

Departamento de Sociologia e Políticas Públicas

Instalações Interativas Digitais:
novas manifestações artísticas mediadas pela tecnologia digital
The Pool no Centro Comercial Colombo

Clarissa Camelo Miranda

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em
Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador(a): Doutora Rita d'Ávila Cachado, CIES-IUL – Instituto Universitário de Lisboa

Co-orientador(a): Doutor Jorge Samuel Pinto Vieira, CIES-IUL – Instituto Universitário de Lisboa

Setembro 2015

Departamento de Sociologia e Políticas Públicas

Instalações Interativas Digitais:
novas manifestações artísticas mediadas pela tecnologia digital
The Pool no Centro Comercial Colombo

Clarissa Camelo Miranda

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre em
Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação

Orientador(a): Doutora Rita d'Ávila Cachado, CIES-IUL – Instituto Universitário de Lisboa

Co-orientador(a): Doutor Jorge Samuel Pinto Vieira, CIES-IUL – Instituto Universitário de Lisboa

Setembro 2015

*“A arte desemboca em regiões em que não
dominam nem o tempo nem o espaço”*

Marcel Duchamp

Agradecimentos

Ao iniciar o curso de mestrado em Comunicação, Cultura e Tecnologias da Informação não imaginava ter pela frente tantos desafios. Foram inúmeros, desde a distância de casa até às diferenças culturais sentidas diariamente noutro continente. Durante os dois anos de curso no ISCTE pude aprender e desenvolver-me profissional e pessoalmente, e essa conquista eu divido com muitas pessoas.

Inicialmente agradeço aos meus orientadores, Doutora Rita d'Ávila Cachado e Doutor Jorge Samuel Pinto Vieira, exímios profissionais e indivíduos que aceitaram o desafio de me orientar à distância. Me acolheram e acompanharam até ao fim, através de incontáveis e-mails e diferenças de fuso horário. Obrigada pela partilha de conhecimento, pela cobrança quando necessária e pelo essencial incentivo durante todos estes meses de trabalho.

Este estudo foi elaborado em colaboração com o estúdio da artista Jen Lewin, no Colorado/EUA, e a agência cultural portuguesa *State of the Art*. Agradeço pessoalmente a Jen e a Astrid Sauer, por toda a gentileza e prontidão em atender os meus pedidos. Graças a elas e às entrevistas concedidas pude realizar um projeto de mestrado muito mais rico e interessante.

Agradeço, principalmente, a toda minha família, em especial aos meus pais e querida tia Alda, que sempre estiveram presentes e prontos para me receber, ouvir e abraçar. Agradeço sobretudo à minha mãe por todo o apoio, paciência e encorajamento em todos os momentos, dos tranquilos aos turbulentos. Um agradecimento especial e com carinho ao Henrique, que nunca permitiu que eu desanimasse ou duvidasse da minha capacidade de chegar ao fim desta jornada. Seu amor, incentivo e confiança me fizeram e fazem seguir sempre em frente. Finalmente, mas não menos importante, agradeço à minha amiga Anninha, que tanto me ajudou no desenvolvimento deste texto, mesmo há quilómetros de distância.

A vocês toda a minha gratidão.

Resumo

Esta dissertação aborda as relações que se formam entre arte, tecnologia e marketing cultural, através da exploração de novos espaços artísticos. A pesquisa pretende ser um contributo para o estudo de instalações interativas mediadas por tecnologias digitais, que são ambientes gerenciados por sistemas computacionais capazes de propiciar interações entre humanos e máquinas. Mediante a compreensão das expressões artísticas e culturais como fatores modificadores do tecido social e económico de uma cidade, aborda-se os novos espaços artísticos e a relação entre estes e mercantilização artística e cultural.

A partir do estudo da instalação *The Pool* em sua exibição especial no Centro Comercial Colombo, em Lisboa, buscou-se compreender como a instalação se torna um exemplo prático de estratégia de marketing cultural. Além da análise de bibliografia, a pesquisa, qualitativa de natureza exploratória, foi baseada em observação de campo e entrevistas dirigidas a Jen Lewin, artista criadora da obra, e Astrid Sauer, como representante dirigente da agência cultural *State of the Art*, responsável pela idealização e desenvolvimento do projeto *A Arte chegou ao Colombo*.

Como fundamento teórico considerou-se o debate em torno de definições referentes à arte digital e ao contexto de seu desenvolvimento, instalações interativas mediadas pela tecnologia digital e mercantilização cultural. Dessa forma percebeu-se o impacto de *The Pool*, manifestação artística mediada pela tecnologia digital, na dinamização económica do Centro Comercial Colombo, que, como estratégia de comunicação, se transformou em novo palco artístico.

Palavras-chave: Arte; Tecnologia; Instalação; Interativa; Shopping center; Marketing cultural.

Abstract

This dissertation addresses the connections formed between art, technology and cultural marketing, through the exploration of new artistic spaces. The research intends to contribute to the studies in interactive installations mediated by digital technologies, which are environments managed by computer systems capable of facilitating interactions between humans and machines. Upon the comprehension of artistic and cultural expressions as modifying factors in a city's social and economic fabric, approaches the new artistic spaces and the connections between those and artistic and cultural commercialization.

Based on the study of the installation *The Pool* in its special exhibit at Centro Comercial Colombo, in Lisbon, the aim was to comprehend how the installation becomes a practical example of cultural marketing strategy. Besides the bibliographic analysis, the research, qualitative of exploratory nature, was based on field observation and interviews with Jen Lewin, artist who created the art piece, and Astrid Sauer, as head representative for the cultural agency *State of the Art*, responsible for the conception and development of the project *A Arte chegou ao Colombo*.

As theoretical basis, it was taken into consideration the debate around the definitions regarding digital art and the context of its development, interactive installations mediated by digital technology and cultural commercialization. Therefore, it was possible to realize the impact caused by *The Pool*, artistic manifestation mediated by digital technology, in the Centro Cultural Colombo's economical revitalization, which, as a communications strategy, turned into a new artistic arena.

Key-words: Art; Technology; Instalation; Interactive; Shopping center; Cultural marketing.

Índice

INTRODUÇÃO	8
CAPÍTULO I: Arte, Ciência e Tecnologia	11
1.1. Arte, Ciência e Tecnologia	11
1.2. Arte Digital	16
1.3. O espaço artístico	18
1.3.1. Museus	18
1.3.2. Alternativas para o espaço tradicional	20
CAPÍTULO II: Instalações Interativas	24
2.1. Instalação, conceito e proposta	24
2.2. Instalações Interativas	26
2.3. Instalações Interativas mediadas pela tecnologia digital	27
2.4. A emergência do Interator	29
CAPÍTULO III: <i>The Pool</i>	32
3.1. <i>The Pool</i> : Instalação Interativa mediada pela tecnologia digital	33
3.2. <i>The Pool</i> by Jen Lewin: A Arte Chegou ao Colombo	36
3.2. Observações das interações em <i>The Pool</i>	45
CONCLUSÕES	49
Bibliografia	51
Anexos	
Anexo 1. Especificidades Técnicas	54
Anexo 2.1. Entrevista a Jen Lewin	57
Anexo 2.2. Entrevista a Jen Lewin (tradução livre)	61
Anexo 2.3. Entrevista a Astrid Sauer	66

Índice de figuras

Capítulo I

Figura 1.1.: Studies in Perception I (1966), de Kenneth Knowlton and Leon Harmon	11
Figura 1.2.: The Legible City (1989), de Jeffery Shaw	11

Capítulo II

Figura 2.1.: Método autor-obra-espectador em evolução, de Edmond Couchot (2003)	30
---------------------------------------------------------------------------------------	----

Capítulo III

Figura 3.1.: Esquema de de funcionamento da instalação interativa, Milton Sobage (2010)	34
Figura 3.2.: “...And then there was a Shopping”, de Sze Tsung Leong (2001)	41

Capítulo IV

Figura 4.1.: Os discos, de Jen Lewin Studio	51
Figura 4.2.: <i>The Pool no Centro Comercial Colombo</i> , de Fernando Guerra	51
Figura 4.3.: Desenhos técnicos, de LIKEarchitects	52
Figura 4.4.: <i>The Pool no Centro Comercial Colombo</i> , de Fernando Guerra	53

Introdução

A dissertação de mestrado em questão aborda o contexto das instalações interativas mediadas pela tecnologia digital e os novos espaços para manifestações artísticas de carácter tecnológico. As instalações são sistemas gerenciados por recursos tecnológico-digitais que criam ambientes mediáticos artificiais que podem estar implantados em espaços internos (galerias, museus, espaços culturais) ou externos (praças, ruas, etc). As instalações interativas compreendem o elemento humano, o artista e o interator (conceito que será definido ao longo do texto), o elemento mecânico, o sistema computacional e suas interfaces.

Face ao desenvolvimento tecnológico e devido ao surgimento de novos suportes computacionais, a vida do ser humano tem-se transformado de maneira significativa. A maneira como utilizamos e aplicamos essa tecnologia se manifesta em vários âmbitos da sociedade, e afeta as práticas de expressão artísticas e culturais. Os recursos tecnológicos e os sistemas multimédia ativaram o desenvolvimento de novas linguagens artísticas: experimentações no campo das artes afirmaram-se em práticas que abrangem objetos interativos que tem como base de funcionamento os suportes digitais.

Recentemente, no decorrer dos últimos 20 anos, tem-se assistido a movimentos intensos de troca de informações entre as áreas da ciência e da tecnologia e as práticas artísticas que compõem o campo híbrido da arte tecnológica. Como prova disso vemos em ascensão o número de diversos festivais, eventos e exposições mundiais de arte multimédia interativa, como o recente PLUNC¹, em Portugal, o FILE², no Brasil, já consolidado e em sua décima quinta edição, o *Transmediale*³, na Alemanha, o *AV Festival*⁴, na Inglaterra, o *Ars Electronica*⁵, na Áustria, o *DEAF*⁶, na Holanda, entre tantos outros.

O objetivo geral desta pesquisa é a discussão das particularidades da arte digital e de seu contexto expositivo, compreendendo o marketing cultural como colaborador da multiplicação e amplitude de possibilidades dos espaços expositivos. Buscou-se fazer uma contribuição para o campo da história, teoria e crítica da arte contemporânea, através de uma reflexão baseada nas recentes mudanças na sociedade, advindas por meio da comunicação, ciência e tecnologia, as quais transparecem no relacionamento entre público, obras, artistas, instituições e circuitos de exposição.

Inicialmente foi feita uma pesquisa teórica em que foram compilados conceitos envolvidos no cenário da hibridização da arte, ciência e tecnologia. O referencial teórico pesquisado foi somado à teoria e produção da artista Jen Lewin e, mais especificamente, de sua obra *The Pool*, exposta no Centro Comercial Colombo, em Lisboa, no âmbito do projeto *A Arte Chegou ao Colombo*, e escolhida como estudo de caso. A escolha desta obra deu-se, em princípio, pelo facto de a artista ser de renome mundial no contexto da arte digital. O fato de simultaneamente ao período da pesquisa haver uma exposição de carácter personalizado da obra *The Pool* em Lisboa, num centro comercial, fez com que surgisse a possibilidade de efetivação

¹ Festival Internacional de Artes e Novos Media, ver mais em: <http://www.plunc.pt/>

² Festival Internacional de Linguagem Eletrônica, ver mais em: <http://file.org.br/>

³ Festival de Arte e Cultura Digital, ver mais em: <http://www.transmediale.de/>

⁴ Festival de Arte Eletrônica, ver mais em: <http://www.avfestival.co.uk/>

⁵ Festival de Arte, Tecnologia e Sociedade, ver mais em: <http://www.aec.at/>

⁶ Bienal Internacional e Interdisciplinar em Arte, Tecnologia e Sociedade, ver mais em: <http://deaf.nl/>

presencial prática no que concerne as atividades de pesquisa *in loco* de terreno, o que facilitou, inclusive, o contato com os agentes responsáveis pela montagem de *The Pool by Jen Lewin* no Centro Comercial Colombo e as entrevistas personalizadas, essenciais para a compreensão do caráter social da obra de arte. Jen Lewin construiu um ambiente interativo em que a mediação entre o espectador e a obra foi garantida por um sistema computacional atuando em tempo real. Com a ideia de jogo com regras flexíveis, *The Pool* estimulou formas de interação por parte do usuário, se organizando como processo dependente do mesmo para efetivação de sua construção.

As modificações ocorridas desde a segunda metade do século XX passaram a abalar de forma significativa as relações entre autor, obra e espectador, quando os artistas passaram a solicitar a presença ativa do espectador (Guadagnini, 2012: 11). A partir da inclusão dos meios tecnológicos e de mecanismos que facultam processos de retroação em tempo real, ocorreu no campo da arte o desenvolvimento de inúmeros projetos que permitiram inserir o público na construção do processo poético.

Neste contexto, a pesquisa está estruturada em três capítulos, e cada um deles procura desenvolver um enfoque principal. No capítulo I, “Arte, Ciência e Tecnologia”, discute-se a respeito da arte contemporânea e o contexto no qual arte e tecnologia se cruzam, considerando desde dados históricos a elementos que envolvem o desenvolvimento de novas tecnologias. Discorre-se sobre as peculiaridades da arte digital e como esta se relaciona a outros termos que envolvem sua produção, através de autores como Roy Ascott, Cláudia Giannetti, Manuel Castells, Lucia Santaella, Arlindo Machado, Umberto Eco, Pierre Bourdieu, Diana Domingues, Pierre Lévy e Mario Costa. Abre-se espaço para reflexão acerca do espaço de exposição de arte digital, e é feito um breve panorama a respeito do histórico dos museus, para então refletir sobre a necessidade e o surgimento de espaços que possam abrigar novos tipos de manifestações artísticas, muitas delas relacionadas ao surgimento de estratégias de marketing cultural, importante no momento de efervescência da valorização de uma Economia Criativa.

O capítulo II é dedicado inteiramente a discussão das Instalações Interativas. Aqui o objetivo era basicamente conceituar, contextualizar e apontar as especificidades e atribuições de sentido e de valor desta linguagem. Indagou-se sobre como é articulada a reflexão e apresentação das artes através de media digitais, ou seja, como se constitui esse campo de conhecimento. É neste capítulo que falamos sobre a emergência do interator, ponto indissociável no discurso de arte interativa. Discorre-se sobre como a interatividade solidifica a postura relacional e dessacralizada da arte e de suas mensagens, e para tanto são explorados autores como Edmond Couchot, Frank Popper, Gilberto Prado, Louise Poissant, Priscila Arantes, Lúcia Leão, Christiane Paul e Wolf Lieser.

No capítulo III chegamos ao ponto principal desta pesquisa: a instalação interativa *The Pool* em sua forma para o projeto *A Arte Chegou ao Colombo*. A instalação foi escolhida por ser um ambiente interativo e dialógico, desenvolvida em espaço sensível à ação do usuário, e por possuir interfaces que funcionam como convites à interação entre humano e computador e entre humano, computador e humano. Exposta num centro comercial, *The Pool* se torna um exemplo de como arte e cultura podem ser parte constituinte de estratégias de comunicação e marketing, sem perder seu valor crítico e intelectual. Outro ponto desenvolvido mais a

fundo nesta seção é a democratização cultural e como os novos espaços artísticos contribuem para tanto.

O capítulo começa com uma apresentação da obra, suas particularidades e reflexões que concernem sua formação. Posteriormente é feita uma análise de *The Pool*, enraizada principalmente nos esquemas de Milton Sobage e Suzete Venturelli. Chega-se enfim à montagem específica no Centro Comercial Colombo, e fala-se sobre como se deu o processo de captação, produção e montagem, além das expectativas da artista e da equipe responsável pelo projeto, e o diálogo entre a criação, a produção e a reflexão em artes com os media digitais, no contexto específico de um centro comercial. Neste momento da pesquisa entramos na discussão a respeito de como *The Pool* faz parte do que chamamos de instalação interativa digital mediada pela tecnologia digital exposta num novo espaço destinado às artes e cultura. São abordados autores como Oliver Grau, Lígia Dabul, Jean Baudrillard, Howard Becker, Anne Cauquelin, Anna Reis, Debora Gasparetto, David Sperling, Sze Tsung Leong, Ricardo Fabrinni, Anna Barros, Gérard Lebrun e Heloísa Barbuy.

Redimensionada para o Centro Comercial Colombo, *The Pool* colabora com as relações públicas institucionais à medida que agrega vários públicos distintos em torno de si, desde colaboradores da montagem, através do acesso ao projeto cultural; a comunidade, por meio da geração de conteúdo e acesso à arte e cultura; os media, pois como marca há divulgação diferenciada, entre outros muitos benefícios e públicos.

Dessa forma, com esta dissertação pretende-se partilhar um caso que ajuda a ilustrar a arte como sistema vivo e fluído. Mais do que categorizar, pretende-se aqui refletir, reconsiderar paradigmas estéticos, posicionamentos pré estabelecidos e agentes determinados. Em anexo serão disponibilizadas as entrevistas transcritas na íntegra em nome da transparência académica e mesmo para uso de futuros investigadores.

Capítulo I

1.1. Arte, ciência e tecnologia

Arte e Ciência sempre foram os dois grandes motores da cultura: fontes de criatividade, lugar de inspiração e marcadores de identidade. Não sendo pretensão desta dissertação fazer uma resenha histórica, importa apenas referir que antes da Renascença, arte e ciência eram dois campos unidos, enquanto a ciência era chamada de filosofia natural. O período renascentista iniciou a era da especialização e a ciência tornou-se codificada como um conjunto segregado de processos e visões de mundo, e a arte, por sua vez, moveu-se para sua própria direção. Durante a Revolução Industrial, ciência e tecnologia usaram uma da outra como fonte de inspiração, pesquisas e invenções espalharam-se em amplitude.

A partir dos anos 1990, como mostra Silvia Guadagnini (2012), diversos centros de pesquisa surgiram com o intuito de promover a integração da arte com outros campos, como ciência e tecnologia, com o objetivo de “buscar novas possibilidades com os novos media, desenvolver esquemas de comunicação para facilitar a compreensão além do lugar, tempo, linguagem e cultura” (Guadagnini, 2012: 33-34), ou, ainda, de modo a incentivar o trabalho em processos abertos e de caráter interdisciplinar, em que profissionais das artes, tecnologias e ciências combinam diferentes ideias e propostas.

O mundo da arte assimilou muito dessas experimentações, como uma extensão além da representação realística; a incorporação de objetos; movimentos de negação à arte e intervenções na vida diária; o uso de processos, produtos e materiais industriais; a exploração de inovações tecnológicas e a própria criação de uma arte interativa (Wilson, 2002: 16). Para Roy Ascott, o momento é de transição, e as maiores mudanças em nosso ambiente podem ser atribuídas à ciência e à tecnologia. Ele afirma que a responsabilidade moral do artista está na tentativa de compreender essas mudanças e que, para isso, alguma familiaridade com o pensamento científico é indispensável (Ascott, 2003: 98), em concordância com a ideia que Leonardo da Vinci, tão antes, já cultivava, de que um indivíduo não poderia ser um bom artista ou um cientista sem se interessar pelas duas áreas (Wilson, 2002: 41).

O conceito de “obra de arte” sempre esteve sujeito à evolução histórica (Grau, 2007). Uma forma é privilegiada e obtém o status de paradigma durante um período, até ser substituída por outra. Qualquer objeto declarado obra de arte e, por inferência, considerado digno de ser lembrado, está sujeito às considerações dos grupos sociais. Uma obra de arte representa e focaliza um ponto de vista artístico particular. Dito isso, à parte de todas as diferenças específicas de gênero, fixa conceitos, ideologias e hipóteses, preferências, normas estéticas e, consciente ou inconscientemente, segue as constelações sociais (Grau, 2007)⁷.

Couchot (2003) traça seus estudos passando pelos movimentos artísticos que são diretamente influenciados pelas técnicas e tecnologias de cada período, demonstrando que estas relações entre arte e técnica/tecnologia vão “naturalmente hibridando-se, promovendo novos questionamentos, ou manifestações contrárias, no campo da arte.” (Gasparetto, 2014: 25)

⁷ GRAU cita HALBWACHS (1925)

Prova disso são movimentos tidos como clássicos e que tiveram sua origem em reações e respostas a estímulos externos, como, por exemplo, o Impressionismo, cujas origens vem de reações à fotografia; o Cubismo e a desconstrução da perspectiva, o Futurismo com a noção de velocidade, de transgressão dos valores humanistas. Estes e tantos outros movimentos tem em comum períodos de transformação cultural, social e/ou política, em que percebeu-se forte alteração nas relações de espaço e tempo. Mas vemos na arte contemporânea, especificamente na arte digital, que estas influências contaminam-se a tal ponto que se tornam indissociáveis. Couchot, ao tratar da arte contemporânea, percebe que não há mais uma matéria, um material ou forma que defina tal produção. Conforme o autor “qualquer gesto (cortar em dois um riacho), qualquer intenção, a mais extravagante, tornam-se obras, com a condição de serem veiculadas nos media e de transitarem pela rede artística” (Couchot, 2003: 92).

O desenvolvimento nos campos artísticos, a arte da ação, as performances e *happenings* nos anos 1950 e 1960 marcam o ponto onde, mais recentemente, o conceito de obra de arte como entidade fixa começou a sucumbir. Interações leves com o público tentavam permitir que contradições, camadas de significados e elementos visuais (Grau, 2007: 236) entrassem na obra. Umberto Eco, em sua “Obra Aberta”, mostra a obra de arte não mais como um tipo de mensagem codificada ou cifrada, vista de dentro da produção, para depois ser decifrada pelo observador. A obra se torna numa “disposição de possibilidades”, um conjunto de formas de organização em que a muitos é confiada a iniciativa do intérprete (Eco, 1973: 28). Allan Kaprow vê na arte um “trabalho em progresso”, passando por mudanças constantes, uma “narrativa criada pela participação do público”.

Com a efervescência da cultura das massas, na 2ª metade do século XX, alguns artistas fizeram uso dos meios de comunicação como meio de produção, outros como maneira de demonstrar sua inquietação diante do novo, “do caráter massivo dos meios de comunicação e da sociedade de consumo, que os últimos ajudam a estabelecer” (Gasparetto, 2012: 23). Neste período alguns artistas produzem a partir da influência dos meios de comunicação de massa, entre eles Andy Warhol, Robert Rauschenberg, Roy Lichtenstein, Claes Oldenburg e Richard Hamilton, inserindo figuras do cotidiano nas obras (Archer, 2001). Outros utilizam ferramentas desta cultura de massa, como o vídeo ou o cinema, para criticá-la ou questioná-la. Entre os anos 1950 e 1960, destacam-se artistas como Ken Jacobs, Saul Levine, Joe Gibbons, Gregory Markopoulos, entre outros (Gasparetto, 2012: 23).

Gasparetto mostra que, nos anos 1960,

as filmadoras, monitores, aparelhos de TV e elementos do vídeo, são utilizados por artistas como Bruce Nauman, Vito Acconci, o grupo japonês Gutai e os acionistas vienenses, influenciados por uma situação pós guerra. Segundo Rush (2006), em meados de 1960, a vídeoarte surge como uma crítica cultural à televisão comercial. Nam June Paik foi pioneiro e um influenciador em vídeoarte, incorporando aparelhos de TV às esculturas, fazendo 'videorobos' e, basicamente, distorcendo as imagens nas suas experimentações (Gasparetto, 2012: 24)

contribuindo para o desenvolvimento de uma arte então mais tecnológica e com suportes computacionais. Pierre Lévy (2000) lembra que os primeiros computadores surgem com finalidade de guerra, na Inglaterra e Estados Unidos, por volta de 1945, mas que a disseminação das máquinas para uso civil se dá de fato nos anos 1960. A partir de 1970 o uso passa a ser comum, em parte graças ao desenvolvimento e comercialização

dos microprocessadores, o que favoreceu um conjunto de transformações sociais e económicas.

Em 1980, o computador pessoal chega às casas, especialmente nos países desenvolvidos. É nesta época que a informática alia-se às telecomunicações e a outros media, promovendo a digitalização geral, inicializada no sector musical e expandida para os jogos de vídeo, o hipertexto e o CD-ROM (Gasparetto, 2012). Santaella (2003) denomina a década de 1980 como “cultura dos media”, em que os meios de comunicação de massa, já popularizados, conquistaram seu lugar na sociedade e abrem espaço para a criação de outros equipamentos técnicos, que, por sua vez, possibilitam novos processos comunicacionais.

A profusão do consumo e das tecnologias se estabelece nos anos 1990, como sustenta Lévy (1999), muito em prol do aumento da performance dos equipamentos e da baixa dos preços, o que permite um acesso maior e aumento da potência do hardware (Lévy, 1999: 32). Esta década “concretiza a globalização e, no campo da arte, representa um divisor de águas para a produção em arte digital” (Gasparetto, 2012: 26). A partir dos anos 1990 instalações multimédia passam a exigir a presença do computador como sistema, marco para a arte digital. No final dos anos 1990 a arte feita na *web* também ganha relevância, com artistas como Mark Napier (EUA), Olia Lialina (Rússia), Alexei Shulgin (Rússia), entre outros. Obras que envolvem “telepresença, ciberinstalações, ambientes imersivos, arte transgênica, vida artificial e obras envolvendo biotecnologia, física, engenharia e informática” (Gasparetto, 2012: 27) também conquistam maior notoriedade. Com o advento das novas tecnologias e a explosão da estética para além dos limites institucionais estabelecidos ainda pelo modernismo, houve a necessidade da redefinição do papel da arte na contemporaneidade. Rocha (2009) propõe que a Arte, como carro-chefe das transformações culturais, é reinventada nesse contexto com o surgimento da tendência tecnológica da arte contemporânea de desdobramentos e articulações das artes cinéticas. O autor afirma que, no campo estético, a tendência tecnológica da arte se filia às discussões vindas da área de comunicação nas chamadas estéticas comunicacionais. Os meios de comunicação passam de ferramenta a matéria-prima, utilizados por muitos artistas contemporâneos que trabalham sua expressividade artística.

O desenvolvimento de processos de controlo cibernético, desde a metade do século XX, foi a inovação que serviu de suporte para a interação com computadores e tornou possíveis obras que o autor não mais definia com exclusividade, fazendo com que, em menos de cem anos, profundas transformações modificassem “a economia, a política, a cultura, a sociedade e também a arte, num momento onde os media estão no cerne destes processos.” (Gasparetto, 2012: 20)

Arlindo Machado (2004) também traça um percurso sobre as aproximações e distinções entre arte e tecnologia, demonstrando que os artistas sempre utilizaram os meios disponíveis no seu tempo e, agora, é a vez de utilizar o sistema computacional e as tecnologias disponíveis neste período contemporâneo. O autor afirma que, se toda a arte é feita com os meios de seu tempo, “as artes eletrônicas representam a expressão mais avançada da criação artística atual e aquela que melhor exprime sensibilidades e saberes do homem da virada do terceiro milênio” (Machado, 2004: 2). Por trás de sua fala compreende-se não apenas a utilização dos media disponíveis, mas também a subversão das mesmas. A partir da ideia trazida por Machado percebe-se a relevância da arte digital na sociedade atual, como parte de um ecossistema (Santaella, 2007) que abriga

também outras produções.

Foi neste contexto que foram dados os primeiros passos em direção à arte digital. George Ness e Frieder Nake são nomes importantes deste início, e Couchot (2003) aponta Michael Noll, com as obras *Gaussian quadratic* (1963) e *Vertical horizontal number three* (1964), como um dos pioneiros da arte e tecnologia digital. Lieser (2010) aponta que, em 1966, é produzida a obra *Studies in Perception* (Figura 1.1), dos americanos Kenneth Knowlton e Leon Harmon, que atualmente é considerada uma das primeiras obras da história da arte digital.

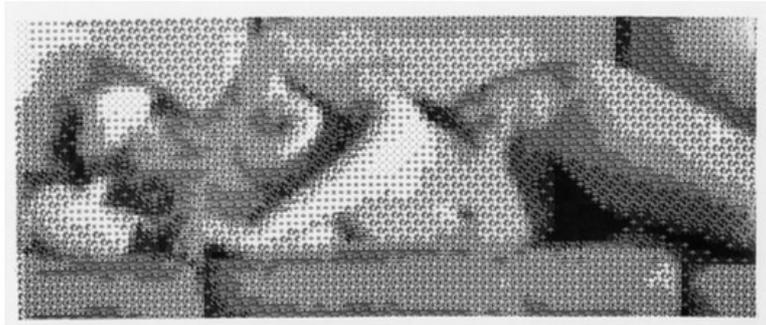


Figura 1.1.: Kenneth Knowlton and Leon Harmon, *Studies in Perception I*, print on paper (1966)

No campo da arte contemporânea, os artistas que trabalham com o sensível abrem espaço, especialmente a partir de 1990, para produções que não possuem fim único ou acabado, quando eles utilizam o meio digital como início de um processo interativo. Jeffrey Shaw, por exemplo, em sua obra *The Legible City* (1989) (Figura 1.2), traz uma bicicleta fictícia para que o interator pedale e seu caminho direcionado seja traçado no mundo virtual.

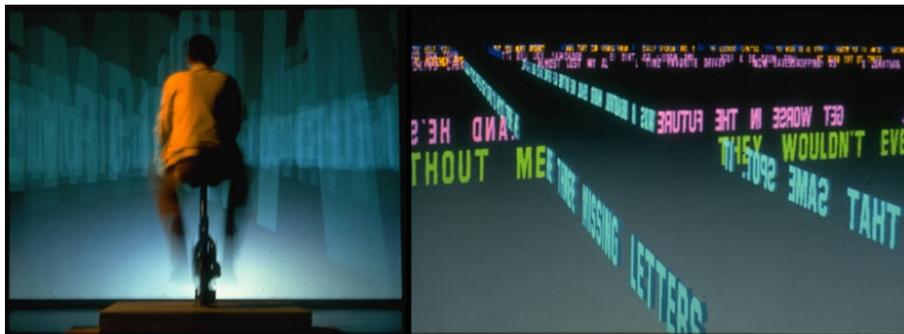


Figura 1.2.: Jeffrey Shaw, *The Legible City*, Computergraphic installation, Manhattan version (1989)

Obras com este perfil trouxeram novos questionamentos, o que passou a exigir uma postura dinâmica em relação a arte como um todo. Castells (2010) apresenta a ideia de “sociedade em rede” que nos ajuda a compreender a questão artística relacionada com as condições tecnológicas, e mostra que quando, nos anos 1990, o sistema de processamento e armazenamento aumenta e surge a possibilidade de compartilhar e interagir em rede, a sociedade é modificada, assim como as interações sociais, culturais e organizacionais. Castells (2010) acrescenta que a experiência do homem em relação ao tempo e ao espaço é alterada, os vínculos sociais são modificados, as comunidades virtuais aproximam pessoas de várias partes do mundo, ao mesmo tempo que distanciam o indivíduo do convívio social. As relações de comunicação agora são simultâneas, trocadas no “espaço dos fluxos”. Ao mesmo tempo em que o “espaço da contiguidade” - modo

como denomina os espaços dos lugares, entendendo as cidades como sistemas de comunicação – carrega uma contradição, pois “(...) num mundo construído em torno da lógica do espaço dos fluxos, as pessoas ganham a vida no espaço dos lugares” (Castells, 2010: 25). É neste espaço das cidades, demonstrado por Castells, que se pode pensar, dentro de uma nova estrutura, também o contexto da arte. A descentralização causada pelas transformações dos espaços pode ser transportada para o campo cultural e artístico. Observa-se que o nosso estudo de caso, *The Pool*, acontece de modo descentralizado. A instalação, pensada para ser exibida inicialmente num dado contexto, é transportada aos quatro cantos do globo e é adaptada para que sua exposição seja coerente com o contexto onde está inserida.

O espaço da arte, como afirma Gasparetto (2012), “é um espaço comunicacional, portanto, esta cultura participativa envolve um público ativo de consumidores e interatores” (Gasparetto, 2012: 30-31). A arte digital, dentro deste contexto, também exerce uma mudança de paradigmas, ao proporcionar ao público a experiência de ajudar a construir obras. Ao tratar da realidade da arte e tecnologia digital, “percebe-se uma convergência, agora de papéis (artista, curador, crítico, público)” em que, muitas vezes, várias dessas funções coexistem num único indivíduo (Gasparetto, 2012: 30-31).

Henry Jenkins menciona a “cultura da convergência” dos medias, em que novos e antigos media interagem de maneiras cada vez mais complexas. O autor também aponta a emergência da cultura participativa e, assim como Lévy (1999), compartilha o conceito de inteligência coletiva. O excerto seguinte ilustra o impacto da convergência também no campo artístico:

A expressão 'cultura participativa' contrasta com noções mais antigas sobre a passividade dos espectadores dos meios de comunicação. Em vez de falar sobre produtores e consumidores de media como ocupantes de papéis separados, podemos agora considerá-los como participantes interagindo de acordo com um novo conjunto de regras, que nenhum de nós entende por completo (Jenkins, 2009: 30)

A arte digital, composta por público, obras, aparatos tecnológicos e espaço de exposição, é entendida como um sistema, mostra a obra em processo, ou seja, algo não finalizado num objeto físico. Em relação ao meio, Nara Cristina Santos (2009) enfatiza o uso do computador na arte digital como sistema e não apenas como media. Arte e tecnologia, para ela,

mantém um caráter híbrido, sinérgico e interativo, que não consiste somente em transferir os conhecimentos ou práticas anteriores, analógicas, para um novo meio, o digital, compreendendo o computador como ferramenta, mas, sobretudo, entendendo-o como um sistema (Santos, 2009: 243)

Entender a arte como sistema também faz parte da concepção da artista Diana Domingues: “o computador não é simplesmente uma máquina de desenhar ou pintar, é um sistema complexo que possibilita a forma ampliada do sentir” (Domingues, *apud* Bousso, 2002: 92). Domingues acredita que é necessário pensar a arte, hoje, a partir de um novo contexto. É preciso “analisá-la por meio de todas as transformações que o ser humano tem passado, pelo menos nestes últimos cinquenta anos, as quais influenciam profundamente na sua maneira de relacionar-se com a arte” (Gasparetto, 2012: 33)

Também reafirmado por Arantes (2005), o caráter de sistema da arte digital, “longe de ser uma obra de arte acabada e estática, pensa Weibel, (a arte em media digitais) incorpora uma visão sistémica, na qual obra e interator não podem ser vistos separadamente” (Arantes, 2005: 167). Perceber a arte deste modo

significa pensar o público dentro da obra e “considerar o computador como um produtor de manifestações que não existiriam sem o seu uso, fundador de novas maneiras de sentir, interagir, imergir, inserindo o interator no centro deste processo” (Gasparetto, 2012: 33), que é o acontecimento da obra de arte.

1.2. Arte Digital

Embora a produção em arte e tecnologia esteja cada vez mais inserida no mundo das artes contemporâneas, não há, meio artístico, nem mesmo entre os próprios artistas e críticos, um consenso em relação ao termo ideal. Existem diversas denominações: 'arte eletrônica', 'new media art', 'arte mediática', 'artemedia', 'ciberarte', 'arte telemática', entre outras. Na prática muitos destes termos designam a mesma produção, que compreende o computador na arte como sistema. A proposta deste subcapítulo é perceber tais denominações para melhor entendimento contextual.

Arte digital é vista aqui como produção que está em processo e que, para acontecer, depende do usuário/espectador/interator, da obra, do artista, do “entorno digital” e do contexto em que está inserida, ou seja, do sistema.

Na estrada já percorrida pela arte digital pode-se citar diversos nomes que perpassam por campos variados: de Charles Baudelaire, ainda no século XIX, com suas ferozes críticas em relação a fotografia como experimentação estética, a Walter Benjamin e a sua reprodutividade técnica; pode-se lembrar também de Moles e Bense que, nos anos 1960, trouxeram importantes aspectos sobre a teoria da informação e a cibernética; o tão difundido Marshall McLuhan e suas maneiras de percepção estética; mais atualmente Roy Ascott, a tecnoética e seus projetos de pesquisa⁸, Philippe Quéau e a estética intermediária, Cláudia Giannetti e a endoestética por um viés fenomenológico, entre tantos outros – todos estes, cada qual a sua maneira, contribuíram para a formação do que chamamos de arte digital.

Roy Ascott, *spiritus rector*⁹, é referência incontestável em arte telemática, ao colocar o sistema de vídeo em conexão com o espaço da memória eletrônica. Segundo Popper, “para Ascott, a arte de seu tempo é a do sistema, processo, participação e interação.” (Popper, 1993: 124). Além de Ascott, Mario Costa, Derrick Kerckhove e Fred Forest são nomes importantes. Gilberto Prado é uma referência brasileira, com inserção internacional, e demonstra que o ciberespaço também pode abrigar a arte digital. A arte telemática trabalha com redes comunicacionais e a informática, sejam elas intercâmbios como *fax* e *modem*, nos anos 1970 e 1980 ou, a partir dos anos 1990, a internet. Responsável pelo evento “*ARTEMEDIA: an international meeting concerning video and communication aesthetics*”, Mário Costa tenta unir os termos “arte” e “media”.

Poissant, em 1995, organiza um livro sobre a estética da arte mediática onde afirma que, em geral, a

⁸ Roy Ascott fundou o Center for Advanced Inquiry in the Interactive Arts (CAiiA) na Universidade do País de Gales, em Newport, onde estabeleceu um programa de pesquisa conjunto internacional, o CAiiA-STAR, que permitia que artistas midiáticos obtivessem o título de Ph.D. (GRAU, 2007, p. 214)

⁹ A posição de Ascott como diretor de programa de pesquisa de ponta em arte midiática (CAiiA-STAR) confere a ele o papel de *spiritus rector*, que oferece à mais nova geração de pesquisadores de visualização do novo milênio uma riqueza de novos impulsos, consolidados posteriormente na série de encontros intitulada *Consciousness Reframed*, iniciada por Ascott em 1977. (GRAU, 2003, p. 214)

arte mediática compreende a produção que utiliza as tecnologias da comunicação. A autora defende que a arte mediática pode representar, pela primeira vez na história da arte, o momento em que o interesse nas obras desaparece em favor do investimento no processo e na perigosa experiência com parceiros. Em 1996, juntamente com o grupo de pesquisa canadense *GRAM*, Poissant efetiva um dicionário das artes mediáticas¹⁰, como tentativa de categorizar as diferentes produções envolvendo arte e tecnologia, entre elas: holografia, computação gráfica, multimedia (que engloba arte cinética, hipermídia, instalações interativas, instalações multimedia, performances, realidade virtual), música eletroacústica, vídeo, entre outras, envolvendo todos os tipos de tecnologias avançadas (até aquela época).

Priscila Arantes (2005) utiliza a expressão “arte em medias digitais”, que se refere a

(...) as formas de expressão artística que se apropriam de recursos tecnológicos desenvolvidos pelas indústrias eletrônico-informáticas e que disponibilizam interfaces áudio-tátil-moto visuais propícias para o desenvolvimento de trabalhos artísticos, seja no campo das artes baseadas em rede (*online* e *wireless*), seja na aplicação de recursos de *hardware* e *software* para a geração de propostas estéticas (Arantes, 2005: 24-25)

Outro termo frequente é “ciberarte”, ou seja, a arte que mantém uma relação com o ciberespaço e pode ser produzida neste ambiente ou manter vínculos com ele, mesmo que sua realização se dê, em parte, fora dele. Pierre Lévy (1999) lista algumas características da ciberarte, entra elas a participação do público de maneira a coproduzir a obra, o que caracteriza a obra virtual como “obra aberta” por construção.

Cláudia Giannetti (2006) prefere utilizar o termo “media art”, mas reconhece outros termos como arte eletrônica. Ela esclarece que ao empregar arte ou sistema interativo, ela se refere à arte/sistema que utiliza interfaces técnicas: “media art reflete e produz esse modelo interativo e interconectado, expande o próprio conceito de arte para o sistema (a arte além da base) baseado na comunicação” (Giannetti, 2006: 16). Sua publicação traz um glossário que descreve como sinônimos arte eletrônica e media art, as quais seriam “um segmento da arte contemporânea que utiliza as tecnologias eletrônicas e/ou digitais audiovisuais, computadorizadas, telemáticas” (Giannetti, 2006: 203). Já a arte interativa utilizaria as mesmas tecnologias, porém interativas, baseadas nas interfaces que permitem que o público interaja com a obra.

No contexto desta pesquisa, arte digital representa a arte em diálogo com os recursos tecnológicos disponíveis, e, sobretudo, com os questionamentos dos artistas deste tempo. Não seria adequado, entretanto, na contemporaneidade em questão, sugerir que seja este o conceito final, fechado e definitivo. O termo “arte digital” pode não ser o mais adequado para nomear a produção em arte e tecnologia porque corre-se o risco, com “digital” e “eletrônica”, de os termos ficarem ultrapassados ou até de caírem em desuso, não abrangendo as novidades tecnológicas utilizadas na arte. De toda forma opta-se por esta terminologia ao “visualizar um processo político de inserção cultural, no qual se torna imprescindível categorizar a nomear as produções, a fim de confirmá-las como um objeto de estudo de um grupo atuante” (Gasparetto, 2012: 46)¹¹

¹⁰ *Dictionnaire des arts médiatiques*. Louise Poissant (dir. publ.). 1995. Sainte-Foy (Québec): Presses de l'Université du Québec, 431

¹¹ O Ministério da Cultura do Brasil, na 1ª Ata do Grupo de Trabalho Arte Digital (2009), considera que “arte digital compreende a produção artística envolvendo arte, tecnologia e ciência em diálogo com outras áreas tais como ciência da computação, robótica, mecatrônica, genética e comunicação. A produção em Arte Digital pode envolver outras linguagens artísticas como fotografia, videoarte, instalação, performance, dança, música considerando as diferentes interfaces áudio-tátil-motoras visuais. No contexto mais abrangente da arte e tecnologia, a Arte Digital pode compreender as produções denominadas webarte, netarte, ciberarte, bioarte, gameart, instalações interativas, mídias locativas e outras atividades relacionadas. Considera-se prioridade em Arte Digital o desenvolvimento da obra/projeto/trabalho em ambiente virtual, seja

Além de programas de residência para artistas dos laboratórios de pesquisa há inúmeros festivais que nutrem e divulgam a arte interativa – eventos como Ars Electronica, Interactive Media Festival, Siggraph, Imagina, e as Bienais de Kwangju, Lyon, Nagoya e St. Denis. Na Alemanha, a arte midiática recebe apoio desde os anos 1980. Com a fundação da Kunsthochschule für Medien (KHM)¹², em Colônia, a Hochschule für Graphik und Buchkunst¹³, em Leipzig, o Institut für Neue Medien¹⁴, em Frankfurt e, particularmente, o Zentrum für Kunst und Medientechnologie (ZKM)¹⁵, em Karlsruhe, a Alemanha, como o Japão, está entre os maiores participantes da arte mediática. As instituições do Japão incluem o InterCommunication Center (ICC)¹⁶, em Tóquio, e a International Academy of Media Arts and Sciences (IAMAS)¹⁷, em Gifu (Grau, 2007).

1.3. O espaço artístico

1.3.1. Museus

Para a arte em transformação é necessário um espaço que a abrigue e se transforme com ela. Antes fixa aos museus e locais especificamente validados como palco artístico, as manifestações artísticas de hoje se encontram dispersas nas mais variadas plataformas, não mais tem nos museus sua residência fixa.

O conceito de museu como conhecemos foi criado e desenvolvimento a partir dos séculos XVII e XVIII. No Século das Luzes a museologia passou a se organizar nas práticas de classificação do acervo, inspirada pela Enciclopédia de Diderot e D'Alembert. Em 1792, durante a Revolução Francesa e seus ideais de democracia e igualdade, foi fundado o primeiro verdadeiro museu público de arte, o Museu do Louvre, em Paris. Este simboliza o conceito de patrimônio público e revolucionou a museografia ao agrupar, de forma cronológica, objetos por escolas (Cavalcanti, 1997: 9-13).

Até o Século XX os museus ainda mantinham certa estrutura de vitrine de relíquias e/ou de templo de verdades, resquício da origem grega e do elitismo. Após a Primeira Guerra Mundial e dos ideias modernistas e vanguardistas tão em voga naquele momento, houve uma renovação no conceito do museu. Dessacralizado, o espaço deixou de ser palco para mera contemplação: os museus pluralizaram suas atividades e passaram a promover cursos, conferências e eventos que os transformaram em espaço de convivência (Castro, 2009: 37).

No pós-guerra, com a arte contemporânea, a obra de arte passou a exigir certa participação ativa do público, como vemos na década de 1960, com o minimalismo. O público não somente interfere como faz parte da obra como objeto. Na década de 1980 surge a Nova Museologia e retoma-se a discussão sobre o papel do museu na sociedade e sobre como a coleção não é propriedade privada de um museu, mas de toda a

em realidade virtual ou aumentada, podendo envolver interatividade e imersão.”, Ver mais em: <http://www.cultura.gov.br/>

¹² Academia de Artes Digitais de Colônia, Alemanha, Ver mais em: <http://www.khm.de/>

¹³ Academia de Artes Visuais de Leipzig, Alemanha, Ver mais em: <http://www.hgb-leipzig.de/>

¹⁴ Instituto de Novas Mídia de Frankfurt, Alemanha, Ver mais em: <http://ifnm.de/blog/>

¹⁵ Centro de Arte e Mídia de Karlsruhe, Alemanha, Ver mais em: <http://zkm.de/>

¹⁶ Centro de Comunicação Interconectada de Tóquio, Japão, Ver mais em: http://www.nticc.or.jp/index_e.html

¹⁷ Academia Internacional de Artes e Ciências dos Mídia de Gifu, Japão, Ver mais em: <http://www.iamas.ac.jp/en/>

humanidade.

A linguagem dos mesmos se altera à medida que o público e a sociedade se modificam, entretanto, apesar da mobilização por uma nova relação com a arte e museus, observa-se que muitos ainda ostentaram (e ostentam) por anos a áurea de templo, mantendo uma relação de distanciamento com o público que, frequentemente, não é homogêneo. Igualmente incomodado com o hermetismo das mensagens dos museus, Pierre Bourdieu, em trabalho conjunto com Alain Darbel, dirigiu uma profunda pesquisa com visitantes de museus europeus na década de 1960, com resultados analisados em “O amor pela arte – os museus de arte na Europa e seu público”. Uma das conclusões desse trabalho foi o facto de que a informação oferecida pelos museus franceses da década de 1960 correspondia ao nível do ensino superior, ou seja, dificilmente alguém que não possui diploma poderia descodificá-la. Bourdieu aponta que toda essa estrutura no museu, sem se pensar o lado educativo, social, linguístico, faz com que a informação globalmente oferecida permaneça uma abstração difícil de se descodificar sem as ferramentas conceptuais próprias.

A partir deste percurso diversos outros autores propuseram uma visão de museu atrelada a um contexto comunicacional, ou seja, que colocasse o museu como agente comunicador e emissor de informação. Desvellés apresenta uma concepção de museu que privilegia a comunicação com o público e não coloca em primeiro plano a conservação os objetos, mas sim a melhor linguagem de apreensão (Desvellés, *apud* Castro, 2009: 128). Camerón, por sua vez, propõe aprimorar o “museu-templo” em “museu-fórum”, valorizando o diálogo e criando um tipo de comunicação com o público que “converta o passado inalcançável num instrumento reflexivo” (Camerón, *apud* Castro, 2009: 128). Glusberg também relaciona conceitos teóricos de Marshall McLuhan aos museus, indicando que toda instituição é, na verdade, um meio de comunicação (Glusberg, *apud* Castro, 2009: 129). Castro afirma que

a comunicação museológica pressupõe a mediação do objeto museal, que, não abandona sua funcionalidade original, converte-se em signo comunicacional e informacional. Essa mudança de estatuto insere o objeto nas leis e bases da Teoria da Comunicação, ou seja, comunicação que implica emissão de mensagem por parte de um emissor e, por sua vez, a recepção dessa mensagem por parte de um receptor, estruturados ambos à fonte museal, cujo canal poderá, entre outros, ser a exposição (Castro, 2009: 129)

Repensar o sistema de comunicação dos museus é um caminho pertinente para ampliação de acesso e apreciação do público perante a arte, caminho esse que tem sido percorrido em vários ramos do campo acadêmico alargado das Artes. O objetivo aqui não é, de forma alguma, insinuar que a Comunicação Social substitua os preceitos da Museologia, mas, sim, colaborar para a criação de um debate multidisciplinar enriquecedor.

Se a finalidade principal dos museus, de acordo com Lara Filho (2006), é “trazer algum tipo de benefício às pessoas e provocar mudanças em suas vidas, e não ser simplesmente uma casa de custódia para obras de arte ou um centro erudito” (Lara Filho, 2006: 100), é necessário um constante questionamento a respeito de suas atividades e propósitos. Reconhecer que os códigos do acervo, sejam de cunho histórico, científico ou artístico, não são universais e, de certa forma, atemporais, é o primeiro passo para a compreensão de que “uma exposição lotada não significa necessariamente sucesso. O sucesso de uma experiência artística só é real quando o acervo em questão comunica para o máximo de pessoas possível”

(Menezes, 2011: 15).

1.3.2. Alternativas aos espaços artísticos tradicionais

“Creio não estar exagerando se disser que tudo começou com o Beaubourg”: assim Otilia Arantes¹⁸ inicia seu texto que trata, como ela mesma intitulou, dos “Novos Museus”. Outros autores concordam com seu ponto e compactuam com a convenção da crítica de que a “cultura dos novos museus” teve início em Paris, no ano de 1977, com a inauguração do Museu de Arte Moderna do Centro Georges Pompidou (o Beaubourg), de Richard Rogers e Renzo Piano. Esta cultura, muitos deles afirmam, consolidou-se com a filial do Museu Guggenheim, em Bilbao, em 1997, de Frank O. Gehry; e atingiu nova fase, de expansão ao Oriente, nos anos 2000, com os projetos de franquias do Beaubourg em Xangai, na China, e do Museu do Louvre, em Abu Dahbi, nos Emirados Árabes Unidos.

O que estes três exemplos tem em comum é o caráter de centro cultural. A diversidade de atividades concentradas nestes centros marca muitas vezes de maneira bem clara sua arquitetura: o Beaubourg, por exemplo, abriga, além do Musée National d'Art Moderne, com 15 mil metros quadrados e espaço para exposições periódicas, para encontros e debates, para exibição de audiovisuais e para serviço de documentação artística, a *Bibliothèque Publique d'Information*, com 15 mil frequentadores diários, o *Centre de Création Industrielle*, com espaço para galerias de exposições e local para encontros e debates, o restaurante, o centro de acolhimento, etc.

Diferindo, de fato, do que até então museus e bibliotecas costumavam ser, os centros culturais, desde sua criação, agregam múltiplas atividades, como cinema, teatro e música, exposições e leituras, que antes tendiam a existir em instituições isoladas. Segundo Coelho (1986), os Centros Culturais são espaços para se fazer a cultura viva: para o autor, não há uma cultura popular, outra de massa e outra erudita, mas, sim, uma cultura “morta” e uma “viva”. Uma cultura viva é construída pelos próprios indivíduos, em interação com outros sujeitos, com a obra de arte, com a informação; inseridos num processo crítico, criativo, provocativo, grupal e dinâmico.

Dabul (2008) evidencia que o contingente de indivíduos que afluem a exposições de artes em centros culturais agrupa um público crescente, variado, atraído por igualmente crescente e

diversificada oferta dessas exposições em locais mais e mais acessíveis e centrais, incorporadas a atividades escolares, tratadas especialmente pelos media, a baixos custos ou gratuitas, e inseridas cada vez mais em espaços capazes de abrigar atividades outras de lazer e outros serviços (Dabul, 2008: 258)

De fato os números que garantem essa constatação não enganam. Numa pesquisa encomendada pelo Centro Cultural Banco do Brasil Rio de Janeiro (1995)¹⁹, por exemplo, foi constatado que uma razão fundamental apresentada pelo público para justificar sua frequência àquele centro cultural, em detrimento de outros espaços 'culturais' da cidade do Rio de Janeiro, era exatamente a multiplicidade de atividades oferecidas por ele (Dabul, 2008: 261).

¹⁸ ARANTES, Otilia B. F. “Cultura e Transformação Urbana” in PALLAMIN, Vera M. (org), *Cidade e Cultura. Esfera pública e transformação urbana*. São Paulo, Estação Liberdade, 2002.

¹⁹ Ver mais em: <http://culturabancodobrasil.com.br/portal/rio-de-janeiro/>

Um conjunto grande de itens que caracterizavam e distinguiam os centros culturais dos museus de arte, como a diversidade de atividades oferecidas, foram também, com o tempo, incorporados por eles. De outro lado, os atributos que tradicionalmente singularizavam os museus de arte frente a outros espaços e instituições que promovem exposições de objetos artísticos, como muitos pesquisadores vem demonstrando, hoje não os diferenciam mais. Profissionais e estudiosos de museus, por exemplo, já incorporaram diversas instituições ao redefinirem a categoria Museu em 2001, numa assembleia geral do *International Council of Museums* (ICOM), nela agora incluindo também “centros culturais e outras entidades voltadas à preservação, manutenção e gestão de bens patrimoniais tangíveis e intangíveis” (Loureiro, 2004: 97).

Uma das principais funções atribuídas por Teixeira Coelho (1986) a um centro cultural é permitir a liberdade de chegar ao conhecimento e de discuti-lo. “O acesso à informação, a amplificação da informação através da discussão e da análise, o registo e a preservação da informação, a construção de informações novas e a disseminação das informações construídas” (Coelho, *apud* Silva, 2013: 5) são ações que, de acordo com o autor, são realizadas no interior de uma casa de cultura.

Percebe-se enfim uma valorização e intensa difusão dos centros culturais. Há variação do termo (centro cultural, centro de arte, casa de cultura, espaço cultural, *shopping* cultural²⁰ etc) e das ações dos que viabilizam política e materialmente a criação desses centros, o que de algum modo “corresponde à multiplicidade de atividades, interesses e eventos que ocorrem nesses espaços” (Dabul, 2008: 258-259)

Fabbrini (2009) ressalta, inclusive, ser de amplo conhecimento o processo de transformação que os museus vem sofrendo desde os anos 1980, mesmo após o episódio do *World Trade Center*, em 2001, e a sequencial retração da economia e do turismo. Carla Marecos (2009: 124) demonstra que, atualmente, os museus concorrem com outras organizações em termos da qualidade dos serviços que disponibilizam, ofertas e preço, o que torna fundamental a inserção de mecanismos de comunicação que permitam a eles uma diferenciação perante um público cada vez mais exigente ao nível dos serviços e espaços de lazer. Marecos continua:

se para alguns no contexto museológico, a solução passa por uma transformação do Museu numa 'empresa de serviços', para outros o museu deve preservar o seu estatuto de 'instituição permanente, sem fins lucrativos, ao serviço da sociedade e do seu desenvolvimento, aberta ao público'²¹ (Marecos, 2009: 124)

Para alguns críticos da cultura, “os novos museus tem se aproximado progressivamente, nas últimas três décadas, do mundo dos espetáculos, feiras de mercadorias, dos *shopping centers*, de parques temáticos, enfim, das ditas diversões em massa” (Fabbrini, 2009: 245). Vemos eventos culturais de grandes proporções, que acabam, nos casos mais bem sucedidos, “dinamizando o turismo, a rede de hotelaria e, conseqüentemente, a receita das cidades” (Fabbrini, 2009: 245).

Assim como Walter Benjamin aponta que o cinema é um dos dispositivos capazes de modelar a percepção do sujeito na modernidade, cada atualidade depara-se com “uma forma de percepção das

²⁰ Ver em Mello e Silva (1995) descrição de atividades do Shopping Cultural Fundação Progresso, no Rio de Janeiro. Ver em Gondim (2000) depoimento de arquiteto que acompanhou a obra do Centro Dragão do Mar de Arte e Cultura, em Fortaleza: “[...] a ideia é essa: de um grande shopping de cultura, sem o lado depreciativo do que é o shopping center hoje. É você transformar essas atrações, uma coisa linear, interligada, que recomponha um pouco [...] das condições do espaço urbano, onde você tem ruas de pedestre, bar, estacionamento em áreas chave, tem várias entradas... Agora, tudo isso é interligado por uma passarela, que faz o link”.

²¹ ICOM – Code de Deontologie Professionnelle de l’ICOM, (Tradução para português em parte baseada na definição em língua portuguesa apresentada no Inquérito aos Museus em Portugal, IPM; OAC)

coletividades humanas, que se transforma ao mesmo tempo em que seu modo de existência” (Benjamin, 1994: 169). Gagliardi lembra que essas mudanças também afetam os museus, “as coleções e patrimônios se veem submetidos à dinâmica do entretenimento, da publicidade, do ócio e do espetáculo” (Gagliardi, *apud* Magalhães, 2010: 90).

É importante ressaltar, também, que o perfil da nova arte exige, naturalmente, novos espaços expositivos. Em relação à arte digital, em função das particularidades das obras, os tradicionais espaços tornam-se impróprios para sua exibição e isso faz com que ela migre para espaços específicos, os quais a acolhem. É difícil para os espaços tradicionais de arte acolher esta produção em arte digital porque ela exige novos parâmetros expositivos. Tais parâmetros dizem respeito, inicialmente, à constituição da obra, que se dá como processo, não como objeto físico; estas obras/projetos/trabalhos dificilmente são propriedade de alguém, mas estão disponíveis muitas vezes na rede; transporte e montagem também abrangem outros procedimentos, já que muitas dessas obras são transportadas em *pendrives* ou DVDs, outras exigem telas de toque, tecnologias que ainda não são disponibilizadas às instituições públicas de arte.

Santaella (2007) atenta para a necessidade de esclarecer que não há um único tipo de circuito para todos os tipos de arte. Quando surgem formas de arte produzidas por novos meios tecnológicos, por exemplo, elas não são instantaneamente absorvidas nos circuitos existentes (Santaella, 2007: 149). Waldemar Cordeiro demonstra, em 1971, no manifesto da Exposição Arteônica²², a dificuldade que esta arte enfrenta para inserir-se no circuito da arte contemporânea. Grau (2007) evidencia que um dos problemas que barra a aceitação da arte digital pelos tradicionais espaços expositivos é que as obras tem tempo de vida curto, pois dependem de armazenamento, equipamentos técnicos e softwares, ou seja, tem prazo de validade. O autor critica também os curadores e conservadores, pois esses “são desprovidos de quaisquer conceitos para a coleção sistemática, por exemplo, em cooperação com centros de informática, museus técnicos ou fabricantes de equipamento técnico” (Grau, 2007: 26).

Gasparetto (2012), ao discutir sobre um novo circuito expositivo que abriga as artes que envolvem tecnologia, afirma que este circuito é composto também por eventos, que fazem a arte circular, por mostras, festivais, documentais, bienais, exposições e simpósios. A publicidade, continua a autora, dissemina a produção de vários meios de comunicação, e

a nova artemedia parece requerer um espaços de informações vivo, distribuído, que esteja aberto à interferência artística – um espaço para troca, criação colaborativa e apresentação que seja transparente e flexível. Este último certamente não descreve a estrutura de um típico museu de hoje, e a fim de fazer um acordo com a arte dos novos media, as instituições precisam desenvolver abordagens alternativas para apresentação, coleção, documentação e preservação (Paul, *apud* Domingues, 2009: 339)

Não seria de se espantar, portanto, que locais antes distanciados da arte se tornassem espaços possíveis para manifestações artísticas e culturais. O que antes era o cubo branco condicional do museu, normatizador dentro no sistema quanto aos valores estéticos e aos próprios comportamentos no “ambiente da arte”, se transforma numa outra condição, um outro local, um espaço de arquitetura multifuncional, de grandes dimensões que preserve as experiências do público sem distinção do modo como o fazem, no mundo

²² Catálogo da exposição mostra “Arteônica – o uso criativo dos meios eletrônicos na arte”, São Paulo, 1971.

contemporâneo, os espaços não destinados à arte. “Atração, recepção, informação, segurança-controle-quantificação, disponibilização de cultura, objetos, serviços e lazer é a narrativa comum a todos” (Sperling, 2005: 8), muito tal como um *shopping center* do porte do Centro Comercial Colombo, em Lisboa.

Esse ponto será desenvolvido mais adiante, e, por ora, vemos que a arte digital é inadequada para as tradicionais estruturas e, por esta inadequação aos parâmetros expositivos, institucionalizados e comerciais do sistema tradicional das artes, sua produção se insere num circuito expositivo com regras próprias (Gasparetto, 2012). Começa a haver uma maior percepção também por parte das empresas que desenvolvem as tecnologias e de institutos de cultura ligados à iniciativa privada, o que contribui para movimentar este circuito que é regido, especialmente, por estratégias comunicacionais de inserção mediática, facilitadas por diversas práticas, entre elas, pelo marketing²³ cultural, entendido como

um conjunto de ações mercadológicas na esfera das instituições culturais, em que seus produtos e serviços são a própria obra artística, e os fundamentos de marketing estrategicamente traçados para os seus interesses comerciais (Yanaze, 2010: 78)

Dessa forma o conceito de marketing cultural surge associado “à atual modernidade que as instituições museológicas pretendem alcançar a par do processo de adaptação à sociedade socioeconómica em constante mudança” (Marecos, 2009: 10) e é neste âmbito que surgem projetos como o desenvolvido pela *State of the Art* em demanda do Centro Comercial Colombo. *A Arte Chegou ao Colombo* é um exemplo prático de que há espaço para projetos artísticos e culturais pensados e direcionados para novos espaços artísticos que não os tradicionais museus.

²³ Segundo a Associação Americana de Marketing (AMA, 1982), “marketing é o desempenho das atividades de negócios que dirigem o fluxo de bens e serviços do produtor ao consumidor. É o processo de planejamento e execução da criação, estabelecimento de preço, promoção e distribuição de ideias, produtos e/ou serviços, com vista a criar os intercâmbios que irão satisfazer as necessidades dos indivíduos e organizações” Fonte: American Marketing Association Journal, 1982, p. 3.

Capítulo II

Instalações Interativas Digitais

2.1. Instalação, conceito e proposta

O termo instalação foi incorporado ao vocabulário das artes visuais na década de 1960, designando “*assemblages* ou ambientes construídos nos espaços das galerias e museus” (Guadagnini, 2012: 57). Os trabalhos tridimensionais categorizados como instalações assumiram um caráter próprio, impossível de ser examinado sob as coordenadas da escultura tradicional. O tempo e o espaço, até então compactados e congelados na escultura tradicional, distendem-se e são ativados pela vivência do tempo-espaço real, presente na escala humana das peças. Morris (1978) enfatiza a importância da substituição do tempo memória pelo tempo experimentação (Morris, *apud* Barros, 1992: 1). A forma tridimensional, até então contida em si mesma, passa a ser percebida como tendo relação espacial com o lugar onde se encontra e com a percepção do visitante: a escultura deixa de ser uma coisa, para ser um lugar (Barros, 1992: 1-2).

Para Suderburg (2000: 1-22), a instalação é a forma substantiva do verbo instalar, o movimento funcional de colocar a obra de arte no vazio “neutro” da galeria ou museu. Instalar seria, para a autora, o processo que deveria ocorrer cada vez que uma exposição fosse montada, implicando a reconfiguração do espaço. Boulanger (1986) define o ato de instalar como “organizar um espaço explorando as possibilidades de diversos media” (Boulanger, *apud* Barros, 1992: 2). Para Cristina Freire (1999), o termo instalação passou por uma ressignificação, e que hoje diz respeito a operação artística em que o espaço torna-se parte constituinte da obra. Ela afirma que sua origem remonta aos *enviroments* dos dadaístas e que, nos anos 1970, esse termo se popularizou, indicando uma modalidade artística específica. Se o contexto da galeria ou do museu é parte fundamental da instalação, analisa Freire, “a primeira observação a ser feita é que ela não ocupa o espaço, mas o reconstrói, criticamente” (Freire, 1999: 92).

A instalação é um lugar, um “habitat para o corpo” (Domingues, *apud* Guadagnini, 2012: 38): o grande cubo que envolve o corpo do participante é manipulado para se tornar um espaço de experiências estéticas. As instalações se caracterizam por apresentar a sala como a quarta dimensão. O espectador, apropriando-se do espaço arquitectónico, penetra na obra num estado de incrustação, de inclusão entre os elementos que a compõem.

O espaço é ponto ideal na formação e na compreensão do conceito de instalação, uma vez que ele é parte constituinte da obra. Instalação só é instalação se a obra incluir o espaço ambiente em seu conceito, caso contrário ela é um objeto interativo, não uma instalação (Sobage, 2010: 62).

A contextualização histórica é sempre pertinente para melhor compreensão de um contexto. Sabemos que a arte contemporânea efetiva uma superação paradigmática das fronteiras convencionais legitimadas pelas práticas artísticas anteriores (Proença, 2032: 34). Os teóricos das ciências socioeconómicas e culturais apontam os anos de 1960 como cruciais no quesito de transição em função de uma nova ordem internacional fundada com a globalização económica e cultural, muito em função da informatização dos sectores

produtivos, com o acesso em larga escala dos media eletrônicos, afetando também o campo das artes.

Anna Barros (1992) considera que a instalação, por emergir da quebra de fronteiras entre várias modalidades de arte, implica a percepção da obra como um novo todo relacionado ao lugar e ao espectador, em que a apreciação pressupõe uma perspectiva fenomenológica. Ela coloca a instalação como uma organização espacial que

cria uma relação entre o ambiente e as peças (lá) colocadas, visando suscitar reações específicas no observador, alterando sua experiência no tempo-espaço. A instalação trata de abranger o ser em sua complexidade sensorial, psíquica e intelectual, tendo como vias de absorção junto à visão, a sinestésica e a háptica. Pode estar organizada num lugar específico ou ser passível de transporte sem perder suas coordenadas significativas (Barros, 1992: 2)

A autora continua e analisa o espaço virtual da arte como um espaço “autorreferente”, em que “predominam as funções simbólicas e poéticas”, e que, na instalação, significa não só sua informação, mas também “o inter-relacionamento do informado com o espaço pré existente”. Esta informação pode estar em sons, luzes, imagens, objetos e corpos humanos em movimento ou mesmo imóveis, utilizando técnicas tradicionais de arte ou de mídia, “cada um desses elementos existindo por si e, ao mesmo tempo, tecendo uma rede sutil de energias que interagem criando um todo novo.” (Barros, 1992: 2)

A informação a que se refere Barros pode estar também em “elementos naturais, terras, pedras, galhos”, que são trabalhados na natureza e também reorganizados sob novas coordenadas, em ambientes fechados, tradicionalmente consagrados na arte. Uma galeria pode ser preenchida com esses elementos, com terra, por exemplo, com o “vazio total (Yves Klein), ou com o lixo (Arman)” (Barros, 1992). A percepção espacial e as relações entre objeto, espaço, tempo e discurso poético são tão fortes que fazem da “escultura em expansão” um “lugar do imaginário” (conceito de Krauss). Barros afirma que “lugar” ou “espaço” do imaginário seria talvez um nome mais apropriado para o que convencionalmente chamamos de instalação). Esses espaços do imaginário tem forte apelo dramático e exigem envolvimento sinestético do público, tem ligação com o teatro e a dança,

devido inclusive ao pioneirismo de vários artistas, como John Cage, Merce Cunningham, artistas da Pop e também do grupo Fluxus, o Judson Theater Yves Klein, Allan Kaprow, geradores dos happenings e performances, já divisados no teatro Dadá e Surrealista (Barros, 1992: 2)

Neste caminho, Silva (2012) adverte que as exposições atuais de arte contemporânea apresentam, em sua maioria, obras classificadas genericamente como instalações, já que o termo abriga incontáveis modalidades formais e conceituais que, em comum, tem apenas a questão de se apropriar do espaço expositivo enquanto lugar e de defini-lo e reconfigurá-lo através da obra. A questão do espaço é mesmo fundamental no contexto das instalações, e a

ocupação do espaço (...) vem retomar a discussão do espaço da arte ou a questão da arte em si. O espaço da produção de arte, que não mais é atelier, mas tampouco é, necessariamente, a galeria ou o museu, já que a produção e apresentação de instalações pode se dar fora do circuito dito como tradicional da arte, qual seja esta galeria, instituto de arte ou museu. Instalação, segundo seus princípios básicos, é uma obra sem limites, ela permite qualquer tipo de suporte em sua produção, já que mais que um suporte é uma poética, uma verdade em si, que promove a criação plena de mundos múltiplos, reais em sua própria essência, mesmo que imaginários e/ou virtuais em sua concepção. As instalações inauguram mundos novos a cada recriação,

sim, porque ela é, de fato, recriada em cada nova montagem, em cada novo local, num novo tempo. Cada nova montagem, define, por si mesma um novo mundo, definido em espaço-tempo próprio (Silva, 2012: 10)

Giannetti (2006) defende o espaço expositivo como um lugar de encenação e simulação, atuando como suporte da instalação ao fazer parte de sua sintaxe e ao ser elemento de integração, assim potencializando a experiência sensorial e perceptiva dos indivíduos que acedem aos lugares do imaginário.

2.2. Instalações Interativas

Após o esclarecimento do surgimento e significação das instalações importa agora analisar a interatividade. Darg Ross, em 1945, já propunha um programa que permitia desenhar num monitor. O '*sketchpad*' de Ivan Sutherland, de 1963, permitia que o usuário desenhasse diretamente no monitor, através de uma caneta de luz²⁴.

A interatividade do público pode acontecer através de qualquer ação do corpo, afirma Sobage (2010: 65), do simples apertar de um botão até à utilização de seus estados emocionais. A interatividade eventualmente solicita uma ação singular, ou conjunta, com uma dupla ou um grupo maior, e, como ela não existia dessa forma até então, foi necessário construir um público que se educasse para interagir com as obras.

De forma geral, as instalações interativas podem ser descritas como “ambientes administrados, gerenciados, controlados por um sistema computacional, ambientes criados com o objetivo de solicitar a interação do público para a construção da poética da obra” (Guadagnini, 2012: 57). Entre outras múltiplas possibilidades, a configuração das instalações denominadas interativas propicia o acesso, a participação ou a manipulação do sistema ou obra de arte pelo público, utilizando-se, por exemplo, de sensores com tecnologias digitais. Milton Sobage, de uma forma simplificada, se refere à instalação interativa como uma obra que tem “pessoas num espaço, interagindo com um aparato ou evento, produzindo com o auxílio de algum recurso tecnológico” (Sobage, 2005: 66).

Ele afirma que temos, com a tecnologia digital, a possibilidade de criar ambientes que se transformam fisicamente na interação com o público. Nas instalações interativas o público tem a possibilidade de agir e interagir com a situação proposta, promovendo modificações nas próprias imagens e sons: há transformações de ordem física e não apenas perceptiva, o que caracteriza o termo interativo nas instalações, segundo Bochio (2010: 6): para ela há a predominância do evento ou situação visual em instalações interativas.

Carvalho (*apud* Proença, 2013: 37) também evidenciou o caráter múltiplo das instalações ao propor que as mesmas não são necessariamente obras concebidas e realizadas para um único lugar expositivo, ainda que operem com o espaço como uma questão artística e não como uma fator circunstancial. Observa ainda que, em muitos casos, obras que se configuram como instalação podem ser desmontadas e reinstaladas em lugares distintos, como é o caso da instalação analisada nesta pesquisa. *The Pool* já esteve em todos os

²⁴ No original: *pen light*. Fonte: <https://www.cl.cam.ac.uk/techreports/UCAM-CL-TR-574.pdf>, Consultado em 1 de Setembro de 2015.

continentes do mundo e, como afirma Jen Lewin, em condições climáticas extremamente opostas, desde Montreal, “neve, clima terrível, frio congelante”, a Arizona, com muita chuva e calor. Essa característica de seu trabalho, chamada por ela própria de “transitoriedade”²⁵, permite que as obras estejam em qualquer lugar, “(a obra) pode estar na Finlândia, pode ir para o Brasil, pode estar dentro, fora”, ou seja, “você pode levar a escultura até o público, aonde quer que o público esteja” (Lewin, 2015)²⁶.

Sobage (2010: 63) observa que as instalações interativas evocam uma sala escura e fechada. Essa condição está relacionada ao tipo de projetores de imagens existentes numa época, ainda que não muito distante, que, com baixa luminosidade, necessitavam de ambientes escuros para que funcionassem como o esperado. Atualmente essa condição não é obrigatória, pois há no mercado projetores de alta luminância, que funcionam em ambientes totalmente iluminados.

O autor ainda propõe que nos espaços de instalações interativas todos os elementos como, por exemplo, parede, piso, teto e objetos, são vistos, sentidos, ouvidos e pensados com o objetivo de causar no corpo e na mente do indivíduo sensações, sentimentos e pensamentos numa complexa montagem que define a informação da obra.

As instalações interativas são ambientes que, como as instalações “clássicas” - se é que este termo é pertinente no contexto de um campo artístico em emergência -, colocam o interator no centro da obra e requisitam não somente o seu olhar, mas seu corpo inteiro. A característica principal desses ambientes é o fato de estas obras requisitarem ação do interator para acionar/modificar e construir o processo poético. A interação permitida dentro desses ambientes pode modificar a obra dentro de uma estrutura calculada ou não, e isso é determinado pelos artistas na concepção de seus projetos. A obra que iremos analisar em seguida corresponde a esta característica.

2.3. Instalações Interativas mediadas pela tecnologia digital

A introdução das tecnologias digitais permitiu que as instalações adquirissem, através das interfaces, a interatividade no sentido *stricto* do termo (Domingues, *apud* Guadagnini 2012: 60). A interface, uma espécie de fusão entre o interator e a máquina, é o fator que possibilita a interatividade. Priscila Arantes (2005) a define como “(...) uma espécie de membrana que, ao invés de promover o afastamento entre dois ou mais domínios, os aproxima, permitindo uma osmose, uma influência recíproca entre as partes” (Arantes, 2005: 74). Guadagnini (2007: 56) afirma que as instalações interativas são abordadas a partir das interfaces e dos possíveis níveis de interação que elas possam proporcionar, mostrando também as diferentes formas de atuação, envolvimento do público, quer dizer, de imersão, caracterizada “pela diminuição da distância crítica do que é exibido e o crescente envolvimento emocional com aquilo que está acontecendo” (Grau, 2007: 30)

²⁵ No origina *temporariness*: “I think what is unusual about the time we are in, however, is that a lot of this work is temporary, and that's different. If you think about the fact that I am travelling around the world with this huge sculpture that has hundreds of computers and weights thousand of pounds and we can install it in a day, and break it down in a day, and take it anywhere in the world, that it something that only can be possible right now, at this time we live in. I think that, the *temporariness* of it, its very interesting. A hundred years ago it would be impossible” LEWIN, 2015.

²⁶ Para que isso funcione de maneira positiva muitos artistas constroem manuais que auxiliam na montagem e desmontagem de suas obras. Nesses manuais estão, por exemplo, medidas e proporções dos espaços que são definidas pelos vários elementos constituintes: tamanho e distância necessários à projeção das imagens, volume acústico, circulação do público, luminosidade, sistema técnico, entre outros.

Roy Ascott, intrigado pelas possibilidades do computador, construiu um quadro de trabalho teórico para abordar trabalhos de arte interativa, “a qual trouxe também certas características das vanguardas (Dadá, Surrealismo, Fluxus, Happenings e Pop Art, em particular) e da ciência da Cibernética de Wiener” (Guadagnini, 2007: 53-54). A pesquisa de Ascott na visão cibernética das artes começa com a premissa de que a arte interativa é mais livre, a partir do ideal moderno de “objeto perfeito”. Como John Cage, ele propõe que o trabalho de arte seja a resposta do espectador, mas por um viés da arte baseada no computador, sugerindo que o “‘espírito da cibernética’ oferece o mais efetivo significado para realizar um caminho duplo de trocas entre a arte e o seu público” (Packer, 2001: 63).

As instalações interativas procuram criar ambientes “vivos”, sensíveis, que somente são possíveis mediante meios tecnológicos. São ambientes de simulação que sentem e reagem aos estímulos dos interatores. Nas instalações interativas

a presença do corpo é percebida por dispositivos de captura em diferentes tipos de sensoriamento: sonoro, óptico, de toque. Esses sinais emitidos pelo corpo são capturados e traduzidos em paradigmas computacionais, modificando os dados guardados nas memórias dos computadores (Guadagnini, 2007: 60-61)

Neste sentido as experiências oriundas desse processo podem ser consideradas únicas, já que são reflexos dos dados fornecidos por aquele indivíduo em questão. O que se propõe é “um diálogo entre humano e máquina, e em alguns casos entre humano, máquina e humano (Guadagnini, 2007: 60-61).

A influência mútua dos agentes no processo de interação (Maturana, 2001, *apud* Guadagnini, 2012: 61) é a característica principal num modelo dialógico. Esse diálogo acontece por meio de interfaces como ratos, teclados, sensores, telas sensíveis, entre outros. O fruidor é trazido para o centro da obra e passa a fazer parte de um sistema, interagindo com a máquina. Nesse diálogo do homem com a máquina,

os dados armazenados na memória das máquinas são processados com os estímulos externos recebidos e, depois de transformados, são devolvidos metamorfoseados à estrutura física da obra. Abre-se, portanto, um campo perceptivo híbrido de sinais naturais traduzidos em sinais artificiais (Domingues, 2002: 155-159)

Nas instalações interativas o corpo do indivíduo é requisitado para agir fisicamente de alguma maneira, não apenas como espectador de um evento. Sobage (2005) analisa que, num grau menor, durante a leitura de uma pintura clássica também há diferentes diálogos corporais com a obra,

pela dimensão dessa, que nos afasta ou nos aproxima, numa relação mais intimista ou coletiva, até pública como é o caso do mural. Numa pintura impressionista ou mesmo em outros casos, o nosso andar em direção a ela, muda os aspetos visuais da obra, mas na verdade a obra não sofre mudanças na sua fisicalidade, é a nossa percepção que provoca leituras diferenciadas (Sobage, 2005: 171)

Já nas instalações interativas ressalta-se o aspecto de mudança essencial da obra, podendo o público modificá-la fisicamente mediante sua atuação corporal.

Esse tipo de obra soma vários media e oferece ao público estímulos de natureza visual, auditiva, tátil e olfativa, provocando sensações que demandam a “interconexão dos vários sentidos relacionados durante a exploração espacial, ocorre a sinestesia (do grego, *sunaisthésis, eós*, 'sensação ou percepção simultânea)’” (Guadagnini, 2012: 59). Sérgio Basbaum (2005) adverte que a cultura digital contemporânea parece estar retomando modelos sinestésicos de percepção, ou seja, pessoas que expostas a um estímulo relacionado a uma determinada modalidade sensorial experimentam uma sensação numa modalidade diversa, o que se dá

por meio das relações subjetivas que se estabelecem entre uma percepção e outra pertencente a um sentido diferente, por exemplo, um som que evoca uma imagem, um aroma que evoca uma cor. Neste tipo de instalações, o público caminha pelo espaço e estabelece relações entre os objetos que lhe são propostos e seu corpo. Quando inserido no contexto da instalação, o indivíduo não assume uma atitude contemplativa, “ele é um agente que explora fisicamente a obra, devendo deslocar-se entre as imagens e objetos dentro do espaço, à sua maneira” (Domingues, 1998: 4). Viver essas imagens no espaço real com o corpo em sua totalidade colabora para que a representação proposta no todo da instalação interativa de configure como um sistema, um “processo ao mesmo tempo técnico, sensível e mental” (Domingues, 1998: 3).

As instalações interativas mediadas pela tecnologia digital “mantém esse espaço no qual o público ingressa e encontra algum evento acontecendo, seja uma imagem, som, ou a existência de algum aparato físico” (Sobage, 2010: 62). A presença do interator, através de suas ações físicas, pode causar alterações no ambiente artístico. Essas alterações, proporcionadas por algum “sistema digital que recebe essas informações, processa e devolve para o ambiente uma nova informação” (Sobage, 2010: 62) o que acaba por gerar novos ciclos continuamente.

Sobage (2010) evidencia cinco elementos que compõem o ambiente das instalações interativas digitais. São eles: espaço, público, interfaces, gerenciador digital e dispositivo. Esclarece também que, além dos elementos físicos, há processos que acontecem no tempo: evento, interação e processamento de informações com entrada e saída de sinais. Mais adiante voltaremos a este mesmo esquema para refletir de forma mais densa sobre a instalação *The Pool*.

Na instalação interativa mediada pela tecnologia digital há um intercâmbio não somente da obra com o espaço, mas também da obra com o espectador, que passa a ser chamado de interator, pois o que caracteriza peculiarmente esse tipo de obra é a possibilidade de intervenção efetiva do sujeito, suas ações articuladas com o que é exposto aos sentidos, exigindo interpretação e leitura.

2.4. A emergência do Interator

Alguns autores como Walter Benjamin, Michel Foucault, Roland Barthes e Marcel Duchamp discutiram o conceito de autor durante o século XX. Para Barthes, o autor deveria ser pensado como um autor-função, cuja função gira em torno da recepção, como aquele que emerge através de um corpo de textos, que lhes dá uma unidade separada de outros textos e que os distingue como pertencentes a um grupo identificado com o nome do autor. Barthes trabalha o papel do leitor/espectador como um produtor ativo, em vez de receptor passivo (Drucker, 1994: 127).

Para Foucault, no texto “O que é um autor”, o artista ou o autor é meramente um condutor para aquele que existe culturalmente como uma determinação das ações do discurso. O conteúdo e a forma são regulados por regras invisíveis e não escritas de articulação e composição (Drucker, 1994: 127-128).

Benjamin, em seu texto “Autor como Produtor”, de 1934, coloca o artista como totalmente integrado com seu meio cultural. Para Benjamin, a arte era um instrumento de mudança social, ou ao menos para uma

mudança de consciência, e o artista unicamente situado para promover a consciência por meio da prática artística (Drucker, 1994: 127-128).

Marcel Duchamp foi um dos primeiros artistas modernos a desmistificar os dispositivos nos quais a autoria artística estava construída dentro de um quadro crítico e institucional (Guadagnini, 2007: 39-40). Duchamp utilizou como tema de seu trabalho a desconstrução da categoria cultural do artista. Duchamp construiu em suas obras duas tensões de investigação crítica. Segundo Couchot (2003), o triângulo delimitado por autor, obra e espectador abrem espaço agora a um círculo móvel (Figura 2.1), onde cada um deles não ocupa mais posições definidas:

o triângulo delimitado tradicionalmente pela obra, pelo autor e pelo espectador, vê sua geometria deformada. Para conservar a metáfora, esse triângulo tende a se tornar um círculo. (...) Sobre esse círculo móvel, a obra, o autor e o espectador não ocupam mais posições estritamente definidas e estanques, mas trocam constantemente essas posições, cruzam-se, confundem-se ou se opõem, contaminam-se. Por isso, de agora em diante, há uma flutuação nos termos. A obra oscilando incessantemente entre o virtual e o real, está em perpétuo estado de incerteza e de regeneração. Cada leitura faz dela uma eventualidade singular e única. Constantemente reiterável, ela não é nem acabada, nem inacabada, estados incompatíveis com o tempo ucrônico (Couchot, 2003: 304):

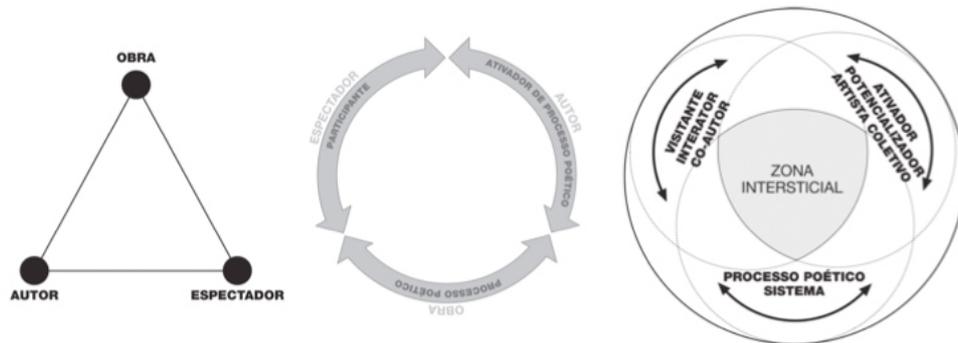


Figura 2.1.: Metáfora autor-obra-espectador (COUCHOT, 2003)

Santos (2009) propõe que a interatividade proporcionada pelo uso de plataformas digitais modificou o modo de se portar diante de uma obra/projeto. De espectador “mero contemplador” à participante, atuando de modo a complementar a obra podendo até modificá-la por completo a partir da interação. Ela cita Couchot (2003) e diz que essa possibilidade de interagir com as obras foi uma das transformações significativas que ocorreu na arte a partir do uso das tecnologias digitais. Ela afirma ainda que, partindo do pressuposto de que a interação sempre existiu, o que se modifica agora é que estamos tratando de interação tecnológica ou interatividade, que tem seu princípio na troca recíproca entre homem e máquina.

Couchot (2003) propõe que, em vez de se falar de “obras de arte”, seria útil pensar num englobamento de “sistemas de arte”, entendidos como os vários componentes da obra, incluindo o observador e suas múltiplas percepções. Para Alves (2009), um sistema é um conjunto de certas regras que serve para estabelecer a relação de interatividade que uma determinada obra vai propor ao seu fruidor. Bernardino (2010) compreende a inserção do público como este sendo mais um elemento disponível na panóplia de elementos que integram a raiz da constituição da obra – ou sistema – de arte.

Caetano (2009) denomina como atuador aquele que interage com a proposta artística, atuando na

“coautoria”, ou seja, no resultado final, visto que os trabalhos em instalações interativas acontecem a partir da intervenção desse atador. Aponta que a arte computacional é marcada pelos processos de criação, pela adoção da interatividade, pelo uso de interfaces de interação, pelo desenvolvimento de dispositivos não convencionais de interação, pela passagem do espectador a atador e pelas propostas abrangentes em arte, ciência e tecnologia.

Giannetti (2006) expõe que o termo espectador e observador, em relação à obra/recepção, tem conotação contemplativa e distanciada. Já a palavra “usuário” provém da palavra “uso” que a pessoa faz do computador ou aparelho e que não é, necessariamente, uma ação interativa. Ela propõe, juntamente com outros autores, o termo interator.

O termo interator torna-se um conceito fundamental em instalações interativas. Ele é o ser que interage com os outros componentes do sistema, ou seja, que também opera como agente de uma ação e não como alguém que atua na coautoria da obra, diferencia-se das parcerias dos processos de produção desta. Teixeira (2009) aborda que o autor da obra continua sendo aquele que concebe o produto artístico, enquanto o interator é aquele que influencia na forma como essa obra é exibida.

O interator, assim, seria aquele que improvisa os caminhos determinados pelo autor e pelas obras nos novos media e, segundo Popper (1993), tem participação no processo criador da obra dependendo da liberdade propiciada pelo artista, já que é somente quando ele “especifica a liberdade pode realmente o espectador entrar no processo criativo” sendo “esta entrada dependente de um balanço entre fantasias estéticas e realidades técnicas” (Popper, 1993: 221). A artista Grace Weir²⁷, em entrevista de 1998, afirmou não estar interessada na ideia do “chamado” media interativo em que não há um autor e afirma que ela permanece sendo a autora que escreve e trilha aquela história. A internet por si só também não a interessa, mas, sim, o que é possível fazer com ela.

A produção neste campo híbrido traz experimentações em que diversos componentes do sistema, como o som, a imagem, e mesmo a própria configuração espacial, são implantadas em novas proporções, incorporando o gesto interativo e a intervenção do interator para que o trabalho se realize. Dessa forma o artista se torna ainda um criador de circunstâncias que podem ou não ser concretizadas como ele as idealizou.

A obra de arte digital não é mais um objeto acabado, aqui ela é obra/projeto/trabalho. Ela está sempre em processo, e depende do público para acontecer. Esse público não é mais contemplador, nem participante, agora ele é interator e atua ativamente na construção da obra, modificando-a a cada interação.

²⁷ *No original: “And I'm not interested in the ideia of so-called interactive media where there is no author and so on – I'm the author, I'm still telling a story. I'm wary of those debates. And the piece is not about QuickTime VR, the technological aspect of the QuickTime VR – it's about the middle of a circular image where there's no beginning or end to it. Technology on its own doesn't interest me – it's what we do with it that interests me.”* Grace Weir. Excerto de *The Eyes Have It*, de Michael Cunningham, Irish Times, 1988.

Capítulo III

3. *The Pool*

Jen Lewin é uma escultora interativa conhecida principalmente por seus trabalhos no campo da arte interativa e participativa. Há mais de uma década que, juntamente com a equipe de seu estúdio em Boulder, Colorado, ela cria peças de grandes dimensões que são tecnologicamente complexas, mas que procuram, ao mesmo tempo, proporcionar uma experiência dinâmica aos usuários. Suas obras, concebidas para o ar livre e para a utilização pública, já foram expostas mais de 30 vezes em espaços públicos ao redor do mundo, tendo *The Pool*, especificamente, sincronizado mais de um milhão de passos de interatores.

Durante os últimos 15 anos Lewin se dedicou a aperfeiçoar seus suportes, cada vez mais avançados tecnologicamente, através da criação de esculturas interativas de grande escala. Foi a procura por uma arte mais interativa e pública que a levou à arte digital. Apesar da sua formação em arquitetura e arte tradicional, Jen sempre foi fascinada pelo digital: “para mim sempre houve algo nas duas coisas (arte tradicional e digital) que era semelhante”, confessou, “(...) é a mesma coisa sentar-me e desenhar um retrato ou sentar-me ao computador e programar”²⁸. Porém, as ferramentas digitais possibilitam-lhe uma abordagem diferente da arte: “permitem-me fazer coisas mais dinâmicas. Adoro o fato de poder usar luz e som para criar uma escultura que é realmente dinâmica”²⁹. Desde formas de som e luz sensíveis que incorporam dança, cortinas de luz criadas a partir de fibras óticas que refletem movimento ou traças robóticas gigantes que vibram em resposta ao toque humano, o uso que Lewin faz da tecnologia como meio de trabalho desafia as concepções populares de novos trabalhos de mídia e suas limitações. Como arquiteta formada, suas peças muitas vezes tem escala de edifícios e salas, ela traz uma visão orgânica e feminina ao trabalho em eletrônica e suas esculturas lúdicas propõem experiências e ambientes que envolvem os espectadores através da relação dos mesmos com suas obras, espaços físicos e poéticas.

No contexto desta pesquisa, optou-se por analisar *The Pool by Jen Lewin* no Centro Comercial Colombo pelo fato de esta obra possuir um sistema dinâmico em que suas regras modificam-se a partir da interação dos usuários e da obra. Dentro do contexto de novos espaços para manifestações artísticas, o projeto *A Arte Chegou ao Colombo* designa um espaço adequado para o desenvolvimento do objeto de estudo em questão. No âmbito de *The Pool* o Centro Comercial Colombo se torna casa de cultura e atua como espaço de encontro e experimentação cultural e artística.

The Pool é um ambiente de grandes círculos concêntricos criados a partir de discos interativos. Ao adentrar na instalação o interator mergulha num mundo em que o jogo e movimento colaborativo criam efeitos de luzes e cores: imagine uma tela gigante em que se pode pintar e respingar luz de forma colaborativa. Como vários usuários interagem simultaneamente na “piscina”, suas interações se tornam padrões de mudança e desbotamento³⁰ de cores.

²⁸ Trecho de entrevista de Jen Lewin concedida ao site Observador. Fonte: <http://observador.pt/2014/09/18/arte-de-jen-lewin-centro-colombo/>, Consultado em 1 de Setembro de 2015.

²⁹ Trecho de entrevista de Jen Lewin concedida ao site Observador. Fonte: <http://observador.pt/2014/09/18/arte-de-jen-lewin-centro-colombo/>, Consultado em 1 de Setembro de 2015.

³⁰ No original: *fading*. Fonte: <http://jenlewinstudio.com/art/>, Consultado em 1 de Setembro de 2015.

A instalação foi criada como projeto em 2008 como obra para o Burning Man³¹, nos Estados Unidos, mas a sua idealização é muito anterior. A ideia original veio de quando Lewin estava, aos 19 anos, acampando na Austrália, e havia poças de água que a maré deixava na areia, formando milhas e milhas de piscinas cheias de água. A medida que a lua aparecia, sua luz refletia nessas piscinas formando uma cena lúdica, e a artista, extremamente inspirada por aquela visão, quis fazer uma obra de arte que capturasse tal ideia (Lewin, 2015).

As próprias raízes etimológicas da palavra “*pool*” (originalmente em inglês) nos levam a dois sentidos: primeiro e mais comum, como substantivo, temos uma área de água parada, ou pequeno acúmulo de líquido³². Há também, menos usual, o sentido de “*pool*” como verbo, a significar combinar, amalgamar, misturar, unir forças, ligar, fundir, juntar, compartilhar³³. Foi a junção de ambos significados aplicado à cena inspiradora que a artista vislumbrou na Austrália que efetivou *The Pool* como instalação.

Uma vez idealizada, foram necessários vários anos até que a estrutura estivesse completa, já que quando foi pensada, as luzes LED ainda não existiam e, sendo a peça dependente dessa tecnologia, foi preciso aguardar até que ela estivesse disponível para uso, afirmou Lewin em entrevista concedida especialmente para a dissertação em questão. A obra é tecnologicamente rebuscada, mas não é isso que faz dela especial, afirma a artista: é o seu alto potencial interativo que aproxima as pessoas. O verdadeiro objetivo sempre foi criar uma peça de “arte pública”, que permitisse às pessoas não só interagir com a própria obra, mas também umas com as outras, criando um momento de comunicação e interação.

3.1. The Pool: Instalação Interativa mediada pela tecnologia digital

A instalação só funciona mediante interação do público, já que o efeito criado por ela é desencadeado pela ação do utilizador, que deve interagir com a peça, pisando nos vários discos. A experiência muda também consoante o número de participantes e a capacidade de estes se envolverem uns com os outros, uma vez que, nas palavras de Jen Lewin, “os discos todos juntos criam matrizes de cor complexa, surpreendentes e imprevisíveis com a interação dinâmica entre os indivíduos e a instalação” que, uma vez funcionando, inerentemente interativa, cria sua própria forma de comunidade. Dependendo da pressão do pé e da velocidade, as diferentes bases circulares criam variados efeitos de luz, cor e som, criando, de acordo com Emília Tavares,³⁴ embaixadora da exposição em sua ida à Lisboa, no Centro Comercial Colombo, “uma vasta pintura de cor e intensidade sempre mutáveis” produzida pelo próprio público.

Para analisar a obra vamos retomar o esquema proposto por Sobage (2010), em que são vistas individualmente as oito categorias que, de acordo com ele, constituem uma instalação interativa, sendo essas espaço, público, interfaces, gerenciador digital, dispositivo e os processos evento, interação e processamento

³¹ Burning Man é uma espécie de festival de contracultura realizado anualmente desde 1986 em Black Rock Desert, em Nevada, nos Estados Unidos. Com público que ultrapassa a margem das 50 mil pessoas o festival conta com shows e performances variadas. Retirado de <http://revistatrip.uol.com.br/81/burningman/home.htm>, Consultado em 1 de Setembro de 2015.

³² No original retirado do dicionário de Cambridge: *POOL (noun) : a small area of usually still water, or a small amount of liquid*

³³ No original retirado do site oficial de Jen Lewin (<http://jenlewinstudio.com/art/>): *POOL (verb) : combine, amalgamate, blend, join forces, league, merge, out together share*, Consultado em 1 de Setembro de 2015.

³⁴ Fonte: <http://observador.pt/2014/09/18/arte-de-jen-lewin-centro-colombo/>, Consultado em 1 de Setembro de 2015.

de informações com entrada e saída de sinais.

Na instalação o público ingressa e encontra algum acontecimento (evento), seja uma imagem, um som ou a existência de algum aparato físico, ou mesmo um espaço vazio à primeira vista. A simples presença do público no espaço, através do andar ou de alguma ação física (como já vimos: falar, movimentar-se, contato com algo etc.) pode causar alterações no ambiente. E, acrescentamos, na compreensão sensível e cognitiva do sujeito, uma vez que sua percepção espacial realiza e atualiza a vinculação do ambiente ao corpo e seus deslocamentos. O autor propõe que essas alterações são proporcionadas por algum sistema digital que recebe essas informações, processa e devolve para o ambiente alguma nova informação, provocando assim um novo ciclo, incessantemente (figura 3.1).

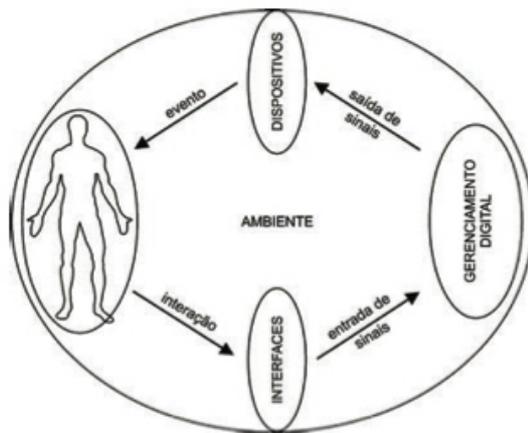


Figura 3.1.: Esquema de funcionamento de instalação interativa (Sobage, 2010)

Sobre o espaço e a organização espacial da instalação, Sobage afirma que o mesmo deve estar relacionado aos conceitos da obra. O espaço aberto ou fechado implica em tornar público o que as pessoas vivenciam, ou isolar visualmente os acontecimento daquele espaço. No caso de *The Pool*, temos um espaço demarcado pelos discos em que a instalação funciona. O escuro ou o claro do espaço está relacionado à construção do ambiente pela luminosidade, e não por necessidades técnicas (Sobage, 2010: 63-64):

para controle de brilho, o trabalho de Jen Lewin não é visível do exterior. Em vez disso, a cobertura apresenta-se como uma grande tela de tecelagem circular que destaca o processo manual que caracteriza a construção deste espaço cúpula, trazendo uma única textura têxtil (LIKEarchitects, 2014)

Uma instalação não precisa, por regra, ser ou estar numa sala retangular, fechada e escura³⁵. Pode ter todas as formas possíveis, adaptando-se aos objetivos do projeto em questão.

Para falar de interfaces é preciso esclarecer que é através delas que a interação do público com o sistema acontece. Seu conceito é de fato amplo e polêmico, pode considerar desde um rato de computador, o programa utilizado e, no caso de *The Pool*, os discos sensíveis. Grau (2007) afirma que a interface pode assumir muitas formas, e que é nela, a ser usada pelo observador ativo de acordo com as regras do mundo particular da “ilusão”, que as estruturas de simulação projetadas para comunicação encontram-se com os sentidos humanos. Segundo alguns especialistas, a evolução das interfaces vai no sentido de desenvolver

³⁵ Através do desenvolvimento da tecnologia e da melhora dos equipamentos, “o ambiente escuro passa a ser uma opção e não uma condição necessária para a existência da obra” (Sobage, 2010: 63). O autor aponta que a configuração do espaço e suas características faz parte da construção do ambiente que vai influir na atuação do público, afetando todos os seus sentidos.

uma certa 'tactilidade' ou 'gestualidade'³⁶.

Genericamente, segundo Venturelli (2004), os ambientes das instalações interativas poderiam ser classificados em três tipos: estático, quando a obra responde sempre da mesma maneira; dinâmico, quando responde de forma diferente a cada vez que é acionada; e autônomo, em que o sistema gradualmente cria suas próprias regras e sua existência depende integralmente das interações que consegue realizar. Observa-se que *The Pool* possui um sistema dinâmico, pois suas regras modificam-se a partir da interação dos indivíduos com a obra, ou seja, os padrões de luz e cor modificam-se à medida que cada interator aciona um disco. Ainda que com regras pré-programadas ou pré-documentadas, os discos reagem de forma diferente aos estímulos humanos, e mostram padrões únicos.

Sobre a interatividade, Plaza (2000: 23-29) indicou haver três níveis de relação entre público e obra. O primeiro seria a obra aberta, em que o público pode participar dela através de sua interpretação. O segundo surge na obra participativa, em que a obra já existe fisicamente e o público vai vivenciá-la. E, enfim, o terceiro, a obra interativa propriamente dita, em que a obra está relacionada à tecnologia digital, que possibilita a virtualidade das informações, que se atualizam somente com o contato do público.

O caráter interativo da obra fica evidente quando entende-se que, para experimentar plena capacidade de cor e luz da escultura, os usuários tem de se envolver com outros participantes, já que a interação varia dramaticamente dependendo do número de usuários envolvidos. Esta interação dinâmica entre os indivíduos e a escultura cria ambientes que vão desde curiosos e divertidos com poucos participantes, a energéticos e competitivos círculos com muitos usuários envolvidos.

The Pool é formada num ambiente interativo, dialógico, possui um espaço sensível à ação do interator através de diferentes níveis de imersão e por funcionar como convite eficiente à interação entre humano e plataforma e entre plataforma, computador e plataforma. Através do caráter interativo da obra a conectividade humana é explorada de forma intensa, e

a obra realiza-se com a ação do público, o que a potencializa desde logo para um universo de afabilidade. A associação de som e cor é dos binômios mais eficazes na conduta perceptiva dos seres humanos, logo, este trabalho de Jen Lewin explora esta conectividade de forma muito intensa, com resultados muito eficazes (Tavares, 2014)³⁷,

refere a embaixadora da exposição, Emília Tavares.

Lewin cria o ambiente de interação em que é a própria obra o ambiente interativo que permite ao usuário conviver com graus variados de possibilidades. O usuário não observa a obra passivamente, até porque ela não preexiste ao relacionamento com o indivíduo: o indivíduo vai

de usuário a interator, isto é, vai de um grau de interação limitado quando o objeto artístico está fechado em alternativas determinadas até um grau de interação profundo onde o próprio espectador torna-se autor, quando acrescenta à obra visões que o autor não previa. Portanto, autor-obra-espectador transformaram-se em algo único, permitindo num ambiente lúdico um grau de sinergia muito profundo (Hildebrand, 2007, *apud* Guadagnini, 2007)

As ações dos indivíduos, no contexto das instalações interativas, já estão potencializadas no projeto.

Os caminhos e experimentações, embora sejam

³⁶ Ver sobre noções de tactilidade e gestualidade em interfaces digitais em Tognazzine, Bruce, Interface, in *Oltre il Villaggio Globale*, Electa, Milão, 1995.

³⁷ Fonte: <http://observador.pt/2014/09/18/arte-de-jen-lewin-centro-colombo/>, Consultado em 1 de Setembro de 2015.

“*a priori* praticamente impossíveis de serem vivenciados um a um (nem pelo próprio autor, e o interesse e nem a proposta é essa), estão dentro de uma matriz pensada e elaborada dentro de um campo do possível, mas nem por isso menos poético ou surpreendente” (Prado, 2003: 157),

e refletem escolhas pessoais dos indivíduos interatores. As pessoas se enxergam na obra. *The Pool* já esteve em várias partes do mundo e Lewin afirma que as reações das pessoas são muito semelhantes. Crianças e jovens são os primeiros a interagir, enquanto adultos primeiramente observam e logo depois se juntam às crianças. As pessoas conversam, afirma Jen: “penso que esta peça é muito lúdica e que traz à tona a nossa natureza humana, de sermos mais brincalhões e alegres, e essas são emoções transversais a qualquer cultura” (Lewin, 2015).

Distanciando-se da postura contemplativa presente nas galerias modernistas típicas, onde, “como nas igrejas, não se fala no tom normal de voz; não se ri, não se come, não se bebe, não se deita nem se dorme; não se fica doente, não se enlouquece, não se canta, não se dança, não se faz amor” (O’Doherty, 2002: 19), o público de *The Pool* e de arte digital em geral pula, grita, se envolve com e é envolvido pela obra. Nestes espaço é permitido e esperado que se fale alto, ria, cante, deite, jogue e o que mais for proposto pelo artista.

3.2. *The Pool* by Jen Lewin: A Arte chegou ao Colombo

The Pool desembarcou em Lisboa como parte do projeto *A Arte Chegou ao Colombo*, desenvolvido pela agência cultural *State of the Art*³⁸ para o Centro Comercial Colombo, localizado na freguesia de Carnide, em Lisboa, Portugal. Inaugurado em 1997, o Centro Colombo é o maior centro comercial de lazer da península ibérica, que, em 2011, já apresentava média de aproximadamente 25 milhões de visitantes por ano, de acordo com dados apresentados pela Sonae Sierra³⁹.

O projeto surgiu com o objetivo de contribuir para a divulgação e promoção de atividades culturais e aproximar os visitantes do Centro Colombo das diversas manifestações artísticas. Em atividade desde 2011, o programa é anual e já fez parcerias com o Museu Berardo⁴⁰ e com o Museu de Arte Nacional Antiga⁴¹, ambos portugueses, tendo também desenvolvido, em 2012, uma exposição dedicada a Andy Warhol, em 2014, a exposição com a obra de Jen Lewin, e por último, em 2015, uma montagem que traça um paralelo entre as obras de Salvador Dalí e o inferno de Dante Alighieri.

O funcionamento do projeto se dá a partir de um concurso anual a várias entidades, em que o Centro Colombo recebe propostas sobre ideias e conceitos que podem acontecer no âmbito do programa. A *State of the Art*, como agência cultural contratada pelo Centro Comercial, responde pela concepção de todas as atividades do projeto: faz desde a seleção ao *sourcing* dos artistas, além de toda a orçamentação, ou seja, a adequação da verba disponibilizada pela organização e as possibilidades do trabalho que será desenvolvido.

Há sempre, durante o processo de escolha das obras que farão parte do projeto, um *briefing* a ser

³⁸ <http://www.sotaart.com/>

³⁹ Sonae Sierra Press Release, 2011. Disponível em: http://www.sonaesierra.com/pt-PT/pressroom/news/2011/1453/Centro_Colombo_eleito_Melhor_Centro_Comercial_em_Portugal_pela_segunda_vez_consecutiva.aspx

⁴⁰ <http://www.museuberardo.pt/>

⁴¹ <http://www.museudearteantiga.pt/>

seguido, em que geralmente as especificações giram em torno não apenas das características artísticas necessárias, mas também dos objetivos de marketing da organização. As obras, em suma, terão de ter caráter inovador e impactante, gerar tráfego. A *State of The Art*, pontua Astrid Sauer, CEO da empresa, em entrevista concedida para esta dissertação, é uma empresa que trabalha como agência de arte e cultura para criar projetos quem tem valor artístico, mas que também são reconhecidos pela imprensa cultural. Como agência, a *State of the Art* prepara os projetos de maneira completa, com o objetivo de transformar mensagens de comunicação em algo diferente, através de suportes novos que não se prendam aos tradicionais de comunicação e publicidade, a fim de criar, “através da cultura, outros argumentos de comunicação para, de um lado, tentar criar benefícios para os artistas, para os criativos com quem trabalham(os), e por outro lado criar valor aos projetos para os (nossos) clientes” (Sauer, 2015)

No caso de *The Pool*, Astrid afirma que Jen Lewin é uma artista de reconhecimento mundial e sua instalação é uma obra com elevada criatividade, com forte componente comunicativa e interativa que é construída no sentido de incentivar os sentidos dos participantes (Sauer, 2015). Ainda, por outro lado, “a exposição *The Pool by Jen Lewin* está em total sintonia com os objetivos da Política de Arte Pública da Sonae Sierra⁴², em que se pretende contribuir para a divulgação e promoção de atividades culturais que aproximem os visitantes do Centro Colombo às diversas manifestações artísticas”⁴³, refere o diretor do Centro Colombo, Paulo Gomes.

A Arte Chegou ao Colombo é uma estratégia de marketing cultural, uma extensão do marketing empresarial, que “utiliza as atividades artísticas como ferramenta de comunicação”, com o objetivo de promover o Centro Comercial Colombo como marca (Almeida, 1992: 15), de “fixar (esta marca) por meio de diversas ações culturais, tais como a música, a arte, o desporto, a literatura, o cinema, o teatro” (Fischer, 2002: 19) ou, neste caso, uma instalação interativa. Como parte de uma estratégia de comunicação, o projeto elaborado pela agência *State of the Art* visa

à promoção, defesa, ao patrocínio e à valorização de bens e padrões culturais, sejam de cunho literário, científico, artístico, educacional, e a vinculação desses valores com a empresa para a valorização da marca ou da instituição, perante os agentes económicos.⁴⁴

Dessa maneira, uma vez decidida a parceria, a produção envolveu desde a seleção de curadores, a definição de estratégias de comunicação e a busca por outros profissionais que poderiam, juntos, agregar valor e consumir o projeto. Além da artista, Jen Lewin, da *State of the Art*, como agência, do Centro Comercial Colombo, como instituição fomentadora do projeto, houve também os arquitetos do estúdio português LIKEarchitects, responsáveis pelo desenvolvimento da estrutura que abrigou a instalação, e o maestro Rui Massena, que compôs as músicas que acompanham *The Pool* durante seu período em Lisboa.

The Pool é uma obra que caracteriza bem o caráter de “cultura viva” a que se refere Teixeira Coelho

⁴² A Sonae Sierra é uma empresa internacional especializada em Centros Comerciais. Entendendo a Arte Pública nos centros comerciais enquanto qualquer elemento arquitetónico ou artístico que, através de seu conteúdo ou forma, se relacione com o público de forma significativa, nomeadamente melhorando a experiência, a percepção e a identidade do espaço onde se insere, a Sonae Sierra propõe-se promovê-la nos empreendimentos comerciais que desenvolve/gere, de acordo com os pressupostos da presente política. Com o Projeto de Arte Pública a Sonae Sierra se propõe a fomentar a criação artística através da Arte Pública, concebendo ou renovando, sempre que viável, os seus edifícios para manifestações culturais. Fonte: <http://www.sonaesierra.es/media/94113/politicadeartepublica.pdf>.

⁴³ Fonte: <http://observador.pt/2014/09/18/arte-de-jen-lewin-centro-colombo/>, Consultado em 1 de Setembro de 2015.

⁴⁴ Fonte: Fundação João Pinheiro (FJP), Cadernos do CEHC – nº8, 2002.

(1986), em que o foco não é o produto, mas o processo: seu início é claro, mas o fim da experiência não é determinado e suas etapas não tem pré estabelecimento. Desde a produção do projeto e montagem da instalação *The Pool* se propôs a estabelecer vínculos efetivos com seu entorno, desenvolvendo-se de forma que a qualidade processual do acontecimento foi fundamental. Esta qualidade do trabalho implica em comprometimento, dedicação, envolvimento mediante proposta clara e, para tanto, os profissionais envolvidos tem que ser qualificados e conscientes em relação ao valor do processo em questão. *The Pool* é obra de arte social, no sentido de que para a qualidade do trabalho várias pessoas e instituições participaram do processo.

Os arquitetos, especialistas na concepção de suportes efêmeros para exposições (Sauer, 2015), já haviam aparecido como colaboradores na exposição de Andy Warhol, e foram contactados novamente para a montagem de *The Pool* no Centro Comercial Colombo. Em relação à montagem, Lewin mostrou inicial preocupação: foi a primeira vez que a instalação foi montada num centro comercial com horários delimitados, o que gerou certa apreensão, uma vez que centros comerciais fecham durante a noite, e *The Pool*, sendo uma obra inicialmente pensada como noturna, talvez perdesse significado (Lewin, 2015). Jen trouxe uma alternativa para o problema e pontuou que a única maneira de levar a instalação para dentro de um centro comercial seria desenvolver uma grande abóboda que a abrigasse por completo.

Sugeridos pela *State of the Art* e aprovados por Jen Lewin, os LIKEarchitects desenvolveram e construíram toda a estrutura no Centro Comercial Colombo. Mediante um *briefing* proposto pela agência e aprovado pela artista, o projeto passou por diversos agentes, pois são “várias condicionantes que tem que ser negociadas e aprovadas” (Sauer, 2015), o que reafirma uma das principais características desse novo circuito do qual a arte digital faz parte, que tem caráter amplo e conta com

vários agentes, formando uma rede composta dos organizadores das mostras; da iniciativa privada que as patrocina; dos departamentos jurídicos e de *marketing* das empresas que as viabilizam; de representantes da política cultural que incentivam por medidas fiscais o investimento das empresas; da seguradora que as garante; do crítico que as interpreta; dos assessores de imprensa que se repercutem no mundo mass-midiático; dos *webdesigners* que as recriam em sites e portais; de jornalistas e críticos, ligados ou não às galerias e aos museus, que as divulgam; dos curadores que em regra as convertem em eventos culturais; além de *groupies*, *promoters*, *snobs*, *camp*s, celebridades etc. (Fabbrini, 2009: 259-260)

Para alguns críticos, essa rede, cada vez mais trançada, seria a condição de possibilidade da democratização do acesso à cultura, ou, em outros termos, da reprodução simbólica da sociedade.

Em relação à democratização, Teixeira Coelho (1986) ressalta pontos importantes que devem orientar a ação cultural realizada por um centro ou casa de cultura. Para ele o trabalho realizado deve “democratizar o acesso à criação e facilitar o acesso à produção da cultura”. O objetivo maior das ações de uma casa de cultura, portanto, seria o de fazer com que os indivíduos se conscientizem de si e do coletivo através da experiência criativa e do contato com a arte. A relação entre a casa de cultura e a cidade é também fundamental, ele afirma: não se pode fazer uma cultura distanciada da realidade na qual vivem os indivíduos e os grupos, de maneira que o centro cultural deve se relacionar com a comunidade e os acontecimentos locais.

Seguindo o *briefing* passado pela agência cultural, os arquitetos tiveram de construir um espaço que fosse “fechado, (para criarmos) um ambiente escuro, e tinha que ser completamente branco no interior” (Sauer, 2015). Procurou-se criar um espaço imersivo, que conscientiza o ato de entrar através da vontade em descobrir um espaço que não é completamente perceptível desde seu exterior. Ao mesmo tempo, a ausência de barreiras físicas procura libertar a movimentação dos visitantes na apropriação do espaço, preparando-os para a interação com a obra de Jen Lewin.⁴⁵

Assim foi desenvolvida a estrutura wonderWALL, como é chamada pelos próprios LIKEarchitects. Construída com cerca de 20.000 tiras de tecido preto,

o museu temporário é totalmente suspenso a partir da claraboia na praça central do *shopping center* e apresenta uma pele abstrata que oscila com fluxos de ar criadas pelo movimento das pessoas. O espaço cilíndrico procura enfatizar a centralidade da obra de arte exposta, reforçada pela abdicação de uma entrada principal em favor de uma fachada totalmente permeável que dissolva a entrada ao longo de toda a periferia do espaço (LIKEarchitects, 2014)⁴⁶

wonderWALL foi montada na praça central do centro comercial, ou seja, havia setecentos metros quadrados disponíveis para a construção do pavilhão. O processo de montagem demorou cerca de quatro noites: primeiro construiu-se a base, feita de alumínio e ferro, e depois foram colocadas as várias tiras de tecido, costuradas umas com as outras, e então a estrutura foi elevada e presa por dezesseis cabos de aço através da cúpula da abóboda, pesando em sua totalidade cerca de duas toneladas em centro e cinquenta metros quadrados (Sauer, 2015).⁴⁷

O projeto *A Arte Chegou ao Colombo* se enquadra na perspectiva de que, em relação à arte digital, começa a haver, a partir dos anos de 1990 e especialmente nos primeiros dez anos do século XXI, uma maior percepção da modalidade por parte das empresas e instituições que trabalham com tecnologia e de institutos culturais ligados à iniciativa privada, o que contribui para o fomento do espaço artístico. Conforme Cauquelin (2005), no cenário internacional esse movimento é perceptível e

(...) a arte nascida das tecnologias de comunicação segue seu caminho, mesmo fora da sociedade pensante. Ela encontra apoio entre os que tem interesse em seu desenvolvimento os industriais, as grandes empresas internacionais de microeletrônica, os produtores de filmes, ou simplesmente pesquisadores de informática (Cauquelin, 2005: 158)

e, ainda, empresas sensíveis a novas formas de comunicação.

Ana Carla Reis (2007) trata da economia da cultura na contemporaneidade e demonstra que, a partir da década de 1980, o marketing cultural ganha destaque e investimento entre as empresas. Ela define os objetivos de uma empresa ao financiar o marketing cultural:

“(...) associação de imagem, promoção do conhecimento da marca (*awareness*), ação de marketing interno e recursos humanos (*endomarketing*, treinamento, promoção da criatividade), atração ou retenção de talentos” (Reis, 2007: 87)

A autora ainda explica o financiamento da arte neste contexto, a partir as relações entre produção e consumo, tratando de museus, aparelhos culturais e mercados da arte.

⁴⁵ Fonte <http://www.likearchitects.net/#/projects/wonderwall/>, Consultado em agosto de 2015.

⁴⁶ Fonte <http://www.likearchitects.net/#/projects/wonderwall/>, Consultado em agosto de 2015.

⁴⁷ Aberta ao público em 16 de setembro de 2014, *The Pool by Jen Lewin* obteve resposta positiva do público, que afluíu em contingência ao espaço expositivo. De acordo com informação concebida por Astrid Sauer (2015), foram mais de 130 mil visitantes.

Muruga (2014) mostra que a crescente valorização da “economia criativa” por parte das agendas governamentais é uma consequência da interseção de certos fatores que identificam a sociedade de hoje. Para Castells (2001), as transformações tecnológicas e organizativas geram uma “outra economia” centrada no conhecimento e na informação como bases de produção. Para Cláudia Leitão⁴⁸, “países como a Austrália, a Turquia e a China vem apoiando, por meio de políticas públicas, a criatividade como insumo de inovação” (Leitão, *apud* Muruga, 2014: 27) e reconhecível que esta nova economia está crescendo graças à sociedade do conhecimento e às novas tecnologias, e que por isso não é possível separar as possibilidades de crescimento das expressões artísticas e culturais do visível avanço das TIC⁴⁹. Para Hartley (2005, *apud* Reis, 2008) o conceito de economia criativa inclui cultura e tecnologia:

A ideia de indústrias criativas trata de descrever a divergência conceitual e a prática das artes criativas (talento individual) com as indústrias culturais (escala massiva), no contexto das novas tecnologias da informação e da comunicação (TIC) numa nova economia do conhecimento, para uso dos novos consumidores-cidadãos interativos (Hartley, 2005, *apud* Reis, 2008: 21)

Reis (2007) evidencia que o financiamento público dos museus tradicionais é, muitas vezes, insuficiente para manter ou transformar tais instituições e adequa-las ao desenvolvimento desta “economia criativa”. Dessa forma, mesmo que os museus tenham uma função maior que sua estrutura física e necessitem de verbas compatíveis para desempenhá-las (Reis, 2007: 119), eles tornam-se obsoletos em relação à arte digital, seja pela falta de infraestrutura técnica, de incentivos ou de profissionais qualificados para atender às demandas da produção. Isso gera a abertura de espaço para que organizações privadas assumam o papel de financiadoras, disseminadoras e legitimadoras da arte, construindo um campo próprio e impondo a ele suas próprias regras.

Assim o Centro Comercial Colombo caminha ao lado da efervescência dos chamados centros culturais, cuja criação

coincide com a tendência mundial de construção de museus monumentais, que, além de estarem voltados para receber um público bem maior, concentram atividades das mais diversas – livrarias, restaurantes, lojas, bibliotecas, etc. - tornando-se também, eles mesmos, objeto de atração do público (Dabul, 2008: 263)

O centro comercial se torna um museu:

como os grandes centros de compras ou os aeroportos, o museu constrói suas pequenas narrativas espaciais ao redor de objetos ou serviços. A relação dos indivíduos com o espaço é mediada por interfaces comunicativo-relacionais que exercem a função de atração, recepção, informação e orientação espacial, controle, segurança, quantificação e disponibilização de serviços e áreas de consumo (Sperling, 2005: 8)

⁴⁸ Secretária da Economia Criativa do Ministério da Cultura (2011- 2013), Ver mais em: <http://www.cultura.gov.br/documents/10913/636523/PLANO+DA+SECRETARIA+DA+ECONOMIA+CRIATIVA/>

⁴⁹ Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs)



Figura 3.2.: LEONG, Sze Tsung (2001: 736), “...And then there was a Shopping”, Harvard Design School Guide to Shopping, Barcelona, Taschen.

Se falarmos do aspecto mercantil e dos lucros no mercado cultural, vemos outros indícios que evidenciam o valor em espécie destes novos espaços artísticos. Leong, em seu texto “... *and then there was a shopping*”⁵⁰, apresenta comparativamente a facturação da loja do Museu de Arte Moderna de Nova York⁵¹ (R\$1.750,00 por pés quadrados de área de venda) e o de um grande centro de compras, o Mall of America⁵² (US\$600,00 por pés quadrados de área de venda), acrescentando que desde o ano de 1992 o espaço de galerias nos Estados Unidos cresceu 3% enquanto as lojas de museus ampliaram seu número em 29%. Em “*Captive*”⁵³, o mesmo autor apresenta diagramas elucidativos da posição central que as áreas destinadas ao consumo vem ganhando nos programas de aeroportos; estes tornaram-se centros de compras em grande escala interligados por serviços de transporte aéreo” (Sperling, 2005: 8).

O fato de uma instalação de arte estar situada num centro comercial favorece para que o visitante se envolva com variadas outras atividades num mesmo contexto: os indivíduos não apenas observam a obra de arte como prática isolada,

efetuada a seco nas (tradicionalis) exposições de arte. Nelas, a maioria dos indivíduos faz muitas outras coisas além de observar obras. Os visitantes (...) namoram, brincam, estudam, conversam, caminham, dão uma olhada na exposição, etc. E mesmo a observação da obra (...) é mesclada com outras; por exemplo, observam esculturas enquanto conversam, brincam, convivem (Dabul, 2008)

É devido a esta concentração de eventos no mesmo espaço físico, num lugar central, de fácil acesso da cidade, e a preços baixos ou gratuitos, que,

além de propiciar aumento e heterogeneidade do público, favorece a variação, novas configurações na sua presença. Muitas visitas são feitas rapidamente, por exemplo, como espera de alguma atividade para a qual aqueles atores sociais, os visitantes, mobilizaram-se especialmente – um filme, uma peça de teatro, uma performance (Dabul, 2008: 262),

um passeio ao centro comercial, uma visita a uma loja específica, uma ida ao cinema.

Astrid comenta que a *State of the Art*, como agência cultural, acredita colaborar para a “impulsão da sociedade a nível cultural”, uma vez que consegue-se comunicar com pessoas que, “pelo fato de não se deslocarem facilmente ao museu”, não são confrontadas com arte. A obra, ao estar inserida no ambiente do centro comercial, favorece a diversificação do público de arte, uma vez que este também é “composto por indivíduos que nem sempre tiveram como prática esse contato com o espaço, com os agentes e com os

⁵⁰ Leong, Sze Tsung (2001: 129-156), “...*And then there was a Shopping*”, Harvard Design School Guide to Shopping, Barcelona, Taschen.

⁵¹ <http://www.moma.org/>

⁵² <http://www.mallofamerica.com/>

⁵³ Leong, Sze Tsung (2001: 175-192), “*Captive*”, Harvard Design School Guide to Shopping, Barcelona, Taschen.

objetos apresentados nas exposições” (Dabul, 2008: 269) e que, ainda que sirva apenas como um facilitador, “contribui para a democratização cultural em geral” (Sauer, 2015). Pensar no acesso cultural é pertinente porque traz questões correlacionadas à percepção da cultura como agente de transformação social, como mostra documento gerado pelo grupo de trabalho de especialistas da União Europeia, *Open Method of Coordination* (OMC). É importante refletir sobre o

direito de tomar parte na vida cultural como uma questão de igualdade de oportunidades, (o entendimento) da cultura como um facilitador da inclusão social e a participação como um modo de superar a divisão de classes e como chave para a competência e base da criatividade (Muruga, 2014: 30).

O Centro Comercial Colombo defronta-se com o desafio de aproximar seus visitantes da obra de arte exposta em suas dependências, de maneira que surge a necessidade de condução da demanda, de forma a possibilitar o acesso. Neste sentido o desafio de pôr o sujeito em contato com a obra seria a primeira tarefa do Colombo como centro cultural, que a sua maneira se propõe um agente de democratização cultural. De acordo com Miranda (2003), é esse contato que irá influenciar

a formação do gosto, a fixação de preferências, a expressão de admiração, a consolidação de hábito, a capacidade de discernimento crítico, a aptidão para estabelecer um diálogo com a obra, bem como a capacidade de pronunciar, a respeito delas, alocações que se projetem para além do prosaico e singelo gostei/não gostei (Miranda, 2003: 30),

e sem esse contato a efetivação de novos públicos mais críticos e informados não seria possível, afirma Miranda (2003).

Neste caminho é visível o interesse do público por festivais e eventos que envolvam a arte digital, e Astrid (2015) chama atenção para os números, já que *The Pool by Jen Lewin* contou com mais de cento e trinta mil visitantes em oito semanas:

Para comparar a um museu, o museu público mais visitado, que é o museu dos coches, tem um milhão por ano, ou seja, cem mil por ano. A exposição mais visitada de sempre em Portugal, que é a da Joana Vasconcelos, no Palácio da Ajuda, tinha duzentas e trinta e cinco mil pessoas, mas em cinco meses. Nós estamos a falar em cento e trinta mil em dois meses e não cinco meses (Sauer, 2015).

A Arte Chegou ao Colombo é um projeto que evidencia as constatações de que novos museus, ou, de forma geral, espaços artísticos, estão, a cada dia mais, a confirmar a afirmação de Arantes (1991), que questiona o fato de que

as longas filas que se formam à entrada dessas novas 'casas de cultura' nem sempre se devem ao antigo amor à arte, concentrada no acervo do museu, mas às múltiplas atrações (oferecidas nestes espaços). Já não é mais tão óbvia a distinção entre um museu e um *shopping center* (Arantes, 1991: 161).

O documento da OMC trata também da questão da eliminação das barreiras como um dos fatores principais para pensar sobre o acesso cultural: barreiras físicas, financeiras, geográficas e, principalmente, barreiras intangíveis fazem com que os indivíduos não se aproximem do objeto artístico. Essas barreiras intangíveis tem a ver com “os interesses, as escolhas de vida, a educação, ou seja, com o *habitus* dos indivíduos e também com a percepção que ele tem sobre as instituições culturais, que muitas vezes são consideradas elitistas” (Muruga, 2014: 30).

Sobre barreiras intangíveis e o *habitus* (Bourdieu, 2003) dos indivíduos, cabe uma observação direcionada em relação ao envolvimento dos mesmos com *The Pool*. Ainda que, para Jen Lewin, as reações

das pessoas em relação à obra sejam aproximadas, no sentido de que há uma certa ordem de quem interage primeiro, as reações dos indivíduos no Colombo foram, dentro da similaridade, variadas. De facto, como afirma a artista, de forma geral, crianças e jovens tendem a interagir mais prontamente, seguidos por adultos relativamente mais receosos. As particularidades, entretanto, tem de ser levadas em consideração, visto que, num contexto essencialmente português, um jogo de futebol do Benfica⁵⁴, cujo estádio fica a uma distância de metros do Centro Comercial Colombo, foi possível perceber uma maior receptividade por parte dos visitantes em relação à instalação. Muitos dos visitantes naquele dia eram adeptos, sujeitos que se identificavam uns com os outros mediante, inclusive, ao uniforme que trajavam. Houve, naquele momento específico, uma quebra de barreira. Foi através de um jogo de futebol que vários indivíduos se sentiram mais próximos, mais bem-vindos, mais íntimos de um ambiente que anteriormente se mostrava a eles de maneira austera e distanciada.

Evidentemente existem críticas fundamentadas acerca do perfil de obras apresentadas nestes novos centros culturais, já que, por se tratar de experiência coletiva com esses atributos de entretenimento, “o público muitas vezes a caracteriza como *diversão*” (Dabul, 2008: 273). As críticas giram em torno, também, da participação do visitante. Como qualidade intrínseca à instalação, a interação e a participação do público também tem sido mal compreendida, como sendo uma necessidade de atuação sobre, e não com, o material exposto, o que transformaria a obra em mero jogo lúdico, “o que pode ser tão somente a condição criada pelo artista de provocar percepções por meio de coordenadas relacionais presentes no trabalho.” (Barros, 1992: 2).

Os aspetos lúdicos de interatividade se tornam problemáticas e, segundo Barry, podem ser considerados inadequados ao ambiente austero de uma galeria de arte. Isso remete a Baudrillard e sua recente avaliação da interatividade na arte: “alguns novos museus, seguindo uma espécie de processamento *Disneyland*, tentam colocar as pessoas não tanto 'na frente da' pintura, que não é interativa o suficiente como bem de consumo, mas inserido 'na' pintura” (Baudrillard, 1997: 22). O autor se mostra crítico em relação a esta perspectiva ao considerar a profundidade nem sempre valorizada pela tradicional crítica de arte desta nova arte interativa sobre a qual dialogamos: “isto deve mudar, e eles (público e obra) devem se tornar parceiros interativos” (Baudrillard, 1997: 22)⁵⁵.

Práticas e projetos culturais, nessa perspectiva, tendem a ser reduzidos ou instigados às consequências de interesses económicos, numa intensa mercantilização que lhes acarreta uma perda significativa de seu potencial construtivo, uma vez que passam a ser atrelados estreitamente à táticas de lucro. Existe um consumo cultural afluente, e, para compreendê-lo, seria preciso, segundo certos autores, considerar a própria modificação sofrida pela arte no século XX. A arte, por princípio, não seria mais, segundo Gérard Lebrun (2006: 330), “uma forma de cultura que nos convoca à contemplação e ao recolhimento, o que não seria um sinal de degenerescência, mas um sintoma (de que, em) nossa época materialista e tecnicista, só poderia

⁵⁴ Evento observado em 4 de Novembro de 2014 em exercício de observação de campo e pesquisa in loco da instalação.

⁵⁵ No original “*The playful aspects of interactivity are problematic and may not be considered appropriate in the serious environment of an art gallery. This echoes Baudrillard's (1997) then recent assessment of interactivity in art: “some new museums, following a sort of Disneyland processing, try to put people not so much in front of the painting – which is not interactive enough and even suspect as pure spectacular consumption – but into the painting... The masses usually prefer passive roles and avoid representation. This must change, and they must be made interactive partners. It is not a question of free speaking or free acting – just break their resistance and destroy their immunities” (Baudrillard, 1997: 22) (Barry, 2014: 224)*”

surgir uma arte de diversão, completada por algumas elucubrações de estetas”.

Nas “cidades-negócio”, “cidades-evento”, ou ainda “cidades-ocasionais” (termos usados por Arantes, 2002), as quais, elas mesmas, tornaram-se mercadorias em concorrência mundial por investimentos, a cultura, e mais especificamente a arte, tornou-se ferramenta chave na ação performativa que a condição flutuante daqueles exige. Nas palavras de Arantes, está

no centro, para variar, a cultura, cujo consumo, na forma de refinamento artístico ostensivo, é a melhor garantia de que o clima para os negócios é saudável. Assim, curadores de museus “precisam demonstrar que suas instituições atraem multidões que multiplicam os negócios, dos *gadgets* de toda ordem às exposições *blockbuster* (Arantes, *apud* Sperling, 2005)

Heloisa Barbuy, vice-diretora e Professora do Museu Paulista da Universidade de São Paulo, chama a atenção para o debate entre espetacularização e conscientização, ao alertar que que essa linguagem que atrai as massas tanto “pode ser revertida positivamente – uma operação bem sucedida de comunicação que consegue estabelecer diálogos com a maioria – quanto negativamente – como um instrumento que promove seu adestramento ou sua alienação”. Essas exposições

espetacularizadas, muitas vezes por meio de recursos eletrônicos, podem igualar os museus aos parques temáticos, aos filmes de ficção, aos megashows, aos jogos eletrônicos e assim por diante. Podem se tornar, assim, passatempos vazios com bilheterias rentáveis e muito pouco resultado no que diz respeito ao desenvolvimento social (Barbuy, *apud* Magalhães, 2010: 117)

A reflexão proposta por Barbuy, que segue com a premissa de que “talvez os museus espetacularizados possam ter, afinal, um papel social” (Barbuy, *apud* Magalhães, 2010: 117), é extremamente pertinente. No contexto de *The Pool by Jen Lewin* no Colombo, Astrid Sauer enfatiza a existência dos monitores e a constante preocupação em manter claro o caráter artístico da instalação, o esclarecimento de que a obra, por mais que seja divertida e interativa, não é “apenas um *playground*” (Sauer, 2015). Se há um quesito inquestionável inerente aos eventos culturais de “diversões de massa” é, para Barbuy, o fato de que estes são normalmente democráticos, no sentido de que são acessíveis à imensa maioria, principalmente no que diz respeito justamente à linguagem (Barbuy, *apud* Magalhães, 2010: 117).

Roque crê que “a função comunicativa do museu apenas se cumpre com a participação ativa do público destinatário” (Roque, *apud* Magalhães, 2010: 61) e que este é o caminho para a elaboração de um discurso inteligível e acessível a todos. Igualmente Castro (2009) destaca que “a estruturação interativa dos processos da comunicação e dos mecanismos de informação possibilita a decodificação dos recursos museográficos utilizados, deixando espaço para a percepção sensorial” (Castro, 2009: 129). *The Pool* propõe, essencialmente, uma postura relacional com os espaços artísticos, não apenas com o Centro Comercial Colombo, o que garante, além de uma aproximação do público e dessacralização da obra, um passo para a decodificação do conteúdo.

O desafio das atuais empreitadas culturais que visam atingir um maior espectro dentro de locais não usuais seria, então, a produção de um conteúdo que não condiga com a neutralização da cultura, ou seja, encontrar maneiras de garantir que a arte não se torne apenas “evento cultural”, entendido como o acontecimento que se identifica ao próprio fato artístico (Favaretto, 2007: 227); “pois, nesse caso, a fruição artística acaba reduzida a uma experiência estética que se confunde com a realidade mais imediata da arte, ou

seja, com a instância do mercado e do lazer” (Favaretto, 2007: 228)

Entende-se que a ação cultural deve reconhecer a possibilidade de os indivíduos aprenderem a dialogar com os processos inerentes à expressão cultural, “conduzindo esses indivíduos à apreciação crítica da arte relativa ao contexto social no qual esses indivíduos estão inseridos, para que, a partir daí, possam expressar-se de maneira autônoma” (Nascimento, 2004: 83-86). A ação cultural volta-se, enfim, à construção da identidade cultural, de maneira a possibilitar que os indivíduos se reconheçam como “sujeito cultural”, “estabelecendo vínculos com seu entorno” (Nascimento, 2004: 83-86), refletindo sobre a própria concepção da obra e de si mesmos.

Conforme Weibel (1996), as tecnologias informáticas e suas interfaces e, conseqüentemente, a arte quando relacionada os media digitais, não centrada na obra como objeto finalizado, mas no processo, permitem que se pense epistemologicamente o mundo em que vivemos. Como parte de um sistema entendemos o mundo a partir da noção de interface e isto, evidencia Arantes (2005), significa dizer que “as artes interativas e a própria estética ganham um estatuto ontológico e epistemológico de explicação e de modelo para o mundo” (ARANTES, 2005: 61).

3.3. Observação das interações em *The Pool*

A observação de campo é o cruzamento das técnicas de perceber, memorizar e anotar (Beaud & Weber, 2007) e o diário de campo

ordena, através do fio narrativo, a dispersão dos acontecimentos do dia a dia. Mas não ordena apenas o dado descritivo – ordenam-se uma série de cognições e de sentimentos que constantemente se produzem no contato permanente com a vida social do local. Escrever notas de terreno é processo de construção de sentido (Fernandes, 2003: 26).

A observação de campo como exercício propriamente dito teve início em Outubro de 2014. As visitas à instalação foram várias, mais de vinte, pois por vontade e interesse pessoal eu já tinha estado lá algumas vezes, mesmo antes da decisão de tê-la como tema de pesquisa. Por este motivo, quando decidi observar a instalação com um olhar reflexivo e analítico no sentido de reflexão acadêmica, já possuía uma vasta gama de informação coletada mentalmente. Assim as notas mentais foram feitas devagar e de forma natural, fluída, porém focada, gradual e consciente, quando foi o momento de formalizá-las. A partir do momento em que optei por fazer de *The Pool* meu objeto de pesquisa, o passo seguinte foi a realização dos apontamentos, compostos por “registros de vários aspectos: o ambiente, características físicas e sociais, movimentações quotidianas das pessoas pontos-chave; acontecimentos especiais, tal como é sugerido por Fernandes (2003: 30-31)

O diário de campo, a partir de então, seguiu o seu próprio caminho, e após as visitas espontâneas, sem o intuito de estudo, passei a fazer visitas focadas e objetivadas em observar o campo. Weber (2009), ao tratar da observação de cerimônias, evidencia a importância do conhecimento do evento, antes mesmo de seu acontecimento, o que implica observar como dele se tomou conhecimento, quem lhe fala, como se organiza o encontro para além do suporte escrito que lhe permitiu localizá-lo. A análise dos termos torna-se

fundamental: a existência de um convite para o evento, como ele foi feito, a quem foi destinado, por quem é visto, etc., tudo isto precisa ser levado em conta. Para a observação de uma interação, a técnica básica é a mesma em toda parte, porém a interação, ao contrário da cerimônia, não é preparada nem anunciada. No caso de *The Pool* tornou-se evidente a existência de uma cerimônia (a própria instalação montada e exibida no Centro Comercial Colombo) e de diversas e esperadas interações, do público com a obra e do público com o próprio público.

Foram realizadas ao todo dez visitas documentadas⁵⁶. As visitas focadas ocorreram em horários variados e isto foi pensado de antemão: sendo o Centro Comercial Colombo um espaço de caráter comercial e de entretenimento, cujos horários de funcionamento são amplos e abrangem grande parte do dia, optei por buscar cobrir a maior parte dos horários e turnos disponíveis, com o objetivo de visualizar interações distintas em todos os aspectos. A maior parte das visitas foi realizada no turno da tarde, entre 14h e 18h. Por volta das 14h percebia-se, em grande vantagem, a presença de jovens, estudantes, quase sempre em trios e portando mochilas escolares, como se estivessem indo ou voltando da escola. Observou-se também, contrariando as expectativas comuns acerca de instalações interativas de que estas são para o público jovem, naturalmente adaptado ao caráter “moderno” deste tipo de arte, um grande número de idosos, que, em sua maioria, comparecia durante a semana e em horários “entre atividades”, como entre o pequeno-almoço e a pausa comercial para o almoço, ou no fim da tarde. O comportamento que mais percebi entre os idosos era de curiosidade acima de qualquer outra coisa. Ao contrário dos jovens, que rapidamente se sentiam à vontade com o funcionamento da obra e quase que imediatamente após a chegada já estavam a correr sobre os discos, os idosos observavam tudo por mais tempo.

Meu posicionamento como observadora também evoluiu ao longo dos dias no que concerne o espaço e o tempo. Optei por iniciar o exercício de fora da tenda wonderWALL. No primeiro dia não estive dentro da estrutura, apenas nos seus arredores. Observei atentamente a maneira como as pessoas circulavam, o ritmo em que as pessoas se levantavam das cadeiras que rodeiam a tenda, a maneira como alguns curiosos chegavam perto da estrutura da instalação, mas muitas não chegavam a de fato lá entrar. Ao longo do tempo entrei na instalação e a cada dia me colocava num ponto do círculo. De início optei por não me comunicar com ninguém, apenas observar de fora. Quando comecei a participar ativamente na instalação tudo fez um pouco mais de sentido, e ao (per)correr por *The Pool* me tornei um entre aqueles que lá estavam. Os participantes se reconheciam no olhar. Percebi enfim que a neutralidade axiológica citada por Beaud & Weber (2007) deve sim ser evitada, já que não é um princípio científico, e que se há um conselho que fazia sentido no meu terreno de instalação artística interativa era o pensamento de

deixe-se chocar, fique furioso, contente, maravilhado. Isso ajuda a observar. Mais tarde, anotar, ao mesmo tempo, suas observações e seus sentimentos e poderá interpretá-los em relação uns aos outros (Beaud & Weber, 2007: 105),

pois “(...) não há observação participante sem indivíduo participante” (Cabral, 1983: 328).

Me relacionei com duas guias que me proporcionaram avanços consideráveis na minha experiência. Nos dez dias de observação contei quatro diferentes guias da instalação. Meu primeiro contato com uma

⁵⁶O diário de campo começou em 29 de Outubro de 2014 e minha última nota escrita foi em 7 de Novembro do mesmo ano, e as visitas tiveram em torno de 1 a 2 horas de duração cada, totalizando 10 dias e cerca de 20 horas de observação documentada.

delas foi feito da seguinte maneira: ao me aproximar lentamente num dia de observação dentro da tenda, de maneira gradual fui abrindo espaço para que ela viesse me oferecer um panfleto informativo sobre a instalação. Percebi que era assim que ela se aproximava dos visitantes, e por isso tentei ser apenas mais um deles. Ao me oferecer um panfleto ela perguntou se eu já conhecia a obra. Disse que a conhecia “brevemente” e acedi à proposta de uma apresentação da mesma, que, de acordo com a guia, duraria algo entre 5 e 10 minutos. A explicação/introdução foi muito satisfatória e percebida por mim, no meu entendimento teórico-metodológico, como uma possibilidade de acesso ao terreno através de uma informante privilegiada. A guia me deu uma contextualização clara e informações muito precisas, sempre num tom informal, o que adicionou certa leveza e fluência ao diálogo. Me senti conversando com ela sobre um assunto que era interessante para ambas.

Estes 10 minutos que conversei com a guia sobre *The Pool* foram de extrema importância para o desenvolvimento da minha própria visão acerca daquela obra e dos meus objetivos como investigadora perante a ela. Antes eu pensava estritamente na artista e no público e em suas relações com a obra, como se fossem estes dois os pólos únicos da instalação. Após este acontecimento surgiram novos questionamentos, pude abrir meu leque de hipóteses e passei a refletir sobre mais agentes que compõem a obra: os arquitetos, o maestro e o próprio Centro Comercial Colombo como um palco artístico. Foi a partir deste dia que modifiquei meu foco de pesquisa, em que os componentes, personagens, agentes que possibilitam a existência de *The Pool* são o ponto principal. A própria obra, a tecnologia, a artista, os arquitetos, o maestro, o centro comercial, e, claro, o público, todos estes juntos são responsáveis pela instalação.

De uma forma geral as visitas se mostraram consistentes e os comportamentos dos interatores não se modificavam tanto ao longo dos dias, ou seja, a amplitude compreendida por mim seguiu uma linha constante. Entretanto houve alguns episódios que não seguiram padrão algum e que merecem atenção. No dia 31 de Outubro, por exemplo, optei por fazer minha visita do turno da noite, às 23h. Era dia das bruxas (*Halloween*) e eu tinha conhecimento de que a linha Azul do metro faria algum tipo de comemoração temática em algumas de suas estações. Como a linha Azul é a que serve a estação Colégio Militar/Luz, onde o Centro Comercial Colombo está localizado, fui à observação com a esperança de encontrar um movimento intenso no centro comercial, o que poderia refletir na instalação e seus arredores. De fato, ao chegar à praça onde estava a instalação, pude perceber muitos jovens fantasiados em todos os lugares, indo e vindo da instalação, chegando e saindo por todos os lados. Optei por observar primordialmente de dentro da tenda e realmente foi um dia muito curioso e atípico. A maior parte dos visitantes era jovem e parecia que suas fantasias casavam perfeitamente com o cenário. Eram vampiros, *zombies* e a mais diversa variedade de criaturas que corriam pela instalação, fazendo *The Pool* piscar como eu nunca antes tinha visto.

Outra observação peculiar, já citada anteriormente, aconteceu em 4 de Novembro, dia de jogo de futebol no estádio do Benfica, situado em frente ao Centro Comercial Colombo. Já no metro, enquanto eu me dirigia para minha observação, percebi vários adeptos uniformizados. Eu não sabia da existência do jogo, mas ao ver a intensa movimentação de adeptos no metro compreendi que estavam a caminho do estádio. Dentro da tenda o público era variado. Como de costume as crianças presentes eram os interatores mais

ativos. Num dado momento contei 35 pessoas dentro da tenda, todos os adultos estavam em volta dos discos, e todas as crianças estavam no centro, num desordenado pega-pega. Foi então que, sem nenhum motivo aparente, apenas o fluxo normal da instalação, a tenda ficou vazia. Então apareceu uma criança com o uniforme do Benfica. O garoto espiou pela tenda e, depois de alguns instantes, voltou em companhia de dois adultos, também uniformizados. Em sequência entraram mais três jovens que também trajavam as camisas vermelhas. Neste momento o primeiro garoto era o único a interagir com a obra. Mais cinco adeptos entraram e as luzes da instalação ascenderam todas em vermelho. O Benfica tem como cor principal o vermelho, assim como é a cor de seu uniforme, o que gerou uma visão monocromática muito interessante. Naquele momento tudo era vermelho, como se homenageando a equipa de futebol, e os visitantes pareceram também pensar assim, pois saíram de lá com sorrisos nos rostos. Ao deixar o Centro Comercial Colombo fui informada de que o Benfica havia ganho o jogo por um golo.

O diário de campo como registo ordenado foi essencial para uma visualização mais esclarecida em torno do meu tema de pesquisa e do contexto das instalações interativas no cenário da arte contemporânea e seus novos espaços. Foi através destes dez dias de visitas e observação focada que desenvolvi novos questionamentos e a partir daí busquei novas abordagens e maneiras de perceber um tema que já me é constante no percurso de estudo, ou, nas palavras de Beaud & Weber (2007), de tornar estranho o que é familiar. Deixar de lado as apropriações comuns foi ao mesmo tempo um dos maiores desafios e mais prazerosos deveres como investigadora etnográfica.

Conclusões

Ao longo desta dissertação o objetivo foi o de estudar e analisar a produção em arte digital, suas particularidades e seu contexto expositivo. Foi estabelecido um recorte do tema das artes interativas direcionando a pesquisa para as instalações interativas mediadas pela tecnologia digital, tendo como estudo de caso a instalação *The Pool* no contexto de sua exibição no Centro Comercial Colombo, em Lisboa, no âmbito do projeto *A Arte chegou ao Colombo*.

Através destes estudos foi possível compreender que a interface digital trouxe novos questionamentos relativos aos processos artísticos nas instalações interativas, já que a incorporação da tecnologia permitiu o desenvolvimento de outras formas de arte, de maneira a assimilar uma variedade de materiais e conceitos trazidos pela diversidade e complexidade das propostas artísticas, das analogias geradas nas singularidades do ato criativo do artista, seus parceiros e público. Frequentemente posta em prova devido seu caráter de engenharia, a arte digital hoje vem ganhando mais espaço e o reconhecimento de que a tecnologia é de fato uma ferramenta (Lewin, 2005). O uso das interfaces digitais nas instalações interativas estabelece uma relação de proximidade maior com o público, formado por interatores, solicitados a participar sensorialmente e fisicamente num ambiente sensitivo.

Observa-se que o que caracteriza peculiarmente as instalações interativas digitais enquanto poéticas tecnológicas é a possibilidade de intervenção efetiva do interator, seus graus diversos de interação e, dentre seus processos, a possibilidade de envolvimento do indivíduo no ambiente artístico.

Compreende-se que a arte digital, como pertencente ao campo da arte contemporânea, problematiza práticas e processos que se desenvolvem juntamente com a criação de um novo circuito expositivo, que agrega inclusive agentes de caráter mercadológicos que utilizam de arte e cultura como estratégias de comunicação. Entende-se que esses parâmetros estéticos não se reúnem apenas no objeto/obra acabado, mas incidem no processo de produção e na inserção do público e em suas percepções de processo.

Ao observar e vivenciar *The Pool* como instalação interativa digital foi possível perceber que a hibridação da arte e dos meios tecnológicos favorece a expansão de fronteiras de práticas artísticas, e que isso amplia as possibilidades expressivas através de novos posicionamentos e funções do artista que, como representante legítimo de sua obra, é também articulador do próprio circuito expositivo da arte digital e até mesmo do mercado.

The Pool by Jen Lewin no Centro Comercial Colombo demonstra a abertura deste circuito, a efervescência dos chamados centros culturais e a dinamização dos espaços artísticos. O espaço sacralizado e muitas vezes distante dos museus tradicionais já não suporta, muitas vezes, a complexidade das novas manifestações artísticas, de maneira que é substituído pela multiplicidade de opções existentes nos novos espaços destinados à arte, o que reaproxima o público e favorece para quebra da barreira que o separava do conteúdo exposto, o que, por sua vez, contribui para a assimilação da informação e desenvolvimento do conhecimento.

Como um exemplo prático de um dos fundamentos do marketing cultural, o aperfeiçoamento e a

sofisticação das relações entre capital e arte (Almeida, 1992: 43), o projeto *A Arte chegou ao Colombo* nos permite repensar as casas de cultura em conjunto com os estudos de comunicação e a dinamização da relação do visitante com o objeto artístico, além da viabilização da democratização da cultura. Constatase que a multidisciplinaridade é primordial na elaboração de espaços mais completos, dinâmicos e para melhor difusão do conhecimento. Como instituições que nasceram e se expandiram no contexto da sociedade da informação, os centros culturais também atentam às necessidades coletivas e formulações culturais características do mundo contemporâneo. Questões como globalização, identidade cultural e importância da informação e do conhecimento devem ser tratadas como prioridades e contempladas nas ações e mesmo na maneira como os espaços se organizam e atendem a seu público. Assim, o Centro Comercial Colombo, como centro cultural que abriga arte e cultura, atua não somente como espaço de encontro, experimentação e reflexão, mas também como equipamento mercadológico e informacional.

Dessa maneira essas e outras questões motivaram a pesquisa, que não se apresenta de forma conclusiva, mas sim como uma amostra de processos em arte e tecnologia e suas possibilidades de seus circuitos de exposição. Procurou-se tecer uma análise que relacionasse teoria e prática, deixando lacunas para a inclusão de novas possibilidades e interpretações. O objetivo da pesquisa não foi procurar por conclusões, mas sim gerar contribuições, ampliações e expansões no campo de arte, tecnologia e marketing cultural.

É necessário conhecer os novos parâmetros que cercam a produção e repensar os modos de inserção, disseminação, exposição e comercialização da arte digital, a fim de compreender suas possibilidades e seu papel no contexto cultural. Esta pesquisa demonstra apenas o início de uma jornada em torno das particularidades e especificidades da arte digital e de seu circuito, bem como revela a potencialidade do tema, suas diferentes questões e abordagens, conforme ocorrem transformações tecnológicas, políticas, culturais e sociais.

Bibliografia

- AAVV (2004), *Públicos da Cultura*, Lisboa, OAC.
- Almeida, Candido José Mendes de (1992), *A arte é capital: visão aplicada de marketing cultural*, Rio de Janeiro, Rocco.
- Arantes, Priscila (2005), *Arte e mídia: perspectivas da estética digital*, São Paulo, Senac.
- Archer, Michael (2001), *Arte contemporânea: uma história concisa*, São Paulo, Martins Fontes.
- Ascott, Roy (2003), *Telematic embrace: visionary theories of art, technology and consciousness*, Los Angeles, University of California Press.
- Baudrillard, Jean (1997), *Aesthetic illusion and virtual reality*, Sage, London.
- Barry, Marguerite (2014), "Please do touch: discourses on aesthetic interactivity in the exhibition space", *Participations: Journal of audience & reception studies*, 11, 1.
- Barros, Ana (1992), "A percepção espacial como arte: instalação", *APG*, 1, 1.
- Basbaum, Sergio Roelaw (2005), *O primado da percepção e suas consequências no ambiente midiático*, São Paulo, PUC SP.
- Beaud, Stéphane e Weber, Florence (2007), *Guia para pesquisa de campo. Produzir e analisar dados etnográficos*, Rio de Janeiro, Vozes.
- Benjamin, Walter (1994), "A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica", *Magia e técnica, arte e política: ensaios sobre literatura e história da cultura*, São Paulo, Brasiliense.
- Bochio, Alessandra Lucia (2010), *As imagens das instalações interativas: uma abordagem sobre os modos de solicitar a participação do público na obra de arte*, Dissertação de Mestrado em Artes, São Paulo, UNESP.
- Boulanger, Chantal (1986), *L'Installation, au delà de l'institu*, Paris, Parachute.
- Boulhões, Maria Amélia (2011), *Web-arte e poéticas do território*, Porto Alegre, Zouk.
- Bourdieu, Pierre; Darbel, Alain (2003), *O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público*, São Paulo, Edusp/Zouk.
- Bouso, Vitória Daniela (2002), *Produção, difusão e mercado nas novas mídias*, São Paulo, Instituto Sergio Motta.
- Cabral, João Pina (1983), *Notas críticas sobre observação participante no contexto da etnografia portuguesa*, *Análise Social*, Volume XIX, 76, Edição II.
- Canclini, Néstor Garcia (2012), *A sociedade sem relato: antropologia e estética da iminência*, São Paulo, Editoria da USP.
- Castells, Manuel (2010), *A sociedade em rede*, São Paulo, Paz e Terra.
- Cauquelin, Anne (2005), *Arte contemporânea: uma introdução*, São Paulo, Martins.
- Cauquelin, Anne (2005), *Teorias da Arte*, São Paulo, Martins.
- Cauquelin, Anne (2008), *Frequentar os incorporais: contribuição a uma teoria da arte contemporânea*, São Paulo, Martins.
- Cavalcanti, Glaude de Souza (1997), *O museu em transformação: cultura e identidade*, Dissertação de mestrado em Comunicação Social, Rio de Janeiro, UFRJ.
- Coelho, Teixeira (1986), *Usos da cultura: políticas de ação cultural*, Rio de Janeiro, Paz e Terra.
- Couchot, Edmond (2003), *A tecnologia na arte: da fotografia à realidade virtual*, Porto Alegre, EDU-FRGS.
- Costa, Mário (1995), *O sublime tecnológico*, São Paulo, Experimento.
- Dabul, Lígia (2008), "Museus de grandes novidades: centros culturais e seu público", *Horizontes Antropológicos*, 14, 29.
- Domingues, Diana (2009), *Arte, ciência e tecnologia: passado, presente e desafios*, São Paulo, UNESP.
- Domingues, Diana (2002), *Criação e interatividade na ciberarte*, São Paulo, Experimento.
- Domingues, Diana (1998), *A arte do século XXI: a humanização das tecnologias*, São Paulo, UNESP.
- Drucker, Johanna (1994), *Theorizing modernism: visual art and the critical tradition*, New York, Columbia University Press.
- Eco, Umberto (1973), *Obra aberta: forma e indeterminação nas poéticas contemporâneas*, São Paulo, Perspectiva.
- Fabbrini, Ricardo Nascimento (2009), "A fruição nos novos museus", *Especiaria: Cadernos de ciências humanas*, 11, 19.
- Fernandes, Luís (2003), *O Sítio das Drogas*, Editorial Notícias.
- Fischer, Micky (2002), *Marketing Cultural: legislação, planejamento e exemplos práticos*, São Paulo, Global.
- Foddy, William (2006), *Como perguntar: Teoria e Prática da Construção de Perguntas em Entrevistas e Questionários*, Oeiras, Celta.
- Freire, Cristiana (1999), *Poéticas do processo: arte conceitual no museu*, São Paulo, Iluminuras.
- Gasparetto, Débora Aita (2012), *Arte digital e circuito expositivo: um "curto" em torno do FILE*, Dissertação de

- Mestrado em Artes Visuais, São Paulo, UFSM.
- Gasparetto, Débora Aita (2014), O “curto-circuito” da arte digital no Brasil, Santa Maria, Edição do autor.
- Giannetti, Cláudia (2006), Estética digital: sintopia da arte, a ciência e a tecnologia, Belo Horizonte, C/ Arte.
- Guadagnini, Silvia Regina (2007). Imersão e interação nas instalações interativas de três artistas brasileiros: Diana Domingues, Equipe Interdisciplinar SCIArts, e Gilberto Prado, Dissertação de Mestrado em Artes Visuais, na linha de pesquisa Poéticas, História e Teoria das Artes Visuais, Florianópolis, CEART/UEDESC.
- Grau, Oliver (2007), Arte virtual: da ilusão à imersão, São Paulo, Senac.
- Jenkins, Henry (2009), Cultura da convergência, São Paulo, Aleph.
- Lara Filho, Durval (2006), Museu: de espelho do mundo a espaço relacional, Dissertação de Mestrado em Ciência da Informação/ Cultura e Informação, São Paulo, USP.
- Leão, Lúcia (2004), Derivas: cartografias do ciberespaço, São Paulo, Senac.
- Leong, Sze Tsung (2001), “... And then there was a Shopping”, Harvard Design School Guide to Shopping, Barcelona, Taschen.
- Lévy, Pierre (1999), A inteligência coletiva: por uma antropologia do ciberespaço, São Paulo, Loyola.
- Lévy, Pierre (2000), Cibercultura, São Paulo, Editora 34.
- Lewin, Jen (2015), <http://jenlewinstudio.com/>, Consultado em 01 de Setembro de 2015.
- Lieser, Wolf (2010), Arte digital: novos caminhos na arte, São Paulo, H. F. Ullman.
- LIKEarchitects (2015), <http://www.likearchitects.net/#/projects/wonderwall/>, Consultado em 01 de Setembro de 2015.
- Loureiro, Maria Lucia de N. M. (2004), “Web-museus de arte: aparatos informacionais no ciberespaço”, Ciência da Informação, 33, 2.
- Lúcia Leão, Christiane Paul, Jean Baudrillard, Howard Becker, Anne Cauquelin, Gérard Lebrun, Heloísa Barbuy, entre outros.
- Machado, Arlindo (2004), “Arte e mídia: aproximações e distinções”, E-compós (online), 1.
- Magalhães, Aline *et.al* (2010), Museus e comunicação: exposições como objeto de estudo, Rio de Janeiro, Museu Histórico Nacional.
- Manovich, Lev (2001), The language of new media, London, MIT Press.
- Marecos, Carla T. S. L. (2009), O conceito de marketing cultural aplicado à museologia contemporânea em Portugal, Dissertação de Mestrado em Arte, Patrimônio e Teoria do Restauro, Lisboa, Universidade de Lisboa.
- Mello e Silva, Maria Celina de (1995), Centro cultural, construção e reconstrução de conceitos, Dissertação de Mestrado em Memória Social, Rio de Janeiro, UFRJ.
- Menezes, Natassja Oliveira (2011), O boom de museus interativos no Rio de Janeiro: linguagem e democratização da cultura, Dissertação de Mestrado em Comunicação Social, Rio de Janeiro, UFRJ.
- Miranda, Danilo (2003), Políticas Culturais, Barueri, Manole.
- Morris, Robert (1978), The present tense of space, Colorado, Art in America.
- Muruga, Mariela Norma (2014), Rede cultural no espaço cidadão: interações e conexões para a democratização do acesso à arte e cultura no Distrito Federal, Dissertação de Mestrado em Arte, Brasília, UNB.
- Nardin, Heliana Ometto (2004), Objeto e instalação: itinerários de criação e compreensão em artes plásticas, Tese de Doutorado em Artes Plásticas, São Paulo, FAE/UNICAMP.
- Nascimento, Flávio Martins (2004), Ação e informação em centros culturais: um estudo sobre o Instituto Tomie Ohtake, Dissertação de Mestrado em Artes, Campinas, PUC.
- Negroponte, Nicholas (1995), A vida digital, São Paulo, Companhia das Letras.
- Packer, Randal (2001), Multimedia: from Wagner to virtual reality, New York, W. W. Norton Company.
- Pallamin, Vera M. (2002), Cidade e cultura: esfera pública e transformação urbana, São Paulo, Estação Liberdade.
- Paul, Christiane (2006), Digital art, London, Thames & Hudson LTDA.
- Plaza, Julio (2000), “Arte e interatividade: autor-obra-recepção”, Cadernos da Pós-Graduação, 4, 1.
- Prado, Gilberto (2003), Arte telemática: dos intercâmbios pontuais aos ambientes virtuais multiusuário, São Paulo, Itaú Cultural.
- Proença, Adriana Porto (2013), Instalações interativas digitais: os códigos estéticos e a produção artística contemporânea, Dissertação de Mestrado em Artes, Uberlândia, UFU.
- Popper, Frank (1993), Art of the electronic age, London, Thames & Hudson.
- Poissant, Louise (1995), Esthétique des arts médiatiques, Montreal, Presses de l'Université du Québec.
- Quéau, Philippe (2000), La planète des esprits, Paris, Odile Jacob.
- Reis, A. C. Fonseca (2007), Marketing cultural e financiamento da cultura: teoria e prática num estudo internacional comparado, São Paulo, Pioneira Thomson Learning.
- Reis, A. C. Fonseca (2008), Economia criativa como estratégia de desenvolvimento, São Paulo, Garimpo de Soluções e

Itaú Cultural.

- Rocha, Cláudio Aleixo (2009), “Arte-tecnologia: do dispositivo ao hibridismo pós-moderno”, *Fragmentos de Cultura*, Goiânia, 19, 2.
- Santaella, Lúcia (2003), *Culturas e artes do pós-humano: da cultura das mídias à cibercultura*, São Paulo, Paulus.
- Santos, Maria de Lourdes Lima dos (2004), *Sociologia da cultura: perfil de uma carreira*, Lisboa, ICS.
- Santos, Nara Cristina (2009), “História da arte e história da imagem: arte, tecnologia e mídias digitais”, *Linhas cruzadas: artes visuais em debate*, Florianópolis, Editora da UDESC.
- Silva, Cícero Inácio da (2012), *Arte e tecnologia digital brasileira*, São Paulo, Witz Edições.
- Sobage, Milton (2010), *Instalações interativas mediadas pela tecnologia digital: análise e produção*, Rio de Janeiro, ANPAP.
- Sobage, Milton (2005), *Instalações Interativas*, Goiânia, ANPAP.
- Sperling, David (2005), *Museu contemporâneo: o espaço do evento como não-lugar*, São Carlos, USP.
- Suderburg, Erika (2000), *Space, site, intervention situating installation art*, Minneapolis, University of Minnesota Press.
- Venturelli, Suzete (2004), *Arte: espaço_tempo_imagem*, Brasília, Edunb.
- Weber, Florence (2009), *Manuel de l’ethnographe*, Paris: PUF
- Weibel, Peter (1996), *The world as interface: toward the construction of context-controlled event-worlds*, In Druckery, Timothy, *Electronic Culture*, New York, Aperture.
- Wilson, Stephen (2002), *Information arts: intersections of art, science and technology*, London, The MIT Press.
- Yanaze, Mitsuru Higushi (2010), “Gestão estratégica da cultura: a emergência da comunicação por ação cultural”, *Organicom*, 7, 13.

Anexos

Anexo 1: Especificidades técnicas

1. 1. *The Pool by Jen Lewin*

The Pool é composta por 100 a 120 discos. Cada disco tem 9 cm de diâmetro e 15 cm de altura e é composto por um microcontrolador customizado, um rádio Xbee sem fios, um conjunto de sensores e 180 LED's RGB com controle total de *pixels*. Criados a partir de uma concha de polipropileno extremamente durável e projetada para ambientes externo, os discos são à prova d'água e neve, podem ser distribuídos ao ar livre em praticamente quaisquer tipos de ambiente e superfície e são feitos para interação agressiva e uso ilimitado. A instalação precisa de três tomadas de 110V AC normais, uma matriz solar ou um pequeno gerador simples para funcionar.

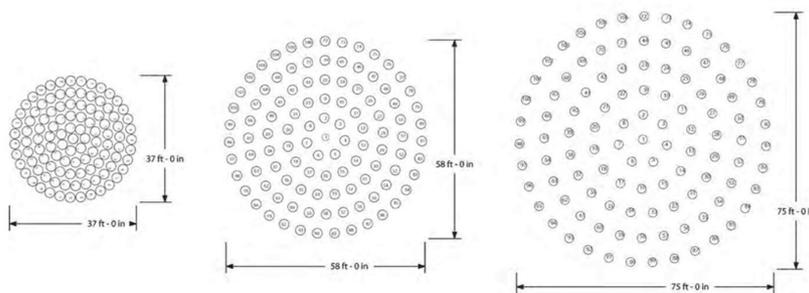


Figura 4.1.: Os discos, de Jen Lewin Studio (2014)

Cada uma das plataformas de LED tem 3 tiras de 52 pixels. Para detectar movimento há acelerômetros abaixo da cápsula principal que captam os sinais físicos. A partir de informação prototipada em MaxMSP, dados visuais podem ser manipulados e a obra enfim completamente baseada em Java.

A escultura é grande, mas simples de ser instalada: vai de 37 x 37 pés, em seu menor tamanho, e pode se expandir para até 75 x 75 pés. A instalação envolve a programação de cada um dos discos, adicionando energia a eles através de uma rede de energia criada para a escultura. *The Pool* pode ser colocada em ambientes internos e externos, e, a estrutura pode sobreviver a condições adversas, e não exige enorme manutenção técnica, já que usa pequenos microcontroladores e eletrônica personalizados que permitem que suas peças funcionem por anos sem manutenção.

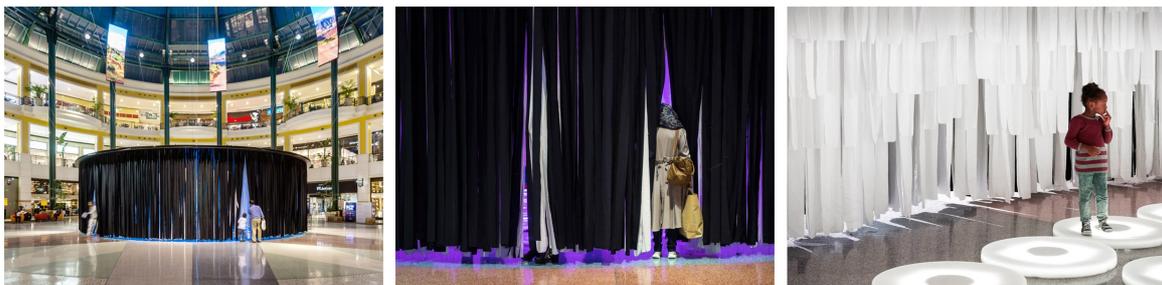


Figura 4.2.: fotos de *The Pool* no Centro Comercial Colombo © Fernando Guerra | FG+SG

1.2. wonderWALL

Para a montagem da wonderWALL, estrutura projetada especialmente para a exibição de *The Pool* no Centro Comercial Colombo, os arquitetos do estúdio português LIKEarchitects pensaram numa estrutura suspensa desde a clarabóia da praça central, com cerca de 14 metros de diâmetro e 4 metros de altura, que define espaço (exterior e interior) pela (des)multiplicação de inúmeras tiras de tecido. Essas tiras, igualmente suspensas, nunca tocam o chão do próprio centro comercial, e assim permitem que desde fora se veja uma linha contínua da luz colorida vinda do interior, e que, desde dentro, se veja uma linha ininterrupta da luz vinda do exterior.

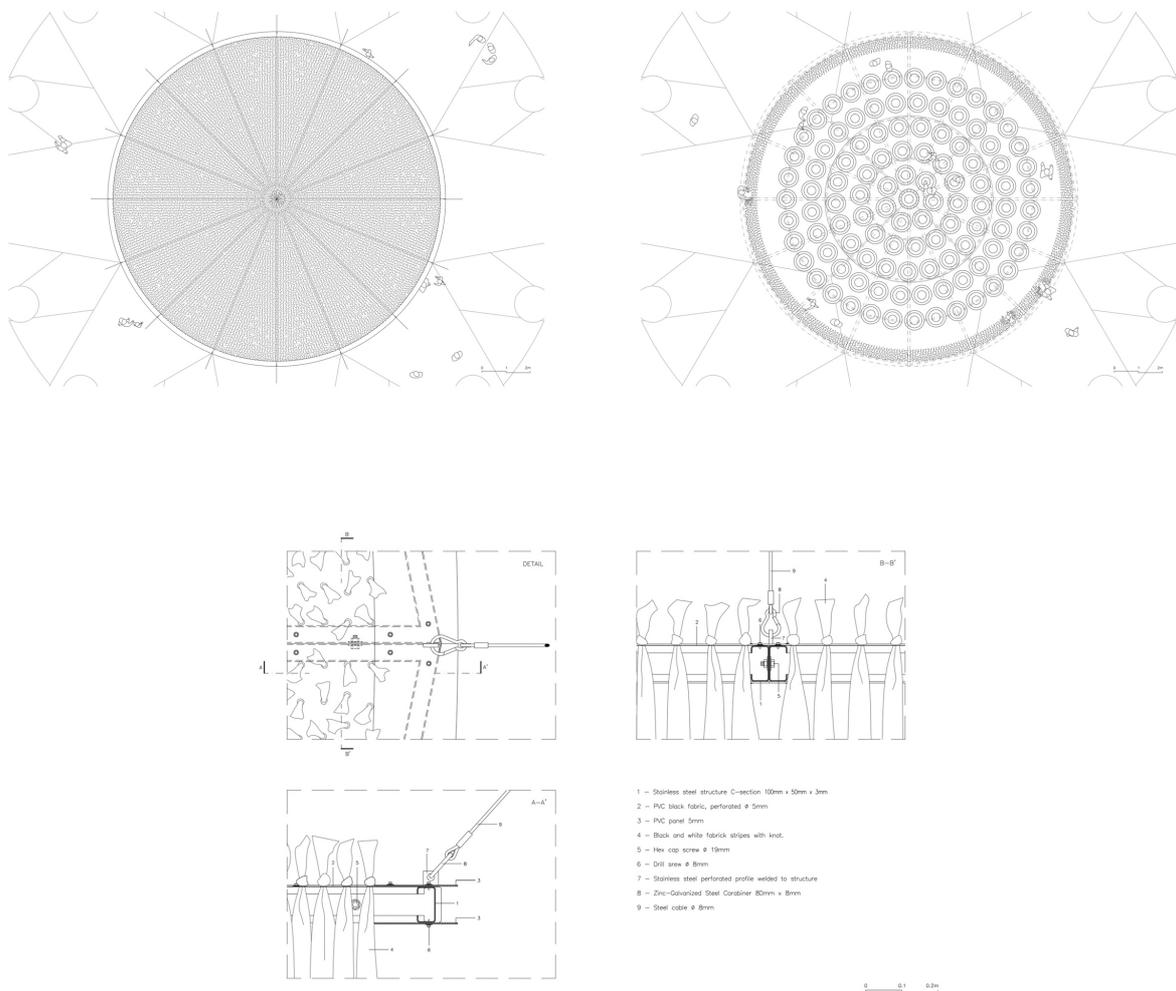


Figura 4.3.: desenhos técnicos, LIKEarchitects (2014)

A estrutura apresenta uma pele abstrata, uma fachada têxtil construída em listas de tecido negro, totalmente apreensível pelos visitantes e contínua em toda a sua superfície, que oscila com os fluxos de ar. A aposta num espaço cilíndrico procura enfatizar a centralidade da obra exposta, que assumiu uma importância

crucial no desenho do espaço, reforçada pela anulação de uma entrada principal em detrimento de uma fachada totalmente permeável que dissolve a entrada ao longo de toda a periferia da instalação espacial.

Protegido da luz do centro comercial, o interior do espaço expositivo é uma enorme cúpula totalmente branca que procura fazer sobressair *The Pool*, ao refletir, em sua superfície, as sucessivas variações cromáticas que caracterizam a obra da artista Jen Lewin. Ao mesmo tempo, a continuidade material e a ausência de referências espaciais ajudaram os visitantes a perder-se, por momentos, naquele espaço colorido.



Figura 4.4.: fotos de *The Pool* no Centro Comercial Colombo © Fernando Guerra | FG+SG

Anexos

Anexo 2: Entrevistas

Anexo 2.1.: Jen Lewin, 05 de março de 2015

I'd like to talk about *The Pool* in Lisbon, at Colombo Shopping Mall. First of all can you tell me a little bit about the original ideia you had in mind and about the process of bringing it to Lisbon? I mean, how were you invited to present you work at Colombo?

The Pool started as a project in 2008, I first built *The Pool* then and I built it as a grant for an art show called Burning Man in the United States. And since then I rebuilt it many times, probably completely rebuilt it four times. And the original idea came from when I was in my, I was nineteen years old, I was young, and I was travelling in Austrailia, I was camping in Australia in a place where the tides, the water comes in from a very long way, comes in 14 miles () and the tides it got out and left miles and miles and miles of tidal pools full of water. And it was night and the moon came out and the moon was refracting in pool of water. It was beautiful. And I was completely, you know, I was very inspired by it, I wanted to make an art piece that captured that idea. It took me years, it took me almost fifteen years to figure out how to do that. And the reason was that when I first came up with the ideia, LED lights didn't exist. And it took technology to change and develop, lighting technology like LED so (I was able to) make the sculpture. But I made it in 2008. And since then it's been a very successful sculpture, it's been very interesting. It travelled all over the world and always in very public spaces, which I think it's why it works so well. The case of Lisbon and the Colombo Mall, a woman named Astrid found out about it, she seemed interested () she thought it was perfect, because its' so (complex) suiting about everyone, children, senior, grandparents, enjoying art together, and she loved it, she thought the Colombo mall, a shopping center, a shopping center is a public form () and we know, thats all that we talk in a shopping center, the market. And now we have this big modern shopping center. She love the ideia of puting this very public piece of art in a shopping center that everyone could watch and enjoy. At first it was a huge challenge for us because I told her it wasn't appropriate for a shopping center because its a night time based piece.

It was my second question, because it was the first time that *The Pool* has been set up in an commercial enviroment, right? Such as a big shopping center.

Well, its been in commercial enviroments before, but like night time events. It's been conference center, we took it into a conference center for Google, like party at nights. But, usually, it's outdoors, it's an outdoor art piece. I was worried about it being in a shopping mall because the shopping mall closes at night, you know, and the piece is a night time piece, so I told them that the only way it would work is develop a large dome and that was to much for us to handle. So they found this amazing architecture, this team, to build a beautiful

dome and they gave me three different proposals and I picked that one and they picked that one together, we worked together on it and it was amazing, they are a very talented team.

Who was involved in the production, who were the people or institutions? I mean, this time *The Pool* had some new partners, such as LIKE Architects, who built the space, and also maestro Rui Massena, right, who wrote the music to go along?

Yeah, there was the musician and the people who built the space and then there was Astrid and then there was the shopping mall.

Yeah, and how did this collaboration happen? Did you choose them specifically?

Astrid chose them and then she showed them to me and then I gave her my feedback. I thought they were all excellent. () I like the fact that they all could connect with light and I like that you could enter from all sides. So that was really interesting.

What do you think about the relationship between art and this new concept of new 'semi public' artistic spaces, like the Colombo?

Well, art has always been in spaces like that. During the time, even Michelangelo was making sculptures in normal plaza, in front of a church or in markets, so I think it actually makes perfect sense. I think that public art should be in public spaces. I think what is unusual about the time we are in, however, is that a lot of this work is temporary, and that's different. If you think about the fact that I am travelling around the world with this huge sculpture that has hundreds of computers and weights thousand of pounds and we can install it in a day, and break it down in a day, and take it anywhere in the world, that it something that only can be possible right now, at this time we live in. I think that, the temporariness of it, its very interesting. A hundred years ago it would be impossible.

Do you think that any place could be a potential museum? Besides the technology part, *The Pool* could be anywhere?

Anywhere, yeah, and it's been almost everywhere. Only this month we had two versions of *The Pool* and we've showed them separately or together as something we called the Bigger Pool or the Giant Pool.

I didn't know that, it's very cool.

We have The Super Pool, the bigger version. This month alone we have a show in Montreal, snow, horrible weather, freezing cold, very very cold, and at the same time we had a show in Arizona, very hot and raining, so I love this idea that the sculpture can be everywhere, it can be at Iceland, it can go to Brazil, it could be inside, outside, to me this is very interesting, it means that you can bring the sculpture to the public, anywhere where the public is. And I really love this idea.

Now that we spoke about the production side, I'd like to focus on the reception and the public. You had more than one hundred twenty thousand visitors in Lisbon. What do you think about this number? Were you expecting that?

Yeah. We are actually quite accustomed to that. Yeah, the response is amazing. To give you some perspective, you know, Lisbon was a busy show, but we have busier shows. One month after that we had a show in Prague where we had ten thousand visitors per hour. And we were in Sidney where we had over a million people. So we've learned, you know, what I like about Lisbon is actually it was not too crowded. Because the examples I've just done in Prague and in Sidney, it were too crowded, it was horrible, actually. But I think the sculpture is not as good when is that crowded. So what I like about Lisbon is that there were people and that was fun but it was never so crowded that (people play on your feet). So for me that was the perfect kind of pool.

In our opinion why people join *The Pool*?

I think as human we love lights. We love lights. Any kind of ever made art pieces that uses light, people love it. People of all cultures and all ages love it. So I think there is something (encouraging in the light). The thing about *The Pool*, though, what I think is very interesting, is that we can just do a whole floor and the whole floor is light, but I actually think that (without the out form) I think that one of the things that works for *the pool* is you are stuck in a platform, you can stand on and have your own platform, and then you can jump for the next platform and the way that the form is created I think make us feel like kids again when were playing. I don't know if you in Brazil have this game where you play *hopscotch*, the game where kids jumps from like jump something to play game, I think that a lot of cultures play games where they got kids who will jump from one piece to the next, and I think the pool just reminds us of that and we end up playing and jumping around and also being very attracted to all of the lights.

It's also very fun, right?

Yeah and it's meant to be fun. My team and everyone whom I work with is very funny people so I think that shows that in our work.

And *The Pool* arrived in Lisbon being part of Colombo's art project. What do you think about this kind of art projects, that take art and transport it to different places, installations and digital art combined together?

I think its really interesting and very progressive. I think that the groups and organizations that are doing this more and more are finding out that they have more space for that, because more people come and I'm glad that they were able to have that. You know, I have little kids and everything my kids do they do is in a computer, they are very used to a world where everything is on a computer.

Now a question that is a little bit different. The United Nations proclaimed 2015 as the *Internacional*

Year of Light and Light-based technologies. Have you already felt any kind of reflection in your work?

Its going to be a special year for you and *The Pool*?

No, I dont think that is going to be the case. You know, when we found out we were pretty surprised. Its going to be a special year for us but at the same time I think my work has really been exploding and we have been having so many requests for it, because institutions and art institutions and museums are learning that when they do work with interaction or light based art pieces more people come. And so I think my work has already been exploding. I think there is a general desire to have interactive pieces, artworks like this.

So how do you see the digital art scenarium at this point?

It's getting much better.

It's getting much more space, right?

A long time the art world thought that engineering was not art and then... You know... I think... it's just a tool. You know, insted of using stich, I use eletronics, I think that sometimes when a new tools comes around, people get too caught up on the tool, and pay too much atention on the tool and not making art with them. And that's changing and getting better and there is more and more people making great art work using digital technology and there is so much more opportunity. Digital technology is an amazing tool to work with.

Could we say that your work has overcome some boundries?

Yeah. I mean, when I first started doing this, I started doing this in NYC when the art world definetely did not considered it art, it considered engineer. And it has changed. And thats very good.

So, my last question, whats comes next? New challenges? What are you planning?

We are... It's interesting for us... I've some permanet pieces in my life but this year we are doing three big permanent pieces. They are all light based and they are all interective. And then I'm also... *The Pool* sculpture is travelling all around the world at the same time. So we are very, very, its very exciting. The permanent work I think is really interesting, because we can integrate into the architectual space, so, for example, we are doing a huge sculpture that runs along a side walk in Minesotta, that mixes multiples sound and light, and as you walk you play hide and seek, and it's really fun but it's part of the actual building, the enviroment, and the architecture, what I really like. And I'm working on several other permanent pieces that like that are integrated into the architectual space, to really change like, a side walk, change a plaza in an interesting way. And at the same time we still, I still love *The Pool*, like a sculpture. We are always improving *The Pool*, We actually just rebuilt it again. A new version its travelling and we will rebuilt it again next year. So every year we improve it, and change it, and we learn something amazing. *The Pool* is an amazing sculpture, because we are constantly learning from it.

Anexos

Anexo 2: Entrevistas

Anexo 2.2.: Jen Lewin, 05 de março de 2015 (*tradução livre*)

Eu gostaria de conversar sobre *The Pool* em Lisboa, no Centro Comercial Colombo. Primeiramente você poderia me falar um pouco mais sobre a ideia original que você tinha em mente e sobre o processo de trazer a obra até Lisboa? Quero dizer, como você foi convidada para apresentar seu trabalho no Colombo?

The Pool como projeto teve início em 2008. Eu inicialmente construí *The Pool* como uma concessão para o show Burning Man, nos Estados Unidos. Desde então eu a reconstruí várias vezes, provavelmente a reconstruí por completo quatro vezes. E a ideia original veio de quando eu tinha dezenove anos, eu era jovem, e estava viajando pela Austrália. Eu estava acampando na Austrália num lugar em que as marés, a água vem de um caminho longo, vem de catorze milhas () e as marés descem e deixam milhas e milhas de piscinas cheias de água. Era noite e a lua apareceu e a lua estava refractando nas piscinas de água. Era muito bonito. E eu fiquei completamente inspirada por isso, eu queria fazer uma obra de arte que capturasse essa ideia. Eu levei anos, levei quase quinze anos para descobrir como fazer isso. E a razão é que, quando a ideia surgiu, luzes LED não existiam. Foi preciso que a tecnologia mudasse e se desenvolvesse, tecnologia de luz como LED, para que eu pudesse fazer a escultura. Mas eu a fiz em 2008. E desde então tem sido uma escultura de muito sucesso, tem sido muito interessante. ((a escultura)) viajou por todo o mundo e sempre em locais muito públicos, por isso eu penso que ela funciona tão bem. O caso de Lisboa e do Centro Comercial Colombo, uma mulher chamada Astrid descobriu a obra, ela parecia interessada (), ela achou que era perfeita, porque é uma obra que se adequa a todos, crianças, idosos, avós, todos juntos apreciando arte, e ela amou. Ela disse que o Centro Comercial Colombo, um centro comercial, é um espaço público, e, você sabe, isso é tudo que falamos num centro comercial, num mercado. E agora nós temos estes grandes e modernos centros comerciais. Ela amou a ideia de colocar esta obra de arte pública num centro comercial que todos poderiam ver e apreciar. A princípio foi um grande desafio para nós, porque eu disse a ela que a obra não era apropriada para um centro comercial porque é uma peça projetada para o período noturno.

Essa era a minha segunda questão, porque foi a primeira vez que *The Pool* foi montada num ambiente comercial, não é? Como um grande centro comercial.

Bom, já foi montada em ambientes comerciais anteriormente, mas para eventos noturnos. Foi montada em centros de conferência, nós a levamos para um centro de conferência para o google, como festas noturnas. Mas, geralmente, é ao ar livre, é uma obra de arte ao ar livre. Eu estava preocupada por ela ((a obra de arte)) estar num centro comercial porque o centro comercial fecha durante a noite, você sabe, e a obra é uma obra

noturna, então eu disse a eles que a única maneira de isso funcionar seria desenvolver uma grande abóbada e isso era muito para nós fazermos sozinhos. Então eles encontraram esse arquiteto, essa equipa, para construir uma bela abóbada, e eles me deram três diferentes propostas, eu escolhi aquela e eles escolheram aquela juntos, e nós trabalhamos juntos nisso e foi incrível, eles são uma equipa muito talentosa.

Quem estava envolvido na produção, quem eram as pessoas ou instituições? Dessa vez *The Pool* contou com novos parceiros, como os LIKE Architects, que construíram o espaço, e também o maestro Rui Massena, que escreveu a música para acompanhar a obra.

Sim, havia o músico e as pessoas que construíram o espaço e depois houve também Astrid e o centro comercial.

E como essa colaboração aconteceu? Você os escolheu especificamente?

Astrid os escolheu e me mostrou e eu dei o meu *feedback*. Todos eram excelentes. Eu gosto da ideia de que todos eles sabem se conectar com a luz e eu gosto que você pode entrar ((na abóbada)) de todos os lados. Então era muito interessante.

O que você pensa da relação entre arte e este novo conceito de espaços artísticos “semi” públicos, como o Centro Comercial Colombo?

Bom, a arte sempre esteve em espaços como este. Durante a história, até Michelangelo fazia esculturas em praças, em frente a igrejas ou mercados, portanto eu penso que faz perfeito sentido, eu acho que arte pública deveria estar em espaços públicos. Eu acho que o que é diferente na nossa época, entretanto, é que muitos desses trabalhos são transitórios, e isso é diferente. Se você pensar no fato de que eu estou viajando por todo o mundo com essa imensa escultura que tem centenas de computadores e pesa mil pounds e que nós podemos instala-la num dia, desinstala-la num dia, e leva-la a qualquer lugar do mundo, isso é algo que só é possível neste momento, nesta época em que vivemos. Eu penso que essa transitoriedade ((no original *temporariness*)) é muito interessante. Há cem anos isso não teria sido possível.

Você pensa que qualquer lugar pode ser um museu em potencial? Além da parte tecnológica, *The Pool* poderia estar em qualquer lugar?

Em qualquer lugar, sim, e esteve praticamente em quase todos os lugares. Só neste mês tivemos duas versões de *The Pool* e nós a mostramos separadas ou juntas, como algo que chamamos de “Piscina Gigante” ((*Giant Pool*)) ou “Piscina Maior” ((*Bigger Pool*)).

Eu não sabia disso, é muito interessante.

Nós temos “A Super Piscina” ((*The Super Pool*)), a versão maior. Apenas neste mês nós tivemos um show em Montreal, neve, clima terrível, frio congelante, muito, muito frio, e ao mesmo tempo tivemos um show em Arizona, muito calor e chuva. Eu amo essa ideia de que a escultura pode estar em qualquer lugar, pode

estar Finlândia, pode ir para o Brasil, pode estar dentro, fora, para mim isso é muito interessante, significa que você pode levar a escultura até o público, aonde quer que o público esteja. Eu amo essa ideia.

Agora que conversamos sobre o lado da produção, eu gostaria de focar na recepção e no público. Você teve mais de cento e vinte mil visitantes em Lisboa. O que você pensa desse número? Você estava esperando essa repercussão?

Sim, na verdade nós estamos bem acostumados com isso. Sim, a resposta é incrível. Para te dar certa perspectiva, você sabe, Lisboa foi um show movimentado, mas nós temos shows mais movimentados. Um mês depois de Lisboa nós fizemos um show em Praga onde tivemos dez mil visitantes por hora. Estivemos em Sidney onde tivemos mais de um milhão de pessoas. Então nós aprendemos, você sabe, o que eu gosto a respeito de Lisboa é que, na verdade, não estava tão cheio. Porque os exemplos que eu acabei de citar, em Praga e em Sidney, estava muito cheio, na verdade foi horrível. Eu acho que a escultura não é tão boa quando tão cheia. Portanto o que eu gostei em relação a Lisboa é que havia pessoas e havia diversão mas nunca estava tão lotado que as pessoas tinham que interagir apertadas. Então para mim foi o tipo preferido de piscina.

Na sua opinião por que as pessoas se juntam a *The Pool*?

Eu penso que, como humanos, nós amamos luzes. Nós amamos luzes. Qualquer tipo de arte já feita que use luz, as pessoas amam. Pessoas de todas as culturas e de todas as idades amam. Então eu penso que existe algo de encorajador na luz. No caso de *The Pool*, o que eu penso que é extremamente interessante, é que nós podemos fazer um piso inteiro e o piso inteiro é luz, mas eu acho que sem a plataforma, eu penso que uma das coisas que funciona para a piscina é que você está preso numa plataforma, você pode saltar por ela e ter a sua própria plataforma, e então você pode pular para a próxima plataforma e a maneira que a forma é criada... penso que faz com a gente se sintam como crianças novamente, quando brincávamos. Eu não sei se no Brasil vocês tem esse jogo em que você pula *hopscotch* ((em português do Brasil é chamado 'amarelinha')). O jogo em que crianças pulam de alguma coisa para brincar. Eu acho que várias culturas jogam jogos em que há crianças que pulam de uma peça para a outra, e eu acho que *The Pool* nos lembra essa situação e nós acabamos por brincar e pular e também muito atraídos pelas luzes.

E também é muito divertido, não é?

Sim e é feito para ser divertido. Minha equipa e todos que trabalham comigo são pessoas muito divertidas portanto eu penso que isso é refletido no nosso trabalho.

E *The Pool* chegou a Lisboa como parte do projeto de arte do Colombo. O que você pensa sobre esse tipo de projetos, que levam a arte e a transportam para lugares diferentes, instalações e arte digital combinadas juntas?

Eu acho que é muito interessante e muito progressivo. Penso que os grupos e organizações que estão fazendo

esse tipo de projeto estão descobrindo que eles tem mais espaço para isso, porque mais e mais pessoas vão e eu fico feliz por ser possível que eles tenham isso. Sabe, eu tenho filhos pequenos e tudo que meus filhos fazem é num computador, eles estão muito acostumados com um mundo em que tudo é no computador.

Agora uma pergunta um pouco diferente. As Nações Unidas proclamaram 2015 como o 'ano internacional da luz e das tecnologias baseadas em luz' ((no original *Internacional Year of Light and Light-based technologies*)). Você já sentiu algum tipo de reflexo disso no seu trabalho? Será um ano especial para você e *The Pool*?

Não, não acho que seja esse o caso. Você sabe, quando nós descobrimos ficamos muito surpresos. Será um ano especial para nós ao mesmo tempo que eu penso que meu trabalho vem explodindo e nós temos tido muitos convites, porque instituições de arte e museus estão aprendendo que quando eles trabalham com interatividade ou obras de arte baseadas em luz, mais pessoas vão. E eu acho que meu trabalho já está explodindo. Eu acho que existe um desejo geral em ter peças interativas, trabalhos de arte como esse.

E como você percebe o cenário da arte digital neste momento?

Está ficando cada vez melhor.

Está ganhando muito mais espaço, não é?

Há muito tempo o mundo da arte pensava que engenharia não era arte, e agora... Você sabe... Eu penso que... é só uma ferramenta. Sabe, ao invés de usar linha, eu uso eletrônica. Eu penso que, as vezes, quando novas ferramentas aparecem, as pessoas ficam muito presas nas ferramentas, prestam muita atenção nas ferramentas e não em fazer arte com elas. E isso está mudando e ficando melhor e há mais pessoas fazendo grandes obras de arte utilizando tecnologia digital e há muito mais oportunidade. A tecnologia digital é uma ferramenta incrível para se trabalhar.

Podemos dizer que seu trabalho já superou algumas barreiras?

Sim. Quero dizer, quando comecei a fazer isso, comecei a fazer em New York, quando o mundo da arte definitivamente não considerava o que eu fazia arte, considerava engenharia. E isso mudou. E isso é muito bom.

Claro. Bom, minha última pergunta, o que vem agora? Novos desafios? O que você está planejando?

Nós estamos... É interessante para nós... Eu já fiz algumas peças permanentes na minha vida mas este ano nós estamos fazendo três grandes peças permanentes. Todas baseadas em luz e todas são interativas. E também estamos... A escultura *The Pool* está viajando por todo o mundo ao mesmo tempo. Nós estamos muito, muito animados. O trabalho permanente eu acho muito interessante, porque podemos integra-lo ao espaço arquitetônico, então, por exemplo, nós estamos fazendo uma imensa escultura que acompanha um passeio em Minnessota, que mistura múltiplos sons e luzes, e a medida que você caminha você interage, e

you play hide-and-seek, and it's very fun but also part of the construction, the environment and the architecture, something that I really love. I am working on various other permanent pieces that, like this, are integrated into the architectural space, to really transform it, like a walkway, a plaza, in an interesting way. At the same time, I still love *The Pool*, like a sculpture. We are always improving *The Pool*. In fact, we just finished reconstructing it. A new version is traveling and we will reconstruct it again next year. So every year we improve it, and change it, and learn something incredible. *The Pool* is an incredible sculpture, because we are constantly learning from it.

Anexos

Anexo 2: Entrevistas

Anexo 2.3.: Astrid Sauer (*State of the Art*), em 28 de janeiro de 2015

Eu gostaria de conversar um pouco mais sobre como aconteceu a instalação no Colombo. A Astrid já me contou que o nome da artista veio a tona por ser uma artista reconhecida a nível mundial.

Sim. O Colombo, pronto, desde 2011, o Colombo que é o maior centro comercial da península ibérica, com aproximadamente trinta milhões de visitantes por ano, começou um programa de arte anual que se chama A Arte Chegou ao Colombo, e este programa, em 2011, eles fizeram uma parceria com o Museu Berardo, depois, em 2012, fizeram uma parceria com o Museu de Arte Nacional Antiga, depois, em 2012, fizemos uma exposição do Andy Warhol, depois, no ano passado, fizemos a exposição com a artista americana Jen Lewin, que foi uma instalação de luz. Isto funciona como? O Colombo, como é uma entidade privada, não é, faz um concurso anual a várias entidades, combina várias entidades para preparem propostas sobre ideias e conceitos que podem acontecer no âmbito deste programa. Fizemos agora já duas vezes. Trabalhamos com eles no caso do Andy Warhol e no caso da Jen Lewin. Nosso papel como agência cultural é, pronto, fazemos a seleção e o *sourcing* dos artistas, fazemos toda a orçamentação, então primeiro há aqui o orçamento global da organização, não é, e com o orçamento nós temos que trabalhar e tentar encontrar e enquadrar um jeito dentro deste orçamento. Temos sempre alguns condicionantes que estão no *briefing*, como, pronto, tem que ser surpreendente, tem que ser impactante, tem que gerar tráfego, tem que ser, hum ..., são mais objetivos de marketing da organização do que propriamente artísticos, mas estão a trabalhar com agências de arte e culturais para criar aqui projetos que tem de facto valor artístico e são também reconhecidos pela imprensa cultural, por isso querem sempre, por exemplo, “um *speaker* e um *indoorser*” de uma ... quase um embaixador da própria exposição que saiba falar sobre, sobre o projeto, que conheça muito bem o ...

O tema ...

Não só a artista, mas também um bocadinho o suporte. Por exemplo, no caso da Jen Lewin, nós convidamos a Emília Tavares porque ela, de facto, no eixo de media arte em Portugal, é uma das pessoas que percebe melhor este suporte e, com isso, pronto, fazia todo o sentido que ela fizesse o papel de embaixadora. No ano anterior tivemos como curador Mauricio Vani, que era um curador italiano que trabalhou já muitas vezes com essa exposição, conhece a exposição de cor, não é, e sabe muito bem sobre Andy Warhol, sobre a (pisaia), e sobre a obra destes artistas.

Ok. Bom, e a instalação, assim como os curadores, contou com o apoio de vários agentes, não é? Como o estúdio LIKE Architects, e o maestro Rui Massena.

Pronto, o que é que nós fizemos, nós, como agência, preparamos sempre um projeto chave na mão, isso quer dizer que engloba tudo, ok, engloba a proposta do curador, nós contactamos os arquitetos, vários arquitetos, fazemos o *briefing* aos arquitetos para criarem o espaço específico, com o orçamento fechado, nós fazemos mesmo o trabalho todo, então convidamos várias equipas, propomos e selecionamos o curador, definimos a estratégia de comunicação e produzimos basicamente todo o projeto. Depois os LIKE Architects, pronto, trabalho com eles já há vários anos e gosto muito deles porque são muito criativos e de facto são especialistas na conceção de suportes efêmeros para exposições e, pronto, para o Andy Warhol, fizeram uma estrutura muito surpreendente, com as latas que eram uma analogia à lata de Andy Warhol, não é, e também ao cinzento, ao ambiente *factory*, que era o estúdio do artista, e depois, no ano passado, o *briefing* que lhes dei, tinha que ser um espaço fechado, para criarmos um ambiente escuro, e tinha que ser completamente branco no interior, e a partir daí, pronto, os *architects* desenvolvem um bocadinho a partir deste *briefing* preliminar e também a artista diz que o que ela precisa para expor a obra, não é, a partir deste *briefing*, os *architects* desenvolvem o projecto. E pronto, depois há uma fase, pronto, de procura, de propostas e apresentações, o cliente tem de aprovar o projeto, pois envolve muitas pessoas do próprio centro que, pronto, o próprio centro tem arquitetos, tem engenheiros, que tem que aprovar tudo, tem que ser com termos de responsabilidade, tem que se criar o contrato de prestação de serviço, tem que se definir o seguro das obras de arte, (...) e existem aqui várias condicionantes que tem que ser negociadas com o cliente e aprovados.

Então passado o *briefing* eles tinham certa liberdade, foi de facto um trabalho conjunto, não é?

Sim.

E será que a Astrid poderia me contar um pouco mais sobre o processo de montagem? Foi a primeira vez que *The Pool* foi instalado num ambiente fechado, não foi?

Sim.

E no que foi diferente?

As especificações do pavilhão em si da Jen Lewin, era feito de tiras de tecido, que, pronto, para depois conceber a obra de arte que era feita de quarenta mil LEDS e era uma estrutura suspensa que tinha, depois, no final, conseguimos diminuir o peso da mesma para um bocadinho acima de duas toneladas. E tinha depois dezesseis cabos de aço que foram fixados na cúpula para suspender esta estrutura. O processo de montagem demorou três, quatro noites, como é um centro comercial, qualquer montagem tem que ser efetuada durante a noite, e, pronto, primeiro construiu-se a base, que era feita de alumínio e ferro, depois, pronto, colocaram-se as várias tiras de tecido, que eram costuradas umas com as outras, e elevava-se a estrutura, e fazia-se isto uma metade primeiro e depois outra metade com uma plataforma elevatória.

E o fato de ter sido instalada na praça central, creio que proporcionou um espaço maior a obra.

Exatamente. Temos setecentos metros quadrados disponíveis para construirmos o que quisermos. Para este

pavilhão específico utilizamos centro e cinquenta metros quadrados.

Uma outra pergunta relativa ao centro comercial. Como vocês avaliam essa relação entre arte, cultura e um centro comercial como palco? É diferente criar artisticamente para este contexto?

Claro, claro. Nós acreditamos que um centro comercial é de facto um espaço alternativo ao museu. E aqui a vantagem é que contribui bastante para a impulsão da sociedade a nível cultural, porque conseguimos aqui comunicar com pessoas que normalmente não são confrontadas com arte, que não se deslocam facilmente ao museu, nem toda gente tem tempo, nem toda gente tem interesse, e uma vez que está num centro comercial, num meio onde as pessoas já se encontram, milhares e milhares de pessoas que diariamente passam ali, mesmo as pessoas que só veem a estrutura por fora, pronto, tem certo impacto nessas pessoas, acreditamos que isto contribui um bocadinho para a democratização cultural em geral. Acho que é importante vermos os resultados, porque só em oito semanas, nem oito semanas, tivemos mais de centro e trinta mil pessoas que visitam a exposição.

São muitos visitantes.

Para comparar a um museu, o museu público mais visitado, que é o museu dos coches, tem 1 milhão por ano, ou seja, cem mil por ano. A exposição mais visita de sempre em Portugal, que é a da Joana Vasconcelos, no Palácio da Ajuda, tinha duzentas e trinta e cinco mil pessoas, mas em cinco meses. Nós estamos a falar em centro e trinta mil em dois meses e não cinco meses, não é. E pronto, temos um resultado bastante bom. Existe interesse das pessoas em ver arte em espaços alternativos e acho que isto é um bocadinho o futuro. Não que os museus vão morrer, não existe, pronto, como temos cada vez menos tempo, somos cada vez mais saturados com imagens e tudo, acho que esta alternativa, estes espaços alternativos para proporcionar arte às pessoas é importante.

É um número realmente impressionante. Eu mesma vi, visitei a exposição várias vezes, e sempre percebi um movimento intenso, as pessoas se interessavam, foi uma experiência muito positiva.

Sim. Tivemos também monitores. Tivemos essa preocupação. Se as pessoas tiveram perguntas, mesmo se pareciam um bocadinho perdidas dentro da instalação, que as monitoras explicassem a obra as pessoas para também perceberem que isto não é apenas um playground, não é. As crianças adoravam. Mas também percebem que isto é de facto uma obra de arte, de uma artista muito conhecida, que já fez instalações em todo o mundo e isto passa um estudo do comportamento social de pessoas desta obra específica e, pronto, importante também pessoas perceberem que isto de facto é arte.

Pois então, e este projeto A Arte Chegou Ao Colombo, eu percebo que já superou várias barreiras, e os passos já estão cada vez maiores.

Exatamente, exatamente. No início, pronto, a primeira parceria, foi com o museu Berardo e fizeram aqui, escolheram quatro artistas para expor uma obra cada. No início, essa foi a primeira tentativa e correu muito

bem. Depois, no segundo ano, fizeram uma parceria com o museu de arte antiga. Mas é claro que os visitantes dos centros comerciais são muito exigentes, querem cada vez algo melhor, maior e mais surpreendente, e o nosso desafio enquanto agência cultural é também tentar encontrar algo que, não obstante o valor artístico à exposição, também impactante neste espaço, o que não é fácil porque não temos aqui basicamente uma caixa branca que é muito fácil, temos um espaço muito colorido, muito cheio de lojas, cores, imagens, e temos que criar aqui algo que sobressaia, isto também é um desafio, e também não só aos artistas, mas também aos arquitetos tem que superar.

Sobre a State of the Art e o próprio slogan, *culture is everyone's business*. Será que poderia me falar um pouco mais sobre isso? Eu acho um slogan muito interessante, gostaria de ouvir mais.

Sim. Pois o nosso objetivo enquanto agência que encontramos projetos de comunicação e transformamos aqui mensagens de comunicação em algo diferente, não é, porque os suportes tradicionais de comunicação e publicidade, acho que as pessoas já não estão muito interessadas nesses suportes tradicionais, e criamos através da culturas outros argumentos de comunicação para, de um lado, pronto, tentar criar benefícios para os artistas, para os criativos com quem trabalhamos, e por outro lado criar valor aos projetos para os nossos clientes. E trabalhos com, pronto, agentes públicos e privados, não é, fazemos, por exemplo, produção executiva do *anglodesign* português e da secretaria do estado da cultura, trabalhamos com empresas privadas como o Colombo, como o grupo Senai para criar projetos culturais diferentes que tenham um certo potencial de comunicação, e trabalhamos também com centros culturais para criar exposições, pronto, temos aqui vários ângulos, acreditamos de facto que a base disso tudo que utilizamos a cultura, e a cultura no sentido mais lato da palavra, não é, artes plásticas, artes performativas, gastronomia, folclore, tudo, e pegar na cultura, e transformar isso em projetos de comunicação.