

As imagens nos espaços urbanos

The images in urban areas

Fabício Tarouco

Resumo

Acompanhando o avanço das audiovisualidades, este artigo pretende traçar uma linha de contato entre as cidades e as tecnologias da imagem, a partir do conceito de cibercidade e das transformações que vem acontecendo na paisagem contemporânea. Para isso, se discutirá o ponto de encontro entre as novas tecnologias, as máquinas de imagens e a representação do espaço urbano. Serão utilizados alguns exemplos como forma de apropriação dos conceitos abordados.

Palavras-chave: Audiovisualidades; imagens; espaço urbano.

Abstract

Following the advancement of audiovisual, this article intends to draw a line of contact between the cities and image technologies from concept and cybercity the transformations taking place in the landscape contemporary. To do so, it will discuss the meeting point between new technologies, machines and images representation of urban space. Some will be used examples as a way of appropriation of the concepts covered.

Keywords: Audiovisual; images; urban space.

Audiovisualidades e a Contemporaneidade

Embora se tenha discutido muito sobre as interpretações de “audiovisual” e “audiovisualidade”, retoma-se estes conceitos como ponto de partida das análises que este artigo se propõe a fazer. Audiovisual é um campo que faz referência a formas de comunicação que combinam som e imagem, bem como a cada produto gerado por estas formas de comunicação ou tecnologia. Consequentemente, audiovisualidades são derivações e experimentos do campo audiovisual construídos na combinatória de som e imagem, sobretudo na segunda. Suas aplicações a diferentes objetos e contextos de produção são percebidas no cinema e nos filmes que lhe dão vida, na televisão e nos programas que nela são reproduzidos, bem como nos games, vídeos e animações, entre tantos outros.

No olhar de Parente (1999), o final do século XIX e o início do século XX proporcionaram o advento do veículo ferroviário, rodoviário e aéreo, por outro lado, o fim do século XX e o início do século XXI vêm assistindo a grandes mudanças com o advento do veículo audiovisual. Para o autor, cada vez mais as telecomunicações condicionam os acontecimentos, as informações, os espaços e as pessoas, de forma que as articulações do veículo audiovisual vêm substituir a transparência do espaço de nossos percursos.

Acompanhando o avanço das audiovisualidades, o surgimento das tecnologias midiáticas e informáticas provocam novos processos de memorização e novas formas de comunicação que caracterizam o mundo atual pelas fortes mudanças estruturais e pelo dinamismo que essas transformações acontecem. Essas transformações indicam que se está vivendo em um tempo muito especial da história humana, uma época de abertura, de evolução e de novas conquistas em termos de representação cultural. Al-

gumas dessas mudanças são tão radicais que parecem ter sido projetadas por mentes do futuro, outras transportam a todos para ambientes tão raros que parecem terem saído de um desenho animado.

O mundo da era da informação que se vê hoje é ocasionado pelo desenvolvimento de novas tecnologias de comunicação e expressão. Elas abriram fronteiras inacreditáveis e, portanto, não podem ser desprezadas ou ignoradas, infravalorando um dos mais promissores meios de desenvolvimento e criação no mundo digital, que se expande num ritmo veloz. As tecnologias trouxeram mais agilidade e facilidades a uma velocidade muito rápida. Sem dúvidas a Tecnologia da Informação aliada aos avanços das telecomunicações constitui uma espécie de infra-estrutura necessária ao desenvolvimento de uma nova concepção de mundo.

Neste cenário, Benjamin (1996) apresentou, entre outras, uma nova percepção sobre o papel das tecnologias, onde elas possibilitam transportar a reprodução de obras de arte para situações nas quais o próprio original jamais poderia se encontrar, isso permite aproximar consideravelmente a obra dos espectadores ou do ouvintes. O autor coloca ainda que uma maior abrangência da arte poderia causar mudanças profundas nas estruturas sociais, pois as novas interações tecnológicas podem propiciar novas formas de pensar e estar no mundo.

Segundo Parente (1999), os dispositivos tecnológicos vão muito além da reprodução, veiculando uma visão de mundo e suscitando questões relativas à forma específica de modelagem do espaço e do tempo, sendo eles correlatos de expressões sociais capazes de lhes fazer nascer e delas se servir como verdadeiros órgãos da realidade nascente.

Já para Benjamin e Foucault (apud PARENTE 1999) o sujeito da modernidade se encontra submerso nas imagens e produtos produzi-

dos pela convergência de novas tecnologias, novos meios de transporte, novos espaços urbanos, novas funções econômicas e simbólicas. Dessa forma, a construção da paisagem e o surgimento do espaço urbano moderno são condicionados pelos dispositivos tecnológicos que transformam a arquitetura e os cenários das cidades.

É nesse contexto que são inseridos os conceitos de ciberespaço – espaço de integração das mídias – e de cibercidade – a invasão tecnológica nos espaços urbanos –, reflexo das novas tecnologias de comunicação e informação que reconfiguram os territórios bem como as práticas sociais que neles acontecem. Sendo assim, optou-se explorar neste artigo o ponto de encontro entre as tecnologias da imagem e a representação do espaço urbano.

Cibercidade, Identidade e Tecnologias

O conceito de cibercidade, importante para este artigo, remete a Walter Benjamin, um dos primeiros a traçar uma linha de fuga entre a cidade e as tecnologias da imagem (PARENTE, 1999), visto que foi ele quem deu vida a um importante personagem conceitual – o flaneur – expectador que mostra a transformação da paisagem contemporânea em espaço transitório, ou seja, um lugar de passagem.

Uma nova configuração no mundo das imagens é introduzida a partir da paisagem contemporânea, sendo esta um vasto lugar de passagens na visão de Peixoto (1993). Para ele, as passagens estão na arquitetura da cidade das imagens, com passagens acontecendo regularmente entre a pintura e a fotografia, entre todas as linguagens e o vídeo e, também, entre todas as formas artísticas e a arquitetura, se confundindo assim com o imaginário das cidades e constituindo a paisagem de imagens contemporâneas formadas a partir de um grande cruzamento de meios e formatos.

As imagens das cidades estão por todas as partes e ajudam a construir a identidade desses territórios, se antes elas se faziam presentes especialmente nas pinturas, fotografias e vídeos, hoje elas estão inseridas nos computadores, nos telefones celulares, nas mídias sociais e em diversos outros aplicativos que surgem cotidianamente. Entretanto, da mesma forma que o espaço urbano é cenário de muitas passagens, ele também se transforma numa imensa galeria, ou talvez numa vitrine, pois com a expansão da tecnologia a cidade passa a ser superfície para projeções, outdoors eletrônicos, câmeras de vídeo, cartazes, fachadas comerciais e muitos sons.

A relação entre lugares e audiovisualidades não é nenhuma novidade para ninguém, são décadas de produções artísticas e comunicacionais que utilizam os espaços urbanos como cenário de telenovelas, séries, filmes e documentários, entre outros tantos. No caso do cinema, o mesmo surge com uma das mídias de grande impacto para o fortalecimento da imagem de um território, são inúmeras as cidades que já serviram de cenário para as histórias contadas na tela grande. Machado (2007) descreve a importância do cinema e como ele condiciona o seu público a identificar-se com e através das subjetividades construídas pelos filmes.

Ao fazer um recorte nas duas últimas obras do cineasta Wood Allen, se perceberá que até no nome de seus filmes os territórios ganham protagonismo, é o caso de Vicky Cristina Barcelona e Meia-noite em Paris, este último lançado em 2011. A animação “Rio” é outro exemplo válido, especialmente por ter sido todo desenvolvido com recursos de computação gráfica. Mas, ao abordar a cidade do Rio de Janeiro como palco de produção audiovisual, uma importante referência merece destaque, é o vídeo feito por Fernando Meireles para divulgar a candidatura da capital fluminense como sede dos Jogos Olímpicos de 2016, pois são

imagens de uma cidade, com interferência de recursos tecnológicos, que tentam fortalecer a imagem (no sentido de percepção) da cidade perante a comunidade esportiva internacional. Simulações 3D, animações gráficas, identidade visual e outras tantas imagens e recursos foram produzidos para eleger o Rio como Cidade Olímpica.

Retomando o conceito de Cibercidade, é preciso compreender duas situações distintas, mas talvez complementares, a primeira é quando as tecnologias invadem o espaço urbano e assim transformam as experiências e passagens que nele acontece. Um exemplo de meios eletrônicos interferindo nas cidades foi desenvolvido pela agência de publicidade DDB, de Vancouver, que decidiu utilizar o Twitter para atrair turistas norte-americanos para o Canadá. Com murais interativos instalados em Chicago, Nova York e Los Angeles, a agência projeta, em tempo real, tweets postados por pessoas que visitaram o país. Assinados por turistas, os posts acabam por indicar lugares interessantes para serem visitados no Canadá, além das impressões de cada tuiteiro. A intenção é que, com dicas e também fotos e vídeos, os telões multimídia atraiam a atenção dos americanos. Qualquer pessoa pode usar o telão, auxiliado por instrutores. A tecnologia utilizada é a touchscreen, o que faz com que o usuário se sinta usando um imenso iPhone, repleto de mensagens sobre as belezas do Canadá.

A segunda situação é quando a tecnologia absorve os territórios e passa a explorá-los virtualmente, é o caso do portal Cidadeolimpica.com que cria uma interface entre o espaço eletrônico e o espaço físico. Este portal faz o caminho oposto do citado anteriormente – Twitter do Canadá – que leva práticas digitais para o espaço físico, neste caso são as experiências acontecidas nos territórios que são disponibilizadas no ambiente virtual. O Cidadeolimpica.com espalhou câmeras por toda a cidade do Rio de

Janeiro, no intuito de que todos possam participar das mudanças que estão acontecendo na preparação da sede olímpica. Lá se podem ver vídeos, fotos, animações 3D, documentários e reportagens que constroem de forma coletiva a memória do Rio de hoje e a história do Rio de amanhã.

Existem outros cenários que relacionam cidades e novas tecnologias de comunicação, é o caso de modelagens 3D a partir de Sistemas de Informação Espacial (SIS, *spacial information system* e GIS, *geographic information system*) para criação de simulação de espaços urbanos. Esses modelos são chamados de "CyberCity SIS" e são sistemas informatizados utilizados para visualizar e processar dados espaciais de cidades. As simulações ajudam no planejamento e gestão do espaço, servindo como instrumento estratégico do urbanismo contemporâneo. Existem ainda projetos que não representam um espaço urbano real. Estes projetos são chamados por alguns autores de "non-grounded cybercities", cidades não enraizadas em espaços urbanos reais. Essas Cidades Digitais são sites que criam comunidades virtuais (fóruns, chats, news, etc.) utilizando a metáfora de uma cidade para a organização do acesso e da navegação pelas informações. Nesse caso, não há uma cidade real, como por exemplo "Twin Worlds", "V-Chat", "DigitalEE" ou o popular "Second Life".

Tecnologias da Imagem

Com o surgimento de novos meios de comunicação, a intervenção do computador não ficou restrita apenas a produção, mas, sobretudo, a distribuição e transmutação de códigos ou sistemas. Para Irene Machado (2002), a fotografia digital, bem como, websites, realidade virtual, computação gráfica, games interativos, DVD e o CD-ROM deram forma à linguagem das novas mídias, sendo que essas novas formas passam a representar diferentes tipos de desafios, tendo cer-

teza de uma coisa, nada fica imune a redefinição e ao realinhamento.

Enquanto a linguagem cinematográfica permaneceu sem grandes mudanças, novas técnicas radicais surgiram para serem utilizadas na solução de problemas técnicos do cinema comercial, apoiado principalmente nas técnicas de animação 3D, composição, mapeamento e retoque pictórico. Segundo Manovich (2001), a partir dos anos oitenta, o mundo acompanhou o surgimento de novas formas cinematográficas que já não eram mais narrativas lineares, passando a ser exibidas agora na tela de uma televisão ou de um computador, no lugar das tradicionais salas de cinema, abandonando de certa forma o realismo cinematográfico que vigorava.

O precursor teria sido o videoclip, que serviu de laboratório para a exploração de muitas novas possibilidades rumo ao cine digital dos dias de hoje. Acompanharam essa evolução o CD-ROM e os videogames, que levaram a uma nova linguagem visual sem ter realmente pretendido isso, pois trataram originalmente de imitar o cine tradicional. Mas, na visão de Manovich, foi o programa Quick-Time lançado pela Apple em 1991 – um século depois do cinetoscópio – que permitiu reproduzir filmes em um computador pessoal, inventando um novo tipo de linguagem cinematográfica, com uma gama de estratégias, movimentos diferenciados, loops e sobreposições de imagens. Este novo momento teria dado origem ao termo “cinegratografia”, uma nova linguagem híbrida derivada do ilusionismo do cinema, da estética da colagem gráfica e da fotografia.

Além da introdução da imagem digital, as novas tecnologias trouxeram consigo outros conceitos e dinâmicas, com o advento da interatividade, da programação e dos bancos de dados, veio também a simultaneidade, a justaposição, o simulacro, as

múltiplas janelas, repetições e tarefas, a coexistência, entre outros tantos. Tudo isso, tem por objetivo estabelecer as condições mínimas necessárias para criar a impressão de realidade, gerando ilusão de vida e de tempo linear.

Todo este cenário, resulta em novos espaços de informação e comunicação, onde o mais importante é atrair e manter a atenção do espectador. Neste sentido, Manovich (2001) afirma que esta nova estética cinematográfica de alta densidade parece ser a mais apropriada para a contemporaneidade, visto que acompanha as necessidades e a velocidade dos acontecimentos. Entretanto, se estamos rodeados por superfícies informativas de grande densidade, desde as ruas da cidade até as páginas web, é adequado esperar do cinema uma lógica similar no seu caráter informacional.

O conceito de superfícies informativas também é abordado por Flusser no seu texto linha e superfície de 2007. Para o autor, imagens são superfícies que podem ser transportadas, variando apenas os corpos que as conduzem. Neste caso, os corpos se transformaram, deixando de ser paredes nas cavernas – fixas – e passando a utilizar formatos mais adaptáveis ao contexto atual, como quadros de madeira e telas emolduradas. Seguindo sua evolução, as superfícies tomaram conta das cidades, saíram dos museus e invadiram as ruas e avenidas, sendo estáticas como numa cabine de telefone ou em movimento como a lateral de um ônibus.

As Máquinas de Imagem

Além de superfícies, é certo que toda imagem, mesmo a mais arcaica, requer uma tecnologia (de produção ao menos, e por vezes de recepção), pois pressupõe um gesto de fabricação de artefatos por meio de instrumentos, regras e condições de eficácia, assim como de um saber (DUBOIS, 2004). A partir dessa visão, o autor denomi-

na como “máquinas de imagens” um dispositivo (ao menos) que institua uma esfera tecnológica necessária a condição da imagem: uma arte do fazer que necessite, ao mesmo tempo, de instrumentos (regras, procedimentos, materiais, construções, peças) e de um funcionamento (processo, dinâmica, ação, agenciamento, jogo).

Segundo Dubois, as quatro “últimas tecnologias” que surgiram e introduziram uma dimensão de máquina crescente no seu dispositivo, e com um caráter inovador, foram a fotografia, o cinematógrafo, a televisão/vídeo e a imagem informática. Sendo que cada uma destas “máquinas de imagem” se apropriou de uma tecnologia e se apresentou como uma invenção radical em relação às anteriores.

A origem das máquinas de imagem é evidentemente muito antiga, bem anterior a invenção da fotografia. O ponto de partida foram as construções ópticas do renascimento, com câmaras escuras que reproduziam a imagem criada pela intervenção de um pintor ou desenhista. Com o advento da imagem fotográfica, a máquina não se resume mais em apenas pré-ver, ela inscreve também a imagem, registrando por si mesmos as aparências visíveis geradas pela radiação luminosa, ou seja, a máquina passa a intervir e não apenas reproduzir. Com o surgimento do cinematógrafo chega-se a uma terceira fase do dispositivo: o momento da visualização, onde o fenômeno da projeção propicia a recepção do objeto visual, isso ocorre a partir do desenrolar do filme, com uma sala escura, uma tela grande, e o silêncio e a postura do espectador. A transmissão a distância, ao vivo e multiplicada foi possível com a chegada da televisão, uma máquina de ordem quatro que permite ver uma mesma imagem em tempo real, onde quer que haja receptores. Por fim, uma última tecnologia veio completar essa evolução das máquinas de imagem, trata-se da imagem informática, também

conhecida por imagem de síntese, infografia, imagem digital, virtual, etc. Essa imagem é gerada pelo próprio computador e não existe fora dele, descartando assim a necessidade de captação e posterior reprodução, caracterizando-se como uma máquina de ordem cinco, não mais de reprodução, e sim de concepção.

Com o avanço das tecnologias, a sala de projeção explodiu enquanto detentora principal de uma experiência audiovisual. Agora, as máquinas contemporâneas cobrem todo o processo e excluem todo o resto. A realidade passa a ser chamada de virtual e as máquinas ganham as ruas, transformando o mundo em “maquinário”. Dessa forma, o conceito de imagens de síntese se populariza, chegando a uma grande parcela da sociedade.

Assim, as imagens digitais ultrapassam as fronteiras físicas, permitindo uma comunicação plena e de qualidade para todos. Nesse contexto, as novas tecnologias digitais vêm injetar um dinamismo e uma interatividade informacional que interferem diretamente nas práticas e dinâmicas comunicacionais de um território. Essas experiências são afetadas, mais precisamente, pela ação das pessoas no uso de dispositivos informacionais, enviando, coletando e processando dados a partir de uma relação estreita entre informação digital, localização e artefatos móveis.

Sendo assim, o espaço urbano de hoje, está continuamente se transformando numa grande integração de superfícies e dispositivos que se caracterizam por um conjunto de processos e tecnologias de emissão e recepção de informação digital a partir de lugares/objetos. Tudo isso está refletido numa participação espontânea das pessoas neste processo, bem como uma popularização na produção das audiovisualidades.

Considerações Finais

Como mencionado, a intenção deste artigo foi discutir o ponto de encontro entre as tecnologias da imagem e a representação no espaço urbano. Em todos os momentos foi possível constatar que a produção audiovisual veio se transformando nas últimas décadas conforme o avanço das tecnologias. Novos dispositivos tecnológicos deram as audiovisuais um novo caráter no mundo, se distanciando das antigas máquinas de imagens, atualizando-se e chegando aos espaços urbanos.

O conceito de Cibercidade foi abordado aqui no intuito de fortalecer essa relação entre as cidades e as tecnologias audiovisuais, uma relação que vem rapidamente ganhando relevância em virtude do alto número de produções e experiências que estão sendo criadas a partir da integração de ambas. Cidades digitais é o tema do momento, outros virão na sequência a partir deste.

Assim, deixa-se aqui esta pequena contribuição, no desejo de que tenha sido útil e que seja possível continuar explorando a temática, tanto para o enriquecimento da área comunicacional como para um melhor desenvolvimento dos espaços urbanos.

Referências

- BENJAMIM, Walter. A Obra de Arte na Era de Sua Reprodutibilidade Técnica. In *Magia e Técnica, arte e política*. São Paulo: Brasiliense, 1986.
- PEIXOTO, Nelson Brissac. Passagens da Imagem: pintura, fotografia, cinema, arquitetura. In Parente, André (Org.). *Imagem-Máquina: a era das tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro. Ed. 34, 1993.
- DUBOIS, Philippe. *Cinema, vídeo, Godard*. São Paulo: Cosac naify, 2004.
- FLUSSER, Vilém. *O mundo codificado: por uma filosofia do design e da comunicação*. São Paulo: Cosac naify, 2007.

MACHADO, Arlindo. *O sujeito na tela. Modos de enunciação no cinema e no ciberespaço*. São Paulo: Paulus, 2007.

MACHADO, Irene. *Tudo que você queria saber sobre as novas mídias mas não teria coragem de perguntar a Dziga Vertov*. Galaxia nº3, São Paulo: PUC-SP, 2002.

MANOVICH, Lev. *The Language of New Media*. Massachusetts: The MIT Press, 2001.

PARENTE, André. *O virtual e o hipertextual*. Rio de Janeiro: Pazulin, 1999.

Site Cidadeolimpica.com – Rio de Janeiro – RJ – Acessado em 28/07/2011.

Fabricio Tarouco

Doutorando do Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Unisinos. Mestre em Design Estratégico.