas Trend Preview. Museu de Artes e Ofícios – 1mpar.
Nota: Frames do vídeo disponíveis na Internet.
Fonte: <http://www.youtube.com/watch?v=a_LNmETtGCA>. Acesso: 18 out 2012.

Após passar pelas cinco experiências anteriores do Minas Trend Preview, o que se percebe é que possuiu, novamente, uma tentativa de inovação e superação das outras edições, razão pela qual o trabalho de Projection Mapping de Henrique 1mpar foi escolhido. Era necessária alguma manifestação que mantivesse o processo de ascensão comercial, situação que parece ter encontrado na Projeção Mapeada em Arquitetura a solução para proporcionar o crescimento continuado.

Como porção arquitetônica, a edificação do Museu de Artes e Ofícios já se impõe e foi transcendida por um espetáculo de luzes, sob a utilização dos meios tecnológicos tradicionais, ou seja, computador e projetor multimídia. Sua porção narrativa, da mesma forma, remete ao comumente encontrado, resumindo-se a efeitos visuais que simulam certas transformações decorativas de cores na edificação, resumindo a participação do espectador a uma experiência meramente contemplativa, incapaz de estimular qualquer outra sensação além do impacto da surpresa de o ambiente ser tomado por tais imagens e sons.

A terceira experiência de Projeção Mapeada em Arquitetura na capital mineira (assistir ao vídeo disponibilizado nos Anexos deste estudo – em formato cd) aconteceu no Museu das Minas e do Metal, em 22 de junho de 2010, a partir do trabalho desenvolvido pela empresa de comunicação visual CODDART (FIG. 52 a 59). Esse trabalho foi desenvolvido sob o interesse de promover a inauguração do edifício, cujo contexto mobilizador se encontrava vinculado a uma grande estrutura cultural e arquitetônica promovida pela cidade de Belo Horizonte, denominada Circuito Cultural Praça da Liberdade, local onde o Museu das Minas e do Metal se encontra inserido.



Figuras 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58 e 59– Inauguração do Museu das Minas e do Metal - CODDART.
Nota: Frames de vídeo de divulgação disponíveis no *site* oficial da empresa.
Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=M5en5LTiuoI>>. Acesso: 18 out 2012.

A Praça da Liberdade, sede do Circuito Cultural, possui grande expressão arquitetônica e paisagística, possuindo obras capazes de pontuar seus vários momentos históricos e configurando-se como elemento de grande representatividade da capital mineira. Além disso, seu surgimento ocorreu concomitantemente à fundação da própria cidade (1895-1897), sendo, portanto, um de seus marcos iniciais. Nesse contexto, a construção da praça, foi feita para abrigar a sede do poder mineiro, dos prédios do Palácio do Governo e das primeiras Secretarias de Estado⁵⁷. No atual processo de transformação⁵⁸ da Praça da Liberdade, chama a atenção os novos usos conferidos a esses prédios públicos que compõem o circuito, cujo novo nome da edificação se encontra aliado ao nome da empresa que financiou sua conversão em sede cultural⁵⁹.

O projeto proposto para a Praça da Liberdade parece objetivar, como publicado em artigo do Jornal Estado de Minas, atender a lógica do consumo e seus desdobramentos desde a época das obras de sua restauração:

Por sua localização estratégica na região mais nobre e representativa da cidade, pelo alto valor histórico, arquitetônico e simbólico da área e das edificações envolvidas (...), o Circuito Cultural deverá se constituir em um polo dinamizador da produção, do consumo e da fruição culturais, em um importante complexo de lazer e convivência (multiplicando e diversificando as oportunidades já oferecidas pela própria Praça). (ESTADO DE MINAS, 1991, p. 30).

E é para esse cenário, no qual se insere o Museu das Minas e do Metal, que o trabalho de Projeção Mapeada em Arquitetura foi concebido. Desenvolvido pela CODDART, tais projeções partiram do tema mineralogia, em que

[...] a ideia era fazer – através de projetores e com um conteúdo cuidadosamente mapeado – com que o pórtico e o mezanino contassem um pouco do que se vê dentro do prédio: os metais, pedras preciosas, a formação destes materiais e sua extração. Além disso, a restauração das paredes internas do museu, com a recuperação da pintura original do século XIX, também está contada na história.⁶⁰

⁵⁷ Informações disponíveis em: <<http://wikimapia.org/37459/pt/Pra%C3%A7a-da-Liberdade>>. Acesso em: 21 jul. 2010.

⁵⁸ A criação do Circuito Cultural da Praça da Liberdade tem previsão de, ao término, se aproximar dos R\$ 100 milhões em investimentos da iniciativa privada (a partir de parcerias público-privadas) e R\$ 20 milhões do governo estadual, além de envolver a transferência de suas repartições públicas para a Cidade Administrativa. A Cidade Administrativa Presidente Tancredo Neves é a nova sede oficial do Governo do Estado de Minas Gerais, que foi concebida na gestão de Aécio Neves, governador de Minas Gerais por dois mandatos (2002-2006 e 2006-2010), sob projeto do arquiteto Oscar Niemeyer.

⁵⁹ “Espaço TIM UFMG do Conhecimento, Museu das Minas e do Metal, Memorial de Minas Gerais Vale, Centro de Arte Popular Cemig [e o] Centro Cultural Banco do Brasil”. Informações disponíveis em: <<http://www.guiabh.com.br/turismo/detalhe.asp?estab=329>>. Acesso em: 27 ago. 2010.

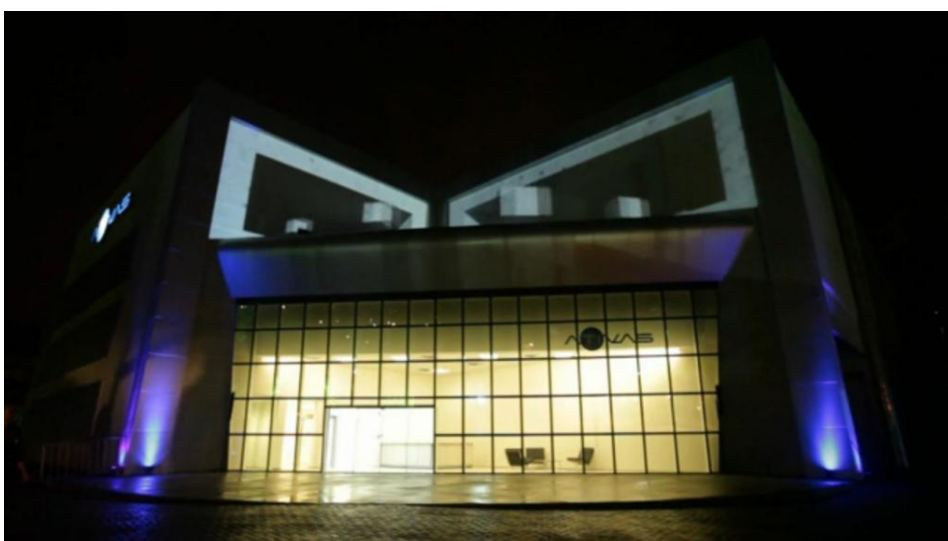
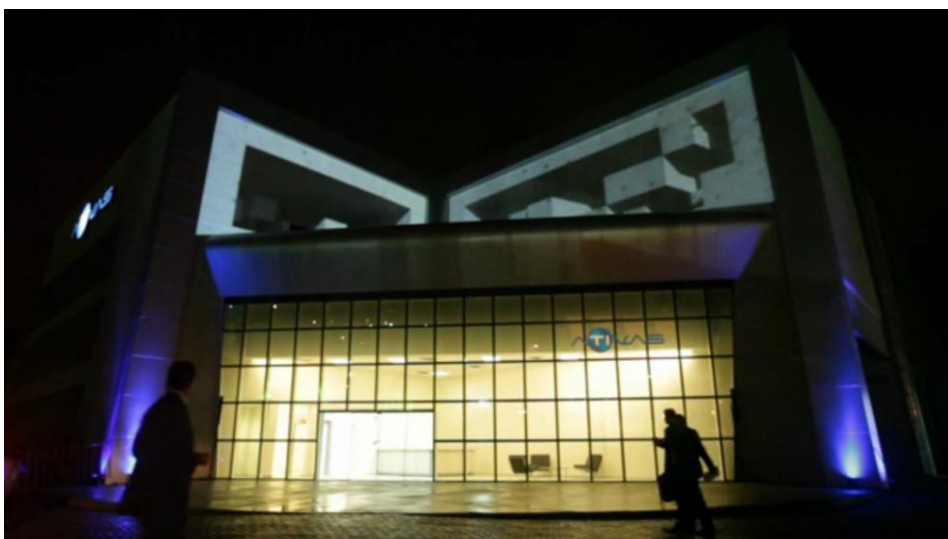
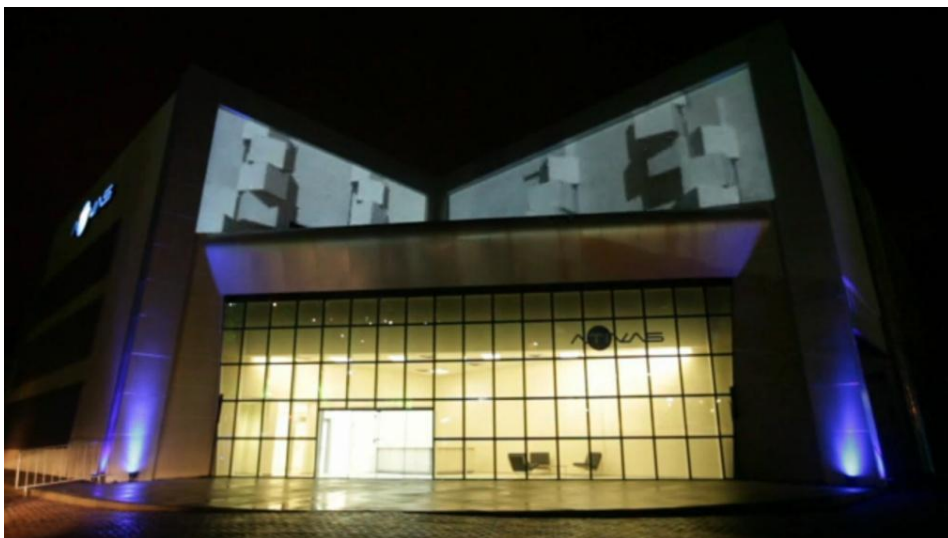
⁶⁰ Informações disponíveis no *site* GuiaBH, destacando-se locais como o “Espaço TIM UFMG do Conhecimento, Museu das Minas e do Metal, Memorial de Minas Gerais Vale, Centro de Arte Popular Cemig [e o] Centro Cultural Banco do Brasil em: <<http://www.youtube.com/watch?v=M5en5LTiuol>>. Acesso em: 27 ago. 2010.

Esse trabalho de Projeção Mapeada em Arquitetura fez parte da noite de inauguração do museu, cuja sede passava por obras desde 2008, sob o subsídio da empresa EMX, do empresário Eike Batista. O projeto para a obra havia sido desenvolvido pelo emblemático arquiteto Paulo Mendes da Rocha, o qual procurou restaurar a edificação original que funcionava como a antiga Secretaria de Educação de Belo Horizonte, conhecida como Prédio Rosa, e que, como tal, possui grande interesse cultural para cidade, sendo patrimônio centenário de Belo Horizonte, com uma arquitetura eclética de inspiração neoclássica, datada de 1897.

De uma maneira geral, esse caso apresenta condições semelhantes ao caso anterior, ou seja, a superfície arquitetônica é assumida como uma tela e um espaço é destinado para a presença de espectadores, que se encontram a contemplar uma narrativa, sem qualquer abertura ao reconhecimento do espaço urbano com dinâmicas diferentes daquelas programadas para o cinema tradicional. Utilizaram-se para tanto os mesmos meios tecnológicos, tais como computadores e projetores multimídia.

O mesmo se reitera no quarto caso de Projeção Mapeada em Arquitetura, ocorrido no dia 16 de julho de 2010, desenvolvido pelo VJ 1mpar para a exibição que ocorreu na Cidade Administrativa Presidente Tancredo Neves. A apresentação esteve associada ao Dia de Minas Gerais e, indiretamente, à inauguração da recente e monumental obra arquitetônica de Oscar Niemeyer, atual sede oficial do Governo do Estado de Minas Gerais. Um empreendimento arquitetônico, como relatado por Adilson Melendez em artigo publicado na revista PROJETODESIGN, planejado pelo então governador de Minas Gerais para ser uma obra espetacular, como explicitado por ele, declarando suas aspirações de que “seria a maior obra arquitetônica implantada no estado nos últimos 50 anos.”⁶¹

⁶¹ Adilson Melendez, em artigo publicado na revista PROJETODESIGN, edição 363 de Maio de 2010.



Figuras 60, 61 e 62 – Festa de Inauguração ATIVAS Data Center.
Nota: Frames de vídeo de divulgação disponíveis no site oficial da empresa.
Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=JBBJzXuTG6Y>>. Acesso: 20 out 2012.

Assim, a pedra fundamental da nova sede oficial do governo do Estado foi lançada em abril de 2007, tendo suas obras concluídas no início de 2010⁶², conforme informado pela Companhia de Desenvolvimento Econômico de Minas Gerais (CODEMIG), setor financiador de todos os encargos envolvidos.⁶³ Surge então um dos mais novos e maiores símbolos arquitetônicos belorizontinos. Planejado para ser uma referência geográfica, como vetor de desenvolvimento para a região norte de Belo Horizonte, esse ícone consegue atrair grande atenção também por outros quesitos⁶⁴. Desta forma, não bastasse a assinatura da maior celebridade do campo da arquitetura no Brasil, Oscar Niemeyer, a plasticidade modernista do edifício principal do conjunto ainda viera a ser premiada com tamanho sobejo.

Possuindo características similares às apresentadas anteriormente, o trabalho desenvolvido pela empresa de comunicação tecnológica CODDART para a inauguração do Ativas Data Center⁶⁵ (assistir ao vídeo disponibilizado nos Anexos deste estudo – em formato cd), ocorrida no dia 28 de setembro de 2010, aparece como o quinto caso. Esse empreendimento se apresenta como uma parcela da estrutura geral da ambiciosa empresa Ativas, que conta ainda com sua sede, também em Belo Horizonte, e outros três pontos comerciais, sendo um em São Paulo, outro no Rio de Janeiro e um terceiro em Curitiba.

Seja uma verdade inquestionável ou apenas uma estratégia empresarial, o que chama a atenção são as tentativas de se vender uma imagem de culminância, de posicionamento sobressaltado no mercado. Tanto em seu *site* oficial quanto nas demais fontes de pesquisa sobre a empresa, foi comum achar frases superlativas como “melhores recursos”⁶⁶, “última geração”⁶⁷, “mais moderno”⁶⁸ ou

⁶² O custo estimado é de R\$949 milhões. Apesar desta informação estar contida no site da CODEMIG, companhia financiadora do empreendimento, o custo total da obra, acerca de sua inauguração, possui outras versões de gastos, informando ter chegado a 1,4 bilhão de reais, como apresentado pelo jornalista *Lauro Jardim, do Radar On-line, vinculada a revista VEJA*. (<http://veja.abril.com.br/blog/radar-on-line/brasil/o-ato-final-de-aecio/>)

⁶³ Informações disponíveis em: <<http://www.codemig.com.br/site/content/parcerias/projetos.asp?id=25>>. Acesso em: 08 set. 2012.

⁶⁴ Dentre eles um desenho concebido para a exuberância, já que “o arquiteto traçou o maior prédio suspenso do mundo para abrigar a nova sede do Governo. Com vão livre de 147 metros de comprimento e 26 metros de largura, o Palácio Tiradentes é considerado uma das mais ousadas obras do arquiteto em 70 anos de carreira.” Informações disponíveis em: <<http://www.codemig.com.br/site/content/parcerias/projetos.asp?id=25>>. Acesso em: 08 set. 2012.

⁶⁵ Voltada à Tecnologia da Informação (TI), o empreendimento, com investimento inicial na ordem de US\$ 50 milhões, surge a partir da parceria entre o Grupo ASAMAR e a CEMIG Telecom (empresa controlada pelo grupo Cemig). Trata-se de uma aposta empresarial que envolve grandes montantes de dinheiro, mobilizando grandes expectativas empreendedoras, como exposto no site oficial da CEMIG Telecom, informando haver uma perspectiva de faturamento anual, a partir de 2014, [que] ultrapassa os R\$ 200 milhões⁶⁵. Nesse sentido, o CEO da Ativas, Alexandre Siffert, em entrevista concedida na fase final da construção da Ativas Data Center, destaca estar “construindo o mais moderno data center do país”, mas com a ambição de “estar entre as cinco maiores empresas do setor”. Informações disponíveis em: <<http://www.infovias.com.br/conteudo.php?id=49&sub=5&cid=85>>. Acesso em: 16 set. 2012

⁶⁶ Informações disponíveis em: <<http://www.ativas.com.br/>>. Acesso em: 20 set. 2012.

⁶⁷ *ibidem*

“única”⁶⁹. Essa estratégia pode parecer óbvia, vindo de uma empresa de cunho comercial. No entanto, aliada a todas as demais informações suplementares do empreendimento, percebe-se que a empresa possui uma obstinação pela soberania, contexto este confiado à CODDART para a prestação de seus serviços de projeção mapeada, que ocorreu no dia de inauguração daquele que se apresentava como o “maior Data Center da América Latina”⁷⁰ e que tinha como objetivos se “figurar no cenário nacional como uma das 15 maiores empresas do país”⁷¹.

No evento que recebeu ilustres convidados e os mais importantes componentes administrativos do Grupo Asamar⁷², as projeções mapeadas foram executadas, por fim, na parte superior da fachada frontal da edificação, buscando atender a princípios ornamentais, apresentados em formato de animação computacional, e compondo uma espécie de pórtico de entrada àqueles que chegavam à edificação (FIG. 60 a 62). A percepção dos espectadores se resumia, assim, a uma experiência visual secundária, apenas a ajudando a compor um ambiente receptivo na busca de aliar valores ao ambiente de entrada, mas não compondo grandes desdobramentos narrativos. O trabalho foi composto em associação a outros artifícios sensoriais, na busca de promover uma experiência de imersão tecnológica, ao qual envolveu propostas como o uso de pulseiras RFID⁷³ e espectrograma musical⁷⁴.

Posteriormente, entre os dias 16 e 18 de agosto de 2011, aconteceu o sexto caso de projeção mapeada sobre superfícies arquitetônicas na cidade de Belo Horizonte (assistir ao vídeo disponibilizado nos Anexos deste estudo – em formato cd), mais especificamente na Maternidade Hilda Brandão (FIG. 63 a 68), durante o evento Morar Mais Por Menos (conhecido popularmente apenas pela síntese *Morar Mais*). Contudo, esse evento possui peculiaridades que o diferenciam das demais situações estudadas, sendo um trabalho cujos interesses fomentadores fizeram coincidir os papéis de cliente e de prestador de serviço. Isso se deve por esse ser um caso em que a própria empresa produtora da projeção mapeada, a CODDART, revelou ser o maior interessado pelo trabalho, objetivando aumentar a visibilidade da empresa no mercado belorizontino, parasitando, para isso, um evento já consolidado e em expansão.

⁶⁸ *ibidem*

⁶⁹ Informações disponíveis em: <<http://www.ativas.com.br/infraestrutura.php>>. Acesso em: 20 set. 2012.

⁷⁰ Informações disponíveis em: <<http://www.coddart.com/blog/2010/11/ativas/>>. Acesso em: 20 set. 2012.

⁷¹ Informações disponíveis em: <http://www.ativas.com.br/clipping_ver.php?id=78>. Acesso em: 20 set. 2012.

⁷² Informações disponíveis em: <http://www.ativas.com.br/clipping_ver.php?id=78>. Acesso em: 27 set. 2012.

⁷³ A sigla RFID diz respeito a “identificação por rádio-frequência”.

⁷⁴ Informações disponíveis em: <<http://www.youtube.com/watch?v=JBBJzxtG6Y>>. Acesso em: 25 set. 2012.

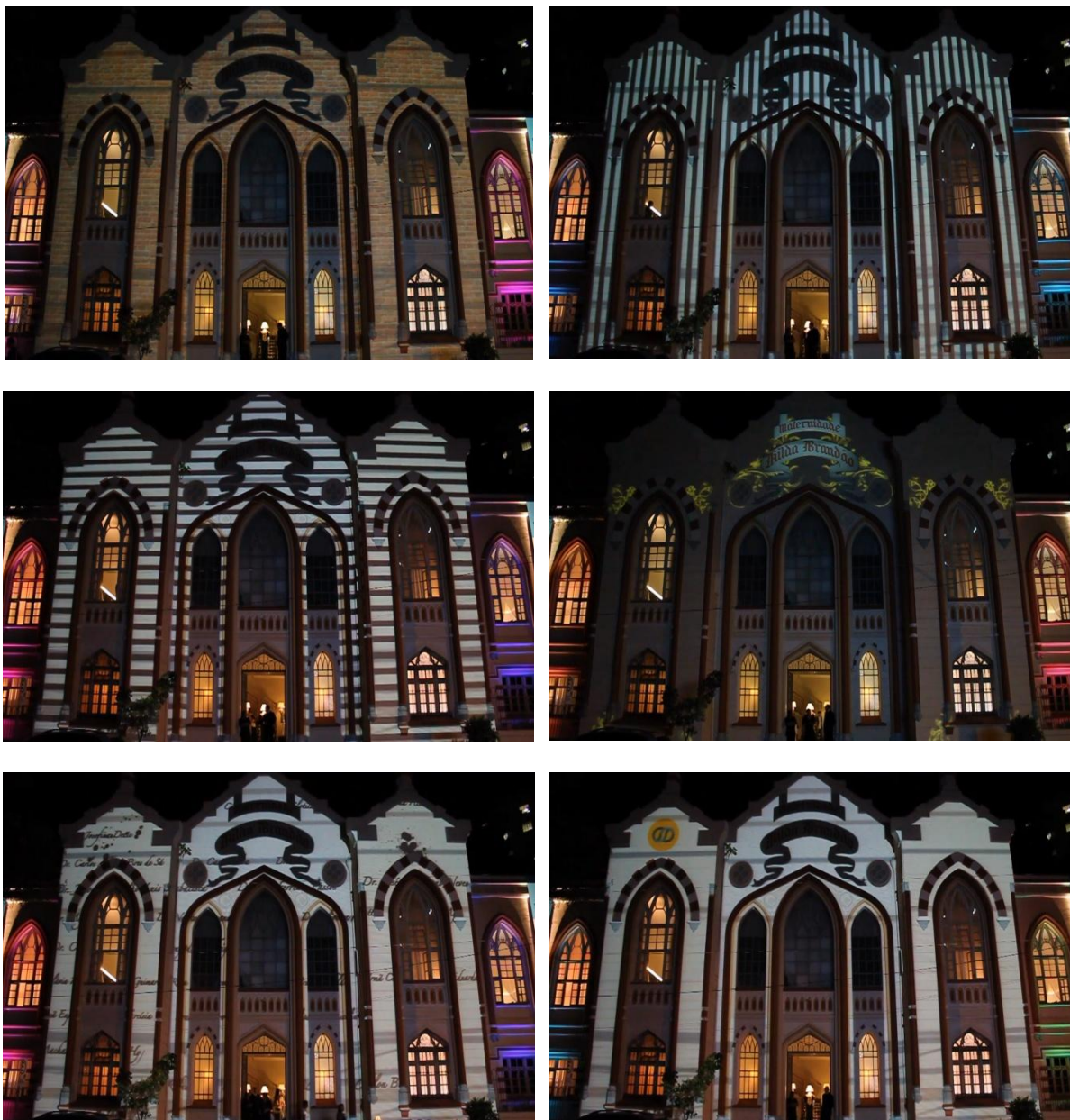
O evento Morar Mais Por Menos nasceu em 2004. Desde então, vem sendo promovido em várias cidades brasileiras, entre elas Belo Horizonte, Brasília, Campo Grande, Curitiba, Cuiabá, Goiânia, Natal, Recife, Rio de Janeiro, Salvador e Vitória. Com o slogan *O Chique Que Cabe no Bolso*, o evento se autoanuncia como voltado a Arquitetura, Decoração, Paisagismo e Gastronomia, mas tendo como predileção um discurso de acessibilidade econômica, com propostas de baixo custo.

Segundo Rodrigo Nascimento, diretor operacional da CODDART, em entrevista concedida em 30 de março de 2012, a empresa não foi contratada. Pelo contrário, a empresa pagou para expor o trabalho, acreditando estar ali uma oportunidade de fazer ecoar seu nome na cidade e nas demais localidades onde o *Morar Mais* aconteceria, haja vista que todos os trabalhos seriam divulgados nesses locais por meio de uma revista do próprio evento. Para isso, a própria empresa alugou os projetores, além de pagar uma taxa para exposição no evento, comum aos demais expositores.

Nesse sentido, o “objetivo de propor soluções sofisticadas e modernas, porém acessíveis ao bolso dos brasileiros”⁷⁵, como discursado, se revela díspar em relação à realidade das projeções mapeadas em fachadas, já que se trata de uma empreitada cara e, portanto, inacessível a realidade popular brasileira. Esse paradoxo revelou que a estratégia de autopromoção escolhida foi um pouco confusa. Pergunta-se, assim, por que a CODDART escolheu esse evento e não outro para tal propaganda. Seria esse um nicho de interesse ou a escolha se deu aleatoriamente, como uma oportunidade momentânea? Seria apenas pela concentração de pessoas? Seria pelo local? Seria por ser um perfil de potenciais clientes (arquitetos, decoradores, etc.)?

Em outra entrevista, no dia 23 de agosto de 2012, Nascimento relatou que a meta era ampliar o portfólio da empresa assim como promover uma maior visibilidade da marca CODDART no cenário nacional, visto que o trabalho seria divulgado na revista do evento *Morar Mais*. A respeito do motivo da escolha do evento para tal divulgação, considerando o foco do *Morar Mais* em uma arquitetura de baixo custo, diferentemente das projeções mapeadas que envolvem grande quantia de dinheiro, Nascimento explica que a empresa não estava voltada para essa visão, mas apenas para a oportunidade de a marca CODDART ecoar no cenário nacional.

⁷⁵ Informações disponíveis em: <<http://www.blogmorarmaisbrasil.com.br/>>. Acesso em: 29 set. 2012.



Figuras 63, 64, 65, 66, 67 e 68 – Maternidade Hilda Brandão – Morar Mais. CODDART.

Nota: Frames de vídeo de divulgação disponível na Internet.

Fonte: <<http://www.youtube.com/watch?v=RqWdeDkwGA>>. Acesso: 05 out 2012.

Pode-se dizer, portanto, que a projeção mapeada desenvolvida para a Maternidade Hilda Brandão se desenvolveu sob os mesmos princípios dos últimos casos ocorridos em Belo Horizonte, ou seja, utilizou tecnologias tradicionais, interpretando a arquitetura como tela e o espaço urbano como mirante, partindo de uma narrativa reduzida a um espetáculo imagético, de forma que o espectador usufruísse de uma experiência visual.

A sequência cronológica revela um sétimo caso, que se opõe ao anterior, principalmente por seu contexto de abundância. Desenvolvido para a abertura do AuDITIONS, concurso de joias em ouro promovido pela empresa AngloGold Ashanti, ocorrido no dia 16 de agosto de 2011, no Museu das Minas e do Metal, em Belo Horizonte, esse trabalho de Projeção Mapeada foi, sem dúvida, o mais efêmero em comparação aos demais.

Eder Santos, o videoartista mineiro responsável pelo trabalho de abertura do evento, em conjunto com a equipe de sua produtora a *Trem Chic – CineVideoLab*, desenvolveu uma projeção mapeada na fachada do museu que permaneceu exposta apenas durante o intervalo de entrada dos convidados no edifício onde aconteceria a solenidade de abertura. Esse intervalo, infelizmente, não foi registrado por vídeo ou fotografia nem mesmo pela equipe de produção. A experiência almejada pelo artista teria sido proposta para atingir visualmente os convidados apenas enquanto estes chegavam ao evento, no tempo necessário para que se deslocassem da rua para o interior da edificação, tendo sido desligada imediatamente ao início da cerimônia. Essa fugacidade se deu por questões burocráticas, já que, segundo Barão Fonseca⁷⁶, em entrevista concedida em 24 de julho de 2012, não poderiam estender o tempo de exibição para não criarem problemas com os órgãos reguladores municipais, já que esse foi um trabalho desenvolvido sem a aprovação desses órgãos.

É importante ressaltar que a exposição das joias participantes do concurso⁷⁷ foi aberta ao público no dia seguinte (17 de agosto de 2011), se estendendo por uma semana (até o dia 24), no entanto, sem a presença das projeções mapeadas na fachada. Para Eder Santos, em entrevista concedida no dia 26 de julho de 2012, manter a projeção ao longo da exposição se mostrava inviável, devido à necessidade de se montar todo o aparato tecnológico (equipamentos como projetores multimídia, estruturas metálicas, gerador de energia elétrica, etc.) na Praça da Liberdade, que fica do lado oposto da rua, logo em frente ao Museu das Minas e do Metal. Deduz-se haver, no entanto, uma restrição justificada não pelos entraves técnicos e burocráticos, mas por não ser a massa populacional da cidade o verdadeiro alvo desse evento, visto se tratar de uma empresa que lida com um produto caro e, portanto, pouco acessível à maior parte da população. Essa contestação se dá por método comparativo, visto que o caso que será estudado na sequência, o do Centro Cultural Banco do Brasil,

⁷⁶ Parceiro de Eder Santos na produtora de cinema e vídeo *Trem Chic – CineVideoLab* e um dos responsáveis pelo trabalho desenvolvido para a Auditions.

⁷⁷ Em sua quinta edição no Brasil, o concurso possuiu uma exposição itinerante que abarcou, além de Belo Horizonte, outras cidades como Curitiba, Rio de Janeiro, Goiânia e Brasília. Eder Santos diz, no entanto, que a exposição de Belo Horizonte fora a única a receber trabalhos de projeção mapeada na fachada do local de exposição, o que se deu pela importância da cidade, que é sede da empresa AngloGold Ashanti no Brasil, e do evento, que foi o mais grandioso dentre os demais, com coquetel de abertura e convidados ilustres.

também possuía as mesmas dificuldades, mas ainda assim executou a projeção, mantendo-a em sua fachada por dias, o que reforça a ideia de que seu público-alvo é diferente do da AuDITIONS.

A busca parece ter sido, por fim, a de promover uma atmosfera de refinamento aos convidados presentes na abertura do evento, definido pelo *site* Feambra e do Museu das Minas e do Metal⁷⁸ como uma abertura de gala.



Figuras 69, 70 e 71 - Joias fantásticas do Auditions em exposição.

Fonte: <http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=SZP747LJznI#!>. Acesso: 18 julho 2012.

⁷⁸ Informações disponíveis em: <<http://www.mmm.org.br/index.php?p=51&c=30>>. Acesso em: 29 set. 2012.

Essa abertura de gala se justifica dada a bem-falada frequência⁷⁹ que se deu pela notoriedade do evento, visto que o AuDITIONS é conhecido como o “maior concurso de design de joias em ouro do mundo”⁸⁰.

A Projeção Mapeada desenvolvida por Eder Santos e sua equipe para a fachada do Museu das Minas e do Metal tinha, assim, o intuito de recepcionar os convidados, estabelecendo um diálogo imagético entre a parede frontal da edificação e a exposição contida em seu interior, que também foi desenvolvida pelo artista. Assim, no evento que acontecia na parte interna do edifício, as joias se encontravam expostas em redomas de vidro, as quais recebiam imagens volumétricas de modelos em movimento através do uso de projetores multimídia (FIG. 69 a 71). Diferente de se utilizar manequins reais, os modelos eram compostos por luz e apareciam de forma menos intensa, dando ênfase às joias expostas. Nesse sentido, a experiência do ambiente de exposição e, conseqüentemente, da marca envolvida não estava restrita ao interior do museu, mas expandida ao invólucro de seu edifício.

Eder Santos explica que a projeção na fachada tinha o objetivo de remeter ao processo de produção do ouro. Assim, as colunas frontais da edificação foram mapeadas e, como em um pórtico de entrada, eram projetadas imagens que as convertiam em uma cascata de ouro derretido⁸¹. A sugestão de uma projeção na superfície da edificação, logo na entrada, foi concebida como uma estratégia de elemento surpresa, como dito por Barão Fonseca, possibilitando que aquela projeção fosse exclusiva por uma noite, ou pelo curto espaço de tempo em que se transcorreram as projeções⁸². Naquele dia, o museu se tornava, mesmo que por um breve momento, um simulacro espacial da marca AngloGold Ashanti.

A projeção mapeada desenvolvida para a fachada da edificação, dessa forma, não apresentou nada diferente do que os últimos trabalhos apresentados nesta sequência. Ou seja, ela foi configurada utilizando tecnologias tradicionais, como computador e projetor multimídia, além de resumir o espaço urbano a uma plataforma óptica em prol dos convidados. No entanto, parece haver aqui uma

⁷⁹ Entre as presenças ilustres do evento estavam o Governador de Minas Gerais, a Secretária de Cultura do Estado, o presidente Junior da Fiemg, a Golden Girl da empresa (nominada informalmente à embaixadora do Auditions em cada país participante, que no Brasil estava sob a posse da modelo Luiza Brunet), além do presidente mundial da AngloGold Ashanti, e do seu diretor no Brasil. Informações disponíveis em: <<http://www.mmm.org.br/index.php?p=51&c=30>>, <<http://www.governo.mg.gov.br/noticias/2065/Governador-participa-da-exposi%C3%A7%C3%A3o-de-joias-da-AngloGold-Ashanti.aspx>> e <<http://www.paulonavarro.com.br/2,4,19,1139/detalhe/dolce-vita-sabado-20-de-agosto-de-2011.aspx>>. Acesso em: 13 out. 2012.

⁸⁰ Um evento de grande proporção que “foi criado há 12 anos na África do Sul e é promovido bianualmente pela mineradora AngloGold Ashanti” e que se estende ainda a outras partes do mundo como China, Índia e Oriente Médio. Informações disponíveis em: <<http://www.e-vod.com.br/anglogold-ashanti-promove-exposicao-de-joias-no-pais/>> e <<http://www.goldauditions.com/flash.aspx?language=2&territory=brazil>>. Acesso em: 13 out. 2012.

⁸¹ Informação pertinente à entrevista concedida por Eder Santos no dia 26 de julho de 2012.

⁸² Informação pertinente à entrevista concedida por Barão Fonseca no dia 24 de julho de 2012.

abrangência um pouco maior, já que se constata uma preocupação dialógica entre os ambientes externo e interno. Trata-se, portanto, do esboço de uma narrativa um pouco mais refinada, a qual convida as pessoas a fazerem uma associação entre as duas dimensões ali propostas, mesmo que de maneira ainda tímida.

Por fim, aparece o trabalho desenvolvido para o Centro Cultural Banco do Brasil, revelando-se como o oitavo e último caso de Projeção Mapeada em Arquitetura ocorrido em Belo Horizonte até a data de conclusão desta pesquisa, em meados de 2013 (assistir ao vídeo disponibilizado nos Anexos deste estudo – em formato cd). Sob um formato de campanha comemorativa e publicitária, as ideias desenvolvidas para esse trabalho foram exploradas pela agência de marketing promocional Fermento Promo⁸³, de Brasília, Distrito Federal, em associação à campanha via internet desenvolvida pela agência Giacometti Comunicação, da mesma cidade. Para isso, os centros culturais do Rio de Janeiro, de São Paulo e de Brasília também foram incluídos, e a estratégia estava em oferecer aos clientes do Banco um agradecimento ao ano de 2011. Com o título “Meu obrigado é todo seu. Feliz 2012”, essa campanha da Fermento Promo optou pela ação de projeção mapeada em arquitetura estampando a fachada frontal do Centro Cultural de Belo Horizonte, que se encontrava em fase final de obra, o que atraía a atenção, inclusive, para sua breve inauguração⁸⁴. Assim, a ação de projeção mapeada na fachada da edificação em obras se estendeu pelos primeiros dias do ano, permanecendo exposta por duas semanas e sendo finalizada no dia 15 de janeiro de 2012.

Henrique 1mpar⁸⁵ foi o responsável pelo desenvolvimento da projeção mapeada, que tinha uma duração aproximada de 3 minutos por exibição (FIG. 72 a 79) e era acompanhada por outras projeções, que exibiam frases enviadas pelos correntistas do Banco do Brasil⁸⁶, e um vídeo⁸⁷. Este se estendeu ainda a outros meios de comunicação, tendo sido exibido “nos principais canais abertos e fechados de TV”, e veiculado “também nas principais revistas semanais”⁸⁸.

⁸³ Denominação como apresentado no twitter da empresa: <<http://twitter.com/fermentopromo/>> e <<http://www.facebook.com/fermentopromo>>. Acesso em: 18 out. 2012.

⁸⁴ Segundo o site do Banco do Brasil a inauguração estava prevista de ocorrer no segundo semestre de 2011. <<http://www.bb.com.br/portalbb/page509,128,9244,0,0,1,1.bb?codigoNoticia=19985&codigoMenu=12195>>. Acesso em: 18 out. 2012.

⁸⁵ O mesmo VJ que realizara os trabalhos de Projeção Mapeada em Arquitetura apresentados anteriormente, sendo eles para o Minas Trend Preview e para a Cidade Administrativa.

⁸⁶ Informações disponíveis em: <<http://www.giacometti.com.br/corrente-de-agradecimentos-acao-da-giacometti-para-o-banco-do-brasil-recebe-mais-de-3-300-mensagens-e-tera-projecoes-finais-em-bh/>> e <<http://adnews.uol.com.br/pt/publicidade/acao-do-banco-do-brasil-recebe-mais-de-3-mil-mensagens.html>>. Acesso em: 18 out. 2012.

⁸⁷ ibidem

⁸⁸ ibidem



Figuras 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78 e 79 – Centro Cultural Banco do Brasil – 1mpar.

Nota: Frames de vídeo de divulgação disponível na Internet.

Fonte: <79ide://vimeo.com/36188535>. Acesso: 18 nov 2012.

A vinculação dessas várias mídias de comunicação ao que foi exibido na fachada da edificação marca um diferencial nesse caso que, por meio das tecnologias digitais, captou do computador ou de uma TV projetou em qualquer superfície. Nessa perspectiva, toda fachada se torna uma potencial superfície

de projeção. Nesse caso, a fachada de uma edificação que simbolizaria o banco em sua parcela cultural. A Projeção Mapeada em Arquitetura aglutinou as duas frentes de informação envolvidas, sendo uma fruto dos valores já agregados ao edifício, que em breve seria inaugurado sob a função de um uso cultural, e outra quanto às propagandas veiculadas nas principais mídias do país.

As origens do evento remetem a um fracassado evento na cidade de São Paulo⁸⁹, onde o planejado era muito diferente daquilo que estava sendo desenvolvido para Belo Horizonte. Segundo Marconi Fúrfuro, a proposta para a cidade paulista envolvia um grande aparato festivo, que utilizaria o terraço do Conjunto Nacional, que fica logo em frente ao Centro Cultural, de forma que os convidados pudessem assistir ao espetáculo de luzes da Projeção Mapeada em Arquitetura com coquetel e presenças ilustres. Tratava-se, portanto, de um evento que envolveria grande montante de dinheiro para sua execução, o que chama a atenção, considerando que esse trabalho seria ainda maior do que o trabalho desenvolvido para Belo Horizonte, visto que este já se destacara por sua expressividade⁹⁰. (Essa informação foi confirmada pela empresa fornecedora dos equipamentos de projeção, a ON Projeções, que, segundo disse Marconi Fúrfuro, este foi o maior evento “que já [fizeram] em relação ao número de projetores empregados em um mesmo local, sendo 8 no total”⁹¹).

Trata-se, mais uma vez, de um caso tradicional de Projeção Mapeada em Arquitetura. Quanto à sua porção narrativa, há aqui uma certa variação em relação aos anteriores pelo fato de este ter promovido a associação de três diferentes informações projetivas, sendo elas a projeção mapeada desenvolvida por VJ 1mpar, a exibição da propaganda comercial, que também era exibida em outros meios de comunicação, e uma montagem em vídeo, editada de antemão, que expunha frases enviadas pelos correntistas do banco, desejando feliz Natal e Ano Novo. Constata-se, assim, em um primeiro momento, que esse projeto foi uma tentativa de atrair a atenção dos transeuntes para a campanha que ali era exposta, adotando, para isso, efeitos luminosos animados que sugeriam certas transformações fictícias do edifício. Tendo conseguido isso a partir da exibição dos efeitos visuais da projeção

⁸⁹ O Banco do Brasil possui ainda outros três centros culturais: um primeiro no Rio de Janeiro (inaugurado em 12 de outubro de 1989), outro em Brasília (inaugurado no dia 12 de outubro de 2000), e um terceiro em São Paulo (inaugurado em 21 de abril de 2001). O de Belo Horizonte aparece como uma quarta empreitada, mas que ainda se encontrava em obras no período de elaboração da campanha. Dessa forma, não estava planejada a participação deste último, o que resumia a campanha apenas às cidades do Rio de Janeiro, Brasília e São Paulo, que já possuíam verba destinada para execução. No entanto, devido a dificuldades burocráticas, a execução deste trabalho em São Paulo ficara impossibilitada, o que ocasionaria a inclusão, às pressas, da cidade de Belo Horizonte na campanha, como informado por Marconi Fúrfuro, da On Projeções, em entrevista concedida em 17 de fevereiro de 2012.

⁹⁰De acordo com o site UAI, vinculado ao jornal Estado de Minas, “foram montadas quatro torres (de até 4m de altura), com dois projetores de 15 mil ANSI lumens cada, posicionados do lado oposto da rua onde está situado o prédio”. Informações disponíveis em:

<http://www.divirtase.uai.com.br/html/sessao_23/2012/01/14/ficha_hit/id_sessao=23&id_noticia=48444/ficha_hit.shtml>.

Acesso em: 21 out. 2012.

⁹¹ Trecho da entrevista concedida por Marconi Fúrfuro no dia 17 de fevereiro de 2012.

mapeada, que chamavam a atenção por serem uma manifestação inovadora, a propaganda televisiva era exibida na sequência, induzindo o espectador a associar todo aquele aparato a uma ação publicitária que, agora, inequivocamente vinculava-se àquele banco. Por fim, os espectadores poderiam se sentir participantes ao verem estampadas ali as frases que poderiam ser suas. Essa é uma estratégia que se assemelha à proposta da primeira obra apresentada em Belo Horizonte, a Gravity, do artista francês Julien V3gas, para o Conservatório de Música da UFMG. A discrepância maior está no fato desta não se diferenciar do distanciamento existente tanto na projeção mapeada quanto no comercial de televisão. Ou seja, não havia qualquer tipo de abertura a experiência do evento de projeção para além do olhar passivo do observador, drenando qualquer possibilidade de abertura a uma relação espacial e às dinâmicas sociais ali existentes. Assim, a porção intelectual do espectador se resumiu ao olhar e, provavelmente, a um momento de associação com a experiência que este teria tido em casa, ao assistir aos comerciais de televisão.

A partir destes oito casos anteriormente expostos, é possível concluir que quase uma totalidade dos eventos de Projeção Mapeada em Arquitetura ocorridos em Belo Horizonte se deu em edificações com volumetrias enriquecedoras às técnicas de projeção mapeada. Destacaram-se edificações de estilo neoclássico, mas não pela orientação profissional dos artistas envolvidos, e sim por decisões anteriores, nas quais o que se buscava não era a melhor superfície para o trabalho do VJ, e sim locais com uma maior carga de exuberância e agregação de valor simbólico como uma estratégia corporativa, de forma que, na maioria dos casos, a Projeção Mapeada em Arquitetura acabou por surgir como um apêndice, cuja escolha não se daria em prol de uma melhor qualidade de projeção, mas, antes, como uma referência arquitetônica positiva ao *brand* envolvido.

Assim, mesmo havendo um consenso entre os profissionais da área quanto a uma relação direta entre volumetria e qualidade de execução, o que de fato controlou a existência da maioria dos trabalhos de projeção mapeada em arquitetura na cidade foi a existência de *atores* com poder de promoção, ou seja, a presença daqueles em condições de pagar por tal serviço, entre os quais se ressaltam os representantes do poder público e os grandes empresários. Dessa forma, torna-se possível constatar que qualquer lugar se torna passível de receber esses trabalhos, desde que atenda aos interesses de um financiador, o que tende a fazer com que esse tipo de evento urbano passe a ser ditado, nesse contexto, por aqueles que possuem o poder de execução.

Por fim, pôde-se constatar que a maioria dos eventos partiu de propostas ambiciosas, na busca de uma autopromoção como tentativa de anunciar o valor positivo da marca ou da pessoa em destaque.

Nesse sentido, parece haver uma tentativa de elevação dos ícones aí envolvidos, de forma que os interesses por uma maior visibilidade de suas marcas parecem ter encontrado nas Projeções Mapeadas em Arquitetura uma boa estratégia, dado seu caráter inovador e, conseqüentemente, de seu poder de valorização no campo comercial. Assim, como se deduz, a Arquitetura revelou-se como um simulacro daquilo (ou daquele) que recebeu os benefícios desses espetáculos imagéticos, de maneira que a ideia de valorização aqui abordada diz respeito à venda de uma imagem comercialmente positiva de uma empresa ou pessoa, o que se repetiu em sete dos oito casos (sendo, portanto, casos semelhantes em suas essências fomentadoras). No entanto, chama a atenção a obra *Gravity*, de Julien Gachadoat. De todas as análises feitas, esse caso se revelou o mais singular, um trabalho que se apresentou alheio ao que parece estar se configurando como o cenário mercadológico da tecnologia empregada – o que se repetiu em quase todas as análises anteriores –, se assemelhando aos demais apenas pelo elevado custo final. Outros dois casos parecem ter esboçado uma linguagem mais aberta a formas de interação intelectual, sendo eles o trabalho desenvolvido por Eder Santos, no que se refere ao diálogo entre as partes interna e externa da edificação, e o do Centro Cultural Banco do Brasil, a partir das mensagens enviadas de antemão pelos correntistas do banco, que viriam a ser reveladas durante os vários dias de exibição da projeção mapeada.

Sob os princípios adotados para a análise de suas dimensões arquiteturais, tecnológicas, narrativas e do espectador, percebe-se que os casos de Projeção Mapeada em Arquitetura aqui levantados não inovam substancialmente o dispositivo do cinema. Pelo contrário, o que se percebe é uma espécie de atrofia dos conhecimentos desse segmento, um empobrecimento da experiência do cinema convencional e, além disso, das vivências urbanas cotidianas. Percebe-se a existência de trabalhos em que o espaço urbano e as edificações acabam sendo trabalhadas, de certa forma, sob propostas semelhantes àquelas que compõem as salas de cinema tradicional. Ou seja, como um espaço em que os espectadores permanecem inertes frente a uma tela, ignorando o fato de a cidade possuir características próprias e a necessidade de entendê-la como “a” plataforma urbana das trocas sociais. A questão é que, diferentemente do cinema, as projeções mapeadas apresentadas aqui revelaram, ainda, bem menos engajamentos narrativos, o que resumiu a atividade mental do espectador a uma experiência contemplativa, enquanto no cinema, de maneira mais abrangente, são promovidos jogos narrativos que convidam os espectadores a reflexões variadas, ocorrendo uma assumida submotricidade, mas pensada em prol de um trabalho intelectual hiperativado.

4.3 Experiências paulistanas

Através das análises feitas na seção anterior, passa a ser construída uma ideia mais aprofundada dos bastidores que compõem o campo de atuação da Projeção Mapeada em Arquitetura na cidade de Belo Horizonte e também da forma como esse trabalho se relaciona com a cidade em que se insere. Contudo, ao final dessas investigações, constatou-se que essas incipientes descobertas deveriam ser confrontadas a algum outro cenário a fim de amadurecer o conhecimento adquirido até o momento, confirmando-as ou não como tendências comuns a esse campo.⁹² Para que se pudesse ter uma ideia mais aprofundada do contexto belorizontino, seria fundamental a abordagem de um campo mais amplo, o que certamente promove uma expansão positiva do conhecimento do meio e, como tal, do contexto encontrado na capital mineira.

Com essa finalidade, dois profissionais, que se apresentam como os maiores representantes da Projeção Mapeada em Arquitetura na atualidade brasileira, foram entrevistados na cidade de São Paulo. Essa abertura do panorama de análise do tema foi fundamental devido ao caráter de exponencial importância econômica e de vanguarda que São Paulo possui, sobressaltando-se como uma metrópole mundial. Assim, essa pesquisa contempla os dois mais expressivos e atuantes representantes paulistanos da Projeção Mapeada em Arquitetura, o que equivaleria a dizer se tratar dos maiores representantes nacionais, sendo eles VJ Alexis Anastasiou⁹³, da VisualFarm, e VJ Spetto⁹⁴.

Inicialmente, a principal preocupação estava em conseguir contatar esses dois expoentes da projeção mapeada no Brasil. VJ Spetto, por trabalhar sozinho, possibilitou um contato mais fácil e direto. VJ Alexis, por sua vez, se revelou um profissional de contato mais restrito, principalmente pelo fato de possuir uma agência de comunicação bem estruturada, a Visual Farm. A entrevista não foi diretamente com Alexis, e sim com seu diretor de comunicação, Dudão Melo⁹⁵, no dia 05 de junho de 2012, na VisualFarm. Um mês depois no dia 04 de agosto de 2012, após incessantes tentativas de contato, a entrevista com VJ Spetto foi efetivada através de videoconferência⁹⁶.

⁹² Estratégia sugerida pelo professor do curso de Comunicação da UFMG e videoartista Rodrigo Minelli, em entrevista pessoal concedida no dia 13 de abril de 2012, para quem "seria importante acrescentar maiores créditos a tais descobertas." (Trecho da entrevista concedida por Rodrigo Minelli no dia 13 de abril de 2012.)

⁹³ O nome verdadeiro de VJ Alexis é Alex Evangelos Anastasiou.

⁹⁴ O nome verdadeiro de VJ Spetto é Ricardo Lara.

⁹⁵ O nome verdadeiro de DJ Dudão é Antônio Dudão Melo.

⁹⁶ Via Skype.

É importante ressaltar que mesmo com os imprevistos, em ambos os casos o método previsto para as entrevistas seguiu sem transtornos. Buscou-se promover uma atmosfera de informalidade, a fim de deixar os entrevistados livres para explanarem sobre seu meio profissional e sobre suas experiências práticas da forma que lhes conviesse. No entanto, assim como no caso das demais entrevistas, essa flexibilidade foi amparada por uma estrutura de perguntas com foco no contexto de produção previamente elaborada. Isso proporcionou mais liberdade de adaptação para entender o fenômeno de Projeção Mapeada em Arquitetura a partir do ponto de vista daqueles que se encontram ativos nesse campo.

Inicialmente, constatou-se que os argumentos dados em ambas as entrevistas forneceram discursos bastante coincidentes em sua maior parte. Um primeiro argumento que se ressaltou foi a revelação de que os trabalhos possuem *intenções artísticas* como alicerce de suas produções. Nesse sentido, Spetto diz que toda sua criação “é reflexo de uma visão artística”, o que está em consonância com a fala de Dudão, que se posicionou argumentando que “o DNA da VisualFarm é artístico”. Esse argumento Dudão apresenta fazendo associação ao que ele diz ter sido resultado de um longo trabalho de pesquisa iniciado quando Alexis Anastasiou, diretor da VisualFarm, desenvolveu projeções “em um prédio que estava sendo invadido, ocupado por sem-tetos, em São Paulo, e depois em outra intervenção em prédios do ex-BNH”, que resultaram, em 2010, no *Vídeo Guerrilha*, em um evento promovido por ele no qual artistas de várias partes do mundo preencheram as fachadas da Avenida Augusta, em São Paulo, com projeções de vídeo.

Aparentemente, trata-se de experiências que se encontravam em uma ânsia de se manifestar criticamente na cidade. Sobre isso, Dudão diz que para “além de uma mera preocupação com a imagem, há ainda uma preocupação com o espaço urbano, que é uma coisa de direito do cidadão, mas que está cada vez mais sendo colocado em segundo plano, ficando cada vez mais inacessível.”.

Ambos ressaltam, ainda, os trabalhos dos VJs como repentistas visuais em festas eletrônicas, as quais são consideradas produções de cunho artístico. Da mesma forma, corroboram com o argumento de que as experiências provenientes da cenografia projetiva em shows musicais, como dito por Dudão (citando as performances musicais de Laurie Anderson e seus palcos multimídia) e Spetto, (citando Joseph Svododa, com suas projeções de *slide* mapeado, em apresentações de dança, óperas e teatros), são as bases dos atuais trabalhos de Projeção Mapeada em Arquitetura.

Dessa forma, no decorrer da entrevista, foi possível entender que o argumento referente à existência de nuances artísticas como base de seus trabalhos parece ser fruto de três vertentes de produção: uma referente à *guerrilha artística*, na qual as projeções aparecem como manifesto crítico; uma segunda vertente que revelou enxergar o *Vjing* das festas eletrônicas como um fenômeno artístico; e uma terceira, que abraça a *cenografia projetiva* de espetáculos musicais e teatrais. No entanto, diferentemente do primeiro argumento, que foi mencionado apenas por Dudão, o segundo e o terceiro vieses soaram como parte da convicção de ambos.

O que impressionou foi o fato desse discurso artístico ter se resumido a apenas três momentos, ao longo de entrevistas que se estenderam por mais de uma hora e meia cada. O que foi possível perceber, no entanto, é que este argumento fugidio se encontrou sufocado por outro, que se revelou recorrente em ambas as entrevistas, se apresentando, por fim, como um importante pilar para se entender grande parte do panorama da Projeção Mapeada em Arquitetura: a publicidade.

Sobre esse aspecto, Dudão argumenta que “a projeção mapeada entrou no mercado pelo viés da cenografia projetiva, ligado ao espetáculo” e adaptou-se para se transformar em uma “realidade de mercado, de marketing, promoção, como uma solução, replicável e vendável”, sendo, assim, percebida como uma assumida ferramenta publicitária. Nesse sentido, Dudão enfatiza que a projeção mapeada começou a se enquadrar em um seguimento publicitário conhecido como BTL, ou *Below the Line*, por possuir um nicho que prescinde da estrutura da publicidade tradicional, que é composta por revista, jornal, *outdoor*, entre outros meios. O BTL, assim, “é todo o resto do mercado, o que é muito grande”, diz Dudão, afirmando que “todas as grandes agências hoje têm esse braço BTL como uma vertente promocional.”.

Nesse sentido, Dudão ressalta que “80% dos seus clientes vêm [...] do mercado BTL.”. Ou seja, da totalidade dos trabalhos desenvolvidos pela VisualFarm, a grande maioria aparece alimentada pela publicidade. Mas, extrapolando essa importante informação, que revela os índices por trás dos eventos, outros dados surpreendem. Ao ser perguntar se a VisualFarm é a responsável por desenvolver as propostas ou se as agências já chegam com as ideias prontas, Dudão responde que normalmente as ideias já vêm prontas, mas que eles contribuem quando essas agências querem “algo que é impossível”, propondo “uma outra solução para o lugar”. Para não haver engano no entendimento das respostas de Dudão, pergunto novamente, em tom afirmativo, acreditando já saber a resposta: “Às vezes vocês criam tudo, né?”. Sou surpreendido com uma resposta tímida, que parecia formulada para não me decepcionar: “É..., mas... praticamente não acontece.”.

Dudão argumenta ainda sobre os instantes de execução das projeções imagéticas nas superfícies das cidades, dizendo que “o evento é exatamente o momento em que se trabalha a novidade, dentro de um contexto comercial, de marketing”, no qual “o grande evento é o que as empresas buscam como *brandding*, como uma forma de se experimentar a marca, o que pode acontecer naquele momento, apenas quando se está ali, naquele lugar.”. O que se percebe é que os trabalhos de projeção mapeada ampliam-se como potenciais fomentadores de relações sociais. No entanto, o que se pode perceber sobre as palavras de Dudão é que as experiências referentes ao lugar (ponto do observador) e ao tempo (efemeridade da exibição) são efetivamente assumidas em prol da valorização de uma marca.

Lidar com tamanha efemeridade vem se apresentando como um paradoxo nesse mercado, “já que se gasta muito tempo, muita energia, muito dinheiro para uma coisa que vai durar tão pouco tempo”, argumenta Dudão. Em contrapartida ele explica que, por outro lado, a memória, que parece ser um problema, surge, na verdade, como uma força que alimenta esse mercado. É uma situação que “será lembrada apenas pela Internet, como uma memória digital”, dizendo ser “por isso que esses trabalhos ganharam tanta importância no mundo do marketing.”. O que Dudão explica se evidencia ao se entender as tendências da publicidade contemporânea, a qual se apropria da Internet, lançando o registro desses trabalhos na rede mundial de computadores, buscando que essas imagens se enquadrem naquilo que os publicitários hoje denominam como sendo um *viral*, ou seja, uma informação que se dissipa pela Internet, ecoando e promovendo a possibilidade de constante rememoração. Estratégias do mercado contemporâneo que configuram aquilo que Castells (2008) denominaria como os *espaços de fluxos*.

Além de buscar entender a publicidade como força que margeia o campo profissional das projeções mapeadas, através das propostas vindas das agências BTL, Dudão revela que essa influência já é encontrada como estrutura funcional de empresas de projeção mapeada, como é o caso da VisualFarm, e que isso se deve à necessidade de sobrevivência em um mercado crescente e competitivo. Dessa forma, sendo a empresa uma prestadora de serviços com uma rotatividade muito grande de trabalhos, há uma tendência de espelhamento no funcionamento de uma agência de publicidade BTL.

As informações fornecidas por VJ Spetto revelam uma vivência de mercado semelhante à explanada por Dudão, a começar pelo que Spetto acredita serem os primórdios da Projeção Mapeada em Arquitetura. Para ele, apesar de este nicho também ser desenvolvido por VJs, através dos

videomappings das festas eletrônicas, a diferença está no fato de os VJs “não terem vindo do marketing”. Nesse sentido, ao ser levantada uma discussão sobre a dedução de um suposto desdobramento da Projeção Mapeada em Arquitetura no campo publicitário, Spetto é enfático: “vivemos em um momento em que a limitação de fronteiras está caindo em desuso; com a Internet e outras tecnologias da informação atuais fica difícil falar em fronteiras”.

Para Spetto, trata-se de uma tendência que acaba por marcar uma época, fazendo com que todos voltem o olhar para essas técnicas, inclusive as agências de publicidade. Nesse sentido, argumenta que “os fogos de artifício e o Architectural Projection Mapping vão num mesmo filão”, de forma que “R\$ 100 mil de fogos de artifício ou R\$ 100 mil de projeção mapeada acaba sendo a mesma coisa”, por serem espetáculos contratados “como eventos para se promover algo de forma que as pessoas não esqueçam”. Spetto ainda explica seu argumento de maneira mais aprofundada, alinhando uma associação entre as projeções e seu caráter promocional, afirmando que “a expressão do *mapping* se encontra no mesmo filão de uma prefeitura que traz um Papai Noel em um helicóptero, fogos de artifício ou um show da Madonna na praia, já que ambos estão buscando estabelecer um evento que seja inesquecível”. Assim, afirma que “o público acaba pedindo esse tipo de trabalho, o que faz com que as agências acabem por assumi-los”.

Spetto parece compreender, ainda, a existência de um segmento bem definido de interessados nesses trabalhos que se limita àqueles que possuem uma proeminente condição financeira para sustentar tão onerosas empreitadas. Essa lógica se confirma pelo fato de existir uma grande leva de interessados em tais trabalhos, mas um pequeno número de execuções. Segundo ele, isso “se dá por que alguns possuem dinheiro e outros não”, citando que o orçamento de um trabalho em um prédio grande, com uma média de 400 m² de área projetada, fica na cifra dos milhões. E acrescenta dizendo acreditar que, por exemplo, “o campo de atuação em SP e BH acaba sendo quase o mesmo; a diferença é questão de verba”. Dessa forma, continua ele: “pode ser que em SP tenham mais eventos como esses pelo fato de haver mais empresas atuantes, ou pela possibilidade de a informação e de os gostos cosmopolitas chegarem antes aqui”. No entanto, o “gosto” aqui informado não é suficiente para possibilitar a execução de um trabalho de projeção mapeada em Arquitetura, soando mais plausível o argumento sobre o aquecido mercado paulistano.

Dudão parece compartilhar do mesmo raciocínio, acrescentando que por serem trabalhos tão caros, a existência de patrocinadores é necessária, “como em qualquer evento artístico”. Dessa forma, diz que “por mais poético, lindo, maravilhoso que seja tais trabalhos, hoje em dia, se você não puder colocar

uma logo de um patrocinador, de alguma forma, fica inviável”. Ele aproveita para exemplificar esse argumento citando o caso do evento *Video Guerrilha*, promovido pela VisualFarm, que, em 2010, em sua primeira edição, foi totalmente custeado pela empresa. O gasto excessivo os incentivou a abrir o evento a patrocinadores, o que ocorreu no *Video Guerrilha* de 2011, que foi patrocinado pela Calvin Klein.

Apesar de todas essas abordagens, permanece ambíguo o caráter artístico do campo da Projeção Mapeada em Arquitetura, por ser um âmbito tão conduzido, como consta, pelo mercado e pela publicidade. No entanto, ambos entrevistados possuem, novamente, argumentos que se tangenciam, dando a entender, mesmo que implicitamente, que esta é uma nova fase pela qual se passa parte das expressões inerentes à arte contemporânea. Como já mencionado neste capítulo, VJ Spetto argumenta que “tudo isso é reflexo de uma visão artística”, dando a entender que o trabalho de projeção mapeada é algo novo, com base na arte, mas com atuais nuances que deixam dúvida quanto ao seu nicho de existência. No mesmo sentido, Dudão enfatiza que “tudo é muito inerente ao sistema capitalista, e que o marketing, obviamente, possui uma de suas vertentes na arte, construindo um diálogo”. Assim, diz que “hoje, de uma forma muito astuta, informam ser arte quando se é conveniente”, de forma que a publicidade acaba por se encontrar repleta desses casos de projeção mapeada, “que é uma coisa cara, sofisticada e, até pouco tempo atrás, rara, mas que hoje está passando por uma vulgarização, uma má comunicação”. Nesse sentido, revela que a arte ensinou os publicitários a criarem a partir de uma poética artística, mas que atualmente esses conhecimentos estão sendo conduzidos aos grandes *mappings* sob apelos publicitários, que envolvem grandes marcas e alto grau de detalhamento.

Em meio a todas as informações obtidas, surge um importante questionamento voltado às relações existentes entre as projeções mapeadas e a arquitetura das cidades. Quando questionados a respeito desse aspecto, as respostas dadas referiram-se à associação do entretenimento imagético a um possível dispositivo de transformação de áreas urbanas. Nesse sentido, Spetto diz que “o *videomapping* aparece como um grito, em que cada lugar quer falar alguma coisa, transcendendo a relação através de uma hiper-realidade, e como tal, revitalizando o urbano, fazendo florir, humanizar um ambiente hostil”.

Da mesma forma, Dudão argumenta que existe a possibilidade de uma “revitalização do espaço público cooperado pelo entretenimento”, e apresenta como exemplo a renovação das políticas urbanas, como promovido para o evento das Olimpíadas de Barcelona, ocorrida em 1992. Essas

informações, por fim, foram usadas como argumento para explicar o que, segundo ele, foram as positivas transformações ocorridas na Rua Augusta, em São Paulo. Segundo Dudão, essa rua “era um local de prostituição e tráfico de drogas, mas que depois que começaram a surgir cinemas, boates, clubes, restaurantes, bares..., o lugar mudou completamente”. Diz, no entanto, que tudo isso aconteceu espontaneamente, sem a gestão da prefeitura, que, ao contrário, foi a última a intervir no local, vindo, somente ao final do processo, a melhorar as vias e outras infraestruturas. “As pessoas não imaginavam que isso teria o poder de revitalizar áreas urbanas”, diz ele, ou seja, as pessoas não imaginavam “o entretenimento como ponto realizador, como agente importante de revitalização dessas áreas públicas”.

Fazendo uma ponte em direção a essas experiências, Dudão especula que muitas das transformações também vêm acontecendo por meio dos eventos de projeção, sendo este o contexto no qual se insere a Projeção Mapeada em Arquitetura, o que foi revelado durante a explicação sobre a importância do evento *Vídeo Guerrilha* para o mesmo local, a Rua Augusta, assim como “a *Virada Cultural*⁹⁷ [que, segundo ele,] marcou um novo jeito de se olhar a cidade de São Paulo”. Pensando nisso, a VisualFarm trabalha com a possibilidade de “levar as projeções para outros lugares que tenham essa carência de espaço público, mobilizando as pessoas através da arte, criando circuitos de entretenimento, como é comum em outros países”. É a importância, diz Dudão, de se “trabalhar em certas áreas da cidade, podendo revitalizá-las a partir de projetos fixos, de projeção e espetáculos”. Ainda segundo Dudão, “o poder público, às vezes, enxerga esses trabalhos de projeção de imagens como problema, quando deveria vê-lo como benefício”. O que se percebe, assim, é que a criação de um circuito de projeções imagéticas parece estar indo ao encontro de uma tendência mundial, como vem sendo pleiteada para a cidade de Manhattan, em Nova York. A *New York City Economic Development Corporation*, uma empresa local sem fins lucrativos que promove o crescimento econômico na cidade de Nova York, tem uma proposta de grande escala de trabalhos, prevista para o final de 2012, com financiamentos previstos na ordem de US\$ 1 milhão. “Queremos criar uma nova atração para Manhattan que vai atrair as pessoas ao centro, para que elas possam apreciar as transformações incríveis que vêm ocorrendo por lá”, diz Seth Pinsky, presidente da empresa. Ele ainda acrescenta: “É uma forma relativamente barata de atingir um grande público.”⁹⁸ (DAY, 2012, p. 25).

⁹⁷ A *Virada Cultural* é um evento cultural promovido desde 2004 pela prefeitura de São Paulo, quando ocorrem, durante 24 horas ininterruptas, espetáculos artísticos variados.

⁹⁸ Tradução nossa.

Quanto a uma relação mais direta entre as projeções mapeadas e os edifícios e espaços urbanos, Spetto foca seus argumentos na forma das fachadas, dizendo que “só é possível desenvolver uma boa projeção mapeada em uma boa arquitetura”. Essa adjetivação é explicada por ele como sendo a característica de uma arquitetura de formas curiosas, fazendo com que suas volumetrias se convertam nos “atores responsáveis por toda a dramaticidade”. Assim, considerando o crescimento tecnológico contemporâneo, diz acreditar que essas propostas de intervenção imagética nas cidades tendem a aumentar.

No entanto, a arquitetura das cidades reduzida a sua superfície, a uma estética objetual, não parece ser a síntese de seu raciocínio. O que ele entende estar em questão, na verdade, é uma restrição à sua área de conhecimento, em que a especificidade do ramo compreende as superfícies verticais da cidade como potenciais plataformas de projeção, assim como são as telas de cinema ou os *outdoors*.

No mesmo sentido, Dudão parece corroborar com o raciocínio de Spetto, dizendo crer que as novas experiências urbanas convergem em uma “condição sem volta”, e que, como tal, possivelmente serão assumidas pelas técnicas e tecnologias do campo arquitetônico. “Tudo está caminhando para, em breve, ser possível trocar a *skin*⁹⁹, a cor, de seu próprio prédio [...], para poder escolher a imagem da fachada do seu prédio, da sua casa, do seu estabelecimento comercial”, diz Dudão, parafraseando uma fala de Alexis.

Dudão, dessa maneira, se aproxima um pouco mais das decisões que afligem a Arquitetura, parecendo entender, mesmo que de maneira latente, que as imagens adentram o universo das cidades e, com a crença de uma transformação urbana pelo entretenimento, as tecnologias arquitetônicas no campo construtivo também poderão ser influenciadas, vindo a se transformarem em materiais de cunho comunicacional. Assim, ele parece entender que a Arquitetura não se apresenta apenas como um inerte suporte de imagens, mas como uma plataforma que, sob essas influências, impacta o meio urbano, podendo transformar a Arquitetura e a vida das pessoas.

⁹⁹ Pele. Tradução nossa.

5 CONCLUSÃO: ATRAVÉS DAS FACHADAS

Na busca de se compreender as possibilidades de contribuição das Projeções Mapeadas em Arquitetura às vivências espaciais urbanas, três abordagens foram desenvolvidas e apresentadas neste trabalho. A primeira abordagem voltou-se a análise do que seriam dois casos paradigmáticos deste universo imagético contemporâneo, escolhidos por suas reconhecidas premiações, sendo estes as obras *Body Movie* de Rafael Lozano-Hemmer, revelado como uma boa referência às produções de interesse vivencial da cidade, e o trabalho desenvolvido para a campanha de lançamento de um novo automóvel da marca Lexus, que se apresentou em condição oposta ao primeiro, interpretando a cidade meramente como suporte às imagens e a contemplação. A segunda abordagem procurou analisar de maneira mais ampla as experiências práticas deste meio, se aproximando, para tanto, dos casos ocorridos em Belo Horizonte e suas particularidades, o que fora tratado neste trabalho como seus bastidores, voltando-se olhares, inclusive, aos técnicos e artistas que ajudaram a promover tais ações na capital. Nesta abordagem, oito casos foram levantados, sendo que sete deles não teria apresentado contribuições à cidade para além da ideia de espetáculo de imagens e sons, enquanto apenas um teria esboçado certas aberturas a diálogos, mas ainda assim sem explorar em profundidade à cidade como lugar das trocas sociais. Na terceira abordagem foram apresentadas as entrevistas e reflexões de dois importantes representantes paulistanos da Projeção Mapeada em Arquitetura, tendo como estratégia empregada a busca por uma ampliação e confirmação das análises anteriores, o que revelou semelhanças na opinião de ambos, além da constatação de aproximações ao que já haviam sido percebidas nas abordagens anteriores, reforçando-as. Por fim, pôde-se concluir a existência de semelhanças entre estes três momentos do estudo, revelando certa harmonia entre eles, com destaque a prevalência de trabalhos com pouca contribuição a uma vivência cidadã no espaço urbano, além da dominância de uma lógica comercial de produção, enfatizando-se uma marca ou pessoa.

Por fim, sob tais abordagens e considerando a problemática principal desta pesquisa, cujo interesse se encontra em saber se estas tecnologias imagéticas seriam capazes de contribuir para transformar as relações do cidadão com o seu entorno construído, pôde-se chegar a algumas constatações. A principal delas seria a conclusão de *não* haver possibilidade de transformação das relações socioespaciais na cidade a partir do emprego das Projeções Mapeadas em Arquitetura. Tais obstáculos seriam delineados principalmente pela observação de que a grande maioria dos casos está vinculada a uma tendência comercial, gerando uma lógica de produção mercadológica do espaço, que por sua vez, fora revelada neste estudo como a parcela coincidente aos casos esterilizantes do que seriam práticas sociais saudáveis na cidade. Como dito, para que tais trabalhos pudessem ser

efetivamente realizados, a existência de financiadores revelou-se uma praxe, haja vista os altos valores envolvidos. Esta condição pode tender a uma permanência, caso estes trabalhos continuem sendo conduzidos apenas como um vício técnico no emprego de imagens, dentro da lógica da espectacularização.

Mais que isso, o argumento daqueles que produzem as Projeções Mapeadas em Arquitetura, quando da aspiração de que as cidades possam ser revitalizadas através do emprego da imagem como entretenimento, também fora revelado como um obstáculo considerável. A visão destes protagonistas se apresenta sob uma ótica alheia às reais questões urbanas. Neste discurso emerge uma condição arbitrária do emprego de tais técnicas, onde tais dispositivos poderiam resultar em transformadores do espaço urbano, explorando-se apenas numa perspectiva de estetização urbana, resumindo-se ao espetáculo e a passividade contemplativa.

Outra questão que se eleva como consideração intrigante, é uma tendência contemporânea de miniaturização das tecnologias que vem tomando-as mais baratas ao longo do tempo e, portanto, mais acessíveis, em consonância a uma popularização dos softwares antes restritos àqueles que podiam pagar por eles, mas que começam a ser disponibilizados gratuitamente pela internet. A maior acessibilidade é uma situação que tanto poderia levar a usos que possibilitassem transformações cidadãs do espaço urbano, como a transformações superficiais e alienantes da cidade, sendo esta última uma tendência como ser constatado na maior parte dos casos.

Os casos de Projeção Mapeada em Arquitetura estudados, portanto, sugerem que o entendimento sobre o que é a *arquitetura* ou a *cidade* se encontra limitado àquilo que suas funções técnicas abrangem. Assim, a arquitetura se mostrou resumida, na maioria dos casos, à superfície das edificações, mais especificamente às suas fachadas frontais, limitando-se à sua função receptora de imagens. A cidade se apresentou pautada à sua capacidade de receber os projetores multimídia e os espectadores, revelando, novamente, interesses que se resumem à sua superficialidade. Esta condição é enfatizada, inclusive, por outras dicotomias, como a discrepância apresentada entre o discurso e a prática das projeções mapeadas. A nível do discurso, o ideal para as Projeções Mapeadas em Arquitetura seria a efetivação de suas projeções em superfícies volumetricamente complexas, capazes de valorizar o trabalho dos VJs. No entanto, na prática os trabalhos ocorrem em superfícies totalmente planas, tais como os casos da Ativas Data Center e da Cidade Administrativa, em Belo Horizonte, ou mesmo no lançamento do automóvel da marca Lexus, sobre o Hollywood Roosevelt Hotel. Na escolha dos locais se reafirma o fato de que mais que complexidade espacial, o

que se busca são lugares livres de obstáculos ao posicionamento dos projetores e à observação dos espectadores. Na prática, vários casos revelaram dificuldades de execução devido à presença de árvores ou outros obstáculos logo à frente da edificação projetada, como nos casos do Centro Cultural Banco do Brasil, do Museu das Minas e do Metal e do Museu de Artes e Ofícios. No caso da Maternidade Hilda Brandão, os projetores foram instalados no telhado das edificações existentes do outro lado da rua por não haver distância suficiente para suas instalações. Os trabalhos se apresentam em sua maioria como incrementos a eventos com seu local previamente definido, e não como o evento principal. Desta forma a escolha dos edifícios se dá devido carga simbólica inerente ao local, e não por razões de ordem técnicas ou artísticas. Estaria na arquitetura e na cidade, portanto, a abertura a se trabalhar as luzes e as sombras, o direcionamento do olhar e os dimensionamentos necessários à visibilidade do trabalho. Mas não se vai além destas possibilidades, ignorando-se, portanto, o potencial de ampliação desse dispositivo sob a consideração de suas dimensões espaciais, tecnológicas, narrativas e intelectuais.

Talvez por todas estas limitações este meio esteja começando a apresentar alguns sinais de retração. Uma constatação que, apesar de incipiente, se apresenta como fato pelo que se pode concluir através de recentes contatos a alguns profissionais entrevistados anteriormente. O que se tem é uma diminuição no número de trabalhos desenvolvidos na cidade de Belo Horizonte, visto que o último teria ocorrido em janeiro de 2012, e um ano e meio depois, em maio de 2013, nenhum novo trabalho teria voltado a acontecer. O evento programado dentro do formato que veio a se consolidar como maioria talvez esteja se esgotando, haja vista não apresentar aberturas ao inusitado e ao acidental, ou seja, se apresentado alheio ao acontecimento, e como tal, tendendo a se exaurir como novidade.

Por outro lado, existem possíveis caminhos por onde a projeção mapeada poderia contribuir na transformação das relações socioespaciais da cidade. Esta possibilidade é percebida, no entanto, em apenas um dos casos estudados. Trata-se do trabalho desenvolvido por Rafael Lozano-Hemmer, na obra *Body Movie*, onde foi possível constatar algumas características pertinentes de serem enfatizadas aqui, haja vista se tratarem de estratégias que se revelaram raras dentre os casos levantados e responsáveis por tais resultados.

Neste sentido, o primeiro ponto a ser considerado seria o caráter flexível das experiências imagéticas propostas, mais especificamente apresentando o que seria uma abertura a uma indeterminação do evento. Ou seja, Lozano-Hemmer desenvolveu um trabalho onde sua existência teria se dado *a partir* do espectador, numa condição que se mostrou interessada no público presente não como mero

espectador, mas como cidadão ativo da cidade onde se insere, abrindo-se aos instantes singulares de cada novo gesto dos “atores” presentes, assumindo-se ao inusitado, ao acidente, à instabilidade, ou seja, assumindo-se uma apropriação do espaço para além da fachada. Por outro lado, para que tais desdobramentos pudessem se dar de forma concreta, esta plataforma teria sido programada de antemão, direcionada sob determinações muito específicas, o que englobou planejamento quanto ao espaço de execução, estruturação tecnológica, dentre outras negociações. Uma experiência que revelou ter articulado, portanto, as duas dimensões do evento abordadas nesta dissertação, àquela referente ao espetáculo programado, e aquela referente aos momentos singulares próprios da vivência do lugar, como contexto do acontecimento cotidiano. A proposta desenvolvida para o lançamento da marca Lexus não integra estas duas vertentes do evento. Acredita-se ser por isso que este trabalho, assim como os outros vários casos estudados em Belo Horizonte, tenha se revelado tão empobrecido quanto a possíveis contribuições cidadãs na cidade.

Em resumo, Body Movie fora um evento programado em prol da ocorrência de eventualidades, aberto a ocorrência de momentos não programados, de relações entre as pessoas e o lugar onde se encontram, abrindo-se a explorações outras que não restritas à contemplação. Uma intervenção que ajudou a compor a cidade como universo das trocas socioespaciais, como território vivo, se aproximando, portanto, do que fora abordado neste estudo como o conceito de lugar. Também houve vestígios de certas tentativas de se promover um diálogo para além do formato de passividade do espectador, como parece esta se consolidando neste campo, como nos trabalhos de Julien V3gas, Eder Santos e 1mpar/Fermento Promo. Dessa forma, é possível supor, inclusive, que a existência de se ter ou não abertura a uma experiência cidadã da plataforma urbana através das Projeções Mapeadas em Arquitetura não se encontra vinculado necessariamente à dicotomia arte/publicidade, mas na existência de intenções cidadãs que levem ao emprego de tais estratégias.

Assim, é possível constatar que há uma prevalência de forças que tendem a dificultar uma ação cidadã da Projeção Mapeada em Arquitetura. O que não está sendo reconhecido, portanto, é a confirmação da cidade como espaço de negociações e vivências, que seria sua condição intrínseca de existência, de forma a não reduzir o evento ao que acontece sobre as fachadas das edificações, mas através delas. Condições estas onde o espaço não se encontra estático, mas em fluxos de pessoas e mercadorias, como espaço das interações socioespaciais. O evento programado poderia se render à lógica do cotidiano, fincando sua inteligibilidade de forma a reconhecer a cidade como o lugar dessas possibilidades.

Por fim, observam-se algumas questões que parecem apontar para futuras tendências no campo das imagens em meio urbano. Através das entrevistas foi possível ter acesso àquelas que, segundo os profissionais da Projeção Mapeada em Arquitetura, se apresentam como vertentes tecnológicas que tendem a ser aglutinadas pelos profissionais da tecnologia atuantes em meio urbano. Dentre elas a discussão em torno à utilização de placas de LED nas peles exteriores dos edifícios se destaca pelos possíveis desdobramentos na cidade.

As placas de LED já estão sendo empregadas em meio urbano, se estabelecendo, na maioria, como os novos outdoors publicitários. Quando Spetto argumenta que estas novas experiências imagéticas urbanas convergem numa “condição sem volta”, indica que estas inovações serão assumidas pelo campo arquitetônico. Como uma tendência real,¹⁰⁰ esta já apresenta novas problemáticas, tais como a incompatibilidade causada pelos incômodos provocados da intensidade lumínica em zonas residenciais.

Estas problemáticas, assim como as oportunidades que a tecnologia de painéis de LED levanta, abre o campo a futuras pesquisas, sobretudo quanto à tendência de suas hibridizações, como visto ao longo desta pesquisa. Trata-se, portanto, de vertentes possíveis de serem ampliadas, assim como se tangenciarem em prol de novas experiências urbanas, restando saber em que medida estas tenderão a transformar as relações do cidadão com o seu entorno construído, já sabendo que atualmente o que há de mais avançado neste segmento, as Projeções Mapeadas em Arquitetura, não está a promover.

¹⁰⁰ Diversos projetos arquitetônicos contemporâneos utilizam os painéis de LED tais como: o Yas Hotel, em Abu Dhabi, nos Emirados Árabes, projetado pelo escritório Asymptote Arquitetura e inaugurado em outubro de 2009; o GreenPIX, em Pequim, China, do escritório de arquitetura Giostra Simone & Partners, inaugurado em junho de 2008; a fachada do Shopping Galleria Centercity, localizado na cidade coreana de Cheonan, criados pela fabricante de luminárias austríaca Zumtobel e inaugurado em julho de 2011; o edifício da Chanel de Tóquio, no Japão, do arquiteto americano Peter Marino, inaugurado em dezembro de 2004; e a Torre Agbar, em Barcelona, Espanha, do arquiteto Jean Nouvel, inaugurado em 2005.

REFERÊNCIAS

1MPAR. *Centro cultural Banco do Brasil*. [Frames de vídeo de divulgação disponível na Internet]. Disponível em: <<http://vimeo.com/36188535>>.

1MPAR. *Minas Trend Preview*. Museu de Artes e Ofícios. [Frames do vídeo]. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?v=a_LNmETtGCA>.

ADRIAANSENS, Alex; BROUWER, Joke. Alien relationships from public space: a winding dialog with 96ideo96 96ideo96-hemmer. In: BROUWER, Joke; MULDER, Arjen. *Transurbanism*. V2 Publishing/Nai Publishers, 2002.

ALBERNAZ, Paula. Reflexões sobre o espaço público atual. In: LIMA, Evelyn Furquim Werneck; MALEQUE, Miria Roseira. *Espaço e Cidade: conceitos e leituras*. Rio de Janeiro: 7 Letras, 2007, p. 42-56.

AUGÉ, Marc. *Não lugares: introdução a uma Antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus, 2001.

BAUDRILLARD, Jean. *A troca simbólica e a morte*. São Paulo: Loyola, 1996.

BAUDRY, Jean-Louis. Cinema: efeitos ideológicos produzidos pelo aparelho de base, 1970. In: XAVIER, Ismail (Org.). *A experiência do cinema*. São Paulo: Graal, 2008, p. 383-399.

BAUMAN, Zygmunt. *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BORDWELL, David. *Narration in the fiction film*. P. 99 a 146. Madison: Univ. of Wisconsin, c1985.

CANTZ, Hatje. *Jenny Holzer*. Disponível em: <[96íde://www.designboom.com/contemporary/holzer.html](http://www.designboom.com/contemporary/holzer.html)>. Acesso em: 28 nov. 2012.

CASTELLS, Manuel. *A sociedade em rede*. São Paulo: Paz e Terra, 2008, v. 1.

CERTEAU, Michel de. *A invenção do cotidiano: artes de fazer*. Petrópolis: Vozes, 2002.

CINEORAMA. [Ilustração da parte interna e foto da parte externa do Cineorama, mais uma película de projeção utilizada em 1900]. Disponível em: <<http://tectonicablog.com/?p=41965>>.

CODDART – Museu das Minas e do Metal [Frame de vídeo de divulgação. Projeção mapeada na fachada do Museu das Minas e do Metal em sua inauguração]. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=M5en5LTiuol>>.

CODDART. *Festa de inauguração ATIVAS Data Center*. [Frames de vídeo de divulgação disponíveis no site oficial da empresa]. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=JBBJzxtG6Y>>.

CODDART. *Inauguração do Museu das Minas e do Metal*. [Frames de vídeo de divulgação disponíveis no site oficial da empresa]. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=M5en5LTiuol>>.

CODDART. *Maternidade Hilda Brandão – Morar Mais, 2011*. [Frames de vídeo de divulgação disponível na Internet]. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=RqWdeDkvwGA>>.

COPJEC, Joan. The Orthopsychic Subject: Film Theory and the Reception of Lacan October, Vol. 49. (Summer, 1989), pp. 53-71. Stable URL: <http://links.jstor.org/sici?sici=0162-2870%28198922%2949%3C53%3AATOSFTA%3E2.0.CO%3B2-7>
October is currently published by The MIT Press.

COSTA, Luiz Cláudio da. O cinema expandido de Andy Warhol: repetição e circulação. *Revista Poiésis*, Niterói, n. 12: Cinema de artista, p. 23-38, 97id. 2008. Disponível em: 97id.poesis.uff.br/PDF/poesis12/Poesis_12_andywarhol.pdf>. Acesso em: 03 de janeiro de 2013.

CREVITIS, Bram. The Roots of Vjing: a historical overview. In: FAULKNER, Michael. *VJ: audio-visual art + VJ culture*. Laurence King Publishing Ltd., 2006. Disponível em: http://books.google.com.br/books?id=H6thUebmIWwC&printsec=frontcover&hl=pt-BR&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q=merrill&f=false>. Acesso em: 03 nov. 2012.

DAY, Adrienne. When skyscrapers are your screen. *The New York Times*, Nova York, 29 jan. 2012, p. Ar25. Disponível em: www.nytimes.com/2012/01/29/arts/design/video-mapping-artists-use-light-as-a-medium.html?_r=1>. Acesso em: 10 nov. 2012.

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

DEEPVISUAL. *Bahrain National Day*, Bahrein – Golfo Pérsico, 1993. Disponível em: <http://www.deepvisual.com/>>.

DEEPVISUAL. *Copa do Mundo de 1998*, Dover – Inglaterra. Disponível em: <http://www.deepvisual.com/>>.

DEEPVISUAL. *Festa anual de verão do Channel4*, Londres – Inglaterra. Disponível em: <http://www.deepvisual.com/>>.

DEEPVISUAL. *Protesto político pela morte de Ken Saro Wiwa*, Londres – Inglaterra. Disponível em: <http://www.deepvisual.com/>>.

DEEPVISUAL. *Relançamento da marca Tizer no rio Tamisa*, Londres – Inglaterra, 1996. Disponível em: <http://www.deepvisual.com/>>.

DEEPVISUAL. *Taejon Expo*, Coreia do Sul, 1993. Disponível em: <http://deepvisual.blogspot.com.br/2013/03/projection-mapping-pioneers.html>>.

DEEPVISUAL. *Virgin Airways*, Hong Kong – China, 1993. Disponível em: <http://www.deepvisual.com/>>.

FINKEL, Jori. Rafael Lozano-Hemmer takes the “Pulse” of electronic art. *Los Angeles Times*. Los Angeles, 17 out. 2010. Disponível em: articles.latimes.com/2010/oct/17/entertainment/la-ca-lozano-hemmer-irvine-20101017>. Acesso em: 22 nov. 2012.

FRIEDBERG, A. *Window Shopping: cinema and the postmodern*. Berkeley and Los Angeles/Oxford: University of California Press, 1993.

FURTADO, Fernando Fábio Fiorese. Cinema fim-de-século: o dom de iludir. *Lumina*, Juiz de Fora, v. 2, n. 2, p. 125-136, jul./dez. 1999. Disponível em: <<http://id.facom.ufjf.br>>. Acesso em: 22 mar. 2013.

GACHADOAT, Julien. *Gravity* – Conservatório de Música da UFMG. Disponível em: <<http://bastidoressiana.blogspot.com.br/2009/07/mais-no-conservatorio.html>>.

GLADMAN, Randy. Body Movies: a linz ars 98ideo98onic festival award winner on the state of interative art. *Canadian Art*, v. 19, n. 04, winter 2002.

HARRODS. *Xmas* (Londres). Disponível em: <<http://vjforums.com/showthread.php?t=37606>>.

HECKBERT, Paul S. *Fundamentals of texture mapping and image warping*. Disponível em: <<http://www.cs.cmu.edu/~ph/texfund/texfund.pdf>>.

HECKBERT, Paul. Projective Mappings for Image Warping. Pág. 17-21. In: *Fundamentals of Texture Mapping and Image Warping*. Dissertação de Mestrado. UCB/CSD 89/516, CS Division, U.C., Berkeley, junho de 1989. Disponível em: <<http://www.cs.cmu.edu>>. Acesso em: 15 de nov. 2012.

HEMMER, Lozano. *Body movies by Rafael Lozano-Hemmer*, 2001. [Frames do vídeo]. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?feature=player_detailpage&v=ENyOj26hmH0>.

HEMMER, Lozano. *Body Moving*. Hong Kong – China, 2006; Roterdam – Holanda, 2000; Disponível em: <<http://www.lozano-hemmer.com>>.

HOLZER, Jenny. *Projeções*. Florença, 1996; Roma, 1998. Disponível em: <<http://www.jennyholzer.com/>>.

ISAACSSON, Marta. Artigo científico: cruzamentos históricos: teatro e tecnologias de imagem. *ArtCultura*, Uberlândia, v. 13, n. 23, p. 7-22, jul.-dez. 2011.

JACQUES, Paola Berenstein. *Apologia da Deriva*: escritos situacionistas sobre a cidade. Tradução de Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2003.

MACHADO, Arlindo. O cinema e a condição pós-midiática. In: MACIEL, Kátia (Org.). *Cinema sim*: narrativas e projeções: ensaios e reflexões. São Paulo: Itaú Cultural, 2008.

MANNONI, Laurent. *A grande arte da luz e da sombra*: arqueologia do cinema. São Paulo: Editora SENAC / Editora UNESP, 2003.

MANTOVANI, Anna. *Cenografia*. São Paulo: Ática, 1989.

MARQUEZ, Renata. *Cidades em instalação*: arte contemporânea no espaço público. Dissertação de mestrado. 2000. FAU/UFMG, Belo Horizonte, 2000.

METZ, Christian. *Ensayos sobre la significación bem el cine*. Buenos Aires : Tiempo Contemporáneo, 1972.

MIDIORAMA. Joias fantásticas do Auditions em exposição. [Frame do vídeo disponível na Internet]. Disponível em: <http://www.youtube.com/watch?feature=player_embedded&v=SZP747LJznI#!>.

MONGIN, Olivier. *A condição urbana: a cidade na era da globalização*. São Paulo: Estação Liberdade, 2009.

PARENTE, André. *Cinema em trânsito: cinema, arte contemporânea e novas mídias*. Rio de Janeiro: Beco do Azogue, 2011.

PEARL MEDIA. Lançamento Do Lexus CT 200H – Hollywood, Estados Unidos, 2013. [Espectadores da Projeção Mapeada – Frames de vídeo de divulgação da empresa]. Disponível em: <<http://www.youtube.com/watch?v=RKktJcwMNxU>> e <<http://www.pearlmediaus.com/portfolio>>.

PRADES, Jaime Boamistura. [Luzes nas Vielas, Brasilândia, São Paulo – Brasil – Coletivo BoaMistura]. Disponível em: <<http://www.archdaily.com.br/53653/curta-luz-nas-vielas-boa-mistura/>>.

RIBEIRO, Ana Clara Torres. A acumulação primitiva de capital simbólico. In: JEUDY Henri Pierre; JACQUES, Paola Berenstein (Org.). *Corpos e cenários urbanos: territórios urbanos e políticas culturais*. Salvador, EDUFBA, PPG-AU/FAUFBA, 2006.

SANTAELLA, Lucia. *Por que as comunicações e as artes estão convergindo?* São Paulo: Paulus, 2005.

SANTOS, Milton. *A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção*. São Paulo: Hucitec, 1999.

SILVEIRA, Regina. *Abyssal*, 2010. Vinil adesivo, paredes pintadas e filtros de luz (Vista parcial), 10, 41 x 13, 57m. Atlas Sztuki, Lodz. Polônia. Disponível em: <<http://reginasilveira.com>>.

STAM, Robert. *Introdução à teoria do cinema - 2. ed. / 2006*. Campinas, SP : Papirus, 2006.

SVOBODA, Josef. *Cenografias*. Disponível em: <<http://www.oac.state.oh.us/riffe/exhibitions/2000/czechscenic/czech.asp>>

WODICZKO, Krzysztof. *Grand Army Plaza, Projection, New York, 1984-1985*. Disponível em: <<http://www.dichtung-digital.org/2009/Ricardo/index.htm>>

WODICZKO, Krzysztof. *Critical Vehicles: Writings, projects, Interviews*. Cambridge: The MIT Press, 1999.

WODICZKO, Krzysztof. *The Homeless Projection, 1987*. Disponível em: <<http://phomul.canalblog.com/>>.

YOUNGBLOOD, Gene. *Expanded Cinema*. New York: P. Dutton & Co., Inc., 1970.

APÊNDICES

Apêndice 1 – Apresentação dos profissionais paulistanos

Para que se possa ter um entendimento mais contextualizado das entrevistas, um breve histórico destes três representantes do cenário técnico-imagético paulistano se mostra importante, visto que serão muitas vezes referenciados neste trabalho. São eles: VJ Spetto, Dudão Melo e VJ Alexis Anastasiou.

VJ Spetto

“Natural de Santos/SP, [Spetto] atua desde 1999 como VJ, tendo participado dos principais festivais de música eletrônica do Brasil [tais como o] Tim Festival, Motomix, Sonar Sound, Nokia Trends, Skolbeats, Eletronika, Creamfields, FILE, entre outros”¹⁰¹. Além disso, desenvolveu trabalhos para artistas da MPB, como Jorge Bem Jor, Patu Fu, Roberto Carlos” e Gilberto Gil, assim como videocenários para programas de televisão e grandes espetáculos, como o especial de fim ano de Roberto Carlos, para a Rede Globo, e o especial Renato Russo para o canal fechado Multishow¹⁰², destacando-se como VJ, videocenarista, videoperformer e consultor tecnológico¹⁰³.

Sendo um dos pioneiros da prática vjing no Brasil, atuante neste cenário há quase 15 anos¹⁰⁴, Spetto desenvolveu também apresentações em diversos outros países, dentre eles Argentina, Bolívia, Colômbia, Inglaterra, França, Espanha, Portugal, Hungria, Holanda e Alemanha¹⁰⁵.

O artista ainda apresenta alguns diferenciais intelectuais, visto que, desde agosto de 2005, ministra aulas de pós-graduação na Faculdade Senac/SP, na área de Edição e Direção em Mídias Digitais, além de ser criador de softwares, se evidenciando como o criador do primeiro software brasileiro para VJs, o VRStudio MX¹⁰⁶ e por ser “credenciado como Professor Oficial da Garage Cube, empresa 100ídeo produtora dos principais softwares para VJ / VideoMapping existentes”.¹⁰⁷ “Como produtor

¹⁰¹ Informação disponível em: <<http://www.visualradio.com.br/download/release.pdf>>. Acesso em: 26 out. 2012.

¹⁰² Ibidem.

¹⁰³ Informação disponível em: <<http://memelab.com.br/pixel/vj/workshop%C2%A0-tecnicas-de-video-mapping.html>>. Acesso em: 26 out. 2012.

¹⁰⁴ Informação disponível em: <<http://www.unitedvjs.com.br/artists>>. Acesso em: 27 out. 2012.

¹⁰⁵ Informação disponível em: <http://www.videoataq.com.br/2011/e_vjspetto.html>. Acesso em: 26 out. 2012.

¹⁰⁶ Informação disponível em: <<http://www.visualradio.com.br/download/release.pdf>>. Acesso em: 26 out. 2012.

¹⁰⁷ Informação disponível em: <<http://www.unitedvjs.com.br/artists>>. Acesso em: 26 out. 2012.

musical solo tem seu projeto AVSp3tto [que] desde 2006 integra o 3LIVE!, banda eletrônica de atitude punkrock e batidas darken/broken em parceria com os produtores Phantazma e Zaztraz”¹⁰⁸

“Com diversas premiações no currículo, destaca-se [ainda por] ter vencido o Cinetrip VJ Torna 2008, em Budapeste”¹⁰⁹, e por ter sido “premiado como melhor VJ do mundo”¹¹⁰ no mesmo ano.

Atualmente, através do grupo United VJs, de sua autoria, desenvolve trabalhos de projeção mapeada em arquitetura e outras expressões em conjunto com outros VJs, onde o VJ de origem belorizontina, Henrique 1mpar, faz parte.

Vj Alexis

Como dito acima, mesmo na impossibilidade da efetivação da entrevista prevista, Alexis deve ser aqui apresentado, sobretudo por se tratar de importante representante da produção multimídia brasileira, a se destacar pela Projeção Mapeada em Arquitetura, e que será citado diversas vezes na entrevista desenvolvida com Dudão Melo.

Alexis Anastasiou (1977), ou simplesmente VJ Alexis, é tido como o primeiro VJ brasileiro. Paulistano, formado em Relações Internacionais pela Universidade de Brasília (UNB), passou por experiências culturais diversas ao redor do mundo, tendo visitado cerca de vinte países, sob o benefício da fluência em cinco idiomas. “Em suas viagens entrou em contato com a cultura eletrônica e os circuitos de mídia-arte europeu.”¹¹¹ Imerso na cultura eletrônica underground começou a desenvolver e apresentar “seus trabalhos [...] em forma de VJ sets, Video Mapping ou instalações multimedias em diferentes festivais internacionais”.¹¹²

“Após morar na Tailândia, Suíça e Inglaterra”¹¹³, mudou-se para São Paulo em 1999, “quando deixou a carreira de Relações Internacionais para dedicar-se integralmente à VJ-performance”¹¹⁴. “Desde

¹⁰⁸ Informação disponível em: <<http://smartbiz.locasite.com.br/djdetalhe.php?id=46>>. Acesso em: 28 out. 2012.

¹⁰⁹ Informação disponível em: <http://www.videoataq.com.br/2011/e_vjspetto.html>. Acesso em: 26 out. 2012.

¹¹⁰ Informação disponível em: <<http://www.unitedvjs.com.br/artists>>. Acesso em: 28 out. 2012.

¹¹¹ Informação disponível em: <http://www.mpilamec.com/pdf/ALEXISANASTASIOU_pt.pdf>. Acesso em: 29 out. 2012.

¹¹² Informação disponível em: <http://www.visualfarm.com.br/videoguerrilha/?page_id=107>. Acesso em: 29 out. 2012.

¹¹³ Informação disponível em: <http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=alexis+anastasiou+nasceu+em&source=web&cd=3&ved=0CC4QFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww2.sescsp.org.br%2Fsecc%2Fvideobrasil%2Fup%2Farquivos%2F200807%2F20080722_102343_AlexisAnastasiou_extremidades_P.doc&ei=uRRWUPC4OITq8gSh4IDIAw&usq=AFQjCNFbvufn4U7alt0hQfvaKmQBwwA7vA>. Acesso em: 27 out. 2012.

¹¹⁴ Informação disponível em: <http://www.antenacomunicacao.com.br/releases/visual_farm.pdf>. Acesso em: 28 out. 2012.

então se apresentou para mais de meio milhão de pessoas em mais de 1.000 eventos, em 16 estados brasileiros e cinco países.”¹¹⁵

Em 2003 fundou a produtora Visualfarm, vindo a ser reconhecido, desde então, em vários prêmios dedicados a cultura eletrônica mundial, como, por exemplo, o Prêmio Cultural Sérgio Motta, com o trabalho Videografagem, o prêmio de melhor clipe de música eletrônica de 2003 pela Folha de S. Paulo, com um remix visual do filme Cidade de Deus, também em 2010, ao receber a premiação como melhor VJ do Brasil, eleito pelos leitores da revista DJ Mag¹¹⁶, assim como premiações na “categoria Uso Mais Inovador em tecnologia de audiovisual para evento externo do tradicional prêmio norte-americano InfoComm/LSA, pela projeção que movimentou os braços do Cristo Redentor e fez parte da campanha “O Maior Abraço do Mundo”, promovida pelo Conselho Nacional do SESI”¹¹⁷, de forma que, com essa mesma técnica, “ganhou também medalha de prata no Clio Awards, na categoria Inovate Media, e foi premiada no New York Festivals International Advertising, nas categorias 102ideo projections e place based media”¹¹⁸.

Dj Dudão Melo

Todo este contexto, por fim, acabou por tangenciar-se às experiências deste importante representante do universo multimídia, o que resultou, inclusive, numa parceria com VJ Alexis que se estende até os dias de hoje. Natural de Goiás, Dudão Melo decidiu mudar-se para São Paulo, onde, entre 1992 e 1998, estudou Filosofia pela Universidade de São Paulo, vindo posteriormente a se especializar em Marketing pela ESPM.¹¹⁹

Sempre envolvido com a música, iniciou estudos de piano clássico aos sete anos de idade, revelando aptidões que iriam mover seus interesses profissionais ao longo de sua carreira. Assim, a partir dos anos 80 começa a se destacar no cenário musical ao ser “um dos criadores do projeto multimídia *Fragmentos de uma Subcultura*, que unia de forma pioneira música clássica e eletrônica, dança, artes plásticas e vídeo.”¹²⁰

¹¹⁵ Informação disponível em: <http://www.mpilamec.com/pdf/ALEXISANASTASIOU_pt.pdf>. Acesso em: 27 out. 2012.

¹¹⁶ Informação disponível em: <http://www.visualfarm.com.br/videoguerrilha/?page_id=107> e <http://www.mpilamec.com/pdf/ALEXISANASTASIOU_pt.pdf>. Acesso em: 29 out. 2012.

¹¹⁷ Informação disponível em: <<http://www.fernandovasconcelos.com/noticias/visualfarm-registra-crescimento-e-ganha-premios-internacionais/>>. Acesso em: 29 out. 2012.

¹¹⁸ ibidem

¹¹⁹ Informação disponível em: <<http://www.linkedin.com/pub/dud%3a%a3o-melo/47/149/846>>. Acesso em: 30 out. 2012.

¹²⁰ Informação disponível em: <<http://www.radioblog.com.br/index.php?p=paginaequipe&u=jazzmasters>>. Acesso em: 29 out. 2012.

Sua carreira profissional viria a ser ampliada a partir de 1999 quando se torna “gerente artístico e *label manager* da gravadora Trama, onde ajudou a montar e dirigir o departamento de música eletrônica e o aclamado selo SambaLoco Records”, e na sequência, em 2003, quando “ajudou a criar a Bamba Music e a EletroCooperativa, Ong com sede em Salvador, dedicada à inclusão digital e social através da música”¹²¹.

Tal inquietação particular ao universo musical levou-o a novos experimentos, vindo, a partir de 2004, a desenvolver habilidades como Dj e produtor musical¹²², adentrando, assim, a indústria do entretenimento.¹²³ Ao estreitar uma relação de amizade com Alexis Anastasiou, quando teriam decidido dividir uma mesma moradia em São Paulo¹²⁴, estes iniciam o que viria a ser uma constante parceria em seus trabalhos, vindo a resultar, a partir de 2010, na colocação de Dudão como Diretor de Comunicação e Projetos da VisualFarm, núcleo de produção multimedia coordenado por VJ Alexis¹²⁵, “onde ajudou a criar o projeto *Vídeo Guerrilha*, ganhador do Premio APCA de 2011”¹²⁶. A partir do mesmo ano, começa a atuar, também, como apresentador do programa de rádio Jazzmasters, que está há oito anos ativo na Rádio Eldorado FM e “emissoras pelo Brasil, Miami [e] Lisboa”, tendo sido “premiado pela APCA como o melhor programa musical do rádio”¹²⁷.

¹²¹ ibidem

¹²² ibidem

¹²³ Informação disponível em: <http://www.visualfarm.com.br/videoguerrilha/?page_id=107>. Acesso em: 30 out. 2012.

¹²³ ibidem

¹²⁴ Informação obtida em entrevista pessoal, desenvolvida pelo autor deste estudo, ocorria em 04 de agosto de 2012.

¹²⁵ Informação disponível em: <<http://www.linkedin.com/pub/dud%c3%a3o-melo/47/149/846>>. Acesso em: 02 nov. 2012.

¹²⁶ Informação disponível em: <<http://www.radioblog.com.br/index.php?p=paginaequipe&u=jazzmasters>>. cesso em: 02 nov. 2012.

¹²⁷ Informação disponível em: <<http://www.radioblog.com.br/index.php?p=paginaequipe&u=jazzmasters#>>. cesso em: 02 nov. 2012.

Apêndice 2 – Questionário empregado nas entrevistas

1. Para qual[is] edifício[s] a projeção foi desenvolvida? Para que lugar?
2. Quando aconteceu [período de criação ao fim da apresentação]?
3. Qual foi o motivo de tal apresentação [o evento, a comemoração etc.]?
4. Porque escolheram o *Projection Mapping* e não outra proposta para tal evento?
5. Quem desenvolveu a arte?
6. Quem contratou o trabalho?
7. Quem financiou? Quanto custou?
8. Que empresa executou [utilizando *hardwares* específicos]?
9. Houve trilha sonora?
10. O que propunha o vídeo *mapping*?
11. O trabalho partiu/considerou as características do contexto socioespacial local para tal trabalho?
12. O objetivo foi atingido? E qual era?
13. Qual foi o público estimado?
14. Houve a ajuda de profissionais que não eram de BH? De onde eram?
15. A exibição contou com abertura/inauguração? Quem estava presente?
16. Quantos dias durou?
17. Houve cobertura das mídias de informação [impressa, TV, rádio, Internet...]?
18. Houve envolvimento do setor público? Qual[is]?
19. Houve envolvimento do setor privado? Qual[is]?
20. Qual foi a fonte de alimentação da energia elétrica?
21. Houve imprevistos durante o processo de desenvolvimento do trabalho [da criação a execução]? [intempéries, atrasos, falta de equipamento...]
22. Qual foi o impacto do evento para as pessoas do local?
23. Qual foi o impacto do evento como transformador do espaço urbano?
24. Como esses trabalhos se vinculam à cidade?
25. Qual a percepção da cidade para esses trabalhos?

Apêndice 3 - DVD de vídeos referentes às Projeções Mapeadas em Arquitetura.