17/04/2015 - Empresa brasileira leva novo conceito de arquitetura para o mundo

Pioneira no país, IMAGIC! ganha reconhecimento global com a proposta de proporcionar experiências através da associação de arquitetura a outras disciplinas, como marketing e entretenimento

Da tranquila Atibaia, no interior de São Paulo, ao centro da agitada Las Vegas, passando por locais diversos como Alemanha, Portugal e as exuberantes praias de Fortaleza. Projetos de todos esses lugares ganharam nova dimensão graças a um conceito inovador que associa Arquitetura, Entretenimento e Marketing. A combinação, conhecida no meio profissional como "Arquitetura de Conteúdo", é a especialidade da IMAGIC!, empresa brasileira que completa 27 anos em 2015, com um portfólio singular e escritórios espalhados por três continentes.
"O nosso diferencial está explícito no nome: é a 'mágica' somada à arquitetura convencional", sintetiza o fundador Leonardo Fontenelle, um carioca que passou a maior parte da vida no Ceará, mas hoje está baseado em São Paulo para comandar outros cinco escritórios, espalhados por Brasília, Fortaleza, Cincinnati (EUA), Lisboa e Porto (Portugal).
Especializado em Entertainment Design, na Harvard University (Boston, EUA), Fontenelle ampliou sua visão sobre o universo arquitetônico após trabalhar na Walt Disney Imagineering - o braço de design e desenvolvimento da Walt Disney Company, responsável pela criação e construção de parques temáticos e hotéis da multinacional americana em todo o mundo.
"Compreendi que arquitetura deve ir além de erguer paredes. O arquiteto pode também oferecer experiências, divertir, emocionar, tirar-nos da realidade. Na Disney tudo é pensado para mexer com nosso inconsciente, nos transportar para um outro mundo. Comecei a me interessar pelas técnicas dos parques e percebi que qualquer lugar pode ser assim também, um pouco mágico", explica o criador da empresa.
A inspiração americana, aliada à criatividade brasileira, deu origem a um estilo singular, aplicado ao longo dos anos em projetos extremamente diversos. Desde então, a IMAGIC! deixou a sua marca em resorts, parques temáticos, museus, shoppings, bioprojetos e redes de franquias.
Internacionalmente, atuou no Autostadt, centro turístico adjacente à matriz da Volkswagen, na Alemanha, no Ferrari Theme Park, em Abu Dhabi, e em espaços temáticos ligados a grandes marcas como CNN, Coca-Cola e M&Ms, nos Estados Unidos, entre outras obras. No Brasil, destacam-se projetos como os populares resorts do centro turístico de Rio Quente (GO), o Museu da Cachaça, em Maranguape (CE), os hotéis Bourbon de Atibaia (SP) e Foz do Iguaçu (PR), a revitalização das lojas da rede Rei do Mate em todo o país, além de duas referências da cidade de Fortaleza: o Parque Cultural Iracema e o AcquaCirco do Beach Park.

Obra-prima
A capital cearense abrigará também o projeto que Fontenelle considera a "obra-prima" de sua empresa, com inauguração prevista para 2017. Projetado para ser o terceiro maior aquário do mundo e principal do Hemisfério Sul, o Acquario Ceará promete se tornar uma das principais atrações turísticas do Nordeste brasileiro, juntando diversão, cultura e estrutura para estudos ecológicos.
"O Acquario mostrará ao Brasil e ao mundo os diferenciais da arquitetura de conteúdo. Cada

detalhe da obra será enriquecido por efeitos sonoros, luzes e design característicos do mundo marinho. Será como um parque informativo, um lugar onde crianças e adultos se encantarão com a beleza da natureza. Não apenas pela grandiosidade, mas principalmente pela sua interatividade, essa obra pode ser considerada revolucionária no nosso país", descreve o fundador da companhia.

Pioneira no Brasil em seu segmento, a IMAGIC! está ligada a entidades internacionais como a Jack Rouse Associates (JRA), a American Association of Museums e a Associação Mundial de Entretenimento Temático (Themed Entertainment Association – TEA), grupos que contribuem para o aprimoramento das indústrias do Entretenimento, Hotelaria, Lazer e Brand Entertainment (Atrações Corporativas) em todo o planeta.

Para Fontenelle, o conceito de Arquitetura de Conteúdo, apesar de novo, já é uma realidade no mercado global e sua empresa hoje oferece a seus clientes a vantagem de ter "largado na frente": "o posicionamento positivo de um empreendimento depende da sua relação com o público, do seu diferencial para cativar as pessoas. Com décadas de experiência e grandes talentos reunidos em nossos escritórios podemos dizer que sabemos como fazer essa 'mágica'", conclui.

Image Press