



REVISTA LUSÓFONA DE
ESTUDOS CULTURAIS

LUSOPHONE JOURNAL OF
CULTURAL STUDIES

ARTE PÚBLICA PARA A COMUNICAÇÃO TURÍSTICA
PUBLIC ART FOR TOURIST COMMUNICATION

2020
volume VII | n. 1

Editores | *Editors*

Pedro Andrade
Mário Caeiro

Diretor | *Journal Editor*

Moisés de Lemos Martins



CECS
centro de estudos
de comunicação
e sociedade
PUBLICAÇÃO



Título | *Title*: Arte pública para a comunicação turística | *Public art for tourist communication*

Diretor | *Journal Editor*: Moisés de Lemos Martins (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

Diretora Adjunta | *Associate Editor*: Zara Pinto-Coelho (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

Editores Temáticos | *Issue Editors* vol. 7, nº 1 junho de 2020 | *June 2020*

Pedro Andrade (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

Mário Caeiro (Escola Superior de Artes e Design de Caldas da Rainha, Instituto Politécnico de Leiria, Portugal)

Conselho Editorial | *Editorial Board*

Albertino Gonçalves (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Albino Rubim (Universidade Federal da Bahia, Brasil), Alda Costa (Universidade Eduardo Mondlane, Moçambique), Aldina Marques (CEHUM, Universidade do Minho, Portugal), Alexandre Costa Luís (Universidade da Beira Interior, Portugal), Ana Carolina Escosteguy (Universidade Federal de Santa Maria, Brasil), Ana Gabriela Macedo (CEHUM, Universidade do Minho, Portugal), Ana Paula Coutinho (Universidade do Porto, Portugal), Anabela Carvalho (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Annabelle Sreberny (Universidade de Londres, Reino Unido), Annamaria Palácios (Universidade Federal da Bahia, Brasil), Antônio Hohlfeldt (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil), Armando Jorge Lopes (Universidade Eduardo Mondlane, Moçambique), Barbie Zelizer (Universidade da Pensilvânia, EUA), Carlos Assunção (Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal), Catarina Moura (Universidade da Beira Interior, Portugal), Cátia Miriam Costa (ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, Portugal), Eduardo Costa Dias (ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, Portugal), Elton Antunes (Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil), Emília Araújo (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Fabio La Rocca (Universidade Paul-Valéry, Montpellier 3, França), Felisbela Lopes (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Fernanda Ribeiro (Universidade do Porto, Portugal), Fernando Paulino (Universidade de Brasília, Brasil), Helena Machado (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Helena Pires (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Helena Sousa (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Isabel dos Guimarães Sá (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Isabel Ferin (Universidade de Coimbra, Portugal), Isabel Macedo (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Janet Wasko (Universidade de Oregon, EUA), Jean Martin Rabot (CECS, Universidade do Minho, Portugal), João Vítor Gomide (Universidade FUMEC, Brasil), José Carlos Venâncio (Universidade da Beira Interior, Portugal), José Casquilho (Universidade Nacional Timor Lorosa'e, East Timor), José Manuel Pérez Tornero (Universidade Autònoma de Barcelona, Espanha), José Roberto Severino (Universidade Federal da Bahia, Brasil), Joseph Straubhaar (Universidade do Texas, EUA), Juremir Machado da Silva (Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul, Brasil), Luís António Santos (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Lurdes Macedo (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Madalena Oliveira (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Manuel Pinto (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Maria da Luz Correia (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Maria Immacolata Vassallo de Lopes (Universidade de São Paulo, Brasil), Maria Manuel Baptista (Universidade de Aveiro, Portugal), Mário Matos (CEHUM, Universidade do Minho, Portugal), Messias Bandeira (Universidade Federal da Bahia, Brasil), Muniz Sodré (Universidade Federal do Rio de Janeiro, Brasil), Nélia del Bianco (Universidade de Brasília, Brasil), Neusa Bastos (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil), Norval Baitello Junior (Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil), Paula Bessa (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Paulo Bernardo Vaz (Universidade Federal de Minas Gerais, Brasil), Paulo Osório (Universidade da Beira Interior, Portugal), Paulo Serra (Universidade da Beira Interior, Portugal), Raúl Fuentes Navarro (Universidade de Guadalajara, México), Regina Pires Brito (Universidade Mackenzie de São Paulo, Brasil), Rita de Cássia Aragão Matos (Universidade Federal da Bahia, Brasil), Rita Ribeiro (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Rosa Cabecinhas (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Sara Pereira (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Silvana Mota Ribeiro (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Silvino Lopes Évora (Universidade de Cabo Verde, Cabo Verde), Sonia Livingstone (London School of Economics, Reino Unido), Teresa Ruão (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Urbano Sidoncha (Universidade da Beira Interior, Portugal), Vincenzo Susca (Universidade Paul-Valéry, Montpellier 3, França), Vítor Sousa (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Xosé López García (Universidade de Santiago de Compostela, Espanha), Zara Pinto Coelho (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

Conselho Consultivo | *Advisory Board*

Alain Kiyindou (Universidade de Bordéus, França), Albino Rubim (Universidade Federal da Bahia, Brasil), Aníbal Alves (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Cláudia Leite (Theatro Circo, Braga, Portugal), Edilene Dias Matos (Universidade Federal da Bahia, Brasil), Eloy Rodrigues (SDUM, Universidade do Minho, Portugal), José Bragança de Miranda (Universidade Nova de Lisboa, Portugal), José Teixeira (CEL, Universidade do Minho, Portugal), Maria Eduarda Keating (CEHUM, Universidade do Minho, Portugal), Margarita Ledo Andión (Universidade de Santiago de Compostela, Espanha), Michel Maffesoli (Universidade Paris Descartes, França), Miquel de Moragas (Universidade Autònoma de Barcelona, Espanha), Murilo César Ramos (Universidade de Brasília, Brasil), Orlando Grossegesse (CEHUM, Universidade do Minho, Portugal), Paulo Serra (Universidade da Beira Interior, Portugal), Philippe Joron (Universidade Paul-Valéry, Montpellier 3, França)

Produção Editorial | *Editorial Production*

Assistentes Editoriais | *Editorial Assistants*: Isabel Macedo & Carla Cerqueira (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

Direção de Arte Gráfica e Digital | *Graphic and Digital Art Direction*: Alberto Sá & Pedro Portela (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

Edição Gráfica e Digital/Indexação | *Graphic and Digital Edition/Indexation*: Marisa Mourão (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

Revisores vol. 7, nº1 | Reviewers of vol. 7, nº1

Alba Marín (Universidade Savoie Mont Blanc, França), Albertino Gonçalves (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Alma Cedeño (Universidade Anáhuac México Norte, México), Ana Duarte Melo (CECS, Universidade do Minho, Portugal), António de Oliveira (ISCAP - Politécnico do Porto, Portugal), Artur Matuck (Universidade de S. Paulo, Brasil), Carla Cerqueira (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Eloenes Silva (Secretaria Municipal de Educação de Alvorada, Brasil), Fabiana Dantas (Universidade Federal de Pernambuco, Brasil), Helena Pires (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Idalina Conde (CIES, ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, Portugal), Jean-Martin Rabot (CECS, Universidade do Minho, Portugal), José Abreu (CITAR, Universidade Católica Portuguesa, Portugal), José Neves (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Leonel Morgado (Universidade Aberta, Portugal), Luís Teixeira (CITAR, Universidade Católica Portuguesa, Portugal), Marcos Zibordi (ECA, Universidade de São Paulo, Brasil), Mário Caeiro (ESAD.CR, Instituto Politécnico de Leiria, Portugal), Natacha Cyrulnik (PRISM, Universidade Aix-Marselha, França), Pedro Andrade (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Pedro Portela (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Rita Ribeiro (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Sandra Marinho (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Silvana Mota-Ribeiro (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Virginia Kistmann (Universidade Federal do Paraná, Brasil), Vítor de Sousa (CECS, Universidade do Minho, Portugal), Zara Pinto-Coelho (CECS, Universidade do Minho, Portugal)

Indexação e avaliação | Indexation and evaluation

ERIH PLUS | RepositóriUM | RCAAP | Google Scholar | ROAD | BASE | JournalTOC's | Open Access in Media Studies

URL: <https://rlec.pt/> **Email:** rlec@ics.uminho.pt

Revista Lusófona de Estudos Culturais/Lusophone Journal of Cultural Studies é editada semestralmente (2 volumes/ano), em formato bilingue (Português e Inglês). Os autores que desejem publicar artigos ou resenhas devem consultar o URL da página indicado acima.

The journal Revista Lusófona de Estudos Culturais/Lusophone Journal of Cultural Studies is published twice a year and is bilingual (Portuguese and English). Authors who wish to submit articles for publication should go to URL above.

Editora | Publisher:

CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade
Universidade do Minho
Campus de Gualtar
4710-057 Braga – Portugal

Telefone | Phone: (+351) 253 601751

Fax: (+351) 253 604697

Email: cecs@ics.uminho.pt

Web: www.cecs.uminho.pt

Direitos de Autor (c) 2020 Revista Lusófona de Estudos Culturais/Lusophone Journal of Cultural Studies |

Copyright (c) 2020 Revista Lusófona de Estudos Culturais/Lusophone Journal of Cultural Studies



Este trabalho está licenciado sob a Licença Creative Commons - Atribuição 4.0 Internacional. Para ver uma cópia desta licença, visite <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

ISSN: 2184-0458 // **e-ISSN:** 2183-0886

Depósito legal | Legal deposit: 166740/01



Esta publicação é financiada por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do Financiamento Plurianual do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade 2020-2023 (que integra as parcelas de financiamento base, com a referência UIDB/00736/2020, e financiamento programático, com a referência UIDP/00736/2020).

This publication is funded by national funds through Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., within the scope of the Multiannual Funding of the Communication and Society Research Centre 2020-2023 (which integrates base funding, with the reference UIDB/00736/2020, and programmatic funding, with the reference UIDP/00736/2020).

SUMÁRIO | CONTENTS

Nota introdutória: artes públicas para a comunicação turística?	7
<i>Introductory note: public arts for tourism communication?</i>	
Pedro Andrade & Mário Caeiro	

ARTIGOS TEMÁTICOS | THEMATIC ARTICLES

A economia moral do turismo	21
<i>The moral economy of tourism</i>	
Dean MacCannell	

Arte pública urbana e comunicação turística	39
<i>Urban public art and tourism communication</i>	
Pedro de Andrade	

Curitiba, minha linda: mídia digitais, identidade e cidadania	61
<i>You beautiful, Curitiba: digital media, identity and citizenship</i>	
Virginia Borges Kistmann	

Mover o olhar sobre circulações da arte e recepção	79
<i>Moving the gaze on art circulations and reception</i>	
Idalina Conde	

A arte pública entre património e ideário. O itinerário artístico de Siah Armajani	101
<i>Public art between heritage and ideario. The artistic itinerary of Siah Armajani</i>	
José Guilherme Abreu	

As novas técnicas de pesquisa em comunicação visual: uma proposta metodológica da videografia	127
<i>The new research techniques in visual communication: a methodological proposal of videography</i>	
Alba Marin & Fernando Contreras	

Para uma metodologia visual em ação na investigação-criação: o exemplo de SORODAS	149
<i>Towards a visual methodology in research-creation: the example of SORODAS</i>	
Carole Brandon & Marc Veyrat	

Aplicações móveis para o turismo cultural: Caminhos de Santiago	165
<i>Mobile applications for cultural tourism. St. James Way</i>	
Miguel Mazedo & Luís Teixeira	

Contraponto ao reducionismo “grafite versus pichação” em São Paulo, capital	185
<i>Counterpoint to “graffiti versus pichação” reductionism in São Paulo, capital</i>	
Marcos Zibordi	

A pintura artística em espaços urbanos tombados no Brasil: limites e possibilidades	207
<i>Artistic painting in protected urban places in Brazil: its limits and possibilities</i>	
Fabiana Santos Dantas	

VARIA | VARIA

Narrativa documental para uma nova apreensão de um espaço público estigmatizado	227
<i>Documentary narrative for a new understanding of a stigmatized public space</i>	
Natacha Cyrulnik	

Suscitar a palavra a partir de imagens de ficção: uma questão de ciência pública ou de arte pública?	243
<i>Raising the word from images of fiction: a matter of public science or public art?</i>	
Pascal Cesaro & Pierre Fournier	

ENTREVISTA INTERVIEW	257
-------------------------------	------------

Um autor de arte pública urbana: Luis Baldini	259
<i>An author of urban public art: Luis Baldini</i>	
Pedro Andrade	

LEITURAS BOOK REVIEWS	281
--------------------------------	------------

Huebener, P., O'Brien, S., Porter, T., Stockdale, L. & Zhou, Y. (Eds.) (2017). <i>Time, globalization and human experience</i>. Londres: Routledge.	283
<i>Huebener, P., O'Brien, S., Porter, T., Stockdale, L. & Zhou, Y. (Eds.) (2017). Time, globalization and human experience. London: Routledge.</i>	
Emília Araújo	

Hillaire, N. (2019). <i>La réparation dans l'art</i>. Paris: Nouvelles Éditions Scala.	289
Dina Germanos Besson	

Stalder, F. (2018). <i>The digital condition</i>. Cambridge: Polity Press.	293
Helena Barranha	



NOTA INTRODUTÓRIA: ARTES PÚBLICAS PARA A COMUNICAÇÃO TURÍSTICA?

INTRODUCTORY NOTE: PUBLIC ARTS FOR TOURISM COMMUNICATION?

Pedro Andrade

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, Portugal

Mário Caeiro

Escola Superior de Artes e Design de Caldas da Rainha, Instituto Politécnico de Leiria, Portugal

PARA UMA INOVADORA COMUNICAÇÃO DA ARTE PÚBLICA, MÓVEL E TURÍSTICA?

A arte pública, para além da intenção manifestada na sua produção e escrita por parte dos seus artistas, ou para lá do seu consumo e leitura pelos respetivos públicos, compreende-se igualmente nos processos de mediação entre a sua criação e fruição. Uma tal intermediação é operada por vários contextos comunicativos, como um museu ou um evento numa rua ou praça urbanas. Com efeito, a arte pública é comunicada no seio de múltiplas esferas do espaço público urbano. Ou seja, estende-se e entende-se, funda-se e funde-se em outros processos sociais, de diversas maneiras segundo o tipo de ambiente social onde a arte pública ocorre. Por exemplo, uma obra de arte pública pode articular ou miscigenar dimensões socioeconómicas, políticas e culturais.

No seio dos processos decorrentes destas esferas do social ou na sua fusão, que se encontram pormenorizados abaixo, o presente número da *Revista Lusófona de Estudos Culturais* centra-se nas relações que a arte pública estabelece com um processo social muito atual mas pouco estudado, a comunicação turística, e nomeadamente no caso do turismo cultural. Os Estudos Culturais e os Estudos de Turismo, bem como outras áreas de pesquisa adjacentes, podem beneficiar de uma tal dialética. Dito de outro modo, o que se debate aqui não é um processo social único e isolado, traduzível num dado conceito solitário que se vislumbra em muitos estudos, e nos respetivos textos e títulos. Tais estudos pretensamente unívocos ou hegemónicos concentram-se amiúde numa única ideia, que por si só esgotaria a profundidade do social ou a totalidade do pensamento sociológico. Pelo contrário, o presente número de revista, nos seus objetivos, assume-se não como reflexão sobre um mero tema, que seria, por exemplo, representado pelo título “A arte pública”, ou por estoutro título “A comunicação turística”, mas enquanto questão central ou tese seminal expressa pela proposição seguinte: “Arte pública para a comunicação turística”. Com efeito, uma tal conexão traduz múltiplas articulações híbridas entre os fenómenos sociais e as temáticas sociológicas subjacentes à arte pública, neste caso por e para a comunicação turística. Ou seja, pretende-se indagar como é que a arte pública e o seu questionamento crítico podem ser aplicadas à prática e à teoria da comunicação turística, uma comunicação que se tece entre cidadãos e turistas, ou mesmo entre eles e outros viajantes ou nómadas urbanos. Alguns exemplos de

tais agentes em circulação contínua são os migrantes, os sem-terra urbanos ou rurais, os sem-teto ou desalojados, trabalhadores e empregados em empresas deslocalizadas, alguns desempregados e aposentados, ou as diversas marginalidades urbanas e atores sociais desterritorializados.

Mais concretamente, quanto à produção da arte pública, interessa, antes de mais, questionar a inovação destinada à comunicação pública da cultura e artes urbanas, em direção a três públicos-alvo centrais (cidadãos, turistas e imigrantes), no seio dos seguintes processos, entre outros, que podem dar origem a estudos de caso diversificados: criação de obras culturais e artísticas no espaço público urbano (arte pública material e imaterial); culturas híbridas e comunicação intercultural/transcultural na cidade; história e memória sociocultural de projetos artísticos na arena da urbe, por parte de autores e atores pioneiros de média clássicos ou de novos média.

No que respeita à mediação da arte pública, a valorização deste e de outros patrimónios urbanos para o turismo, pode ser discutida a partir das seguintes reflexões ou projetos empíricos concretos: regulação da arte pública pelas instituições estatais e administrativas centrais e locais; estratégias de desenvolvimento local via artes públicas; crescimento dos investimentos culturais participativos ligados à ecologia das regiões e à reestruturação dos territórios urbanos; sustentabilidade das empresas culturais e artísticas promotoras da arte pública; emergência de indústrias, mediadores de serviços (agências de turismo), e comércios criativos no setor cultural e dos lazeres, ligados à arte pública; aumento da empregabilidade inclusiva no setor das artes públicas e capital humano na economia local; instituições ou agentes de memória e arquivos artísticos urbanos: museus, galerias de arte, empresas culturais, associações locais, grupos de amigos, colecionadores, etc.; artes públicas urbanas, turismo cultural e cultura digital.

Finalmente, no que toca à disseminação da arte pública em vista à promoção do turismo cultural, uma tal agenda pode ser realizada via média urbanos, redes sociais e dispositivos móveis, onde se desvelam e revelam os pólos de controvérsia que se seguem: difusão do património cultural através da arte pública; promoção territorial para a qualidade de vida por meio das artes urbanas; implementação de arte pública em cidades criativas Unesco e cidades inteligentes; afirmação internacional das localidades e não-lugares das artes urbanas como destino turístico e contra-turístico; atores socioculturais centrais em redes de arte pública: artistas, curadores, colecionadores, públicos (cidadãos, turistas, imigrantes, etc.); mobilidades dos estilos de vida e lazeres associados à arte pública: uso de telemóveis em telemobilidades urbanas, companheirismo móvel, *slow tourism*, etc.; arte pública na cidade 2.0 (através de redes urbanas, sociais e digitais) e na cidade 3.0 (via redes sociais-semânticas, dispositivos móveis, *internet of things*).

ESTADO DA ARTE SOBRE A ARTE PÚBLICA

Na perspetiva acima delineada, o presente número da *Revista Lusófona de Estudos Culturais* propõe um debate e conhecimento mais profundos das problemáticas em torno da arte pública, através de uma breve mas sólida análise crítica da respetiva bibliografia.

Um livro coletivo anterior, entre outros, fornece uma discussão e um arquivo de fontes exaustivos sobre a problemática da arte pública, antes da segunda década do século XXI. Esta obra, tendo esgotado a 1.^a edição, foi publicada recentemente numa 2.^a edição, em 2019. Naquela 1.^a edição, na introdução (Andrade, 2010), em termos de circunscrição do estado da arte desta problematização, colocavam-se as seguintes questões, hipóteses e respetiva bibliografia: o património cultural integra ou exclui a arte pública? As políticas culturais regulam ou desregulam a arte pública? O desenvolvimento urbano permite ou omite a fusão entre a cidadania e a arte pública? As cidades criativas constituem um contexto que inscreve ou marginaliza a arte pública? O turismo cultural mostra-se catalisador ou desqualificador da arte pública? Os debates em torno da arte pública significam embates entre posturas concordantes ou concorrentes de cidadania cultural?

No que respeita à década que decorre desde 2010 a 2019, emergem novas tendências que importa sintetizar, e não tanto enumerar todas as referências bibliográficas existentes sobre o assunto, tarefa de que se ocupam as bibliotecas, bases de dados referenciais, repositórios universitários e outras bases de dados bibliográficas. De facto, os textos publicados no presente número da revista testemunham variados debates atuais e fornecem múltiplas pistas bibliográficas sobre as polémicas mais recentes. Algumas de outras contribuições principais são apresentadas de seguida.

Uma nova geração de artistas promove uma maior articulação entre projetos, lugares e pessoas, preferindo usar a arte pública para suscitar o debate em comunidades, em vez de investir na monumentalidade das obras de arte pública (Doherty, 2015). Outras questões em torno da recente arte pública envolvem a relação entre os territórios do público e do privado, o papel da estética urbana para uma mais informada cidadania, a composição e identidade das suas audiências (Boomgaard, 2017). Em suma, uma das questões centrais recentes é esta: de que maneira a arte pública se relaciona com os públicos no espaço público?

No plano económico, a inclusão social das comunidades urbanas pode ocorrer através da cooperação das políticas culturais estatais com iniciativas locais (Cartiere, 2016). Em particular, o espaço público pode ser ativado de modos originais, ligando as intervenções culturais a outras atividades, por exemplo o desporto (Fenner, 2017).

Em termos urbanísticos, a arte pública funciona frequentemente como um suporte para a imagem sociocultural de uma dada cidade, facultando iniciativas artesanais ligadas a novas tecnologias (Rupp, 2018). Nathaniel Stern (2018) defende uma eco-estética que serve de pedestal à arte pública.

No que toca à prática política, a arte pública permite repensar a vida quotidiana na *polis*, bem como o encontro entre os serviços sociais e administrativos dos Estados e a governança democrática exercida pela sociedade civil (Burton, 2016). Para além disso, uma politização mais profunda emerge de práticas específicas como a criação do monumento urbano popular nomeado Mural de Respeito, que se insere numa tradição mural clássica que viaja de Giotto a Rivera (Huebner, 2019). Em especial, a arte pública pode representar seja a celebração de regimes democráticos, seja um aviso para a ameaça dos fundamentalismos e populismos que assolam a atualidade global (Evans, 2018).

Quanto à esfera social das culturas e discursos, a arte pública, tradicionalmente apoiada e programada em instituições e organizações estatais ou privadas, tem sido paulatinamente recuperada e empoderada por comunidades culturais e étnicas, que organizam, cada vez mais, os seus próprios programas e projetos, o que cria condições para reforçar o impacto da arte pública a públicos mais diversificados (Grams & Farrell, 2008).

Nesta dimensão cultural, surgem discursividades híbridas, que fusionam o cultural ao cultural. Por exemplo, as obras de arte pública que celebram a negritude na esfera pública e nos seus públicos, a arte para comunidades negras e a relação da arte afro-cêntrica com a “teologia da libertação negra” (Pinder, 2016).

Em Portugal, Mário Caeiro (2014) escreveu um livro que recenseia criticamente as mais relevantes polémicas sobre a arte nas cidades. Mais recentemente, este autor coordenou um livro coletivo sobre a simbologia lisboeta de S. Vicente na cidade de Lisboa (Caeiro, 2019). Pedro Andrade, num livro publicado em 2015, mostrou como as manifestações políticas de rua contra a austeridade, e movimentos sociais em redes sociais digitais, podem ser consideradas formas de arte pública e arenas de demonstração de teses sociológicas. Ricardo Campos tem desenvolvido nos últimos anos um trabalho sistemático de recolha e interpretação da arte pública em Lisboa (Campos, 2010; Campos, Brighenti & Spinelli, 2011). No Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho, Maria da Luz Correia, Helena Pires e Zara Pinto-Coelho, desenvolveram a *Passeio*¹, uma plataforma de referência sobre as culturas e artes urbanas (Correia, Pires & Andrade, 2017).

ESTADO DA ARTE SOBRE COMUNICAÇÃO TURÍSTICA

Os seguintes títulos apenas sobrevoam esta problemática nos prismas centrais seguintes, na medida em que este tema encontra-se, em parte, retomado nos textos escritos pelos autores deste número da revista e na bibliografia respetiva.

ECONOMIA GLOBAL DA COMUNICAÇÃO TURÍSTICA

Nesta esfera da Economia Política, Peggy Bendel (2012) reflete acerca da crise da comunicação e sobre a sua influência no turismo global e nas profissões no setor da hospitalidade (restauração, hotelaria, etc.). Por seu turno, uma visão mais centrada na gestão do turismo e dos seus eventos paradigmáticos é proposta por Donald Getz (2005), que considera o turismo como um evento específico e singular de gestão. Finalmente, Julia Neidhardt e Wolfgang Wörndl (2020) são os editores de um conjunto de ensaios que tratam a questão das tecnologias da informação e comunicação aplicadas ao turismo.

¹ Disponível em <http://www.passeio.pt/passeio/>

POLÍTICAS E CIDADANIAS COMUNICATIVAS

Quanto à articulação entre políticas, governança e cidadania na área do turismo, Donald Getz (2013), retomando a ideia de “evento turístico”, procura sistematizar o seu campo sócio-semântico, sugerindo um levantamento da pesquisa científica efetuada nesta área. Para tal, sublinha, no plano teórico, os seus conceitos centrais e, no campo empírico, realiza uma resenha sistemática dos estudos de caso correspondentes. Já Roberta Minazzi tenta demonstrar, em 2014, a utilidade das redes sociais e, em geral, dos média sociais digitais, no seio dos processos de publicidade, propaganda e na área do turismo e hospitalidade. Para além disso, dois conjuntos de estudos tutelados pelo World Tourism Organization (UNWTO), a mais global das entidades reguladoras do turismo, analisam a realidade planetária do turismo internacional, concentrando-se, entre outras análises, em 2005, numa das regiões onde as atividades turísticas conheceram um incremento assinalável nos últimos anos, a Ásia (UNWTO, 2005), bem como as boas práticas necessárias para a progressão equilibrada dessa indústria mundial (UNWTO, 2011). Finalmente, Phaedra Pezzullo (2009) oferece-nos uma crítica profunda e oportuna do fenómeno não apenas da poluição planetária, mas da respetiva retórica, em ligação com a viagem e a justiça ambiental.

TURISMO CULTURAL E DISCURSOS

A discursividade que subjaz ao turismo cultural e patrimonial é percebida, na obra coletiva editada por M. Alvarez et al. (2016), em termos dos seus locais de destino, onde se assevera fundamental proceder não só à preservação das obras culturais, mas considerar os seus aspetos comunicativos e voltados para o desenvolvimento das sociedades e comunidades. De facto, o turismo não se pode apartar das suas atividades de comunicação e das práticas discursivas dos agentes, organizações e instituições que o produzem (Jaworski & Pritchard, 2011). Em termos metodológicos, este papel e poder do discurso pode ser detetado a partir da análise e interpretação de textos sobre as estruturas, contextos, atividades e agentes turísticos, no quadro de uma análise multimodal (Francesconi, 2014). A informática aplicada ao turismo faculta conhecimentos e indicações práticas no seio de sistemas de aconselhamento de viagens a partir de imagens visuais e virtuais, destinadas a comunidades locais, e comunicadas através de design adequado das interfaces para perfis distintos de utilizadores (Sharda, 2010). No entanto, há ainda a considerar as diferenças em termos de comunicação intercultural, bem como as inovações que podem ser implementadas nesse encontro de civilizações, no que respeita às atividades turísticas (Stoyan, 2019).

Em Portugal, diversos processos situados nestes três níveis de reflexão e trabalho de terreno sobre a comunicação turística foram estudados em monografias, artigos de revista e comunicações em congressos, ao longo das últimas décadas, desde 1981 até 2020 (Andrade, 2020).

A ARTE PÚBLICA PARA A COMUNICAÇÃO TURÍSTICA

No presente número, os autores utilizaram diversas estratégias de reflexão, discussão e aplicação no tecido social. Estas tomadas de posições plurais encontram-se aqui reunidas numa temática federadora, em termos de articulação ou de hibridação entre a arte pública e a comunicação turística, bem como no encontro ou no recontro entre as metodologias clássicas e aquelas inspiradas nas novas tecnologias analógicas ou digitais. As bibliografias respetivas constituem, em si mesmas, um estado da arte dessas posturas.

(H)HISTÓRIAS, EPISTEMOLOGIAS E TEORIAS SOBRE ARTE PÚBLICA, CIDADE E TURISMO

Dean MacCannell, uma das referências centrais mundiais da Sociologia do Turismo, propõe o notável e polémico ensaio intitulado “A economia moral do turismo”. Nele, o autor sustenta que a indústria global do turismo baseia-se na atração turística, que, por sua vez, consiste num conjunto de bens imaginários e simbólicos, relativamente isolados das transações do mercado. Esta atração turística compõe-se de mercadorias que não estão à venda, mas em princípio são gratuitas e que toda a gente pode consumir democraticamente. Para isso, o consumidor, que é o verdadeiro produto, trabalha de graça na viagem turística e acaba por pagar o trabalho de turismo. O sobre-turismo consiste numa versão neoliberal do turismo, que explora o facto de que a indústria do turismo não produz produtos materiais, nem necessita de matérias-primas.

Pedro de Andrade assina o texto “Arte pública urbana e comunicação turística”. O autor procura delinear um quadro de investigação sobre a arte pública urbana, em várias etapas, que possa ser aplicado à comunicação turística. A arte pública pré-digital é exemplificada através de um estudo de caso sobre o “Festival Imanente” de 2019, um evento que reuniu várias manifestações culturais, como os debates, a pintura de murais ou de galeria, a música, a dança, o skate, etc. A arte pública na era da internet é ilustrada por meio da análise de uma amostra de fontes representativas, no ciberespaço, sobre a arte, a cidade e o espaço público. A comunicação turística é discutida via temas como a sociologia da viagem, o turismo popular urbano, as mobilidades turísticas no museu, o pós-colonial nas viagens do cinema, e o e-turismo cultural. Alguns instrumentos metodológicos recentes e relevantes para esse trabalho de pesquisa, são a sociologia artística, a hibridologia e a banda desenhada sociológica. Por último, mas não menos importante, um breve glossário alerta para a necessidade urgente de mais reflexão científica criativa sobre conceitos sociológicos inovadores.

Virginia Kistmann escreve acerca de “Curitiba, minha linda: média digitais, identidade e cidadania”. Trata-se de um apelo à comunicação via design urbano, dirigida às cidades inteligentes e à subjacente qualidade de vida dos cidadãos. Em parte, este papel cabe aos municípios, em termos de aplicação das novas tecnologias para um tal objetivo. A autora apresenta um estudo de caso sobre Curitiba, uma cidade brasileira que desenvolveu uma estratégia de *smart city* para o seu tecido urbano. O método empregue é a análise de fotografias na rede social Facebook, imagens que testemunham

um trabalho de design urbano realizado no contexto da sociedade em rede e através de não-lugares da urbe.

Idalina Conde debruça-se sobre o processo nomeado “Mover o olhar sobre circulações da arte e receção”. O texto descreve as itinerâncias da arte no espaço público, articuladas às correspondentes receções por parte de públicos diversos. A partir de dois exemplos, o célebre quadro *Las meninas* de Velasquez e *Zodiac Heads/Circle of Animal* de Ai Weiwei, a autora guia-nos numa viagem social, comunicativa e cultural através dos mundos da arte reticulares e móveis na vida urbana, desde os espaços internos do museu até aos *outdoors* da esfera pública onde emergem inéditas mediações e modos de visitabilidade.

José Abreu discute “A arte pública entre património e ideário. O itinerário artístico de Siah Armajani”. A primeira parte deste artigo estabelece uma genealogia da ideia e da prática da arte pública. O seu movimento constitutivo é analisado, em particular as primeiras reflexões sobre esta matéria, os congressos pioneiros, os estatutos e a revista do Instituto Internacional de Arte Pública, e o seu ideário, entre outros aspetos. Em seguida, o itinerário e o ideário concetual do artista Siah Armajani são confrontados com a visão de Richard Serra. O autor conclui pela discussão das relações de uma obra de arte pública com os desígnios do património cultural, a sua inserção no espaço público, o respetivo financiamento público, e a correspondente mensagem cultural, ideológica ou discursiva.

METODOLOGIAS VISUAIS, VIRTUAIS E VIRTUOSAS PARA A COMUNICAÇÃO DAS ARTES URBANAS E TURÍSTICAS

Alba Marín, e Fernando Contreras debatem “As novas técnicas de pesquisa em comunicação visual: uma proposta metodológica da videografia”. A videografia consiste numa metodologia para a produção de imagens em vídeo, que testemunham ou explicam fenómenos sociais. Como tal, a videografia pode ser aplicada a várias disciplinas articuladas. Os autores propõem um modelo metodológico para o estudo do documentário visual, incluindo videografia, entrevistas e análises visuais. Este modelo utiliza o vídeo em 360°, para construir uma natureza expandida do real. Igualmente, uma reflexão epistemológica ocupa-se do olhar do pesquisador e da natureza da pesquisa que entende o audiovisual simultaneamente enquanto objeto e método.

Carole Brandon e Marc Veyrat apresentam a obra “Para uma metodologia visual em ação na investigação-criação: o exemplo de SORODAS”. Os autores sugerem a utilização da investigação-criação enquanto instrumento de entendimento de uma sociedade intercultural nas ilhas Comores no oceano Índico, em particular as ilhas Mayotte. Por meio de um dispositivo hipermédia, retratam os conflitos entre as várias ilhas do arquipélago, umas defendendo a independência, e outras mantendo fidelidade à França, antiga potência colonizadora. Os autores utilizam, em parte do texto, um estilo de escrita inspirado na cultura digital e na linguagem das redes sociais digitais. Por exemplo, o uso da notação *emojis*, formada por ideogramas e *smylies*, muito frequente nas mensagens permutadas entre utilizadores do ciberespaço.

Miguel Mazedra e Luís Teixeira mostram um projeto sobre “Aplicações móveis para o turismo cultural: Caminhos de Santiago”. Trata-se de uma pesquisa realizada no quadro da atividade B2 “Gestão de conteúdos pertencentes ao património cultural nacional baseado em sistemas abertos de preservação e interação” do projeto CHIC: “Cooperative Holistic View on Internet and Content”. Os autores referem que se trata de um projeto de I&D em Portugal na área dos média apoiado pelo COMPETE 2020. O objetivo central consiste em compreender como os turistas culturais estão a utilizar dispositivos móveis nas suas deslocações. Para isso, um estudo de caso analisa uma aplicação multimédia para telemóvel sobre o itinerário turístico Caminhos de Santiago, em termos de usabilidade para os utilizadores, em vista à construção de uma plataforma de realidade aumentada.

ESTUDOS DE CASO SOBRE ARTE PÚBLICA PARA A COMUNICAÇÃO TURÍSTICA

Marcos Zibordi fala-nos do “Contraponto ao reducionismo ‘grafite *versus* pichação’ em São Paulo, capital”. O autor nota que existe uma alegada oposição entre os fenómenos de arte pública urbana denominados “grafite” e “pichação”. O primeiro seria uma arte positiva, legítima e tolerada pelo proprietário do muro ou da parede em que a pintura se inscreve. Pelo contrário, a pichação significa uma arte marginal, que se produz quando o dono de um estabelecimento comercial ou de outro prédio não autoriza essas imagens nas paredes da sua propriedade. O autor defende uma confluência entre as duas atitudes, através da análise de imagens, sequências e quadros de arte pública urbana.

Fabiana Dantas informa sobre “A pintura artística em espaços urbanos tombados no Brasil: limites e possibilidades”. As cidades regulam o seu espaço público local através de leis e posturas camarárias. Este texto busca descobrir como as atividades artísticas se compatibilizam com as disposições legais de preservação do espaço público urbano. A autora pretende mostrar como se podem articular as duas dinâmicas, por um lado a fiscalização por parte da Administração Pública brasileira e, por outro lado, os direitos culturais e democráticos dos artistas e públicos da arte pública, em termos de liberdade de manifestação artística.

VÁRIAS PISTAS PARA RE-MEDIAÇÕES FUTURAS SOBRE MÉDIA DO PRESENTE

Na secção Varia, dois estudos de professores da Universidade de Aix-Marseille e investigadores do Centre National de la Recherche Scientifique (CNRS), França, convidam a um debate sobre reformulações e re-mediações dos média atuais, em particular o cinema documental e o processo de articulação entre a Sociologia e o Cinema.

Natacha Cyrulnik retoma o género documentário para a redefinição das suas temáticas, em “Narrativa documental para uma nova apreensão de um espaço público estigmatizado”. A autora filmou documentários sobre lugares turísticos no Sul da França, por forma a entender o carácter excluído da vida quotidiana de vários territórios de regiões

francesas. Através dessa experiência, discute a apreensão do espaço público através da arte, a contagem de histórias sobre o território, as estratégias de ficcionalização da realidade, e a dinâmica das viagens imaginárias, utilizando como pedestal a metodologia documentarista.

Pascal Cesaro e Pierre Fournier apelam para uma nova postura sobre o conhecimento do espaço público, em “Susitar a palavra a partir de imagens de ficção: uma questão de ciência pública ou de arte pública?” Dois saberes do (e no) espaço público são problematizados, através de uma pesquisa interdisciplinar que aproxima a Sociologia ao Cinema. A metodologia empregue usa a vídeo-elicitación, ou seja, o apelo à resposta através de imagens que facilitam a resposta de um entrevistado ou de um respondente a um questionário. Assim, a entrevista sugere a co-construção do conhecimento, simultaneamente pelo investigador e pelo respondente. A arte pública emerge pela combinação de um arquivo audiovisual do passado com a remobilização dessas memórias através de dispositivos e escritos multimédia.

Segue-se o contributo de um autor de arte pública urbana, Luís Baldini, que é entrevistado por Pedro Andrade, e que nos fornece uma visão interessante e informativa sobre o estado da arte pública urbana, em particular no caso do fenómeno do grafite.

Finalmente, o número encerra com as seguintes recensões críticas: Emília Araújo avalia a obra coletiva editada por Paul Huebener et al. em 2017, com o título *Time, globalization and human experience*; Dina Besson interpreta o texto de Norbert Hillaire, *La réparation dans l'art*, cuja edição data de 2019 e Helena Barranha comenta o livro de Felix Stalder, *The digital condition*, publicado em 2018.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020. O Financiamento Plurianual do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (UIDB/00736/2020) apoiou a tradução desta introdução.

REFERÊNCIAS

- Alvarez, M., Yüksel, A. & Go, F. (Eds.) (2016). *Heritage tourism destinations: preservation, communication and development*. Wallingford: CABI.
- Andrade, P. (2020). Cultural tourism and mobile digital devices: an analysis of tourists in Lisbon through sociological comics and video paper. In C. Sarmiento & M. Quincé (Eds.), *Intercultural routes across multicultural spaces: from theory to dialogue* (pp. 39-56). Porto: Centro de Estudos Interculturais.
- Andrade, P. (2015). *Austerity (Hi)story through sociological comics: a guide to social media and networks against austeritocracy for use by all generations*. North Charleston: Create Space.
- Andrade, P. (2010). Introdução. In P. Andrade, C. Marques & J. Barros (Eds.), *Arte pública e cidadania: novas leituras da cidade criativa cidade* (pp. 13-30). Lisboa: Caleidoscópio.

- Bendel, P. (2012). *Its a crisis! NOW what? The first step-by-step crisis communications handbook for the global tourism and hospitality professional*. Toronto: Sutherland House Publishing.
- Boomgaard, J. (2017). *Being public: how art creates the public*. Amsterdão: Valiz.
- Burton, J. (2016). *Public servants: art and the crisis of the common good*. Cambridge: The MIT Press.
- Caeiro, M. (Ed.) (2019). *Vicente símbolo de Lisboa: mito contemporâneo*. Lisboa: Theya Editores.
- Caeiro, M. (2014). *Arte na cidade*. Lisboa: Temas e Debate.
- Campos, R. (2010). *Porque pintamos a cidade? Uma abordagem etnográfica do graffiti urbano*. Lisboa: Fim de Século.
- Campos, R., Brighenti, M. & Spinelli, L. (Eds.) (2011). *Uma cidade de imagens: produções e consumos visuais em meio urbano*. Lisboa: Editora Mundos Sociais.
- Correia, M., Pires, H. & Andrade, P. (2017). Passeio, passante, passeante. Uma plataforma de arte e cultura urbana. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 4(1), 167-201. <https://doi.org/10.21814/rlec.184>
- Cartiere, C. (2016). *The everyday practice of public art: art, space, and social inclusion*. Londres: Routledge.
- Doherty, C. (2015). *Out of time, out of place: public art (now)*. Londres: Art Books Publishing.
- Evans, F. (2018). *Public art and the fragility of democracy: an essay in political aesthetics*. Nova Iorque: Columbia University Press.
- Fenner, F. (2017). *Running the city: why public art matters*. Kensington: New South Publishing.
- Francesconi, S. (2014). *Reading tourism texts: a multimodal analysis*. Bristol: Channel View Publications.
- Getz, D. (2013). *Event tourism: concepts, international case studies and research*. Putnam Valley: Cognizant Communication Corporation.
- Getz, D. (2005). *Event management and event tourism*. Putnam Valley: Cognizant Communication Corporation.
- Grams, D. & Farrell, B. (2008). *Entering cultural communities: diversity and change in the nonprofit arts*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- Huebner, J. (2019). *Walls of prophecy and protest: William Walker and the roots of a revolutionary public art movement*. Evanston: Northwestern University Press.
- Jaworski, A. & Pritchard, A. (Eds.) (2011). *Discourse, communication and tourism*. Channel. Bristol: View Publications.
- Minazzi, R. (2014). *Social media marketing in tourism and hospitality*. Berlim: Springer.
- Neidhardt, J. & Wörndl, W. (Eds.) (2020). *Information and communication technologies in tourism 2020: proceedings of the International Conference in Surrey, United Kingdom, January 08-10*. Berlim: Springer.
- Pezzullo, P. (2009). *Toxic tourism: rhetorics of pollution, travel, and environmental justice*. Tuscaloosa: University of Alabama Press.
- Pinder, K. (2016). *Painting the gospel: black public art and religion in Chicago*. Champaign: University of Illinois Press.

- Rupp, J. (2018). *Art in Seattle's public places: an illustrated guide*. Seattle: University of Washington Press.
- Sharda, N. (2010). *Tourism informatics: visual travel recommender systems, social communities, and user interface design*. Hershey: IGI Global.
- Stern, N. (2018). *Ecological aesthetics: artful tactics for humans, nature, and politics*. Chicago: University of Chicago Press.
- Stoyan, R. (2019). *Tourism and intercultural communication and innovations*. Cambridge: Cambridge Scholars Publishing.
- UNWTO, World Tourism Organization. (2011). *Toolbox for crisis communications in tourism: checklist and best practices*. Madrid: World Tourism Organization.
- UNWTO, World Tourism Organization. (2005). *Observations on international tourism communications Asia and the Pacific: report from the Regional Conference on Tourism Communications*. Madrid: World Tourism Organization.

NOTAS BIOGRÁFICAS

Pedro Andrade é sociólogo e investigador na Universidade do Minho, CECS. Ensinou, nas Universidades de Coimbra e Lisboa, Sociologia da Cultura, Comunicação, Métodos Sociológicos, Humanidades Digitais. Investigação em culturas urbanas, comunicação artística, museus de arte/ciência, literacias, redes sociais digitais (web 2.0/3.0), metodologias/hibrimédia. Coordenador de projetos internacionais, como “Literacia científico-tecnológica e opinião pública” (2005, sobre públicos de museus de Ciência) e “Comunicação pública da arte” (2011, sobre museus de arte e suas relações com audiências, turismo, metodologias digitais/virtuais, interação hibrimédia, jogos sociológicos/culturais, redes sociais, realidade virtual/aumentada), ambos financiados pela FCT. Participação em redes universitárias internacionais, como Virginia Commonwealth University, EUA; membro do projeto “Manifesto Art and Social Inclusion in Urban Communities” (Reino Unido). Autor de vários livros e artigos científicos publicados em revistas internacionais e nacionais com revisão por pares, indexadas em bases de dados bibliográficas globais (Web of Science, etc.). Diretor da primeira revista científica luso-francesa, *Atalaia-Intermundos* (desde 1995).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4550-0562>

Email: pjoandrade@gmail.com

Morada: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Campus de Gualtar, 4710-057 Braga, Portugal

Mário Caeiro é conferencista, programador cultural, curador e investigador no campo da cultura urbana e da arte pública. É autor de *Arte da Cidade – História Contemporânea*, publicado em 2014. Ativo desde 1995 como curador independente interessado em transdisciplinariedade, retórica, espaço público e cidade, os seus projetos mais conhecidos são: *Lisboa, Capital do Nada – Marvila 2001* (2001-2002), *Luzboa – Bienal Internacional da Luz* (2004/2006); *Projeto VICENTE*, iniciativa anual integrada no Projeto

Travessa da Ermida, Lisboa (2011-), e em curadoria no Museu de Lisboa (2019); e o *Festival BELLA SKYWAY* (Toruń, Polónia), desde 2009. Doutorado em Artes Visuais e Intermedia pela Universidade Politecnica de Valencia (Espanha), com tese sobre a retórica da arte na cidade. Foi condecorado Chevalier de l'Ordre des Arts et des Lettres pelo Governo Francês, em 2005. Leciona na ESAD.CR/IPL desde 2004.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8654-6757>

Email: mariojorgecaeiro@gmail.com

Morada: Instituto Politécnico de Leiria, Escola Superior de Artes e Design de Caldas da Rainha, Rua Isidoro Inácio Alves de Carvalho, Campus 3, 2500-321 Caldas da Rainha

ARTIGOS TEMÁTICOS | *THEMATIC ARTICLES*

A ECONOMIA MORAL DO TURISMO

Dean MacCannell

Departamento de Design Ambiental, Universidade da Califórnia, Estados Unidos da América

RESUMO

Neste artigo, sugiro que a indústria do turismo mundial está mobilizada em torno de um núcleo, a atração turística, que está afastada e protegida do intercâmbio económico. Se o turismo é, de facto, a maior indústria do mundo, é por causa e não a despeito da separação da sua principal estrutura motivacional e moral do mercado. Aqui exploro as implicações do facto de que o sistema global de atrações turísticas é uma enorme coleção de “bens gratuitos” democráticos, abertos e disponíveis para todos verem. A indústria do turismo depende desta oferta interminável de atrações de livre acesso, mantidas por governos, ONG e/ou simplesmente existentes na sociedade e na natureza. A indústria do turismo mundial só pode prosperar se a sua estrutura moral e motivacional permanecer isolada das transações do mercado. O Taj Mahal, a Torre Eiffel, o Partenon, o Grand Canyon, a Estátua da Liberdade, as Montanhas Karakorum, etc., não estão à venda. Mais de mil milhões de turistas gastam 1,5 biliões de dólares por ano para viajar internacionalmente e ver coisas que não podem comprar ou ter no sentido material; que ninguém, por mais rico que seja, pode comprar; que muitas vezes nem conseguem tocar. A enormidade do turismo hoje é possível apenas porque as forças causais que estão no coração da economia do turismo são inteiramente imaginárias e simbólicas. Na sua essência, a economia turística é menos económica do que fenomenológica. E o principal impulso do turismo, a sua motivação mais profunda, não é materialista, mas democrática. O *overtourism* (excesso de turismo) resulta da própria indústria que explora agressivamente o facto de que não implica matérias-primas, não necessita de desenvolver cadeias de fornecimento, não precisa de fábricas e não se envolve em qualquer conceção, fabrico, montagem ou distribuição. O consumidor trabalha de graça, na realidade, paga para fazer o trabalho do turismo e torna-se o produto. Estas eficiências neoliberais levam ao *overtourism*. O *overtourism* pode ser facilmente controlado ao nível local.

PALAVRAS-CHAVE

turista global pré-moderno e moderno; experiência turística; compacto
turístico moderno; pacotes turísticos; excesso de turismo

THE MORAL ECONOMY OF TOURISM

ABSTRACT

In this article I suggest that the global tourism industry is deployed around a nucleus, the tourist attraction, that is removed and protected from economic exchange. If tourism is, indeed, the world's largest industry it is because, and not in spite of the separation of its primary motivational and moral structure from the marketplace. I explore the implications of the fact that the global system of tourist attractions is a massive collection of democratic “free goods” open and available for all to see. The tourist industry depends on this endless supply of free access attractions maintained by governments, NGOs, and/or simply existing in society and nature. The global tourism industry can thrive only if its moral and motivational structure remains insulated from market transactions. The Taj Mahal, the Eiffel Tower, the Parthenon, the Grand Canyon,

the Statue of Liberty, the Karakorum Mountains, etc. are not for sale. Over a billion tourists spend \$1,5 trillion annually to travel internationally to things they cannot buy or have in any material sense; that no one no matter how wealthy can buy; often that they cannot even touch. The enormity of tourism today is possible only because the causal forces at the heart of the tourism economy are entirely imaginary and symbolic. At its core, the tourist economy is less economical than phenomenological. And the primary tourist drive, its deepest motivation, is not materialistic but democratic. Overtourism results from the industry aggressively exploiting the fact that it requires no raw materials, need not develop supply chains, needs no factories, and engages in no design, manufacture, assembly or distribution. The consumer works for free, indeed, pays to do the work of tourism, and becomes the product. These neoliberal efficiencies lead to overtourism. Overtourism can easily be controlled at the local level.

KEYWORDS

premodern and modern global tourist; tourist experience; modern
tourist compact; packaged tours; overtourism

O mundo está tão cheio de várias coisas...

Robert Louis Stevenson¹

TURISMO PRÉ-MODERNO

O poeta grego do século XX e vencedor do Nobel, George Seferis (1997, p. 92), diz-nos que já quando Plutarco visitou Delfos, fê-lo como turista: “[na] época de Plutarco... o templo tornou-se um local turístico com guias organizados a mostrar os espaços às multidões”. Seferis rapidamente nos adverte a não supor que Plutarco e os seus companheiros turistas eram semelhantes aos turistas de hoje. Ele afirmou que as primeiras multidões de turistas partilhavam um sistema de crenças, uma fé. Era uma fé frágil e enfraquecida mas, não obstante, uma visão comum do mundo que os unia. Seferis escreve, “hoje a fé comum perdeu-se e as pessoas que vêm têm cada uma mitos pessoais diferentes” (1997, p. 92). Ele tem razão, claro: hoje em dia, cada turista traz o seu próprio mito pessoal para o local e sai com a sua própria impressão única. Mas o que permanece constante agora, tal como na época de Plutarco, é que os turistas continuam a visitar Delfos e todas as outras grandes atrações mundiais.²

O turismo é comprovadamente ainda mais antigo do que a visita de Plutarco a Delfos. Encontro poucas razões para acreditar que o turismo não seja tão antigo quanto a própria humanidade. Alguém que sai de casa apenas para ver o que está mais além, os guias turísticos sob a forma de espíritos guardiões figuram fortemente nos mitos pré-históricos. Toda a literatura revela que sempre houve precursores do nosso tipo de turismo distintamente moderno, tecnologicamente habilitado e contemporâneo. Afinal, o que são Odisseu e Eneias, senão protótipos do tipo de experiência que o turismo moderno

¹ Retirado de <https://www.kellscraft.com/childsversel.html>

² Esta é uma versão revista de um discurso para a reunião anual do International Forum for Economic Research (INFER – Fórum Internacional de Investigação em Economia), Atenas, Grécia, 2016.

ambiciona oferecer: viagens de autodescoberta espiritualmente ricas, que resultam de encontros com “alteridade” ou o que eu preferiria designar como “diferença absoluta”?

DEMOCRACIA E O TURISTA MODERNO

Nem o próprio turismo, nem nenhum dos recentemente designados novos “tipos” de turismo são realmente novos. O turismo sexual, o turismo da morte, o turismo extremo, o turismo médico, etc. têm todos as suas variantes antigas. O que é novo são as maneiras como agora estruturamos a experiência do turista; as dimensões morais, éticas e ideológicas das relações entre os turistas atuais e os povos e os locais que estes vêm ver. O primeiro e ainda o melhor relato da base renovada para a nossa “fé” atual no turismo continua a ser *Memoirs of a tourist* de Stendhal (1838/1962).

Originalmente publicado em 1838, a obra *Memoirs of a tourist* continua editada em vários idiomas. Uma maneira rápida de perceber o motivo da sua longevidade e durabilidade é simplesmente abrir o livro aleatoriamente. Uma pequena amostra revela o que é crucial em *Memoirs of a tourist*: estabelece um catálogo paradigmático de objetos de desejo do turista moderno. O narrador fictício de Stendhal, o Sr. L, é tão entusiasmado por pequenos detalhes locais, como a maneira única como as mulheres de uma aldeia em particular fazem tranças nos seus cabelos, como por monumentos e obras-primas famosas. O Sr. L tem uma voz distinta; a voz de uma pessoa que qualquer um de nós se sentiria feliz por ter como companheiro de viagem. É conhecedor, curioso, liberal, opinativo e generoso nas suas opiniões, mas não insistente; um companheiro de viagem genial que tem sempre algo novo a dizer. Olha avidamente e comenta livremente as muitas maneiras como os lugares, monumentos etc. fazem e não fazem jus à sua fama ou reputação; ou a forma diferente como os vê comparativamente como foram descritos na literatura e nos guias turísticos. Interessa-se especialmente por observar coisas e eventos que não receberam aviso prévio.

A minha cópia de *Memoirs of a tourist* abre na página 112. O Sr. L está a relatar a sua chegada a Avignon. Vamos segui-lo por um momento. Acabou de ver uma grande formação rochosa de basalto nas margens do Ródano e observou a beleza do rio e dos prados com os Alpes ao fundo. Repara que os trabalhadores de Avignon estão profundamente bronzeados e têm uma “aparência ferosa”, e andam com os casacos atirados por cima dos ombros. Visita o túmulo do Papa Inocêncio VI e uma famosa torre e palácio. Vai ao museu municipal recheado de pinturas italianas e desfruta dos jardins do museu. Fica encantado ao ver um rapaz apanhar boleia de uma rapariga num burro. Observa que as ruas são protegidas por lonas durante o tempo quente – “gosto da ideia e da meia-luz que produz” (Stendhal, 1838/1962, p. 120). Não ficou muito impressionado com um objeto que disseram que “precisava de ver”: “a indolência natural do viajante fez-me perder uma hora a inspecionar um certo crucifixo de marfim, muito comentado, bastante medíocre...” (Stendhal, 1838/1962, p. 120). Visita uma casa para veteranos de guerra idosos e doentes e deseja-lhes bom tempo e comida saudável. Um jovem engraxador diz-lhe que um quarto fechado à chave na pensão onde está hospedado foi o local de um famoso assassinato; onde Marshal Brune foi morto em 1815. Contra a vontade do

proprietário, pede a um funcionário da pensão que lhe mostre. “O chão estava coberto de pulgas. Esta sujidade potenciou o horror do ato sobre o qual eu estava a pensar. Vi mais claramente a repugnância dos assassinos” (Stendhal, 1838/1962, p. 113).

Stendhal observou a França dos seus dias; mergulhou profundamente nas formas como uma perspectiva democrática, autoconsciente e recém-emergente tenta compreender o que significa ser um turista, um cidadão e, de facto, ser um novo e moderno tipo de ser humano, livre para ser itinerante por opção. O turista de Stendhal não é cego pela sua própria posição social ou identidade. Está ciente de si mesmo enquanto parte da humanidade, enquanto um observador perplexo da humanidade, ligeiramente distanciado. O Sr. L descreve uma noite em que ficou sentado com os funcionários de uma pensão a contar histórias de fantasmas até à uma da manhã. “O céu concedeu-me o talento de me fazer bem-vindo entre os camponeses. Para conseguir isso, não deve falar nem muito nem pouco e, acima de tudo, não deve atingir uma igualdade completa com eles” (Stendhal, 1838/1962, p. 208). A obra *Memoirs of a tourist* dá-nos uma forma de mapear a curiosidade e o desejo sobre o mundo humano e natural, e uma maneira de estar no mundo, ou seja, como turista. Apenas dez anos depois de o termo ter sido inventado, ensinou-nos que o maior apelo para um “turista” é o envolvimento com toda a gama de diferenças humanas, é procurar instruções a partir de tudo e qualquer coisa que possamos encontrar fora de casa.

Por sua vez, as pessoas e os lugares que Stendhal visita estão interessados em partilhar o que consideram interessante e digno sobre as suas comunidades, a sua região e os seus pensamentos e vidas. Não querem fingir que Stendhal é um deles. Ele é visto por eles como um estranho amigável e interessado. Entram voluntariamente numa troca de histórias através das linhas da diferença humana. Têm orgulho no facto de os considerar dignos do seu interesse. Muitas vezes, são capazes de lhe revelar segredos que poderiam ser devastadores se ele fosse um deles, mas sentem-se seguros porque ele é um estranho de confiança que partirá em breve.

O tratamento do turismo por Stendhal é a primeira reflexão aprofundada sobre o mesmo, depois do Iluminismo. Em perfeita sincronização com os importantes movimentos políticos da sua época, plantou e criou cuidadosamente as sementes da democracia na atitude do seu turista ideal. O Sr. L estava muito longe de ser um *grande* turista.

Stendhal nunca insinua que, enquanto turistas, deveríamos *gostar* de tudo o que vemos, como os escritores de guias turísticos mais recentes às vezes parecem querer fazer. Apenas sugere que nos conectemos com aquilo que estamos a ver, que aceitemos a diferença como interessante e normal, e que digamos algo próprio sobre as nossas observações. Obviamente, assim que alguém descreve as exigências que um novo tipo de mente faz sobre si, outras mentes vão resistir a estas exigências. Stendhal deu-nos, simultaneamente, um turista democrático moderno, paradigmaticamente positivo, e também os fundamentos da sua negação: não. Quero que me digam exatamente o que devo pensar sobre o que estou a ver, de maneira a poder deixar os meus preconceitos intactos. Não era suposto esta viagem ser divertida? Stendhal explicou a atitude que devemos adotar para ser um turista ético moderno. A resistência desenfreada e previsível à percepção stendhaliana é a base dos atuais significados pejorativos de “turista”.

O CONTRATO TURÍSTICO MODERNO

Não é possível categorizar as coisas que compõem as viagens, ao tentar classificar os objetos de atenção turística por “tipo”. Vou apenas propor que chamemos ao grupo de objetos e eventos percebidos pelo turista de Stendhal, e todos nós que surgimos depois, o contrato turístico moderno. Hoje, este contrato abrange um vasto e crescente conjunto simbólico de fenômenos sociais, culturais e naturais, marcados como dignos do olhar do turista. Dignos, porquê? Stendhal deixa isso claro. Tudo o que o Sr. L observa é uma potencial expressão na maior história da espécie humana; o grande abraço democrático de quem somos – todos nós. São partículas das nossas habilidades e sabedoria coletiva; lembretes concretos de atos humanos passados e atuais e dos seus resultados; são literalmente “lições objetivas” que apontam para discernimento e erro, conhecimento quotidiano, perseverança e superação, verdades cantadas e desconhecidas, culpa e inocência, presunção e incerteza, realização e estupidez brilhantes, beleza e fealdade, heroísmo e covardia. Já argumentei (MacCannell, 2011) que o catálogo de temas, valores e relações que podem ser mapeados no sistema global de atrações coincide com as descobertas possibilitadas pela abertura psicanalítica do inconsciente humano. E aqui, quero acrescentar que a inclusão e a abertura do contrato turístico moderno é gêmeo do projeto moderno da democracia. Não me refiro à mecânica da democracia – que pode ou não nos representar, que pode ou não exercer o seu voto, etc. – estes têm sempre falhas e devem estar sujeitos a vigilância e melhoria constantes. Refiro-me ao impulso democrático inelutável da alma humana, ao qual todas essas mecânicas devem, em última análise, responder.

A EXPERIÊNCIA DO TURISTA ESTÁ ABERTA A TODOS

É exatamente aqui que precisamos de prestar muita atenção à estrutura económica do turismo contemporâneo. Se seguirmos o Sr. L dia após dia ou página após página e lermos todas as suas observações peculiares sobre os mais pequenos detalhes da vida local e dos grandes monumentos que encontra pelo caminho, depressa descobrimos que nada daquilo que faz ou observa enquanto turista lhe custa sequer um cêntimo. Paga o transporte, alojamento e refeições, e serviços pessoais (como o engraxador) exatamente como qualquer pessoa que tivesse viajado para os mesmos lugares em negócios. A cada dez páginas aproximadamente, o Sr. L queixa-se amargamente de porteiros mal-intencionados que agarram na sua bagagem e insistem em carregá-la por uma comissão, ou de proprietários de pensões “ávidos por dinheiro” que conspiram para fazê-lo perder o seu autocarro, para que tenha de pagar uma refeição ou uma noite extra. Mas enquanto *turista*, não paga nada. A maioria das coisas sobre as quais escreve estavam (e ainda estão) ao ar livre, onde qualquer um pode vê-las. Mas, mesmo em lugares onde havia a possibilidade de acesso controlado, entrou gratuitamente. Os museus franceses, incluindo o próprio Louvre, estavam abertos e eram gratuitos ao público, seis dias por semana, até ao século XX.

A MACROECONOMIA DO TURISMO HOJE

Avancemos rapidamente cento e oitenta anos até aos dias de hoje. Alguns já afirmam que o turismo é agora a maior “indústria” do mundo. Seja essa afirmação verdadeira ou não, o turismo tornou-se claramente um componente muito grande da economia global. Sozinho, o turismo internacional representa agora nove por cento do PIB mundial. Desde 2012 que todos os anos se registam mais de mil milhões de passagens de fronteiras internacionais em regime de lazer que envolvem dormidas. Em 2015, o turismo empregava um em cada onze trabalhadores em todo o mundo. Nos últimos 25 anos, em todas as regiões do planeta, ano após ano, o turismo tem sido o setor económico que mais cresce. Em 2015, o turismo gerou mais de 1,5 biliões de dólares em divisas. Este último dado não inclui receitas para o turismo doméstico que, em países desenvolvidos como os Estados Unidos e o Japão, representam mais do que as receitas estrangeiras.

A MICROECONOMIA DO CONTRATO TURÍSTICO MODERNO

Ao nível micro, o contrato turístico moderno coloca entraves à teoria económica clássica. Quando uma consumidora na Califórnia compra um carro fabricado no Japão, não é difícil atribuir razões para a compra: precisa de um carro para se deslocar para o trabalho; o carro antigo está a tornar-se pouco fiável; ou quer mudar para um carro melhor; escolheu o carro japonês porque acredita que tem a melhor relação qualidade/preço. Agora, considere as decisões que toma enquanto turista. Quando uma turista na Califórnia quer ver Delfos e as outras maravilhas da Grécia e o seu desejo toma conta dela de tal forma que acaba por efetivamente fazer a viagem, não existem razões económicas igualmente claras e simples. Os aspetos práticos do seu dia a dia não serão melhorados quando voltar. Quando tentamos determinar o que é que comprou exatamente, a diferença torna-se nítida e inexplicável. A turista não pode levar (Delfos) para casa e estacioná-la na sua garagem, ou usá-la para ir trabalhar todos os dias até que se desgaste e eventualmente a venda ou troque. A lembrança da sua viagem, tudo o que resta dela, não serve nenhum propósito económico ou prático. Tem zero “valor de uso”. Não lhe dará uma promoção no trabalho. E, ao contrário de outras compras de luxo, como diamantes, ouro, peles e Ferraris, as suas memórias não podem ser revendidas em tempos difíceis.

Permitam-me voltar aos parêntesis em torno de Delfos no último parágrafo. Tecnicamente são parêntesis fenomenológicos. Tudo o que a turista pode possuir é a imagem fugaz na sua mente, ou a imagem duradoura nas suas fotografias, dos vários pontos turísticos que viu. O que “comprou” é uma imagem posterior dos locais e dos seus arredores e as suas memórias de ter estado lá, memórias que eventualmente residem apenas na sua consciência e na sua caixa de lembranças, partilhadas com outras pessoas através de trocas simbólicas e não económicas.

Permitam-me também voltar às aspas em torno da palavra “comprou” na frase anterior. Coloquei-as porque nenhum turista paga efetivamente para ver Delfos, pelo

menos não de uma maneira que seja proporcional ao seu investimento para chegar lá. *Fodor's Greece* (Fisher, 2012) diz-me que ainda custa o mesmo que na altura em que a Juliet Flower MacCannell e eu o visitámos há vários anos, 10 € para entrar no complexo de Delfos, incluindo uma visita ao museu. O contrato turístico de hoje mantém a estrutura essencial que possuía nos dias de Stendhal. A maior parte daquilo que os turistas vêm e experimentam é gratuito ou quase gratuito.

A enorme economia turística mundial é composta por um vasto espectro de bens e serviços, que vão desde o protetor solar comum até às suites absurdamente sublimes em hotéis que custam dez mil euros por noite. Os economistas que se concentram no turismo limitam a sua modelagem à penumbra de bens e serviços que rodeiam e apoiam o ato turístico: receitas de restaurantes, hotéis e transportes. Para começar, nenhum economista jamais abordou a questão de o porquê dos turistas saírem de casa. Alberto Sessa levanta estas diferenças nas primeiras páginas do seu livro inovador, para depois colocá-las imediatamente de parte, por ser impossível os economistas lidarem com elas:

o produto de qualquer outra indústria é... algo tangível, algo que nos impressiona pela natureza imponente da sua construção, as suas cores, as embalagens adotadas. Apenas este tipo de produto parece ter valor económico. (Sessa, 1983, p. 15)

Quase que se desculpa, explicando que irá lidar apenas com fenómenos economicamente terciários, instalações turísticas, hotéis e restaurantes, pacotes pré-pagos, viagens aéreas e o desenvolvimento de infraestruturas que facilitam a deslocação do turista em direção ao seu objetivo. Mas o objetivo, o “destino”, é tomado como garantido e permanece fora das suas equações. Outros economistas forneceram alguns modelos do papel e do contributo da gestão de destinos e marketing de destinos, mas parecem referir-se ao planeamento de negócios nos setores da hotelaria e viagens, e não a quaisquer melhorias que possam ser feitas na Mona Lisa para torná-la mais atraente.

O foco dos economistas no espectro dos bens e serviços turísticos é justificado em termos puramente económicos. A nossa turista, que viajou da Califórnia para a Grécia, pagou, no mínimo, vários milhares de dólares em voos, roupa de viagem, seguro de viagem, guias turísticos, máquina fotográfica, taxas de roaming, transporte internacional e local, refeições, alojamento, lembranças e talvez algo exclusivo como visitas guiadas privadas. Mas aquilo que veio ver, aquilo que desencadeou todos estes gastos com a viagem, a própria Delfos, custa 10 €. A turista “compra” Delfos por 10 € e, depois de a “adquirir”, não possui ou controla nem uma pequena parte dela, exceto à medida que aparece e desaparece da consciência da sua mente.

É claro que aproveitará o seu investimento na viagem para visitar outros sítios pelos quais também paga uma taxa de entrada simbólica. Ou então nada. E, como Stendhal, levará consigo imagens e memórias adicionais, queridas e desagradáveis de uma panóplia de locais, sons e cheiros que vivenciou gratuitamente. No final, os custos diretos totais das suas queridas lembranças turísticas são uma pequena fração do custo da viagem. Dada a estratificação das amenidades e serviços turísticos, a diferença entre custos diretos e indiretos pode ser surpreendentemente elevada.

Delfos está certamente tudo menos sozinha no seu papel de indiferente dentro da economia turística. No coração da estrutura motivacional do turismo mundial estão os muitos parentes de Delfos: as pirâmides de Quéops em Gizé, a Grande Muralha, o Grand Canyon, o Monte Cervino, a Torre Eiffel, a Torre de Pisa, a Torre de Londres, a Casa Branca, a Acrópole, a Golden Gate Bridge, a Basílica de Santa Sofia, Angkor Wat, Pão de Açúcar, Teotihuacán, etc. E, claro, o prazer que é simplesmente aproveitar o ambiente em torno de uma caminhada por uma floresta ou de um passeio por um mercado estrangeiro. Não faz qualquer diferença quais os critérios que usamos para colocar uma atração nesta lista. Qualquer lista de atrações no contrato turístico moderno será extremamente extensa e irá sobrepor-se a todas as outras listas. O que as atrações têm em comum é, em primeiro lugar, o facto de atraírem o desejo do turista e colocarem em movimento milhões (agora mais de mil milhões) de turistas. Em segundo lugar, todas podem ser vistas e vivenciadas, em primeira mão, gratuitamente ou por uma taxa simbólica, geralmente menos do que o valor de um bilhete de cinema.

Permitam-me sublinhar mais uma coisa relativamente ao argumento que estou a defender: no coração da economia turística mundial, massiva e crescente, está um tipo de objeto muito especial, definido pelo seu poder de retenção na imaginação do turista e pelo facto de que ele existe para além do alcance do intercâmbio económico. Ninguém pode comprar Delfos. E ninguém pode pagar pelo direito exclusivo de a vivenciar.

Na medida em que se pensa que uma atração pertence a todos os que habitam a terra, ela não pode pertencer a ninguém. Alguns objetos que são fisicamente mais pequenos e que podem ser incluídos no contrato turístico, nomeadamente a fração de pinturas existentes de antigos mestres que não estão em museus, são comprados e vendidos pelo um por cento mais rico. Bill Gates conseguiu comprar os cadernos de Leonardo da Vinci ao Vaticano. Mas a maioria das grandes atrações do mundo foi definitivamente retirada do mercado há vários séculos. Dizem que são componentes da nossa herança humana comum. Sabendo que não estavam à venda, a Disney Corporation não tentou comprar Gettysburg e outros campos de batalha da Guerra Civil e da Guerra Revolucionária. Mas tentou obter direitos de concessão exclusivos. O Congresso dos Estados Unidos não permitiria qualquer investida comercial, mesmo por um conglomerado de entretenimento popular e fiável. A cama de George e Martha Washington não está no quarto de hóspedes de um qualquer bilionário. Permanece em Mount Vernon, onde pode vê-la se pagar o valor de entrada de 17 \$ (mais 7 \$ se quiser levar o seu cão para a ver também).

Qualquer atração moderna está envolta numa forte moralidade democrática que sustenta que esta *deve* ser aberta, acessível e gratuita para todos. Se for cobrado um valor de entrada, este deverá cobrir apenas a manutenção e não resultar em lucros. Por uma questão de política estrita, nos Estados Unidos, os visitantes não pagam para visitar a Casa Branca ou para ver o Sino da Liberdade e outros monumentos nacionais. Todos os anos, alguém propõe que os dez milhões de pessoas que anualmente atravessam a Golden Gate Bridge deveriam pagar um dólar. E todos os anos a proposta é vetada. Ao contrário dos automobilistas, as pessoas que caminham na ponte estão lá *como turistas*. Vieram vê-la, vivenciá-la e sentir como é estar lá; não estão a usá-la para chegar

a Marin ou a São Francisco. Pisam a ponte para torná-la parte da sua própria memória, a lembrança de uma experiência que pode potencialmente ser partilhada com milhões de outras pessoas. Para mais de 1.700 pessoas, de acordo com os últimos dados, saltar da ponte foi a sua última memória³. Mesmo que a cobrança de um dólar mantivesse apenas uma pequena fração dos turistas longe da ponte, a estrutura moral do contrato sustenta que este tipo de experiência e memória partilhada deve estar disponível gratuitamente. Assim tem sido apresentado o argumento, e com sucesso, ao longo da última década.

Uma forte moral sugere que todos os que quiserem nunca devem ser impedidos de ver o sorriso da Mona Lisa ou as outras obras-primas no Louvre. Logo, todos os que estão desempregados, professores, estudantes ou menores de 18 anos podem entrar sempre no Louvre gratuitamente. E *todos*, independentemente do seu estatuto ou condição financeira, podem entrar gratuitamente no primeiro domingo de cada mês. Se eu pagar 250 € por uma visita guiada agendada e personalizada ao Louvre, estou a pagar por conveniência, companhia, conversa e champanhe. Mas não estou a pagar para ver a Mona Lisa. Se eu conseguir esperar até ao primeiro domingo, ela é minha gratuitamente.

OS “BENS GRATUITOS” SÃO O SEGREDO DA RENTABILIDADE DO TURISMO MUNDIAL

Embora a atração em si seja gratuita ou quase gratuita, podem ser necessárias grandes quantidades de dinheiro simplesmente para poder deslocar-se para estar na sua presença. Além disso, a estratificação económica do transporte (primeira classe e classe “turística”), alojamento e refeições assegura que os viajantes abastados possam gastar o que quiserem ao movimentarem-se entre as atrações mundiais que acreditam que “precisam de ver”. Uma estadia de cinco noites na suite mais barata do Grand Bretagne Hotel em Atenas custa 3.500 €, com pequeno-almoço incluído. Depois de chegarem a uma atração, os turistas podem pagar por um acesso melhor, potenciado ou mais conveniente. O facto de poderem pagar e de pagarem “extras” não altera os termos básicos do contrato turístico.

PORQUE É QUE OS PACOTES TURÍSTICOS OFERECEM SEMPRE MAIS DO QUE UMA EXPERIÊNCIA MERAMENTE “TURÍSTICA”

De longe, a forma mais comum de exploração comercial dos bens gratuitos do turismo é baseada na oferta de uma experiência “especial”, sempre considerada como sendo mais especial do que uma experiência meramente turística. Hoje, nas principais atrações, a maneira como a indústria se insere no contrato geralmente funciona da seguinte forma: posso ver o Louvre do lado de fora gratuitamente a qualquer hora do dia e em qualquer dia da semana. Posso entrar no museu e visitar as suas coleções (ou seja, ver de facto a Mona Lisa) gratuitamente, ou por um valor simbólico de 10 € se não quiser esperar pelo “domingo gratuito”. Se pagar mais 20 €, posso passar para o início da fila. Se pagar mais 200 €, posso ter um guia particular que pode fingir ser meu amigo e servir-me champanhe no fim da minha visita.

³ Retirado de <https://www.cbsnews.com/news/the-golden-gate-bridge-to-get-a-suicide-net/>

Posso fazer uma longa caminhada no Yellowstone National Park, pagando a minha parte por uma taxa de utilização de automóvel de 25 \$ por sete dias. Ou posso pagar vários milhares de dólares por uma “visita cultural” da Tauck do Yellowstone. A brochura bonita da Tauck afirma: “neste momento... podia estar a ouvir-se a pisar a neve debaixo dos seus pés enquanto caminha por um caleidoscópio de pinheiros cheio de raios de sol em Yellowstone”. Qual é a diferença entre a sua caminhada em Yellowstone pela qual poderá ter pago entre zero e 25 \$ e a caminhada que faz através de uma visita guiada da Tauck em Yellowstone por 4.690 \$⁴? Numa visita guiada da Tauck, não tem a opção de escolher o seu caminho ou os seus companheiros, nem a opção de caminhar sozinho ou parar sempre que quiser. Mas, principalmente, não precisa de pensar em frases extravagantes para explicar a si mesmo e aos outros o quão maravilhoso é aquilo que está a vivenciar na sua caminhada. Uma parte importante daquilo que compra à empresa de visitas guiadas é o enquadramento retórico exagerado das suas experiências e das memórias delas. De acordo com testemunhos de clientes na brochura da Tauck, “como vê o mundo importa... Tudo pode ser inesquecível... Sim, foram umas férias... Mas foi mais como uma experiência transformadora. Foi uma experiência emocional, não uma experiência turística... Nunca nos contentamos com o turismo”.

É claro que a empresa de pacotes turísticos nunca pedirá que se “contente com o turismo”. O contrato turístico moderno não exige que o dinheiro mude de mãos. Não mais hoje do que nos dias de Stendhal. Cada turista, não importa o quão pouco gastou para chegar lá, sente a mesma neve debaixo dos pés e vê o mesmo sol a espreitar por entre os pinheiros. E cada turista sente o mesmo desejo interno na presença da atração: deve significar alguma coisa. A diferença é que os turistas pobres e os turistas forretas precisam de descobrir por si próprios o que pensar sobre a sua experiência. Os turistas ricos pagam a alguém para pensar por eles. A brochura bonita garantiu antecipadamente que conviverão com os seus conterrâneos socioeconómicos e ouvirão comentários “transformadores” específicos sobre o local, adequados ao seu estatuto social e preconceitos. A enorme variedade de custos relativos às diferentes maneiras de lá chegar não altera a solidão e a igualdade essencial dos turistas perante a atração. O caminho pelos pinheiros é totalmente indiferente se as pegadas na neve foram feitas por quem é rico ou pobre, homem ou mulher, homossexual ou heterossexual, negro ou branco, um presidente, um rei, um CEO, um muçulmano, um cristão, um budista, um judeu etc., *ad nauseam*. E a atração é totalmente indiferente se os turistas caminham, pedem boleia ou imploram para lá chegar, ou se chegam como “convidados” pagantes da “experiência ‘cultural’ do universo Yellowstone da família de viagens Tauck” (lembrem-se, eles não fazem “visitas guiadas”)⁵.

⁴ Custo de acordo com o website da Tauck (<https://www.tauck.com>), consultado a 12 de junho de 2016, mas com a indicação de “esgotado”.

⁵ Retirado de <https://www.tauck.com>

COMERCIALIZAR O CONTRATO

Dado que a grande maioria das atrações no enorme conjunto global de itinerários turísticos são “bens gratuitos” democráticos, 99,99% do dinheiro que muda de mãos na “maior indústria do mundo” deve mudar de mãos fora do local. Aqueles que fazem do turismo um negócio devem acrescentar valor à experiência turística central de forma convincente, prometendo aos seus clientes pagantes algo “único”, acesso “aos bastidores” da vida “real” da região que visitam, da forma “como é vivida” pelas populações locais. A empresa de turismo também pode alegar ter reduzido a inconveniência de ter de viajar, ao ponto de dizer que “chegar lá é metade da diversão”. Quase todas as brochuras usam múltiplas vezes o termo “autêntico” para descrever a qualidade da visita guiada que está a vender. Mesmo antes de os turistas saírem pela sua porta em direção ao aeroporto, a empresa de turismo já lhes forneceu uma linguagem positiva para caracterizar todos os aspetos da experiência que estão prestes a ter.

Uma relação entre o custo das coisas que o turista vê e o que o turista paga pelo valor acrescentado pelo operador turístico pode ser calculado ao analisar atentamente o custo das paragens em qualquer itinerário turístico. Por exemplo, na visita guiada da Tauck mencionada anteriormente, “Treasures of the Aegean” [Tesouros do Mar Egeu], são cobrados 8.290 \$/pessoa. Além disso, é preciso adquirir as passagens aéreas para o ponto de partida da visita em Atenas e para o regresso a partir da última paragem em Istambul. A maioria das atrações detalhadas que Tauck diz aos seus potenciais clientes que vão “vivenciar” no seu “pequeno cruzeiro” que andar de ilha em ilha são totalmente gratuitas (tal como Stendhal) quando o turista chegar até elas, seja através de uma visita guiada da Tauck ou por conta própria. Isso inclui fazer compras no famoso bazar subterrâneo de Istambul, passear por Santorini a contemplar os famosos edifícios com cúpulas azuis, passear na cidade medieval de Rodes, etc. O local mais caro que os turistas da Tauck vão “vivenciar” é a Acrópole de Atenas, onde é cobrado um valor de entrada de 12 €. O local com acesso controlado mais barato que irão visitar é o Mausoléu de Halicarnasso, onde a entrada custa um euro. Uma pesquisa na internet (5 de julho de 2016) para saber o custo de uma única entrada em cada um dos locais visitados durante a visita guiada “Treasures of the Aegean” contabiliza um total de 60 € para todo o itinerário. Isto inclui os locais da Unesco em Micenas (8 €), Delos (5 €) e o Palácio de Topkapi, em Istambul (9 €). Resumindo, se eu viajar com a Juliet Flower MacCannell da nossa casa perto de São Francisco para Atenas, se fizermos o cruzeiro “Treasures” e regressarmos de avião de Istambul, o custo total da nossa viagem seria de 21.000 \$, incluindo os quase 200 \$ que contemplam o custo total da nossa entrada em todos os locais que fazem parte do itinerário – ou seja, todos os locais que não são gratuitos.

PORQUE É QUE O TURISMO CRESCE TÃO RAPIDAMENTE

Economistas e investigadores da área do turismo com uma tendência empirista não contemplaram nem tentaram compreender as diferenças subtis entre o “produto principal” do turista e os outros produtos conhecidos como “bens e serviços de

consumo”. É a natureza imaginária, omnipresente e polimórfica do principal produto do turismo que torna possível o rápido crescimento da sua indústria. Os economistas deveriam ter percebido que algo está radicalmente errado com as suas suposições quando classificaram os dólares do turista como receitas de “exportações”.

Os turistas estrangeiros do lado do recibo são considerados “exportações”. Por outras palavras, os recibos de moeda são considerados excedentes. Os turistas nacionais que viajam para o estrangeiro são considerados “importações”... e colocados no lado do débito do livro razão (Sessa, 1983, p. 133).

A designação faz sentido na medida em que o turismo gera divisas, da mesma forma que a venda de produtos no estrangeiro as gera. Mas todas as semelhanças terminam com a cor do dinheiro recebido. Nada de valor foi “exportado”; os turistas foram “importados”. A Grécia moderna não se deu ao trabalho de fabricar Delfos e de a enviar para o estrangeiro para ser vendida aos consumidores (embora possa ser argumentado que algo deste género ocorreu com o infame caso dos chamados “Mármore de Elgin”). Nada tangível sai da Grécia onde é revendido, usado até ficar desgastado, esmagado e reciclado. A turista paga para viajar até Delfos. Depois de a vivenciar, deixa-a para trás para que outros turistas possam vir e ver. Delfos, o Partenon, o Édipo, os edifícios de cúpulas azuis e as praias de Santorini são o principal fator motivador de todas as transações económicas necessárias para a presença de turistas, mas as atrações em si não são “consumidas”. Estas continuam a transcender as leis económicas de produção e consumo, independentes e inconscientes das maquinações que colocam milhões de turistas na sua presença.

O tamanho e o crescimento atual da economia turística marcam o início do fim das relações económicas, conforme descrito por Marx e totalmente operacionalizado sob o capitalismo tardio. Os mercados globais baseados na capacidade de calcular equivalências monetárias entre unidades de trabalho e o valor dos bens materiais produzidos pela mão de obra não são sustentáveis. Os produtos eletrónicos pessoais e os produtos farmacêuticos são as únicas indústrias globalmente importantes que se baseiam em produtos que exigem extração e processamento patenteados de recursos naturais, reengenharia ou reformulação periódica para permanecerem competitivas, fábricas criadas especificamente para esse fim, embalagens especializadas, transporte mundial através de camiões, comboios, navios porta-contentores ou petroleiros, redes coordenadas de grossistas, publicidade, pontos de venda a retalho e serviço pós-consumo especializado, incluindo suporte técnico e reciclagem. Mas os produtos farmacêuticos e eletrónicos não se aproximam do impacto económico global do turismo. O crescimento futuro provavelmente será modelado no turismo e nas partes da internet onde os consumidores também se tornam o produto.

O turismo é o prenúncio de uma revolução económica baseada num tipo de “produto” inteiramente novo. O que é comprado nada mais é do que uma configuração de imagens e símbolos na consciência e no discurso humano. Este novo produto não possui qualquer materialidade. Existe apenas na mente humana e na linguagem. Ninguém compreende o desejo por este novo produto, apenas que é poderoso e quase universal. Este desejo põe o materialismo dialético do avesso. Com poucas (às vezes zero)

solicitações, a própria consumidora assume o design do produto e a sua reformulação periódica. A consumidora transporta-se para a representação material dos seus desejos. A consumidora assume tanta responsabilidade pela logística da sua conceção, fabrico e distribuição que ela mesma se assemelha cada vez mais a um dos produtos do capitalismo materialista à moda antiga. Agora, uma vasta rede horizontal de serviços existente e desarticulada move estes consumidores-enquanto-produtos ao longo de uma linha de montagem global, essencialmente ao ar livre. Nenhum negócio é muito pequeno ou muito fora de mão que não possa contribuir. Um quiosque que venda um par de óculos de sol ou uma bomba de gasolina que venda um depósito cheio de combustível, um mapa e um refrigerante fresco pode dar um contributo importante ao produto acabado. A montagem não requer a coordenação de tecnologias complexas. A montagem final é exatamente isso, por exemplo, multidões de turistas “montados” na ilha de Santorini, na praia de Oia, para ver o pôr do sol.

Os custos iniciais para empresas turísticas nunca incluem o custo da atração. Qualquer pessoa pode disponibilizar um quarto para visitantes no Airbnb e mantê-lo ocupado todas as noites, uma vez que fica a uma curta distância do museu de arte da cidade. Não foi preciso comprar, acomodar e proteger as obras de arte do museu para alugar o seu quarto. Os únicos perigos para a atração e para aqueles cujos negócios dependem disso são representados pela sua popularidade. Um risco constante para uma atração e o seu ambiente circundante é o seu sucesso. Um grande número de turistas pode danificá-la involuntariamente devido à sua proximidade contaminadora, respirando sobre ela ou deixando lá lixo ou tornar-se ela própria irritante e uma distração para os seus anfitriões locais e, mais importante, para outros turistas. O Sino da Liberdade teve de ser retirado do Independence Hall, em Filadélfia, porque a vibração dos passos dos visitantes estava a ameaçar a integridade estrutural do salão, quase tão preciosa e famosa quanto o Sino que outrora continha.

Em comparação com outros recursos denominados “sustentáveis”, porém, as atrações turísticas parecem ser nada menos que milagrosas. Diz-se que os produtos de madeira são sustentáveis porque as florestas abatidas podem ser replantadas e crescer novamente. Imagine uma floresta mágica que cresce em menos de um piscar de olhos depois de ser abatida, com todas as árvores ainda mais maduras do que eram no momento anterior. É essa a essência da atração enquanto recurso. Cada visita serve apenas para melhorar a reputação e o desejo da atração. As visitas ao famoso pôr do sol de Oia não envolvem usá-lo como um recurso finito, para que desapareça lentamente. O pôr do sol e os turistas voltam seguramente noite após noite. Cada “utilização” do pôr do sol apenas potencia o seu poder e fama, e contribui para a sua “produção” futura.

A ADAPTAÇÃO DO TURISMO A ESQUEMAS ECONÓMICOS NEOLIBERAIS

Turismo, lazer e viagens são os setores de maior crescimento e rentabilidade na economia mundial, devido à sua fácil adaptabilidade a esquemas económicos neoliberais que procuram transformar todos os aspetos da existência humana num produto. Conforme sugerido na secção anterior, a única ameaça real ao modelo de negócio do

turismo genérico é o seu próprio sucesso. Ou seja, demasiados turistas a estragar a experiência do turista. O turismo mundial está a começar a ficar fora de controlo, destruindo a qualidade de vida e a qualidade das experiências turísticas nos locais que os turistas mais desejam visitar.

Mas o crescimento do turismo não é apenas uma questão de exploração excessiva do sistema global existente de atrações gratuitas: por exemplo, enfiar milhares de pessoas em gigantescos navios de cruzeiro, cobrando-lhes umas férias “tudo incluído” e despejando-as em Veneza, onde não pagam qualquer taxa de entrada e arrasam com a Piazza San Marco. Davis e Marvin (2004) facultaram um excelente estudo do caso de *overtourism* em Veneza. Além do auto-cancelamento do turismo estabelecido, existe uma crença quase universal nos poderes mágicos transformativos do turismo; que o turismo é o caminho mais rápido para salvar economias regionais fracassadas ou com baixo desempenho.

Se o setor da indústria de uma região falhar, ou se o seu setor agrícola permanecer preso a práticas de produção centenárias, o turismo poderá ajudar. Qualquer coisa e nada num cenário local pode ser reformulado para consumo turístico. Um local subdesenvolvido, sem amenidades, pode ser vendido como “puro” e “intocado”. Um lugar que é invadido por turistas pode ser vendido como “popular” ou de “paragem obrigatória”.

Um agricultor tem a opção de recusar comprar equipamentos modernos e de pagar aos seus trabalhadores um salário digno. Situada numa região pitoresca, uma quinta precisa apenas da impressão rápida de uma brochura bonita e de uma página web para atrair turistas que pagam ao agricultor para fazerem a colheita, usando métodos tradicionais (“sustentáveis”). Se a cozinha da quinta ainda tiver um fogão a lenha, os hóspedes vão pagar para cozinhar as suas próprias refeições como parte de uma experiência rural tradicional “autêntica”.

Se uma região industrial caiu em ruína económica e física, mais uma vez, é o turismo que a vai resgatar. Lena Tegtmeier (2016) deu-nos um excelente estudo de caso de Detroit, que se tornou um local de peregrinação para turistas que vêm testemunhar as ruínas do capitalismo industrial. Como muitas vezes acontece, a Detroit pós-apocalíptica foi inicialmente descoberta por artistas, fotógrafos, exploradores, estudantes pobres que não tinham dinheiro para pagar atrações comercializadas e hipsters bem vestidos à procura de algo exótico. Foi apenas nessa altura, de acordo com Tegtmeier, que o Detroit Tourist Bureau (Gabinete de Turismo de Detroit) e os promotores turísticos começaram a perceber o fascínio das linhas de montagem enferrujadas e degradadas das antigas fábricas de automóveis abandonadas. O ponto principal de Tegtmeier é que o turismo de ruínas tem o poder de reformular evidências físicas de “falhas” económicas desastrosas numa economia (turística) de serviços de “sucesso”. À medida que as economias neoliberais compreendem e controlam de forma crescente o turismo, e tentam moldar os seus fundamentos ideológicos, ampliam exponencialmente a sua capacidade de ganhar dinheiro com qualquer coisa, até mesmo com condições económicas negativas, até mesmo com nada.

As companhias aéreas descobriram como cobrar aos seus clientes o dobro ou mais por não usarem os seus serviços. Como é que isto funciona? Uma passageira

reserva e paga um voo com três escalas, por exemplo, São Francisco, Amsterdão, Paris, São Francisco. À sua chegada a Amsterdão, alguém lhe oferece uma boleia para Paris e decide que prefere viajar de carro com um amigo em vez de voar. Caso não tenha lido as letras pequenas do seu contrato de reserva com a companhia aérea, ficará chocada ao descobrir que o seu bilhete de volta de Paris para São Francisco foi cancelado quando não embarcou no voo de Amsterdão para Paris. “Desculpe, não é possível proceder ao reembolso. Terá de pagar novamente essa parte da sua viagem”. Então, deixou o seu lugar de Amsterdão para Paris vazio, para que a companhia aérea o possa revender a um passageiro em lista de espera. E tem de pagar o dobro pelo voo de Paris para São Francisco. Ou, caso tivesse lido as letras pequenas, saberia que devia contactar a companhia aérea para cancelar a passagem de Amsterdão para Paris. Caso ligue, pode impedir que o seu regresso a São Francisco seja anulado pela companhia aérea. Mas não receberá o reembolso pela passagem não utilizada. E haverá também uma taxa de cancelamento adicional de 300 \$. A companhia aérea fica com a tarifa original na sua totalidade, mais 300 \$ e consegue vender o seu lugar a outro cliente. A companhia aérea aumenta o seu lucro por ela *não* ter voado de Amsterdão para Paris em várias centenas de pontos percentuais sobre o que teria sido se ela realmente tivesse apanhado o voo. Nem todas as linhas aéreas adotam esta prática, mas sei por experiência pessoal que muitas o fazem.

OVERTOURISM

O *overtourism* (excesso de turismo) surgiu nos últimos anos como uma consciencialização por parte das comunidades anfitriãs de que o turismo pode tornar-se uma coisa demasiado boa. Alguns destinos estão a ficar sobrelotados com turistas, levando as instituições e amenidades locais ao ponto de rutura e tornando a vida insuportável para a população local. Assim que os contornos básicos do contrato turístico moderno são claros, deve ser relativamente fácil perceber as causas do *overtourism* e abordar as soluções.

O contrato turístico moderno não é, por si só, a fonte do *overtourism*. São as muitas formas como os voos fretados, navios de cruzeiro, autocarros gigantes cheios de turistas com pacotes, cadeias de resorts, etc. exploram o contrato, que leva à sobrelotação de lugares como a Costa del Sol em Espanha e Veneza. Fodor’s pode duplicar o número de visitantes que leva até à Mona Lisa sem pintar outra Mona Lisa. Freddy Laker pode quintuplicar o número de visitantes que deixa numa praia espanhola sem fabricar mais praia. A indústria pode aumentar exponencialmente o número de turistas que comprime numa região sem contribuir com nada para manter a atração, para além das taxas de entrada simbólicas.

Mas não é apenas a exploração implacável do sistema global de atração enquanto “bens gratuitos” que causa o *overtourism*. A monetização bem-sucedida da experiência turística envolve a retenção da forma do contrato original e a eliminação da sua substância. A indústria incentiva o frenesim de viajar até aos lugares como a essência do turismo. Há pouco interesse da indústria no turista que quer ir à Grécia para ver Delfos. O contrato turístico, motivado por uma curiosidade específica, tem muitas opções e pode comprar serviços de viagem. A principal motivação do setor é moldar e controlar o

turismo, reduzindo a importância da especificidade do local na seleção de um destino. O turista ideal, do ponto de vista da indústria, é alguém que responde: “ok, parece-me bem” à oferta “aqui está o itinerário que selecionámos para si dentro do seu orçamento, em tudo incluído”. Essencialmente, o que este turista vivenciará serão os seus companheiros de viagem que também desempenham valentemente o ato de ser turista.

Tudo isto foi bem compreendido por Walt Disney quando concebeu as primeiras atrações substitutas: “It’s a Small World”, “Rivers of the World”, “Mainstreet U.S.A.” e “Matterhorn”, diversões na Disneylândia original. Todas sugerem a possibilidade de ter uma experiência quase turística. A mesma estratégia é utilizada pelos proprietários de casinos em Las Vegas que construíram réplicas da Estátua da Liberdade, da Torre Eiffel, da Golden Gate Bridge, dos canais de Veneza, da tumba do Rei Tut, etc., nos seus estabelecimentos de jogo. Os casinos seguem assiduamente a fórmula do contrato, mesmo sabendo que não está em sintonia com o seu modelo básico de negócio. Ou seja, não cobram nada aos seus visitantes para ver as suas atrações replicadas. Os dólares dos turistas são gastos ali ao lado, nas mesas de jogo.

Num estudo recente de 17 operadores turísticos escandinavos (Wall-Reinius, Ioannides e Zampoukos, 2019), os autores descobriram que o destino não importa, ou importa muito pouco, quer na produção quer no consumo de viagens “em tudo incluído”. O que é importante para os clientes é o preço, o facto de ser “tudo incluído”, para que não haja despesas surpresa e o facto de que vão efetivamente para *algum sítio*, mas onde exatamente não é importante. Os clientes quase não exprimem interesse no destino específico. Wall-Reinius et al. (2019) consideram que “tudo incluído” é mais lucrativo para os operadores, é mais flexível, pois o destino pode ser alterado sem modificar a experiência ou a forma como é comercializado, e é desejado por uma classe crescente de clientes que quer minimizar despesas e riscos inesperados durante as férias. Os clientes deste tipo de viagem querem essencialmente reduzir o inesperado para quase zero.

Há uma diferença clara entre os turistas “tudo incluído” e os “turistas do contrato”, precisamente motivados por um conjunto de desejos opostos; que desejam o inesperado, que exigem um contacto direto com a “alteridade” específica do local e estão dispostos a suportar inúmeras despesas e dificuldades para se colocarem na presença física dos objetos dos seus desejos turísticos. Isto levanta a questão de saber se o tipo de contrato turístico em que “o lugar importa” é a mesma ordem de experiência humana que o turismo onde a “geografia não importa”.

Cruzeiros, parques temáticos e resorts de férias isolados oferecem uma grande variedade de lazer, relaxamento, entretenimento, mimos e socialização em ambientes fechados. Não expõem o turista à diferença, mas mimam-no com aquilo que é socialmente familiar. Estes e outros pacotes de lazer anti-iluminismo são geralmente baseados na repetição formalista das características acidentais e superficiais do turismo e já não estão ligados ao contrato turístico moderno, aos ideais democráticos ou à curiosidade. Um exemplo sintomático seriam “cruzeiros para lugar nenhum”. O navio sai do porto, segue sete milhas mar adentro, ancora por cinco ou sete dias, serve comida, bebidas, jogos, oportunidades de compras, dança e outros entretenimentos, depois volta ao porto para reabastecer para a próxima leva.

O desejo de fazer um cruzeiro para lugar nenhum é diametralmente oposto ao que animava a curiosidade e as observações do Sr. L de Stendhal. Aos turistas de cruzeiro (aqueles que realmente vão a algum lugar) são oferecidas viagens paralelas às atrações locais do contrato nos portos de escala. E qualquer grande atração que possam ver, mesmo de longe, provavelmente figurará nas suas contas pré e pós-viagem. Mas a oportunidade de um contacto ocasional com atrações do contrato não precisa de ser o principal motivo para fazer um cruzeiro. A ênfase nas descrições do cruzeiro “Treasures of the Aegean” de 14 dias da Tauck Tours é o cocktail de abertura no Grande Bretagne Hotel em Atenas e a socialização com outros turistas de cruzeiro; “jogar jogos de tabuleiro no convés”, “ou apenas relaxar na banheira de hidromassagem do navio”⁶.

Pelo menos, o cruzeiro para lugar nenhum não atrapalha a vida da população local. Outros pacotes que são indiferentes aos lugares que visitam acrescentam insulto à injúria. Ninguém quer ser atropelado por milhares de turistas que não se importam onde estão, que estariam igualmente felizes a destruir a qualidade de vida de qualquer outro lugar.

Existem várias soluções possíveis para o *overtourism*. Antes de serem consideradas, é útil perceber que o contrato turístico moderno democrático, o turismo que Stendhal descreveu pela primeira vez, não desaparecerá. Nem resultará na maioria dos lugares ficarem sobrelotados com turistas. Mesmo que a indústria não reunisse e entregasse um grande número de turistas, todos os lugares do mundo continuarão a ser visitados por interessados e curiosos o suficiente para ir até lá e motivados o suficiente para encontrar o caminho. Na década de 1980, os meus filhos pequenos ficaram a ver os créditos finais de um filme que adoraram para saber onde é que ele tinha sido rodado. Quando visitámos a Escócia pouco depois, insistiram que eu os levasse até à remota vila montanhosa mencionada nos créditos. Enquanto desfrutávamos de chá e scones na esplanada do café, perguntei à jovem empregada se isto era “onde o filme *Momento inesquecível* foi filmado”. Ela sorriu e respondeu com um leve sotaque escocês: “claro, mas é o primeiro a perguntar-nos isso”. Sem o transporte em massa de turistas por parte da indústria e a entrada forçada de turistas em destinos de “visita obrigatória”, todos os lugares do mundo receberiam exatamente o tipo e o número de turistas que merecem.

Existem soluções diretas para o problema do *overtourism*. Restaurantes locais, pensões, etc. poderiam coletiva e sistematicamente aumentar as suas tarifas para manter os níveis de lucro e reduzir o número de pessoas atendidas, até ser alcançado um “ponto ideal” tolerável. Governos a todos os níveis poderiam impor impostos sobre desembarques de voos fretados, ancoragem de navios de cruzeiro e estacionamento de autocarros turísticos. Os impostos poderiam ser aumentados até o número de chegadas baixar para níveis aceitáveis. As receitas dos impostos poderiam ser usadas para melhorar as perdas económicas do setor do turismo local. Os departamentos de polícia local poderiam aplicar rigorosamente as leis relativas a lixo, desordem, embriaguez pública, drogas, barulho e comportamento lascivo em turistas que acreditam que “fugir de tudo” significa eliminar todas as obrigações sociais. Existem inúmeras ferramentas para reduzir os impactos do *overtourism*, se este for realmente considerado um problema sério. Mas essa é uma discussão para outro artigo.

⁶ Retirado de <https://www.tauck.com>

Em conclusão: sempre houve turismo. E sempre haverá. Não precisa é de ser um hiper-turismo que reflita as características da superfície, mas não a substância do contrato turístico moderno democrático.

Tradução: A Inovtrad – Tradução, Formação e Serviços, Unipessoal, Lda.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020. O Financiamento Plurianual do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (UIDB/00736/2020) apoiou a tradução do artigo para português.

REFERÊNCIAS

- Davis, R. C. & Marvin, G. R. (2004). *Venice: the tourist maze*. Berkeley: University of California Press.
- Fisher, R. (2012). *Fodor's greece*. Nova Iorque: Random House.
- MacCannell, D. (2011). *The ethics of sightseeing*. Berkeley: University of California.
- Seferis, G. (1997). Delphi. In A. Leonites (Ed.), *Greece: a traveler's literary companion* (pp. 84-99). Berkeley: Whereabouts.
- Sessa, A. (1983). *Elements of tourism economics*. Roma: Catal.
- Stendhal (1962). *Memoirs of a tourist*. Evanston: Northwestern University Press.
- Tegtmeyer, L. (2016). Tourism aesthetics in ruinscapes: bargaining cultural and monetary values of Detroit's negative image. *Tourist Studies*, 16(4), 462-477. <https://doi.org/10.1177/1468797615618100>
- Wall-Reinius, S., Ioannides, D. & Zampoukos, K. (2019). Does geography matter in all-Inclusive resort tourism? Marketing approaches of Scandinavian tour operators. *Tourism Geographies*, 21(5), 766-784. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1375975>

NOTA BIOGRÁFICA

Dean MacCannell é Professor Emérito de Design Ambiental da Universidade da Califórnia em Davis. É o autor de *The tourist: a new theory of the leisure class* (1976, 2013); *Empty meeting grounds – the tourist papers* (1992), *The Ethics of sightseeing* (2012) e vários outros livros e artigos que analisam as formas culturais emergentes da globalização.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3119-4453>

Email: edmaccannell@ucdavis.edu

Morada: University of California, Davis, One Shields Avenue, Davis, CA 95616 | 530-752-1011

Submetido: 06/09/2019

Aceite: 31/11/2019

ARTE PÚBLICA URBANA E COMUNICAÇÃO TURÍSTICA

Pedro de Andrade

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, Portugal

RESUMO

O presente texto, por um lado, visa descortinar alguns dos debates recentes sobre a arte pública urbana, e as suas práticas mais criativas. Nesta perspetiva, apresenta-se um estudo de caso ilustrativo sobre o Iminente Festival enquanto *interculturalidade imanente* à arte pública. Em seguida, discute-se a e-arte pública, ou seja, a arte pública que é produzida e partilhada no ciberespaço e no cibertempo. Depois, estas iniciativas artísticas são confrontadas com controvérsias, clássicas e atuais, acerca das culturas móveis como o turismo e, em especial, o processo da comunicação turística. Novas epistemologias e metodologias sociológicas encontram-se igualmente abordadas, e exemplificadas com a Sociologia Artística, a Hibridologia e a Banda Desenhada Sociológica. Finalmente, um breve glossário busca sintetizar e definir alguns conceitos sociológicos que circunscrevem processos sociais centrais, subjacentes à articulação e hibridação entre a arte pública urbana e a comunicação turística.

PALAVRAS-CHAVE

arte pública urbana; comunicação turística; cidade 3.0; turismo comunicativo; web 3.0

URBAN PUBLIC ART AND TOURISM COMMUNICATION

ABSTRACT

The present text, on the one hand, aims to unveil some of the most recent debates on urban public art, and its most creative practices. In this perspective, an illustrative case study about the Imminent Festival is presented as *interculturality immanent* to public art. Then, public e-art is discussed, that is, public art that is produced and shared in cyberspace and cybertime. And these artistic initiatives are confronted with controversies, classic and current, about mobile cultures such as tourism and, in particular, the tourist communication process. New epistemologies and sociological methodologies are also addressed, and exemplified with Artistic Sociology, Hybridology and Sociological Comics. Finally, a brief glossary seeks to synthesize and define some sociological concepts that circumscribe central social processes, underlying the articulation and hybridization between urban public art and tourist communication.

KEYWORDS

urban public art; tourism communication; city 3.0; communicative tourism; web 3.0

INTRODUÇÃO

A vida quotidiana no mundo contemporâneo oscila entre o espaço público urbano e o ciberespaço público digital (Andrade, 2012). A arte pública insere-se neste contexto, refletindo conflitos e consensos entre estas duas esferas da sociedade. O presente artigo visa a desconstrução e a reconstrução de algumas das manifestações de um tal embate social e do respetivo debate sociológico.

Em primeiro lugar, colocaremos algumas questões prévias sobre os modos de existência, experiência e consciência, no que respeita à proliferação e partilha da arte pública pré-digital, bem como da recente arte pública digital no seio do ciberespaço e do ciber-tempo. Uma tal dialética será ilustrada através de um estudo de caso sobre o evento de arte urbana nomeado “Iminente Festival”, organizado pela associação cultural *Underdogs*. Este coletivo de artistas transformou-se numa das referências obrigatórias para o entendimento das culturas populares e artes urbanas em Portugal, e um estimulante objeto de estudos sociológico.

Em terceiro lugar, apresentaremos algumas recentes teorias e metodologias interativas fundamentais para a investigação, o ensino e a disseminação da arte pública aplicada à comunicação turística, visando essencialmente três audiências de leitores: cidadãos, turistas e migrantes.

Por fim, uma breve definição de alguns destes fenómenos ascendentes, discutidos com mais pormenor no corpo do texto, encontra-se no glossário em anexo, como os termos “arte pública” (pré-digital e digital), “cidade 3.0”, “*smart city*”, “cidade criativa”, “cultura 3.0”, “públicos da arte pública”, “turismo 3.0”, “turismo comunicativo”, “turismo criativo”, “turismo cultural” (pré-digital e digital), “turismo inovador”, “web 2.0” ou “web social”, “web 3.0” ou “web social-semântica”.

UM BREVE ESTUDO DE CASO: O IMINENTE FESTIVAL ENQUANTO INTERCULTURALIDADE IMANENTE

Há cerca de dez anos, foi realizada noutra lugar a necessária discussão prévia, sociológica e histórica, quando à arte pública produzida e disseminada no espaço público urbano pré-digital, num livro coletivo que esgotou rapidamente e de que saiu uma 2ª edição em 2019. Aí, e quanto à vertente teórica desta problemática, o autor convocou os principais conceitos relacionados com a arte pública, como o património e políticas culturais, desenvolvimento urbano, cidades criativas, cidadania e turismo culturais (Andrade, 2010a). Para além disso, na sua componente pragmática, esses debates foram ilustrados com menções a estudos de caso e atividades práticas, por exemplo os movimentos socioculturais protagonizados por alteridades e interculturalidades urbanas (murais políticos, graffiti de minorias étnicas e de imigrantes) (Andrade, 2010b). Outro estudo relevante nesta direção é o ensaio de Idalina Conde (2010) sobre o contraste entre as narrativas artísticas no espaço público.

No seguimento destas e de outras fundações, apresenta-se aqui uma ilustração recente de arte pública, na forma de introdução à parte de um estudo de caso sobre o Iminente Festival Urbano de Arte e Música¹. Este evento, após várias edições em Oeiras, Londres, Xangai e Rio de Janeiro, foi realizado em Lisboa em 2018 e de novo entre 19 e 22 setembro de 2019, no antigo Restaurante Panorâmico de Monsanto, transformado hoje em ágora cultural e turística para atividades da arte pública e música urbana.

O Iminente Festival encerra uma natureza intercultural, tendo apresentado exposições, instalações, performances, concertos, etc., a um público formado por habitantes de várias cidades Portuguesas, turistas e imigrantes. Um aspeto a destacar, enquanto traço distintivo da cultura urbana atual, é a utilização frequente de dispositivos móveis digitais pelos visitantes, na sua relação interpessoal e no seio de atividades coletivas no espaço público envolvente. Através destes agentes sociais, o modo de comunicação digital dialoga com outros dois principais: o modo de comunicação face-a-face em co-presença e o modo veiculado pelos meios de comunicação de massa, como os jornais, a rádio ou a televisão. Este Festival teceu uma configuração poderosa de intervenção na esfera pública cultural e democrática, por intermédio da coocorrência e hibridização de atividades da arte pública múltiplas e diferenciadas, mas igualmente interconectadas. Por exemplo, em termos de cultura democrática de intervenção política, ocorreram vários debates e uma discussão pública sobre o colonialismo Português, que reuniu diversos membros das culturas lusófonas, portugueses e intervenientes de origem africana (Figura 1).

Quanto às artes públicas visuais, ocorreram exposições variadas, como a mostra do conjunto de esculturas e murais à entrada do edifício principal (Figuras 2 e 3). Para além disso, ocorreu uma exposição e venda de pinturas, livros e catálogos, numa sala interior (Figura 4). Estas atividades foram organizadas pelo coletivo *Underdogs* (2020), uma associação e plataforma cultural com sede em Lisboa, que subscreve três objetivos centrais: um programa da arte pública, uma galeria de arte e a publicação de livros artísticos. Na Figura 5, repara-se no visionamento, por parte dos visitantes em co-presença, de quadros em ligação com a respetiva visão do mundo ativada via telemóvel, muito comum nos jovens. De facto, estes fruidores da exposição de arte comunicam face a face, mas amiúde em articulação com uma comunicação digital via dispositivos móveis digitais e locativos, seja para telefonemas exteriores ou outros usos (Figura 6), seja para a consulta de informação sobre a exposição (Figura 7). Outra expressão artística visual e gráfica, os graffitis e stênceis, abundam neste espaço-tempo intercultural, como aquele intitulado “Make the world Greta again” (Figura 8), e outros que exibem breves aforismos sobre o papel do artista e a essência ou a situação da criatividade urbana (Figura 9).

¹ Disponível em <https://www.festivaliminente.com>



Figura 1: Debate de combate anticolonialista
Créditos: Pedro Andrade



Figura 2: Esculturas urbanas
Créditos: Pedro Andrade



Figura 3: Murais figurativos ou abstratos
Créditos: Pedro Andrade



Figura 4: Pinturas na sala da associação Underdogs
Créditos: Pedro Andrade



Figura 5: Fruição da arte via telemóvel
Créditos: Pedro Andrade



Figura 6: Comunicações móveis digitais
Créditos: Pedro Andrade



Figura 7: Consulta de saber artístico

Créditos: Pedro Andrade



Figura 8: Great Greta

Créditos: Pedro Andrade



Figura 9: Artista e criatividade

Créditos: Pedro Andrade



Figura 10: Jazz intercultural

Créditos: Pedro Andrade



Figura 11: Música do mundo

Créditos: Pedro Andrade



Figura 12: Break dance

Créditos: Pedro Andrade

No que respeita às artes performativas, contam-se um concerto de jazz no dia 22 de Setembro, destinado a uma audiência intercultural (Figura 10), um concerto de Música do Mundo animado pela banda árabe Mohamed Lamouri (Figura 11), em consonância com diversas outras bandas ao longo dos 4 dias do evento. Igualmente, foi possível assistir a performances de *Break dance* (Figura 12), um dos elementos da cultura Hip Hop além do graffiti, da música rap e do *D-jing* (por exemplo, performances de

disk jocking), entre outros. Também houve imagens desenhadas no chão de uma pista de skate, no intervalo de exposições de *skating*.

ARTE PÚBLICA DIGITAL, NO CIBERESPAÇO E NO CIBERTEMPO

De facto, a arte pública já não é o que era na sua era pré-digital. Na contemporaneidade, em particular na última década, novas atividades criativas, agentes inventores e instituições inovadoras emergiram na internet e nas redes sociais digitais. Estes contextos digitais virtuais constituem algumas das localidades sociais e culturais que mais contribuíram para as atuais transformações e críticas da arte pública, que se tornou, em parte, uma arte pública digital.

Já em 2006 Christiane Paul notava que a “arte digital” colocou em causa as noções tradicionais da arte pública. Em particular, desenvolvendo a ideia de “bem comum na rede”, a partir da interatividade entre comunidades virtuais. Uma tal partilha adquire dimensões culturais, mas também questiona as atuais noções de poder e governança. Assim sendo, a prática artística no seio da arte pública digital, articula, mas também aumenta, os espaços físico, social e virtual, de ambos esses paradigmas da esfera pública democrática.

Nestas conjuntura e conjeturas, um exemplo de arte pública digital é a instalação colaborativa, nomeada *Bus-Tops*, criada pelo artista plástico Mark Titchner em Janeiro de 2012 em Londres (Minard, 2012). A obra incluiu 30 telas de LED vermelhas e pretas nos telhados de paragens de autocarros em 20 bairros da capital inglesa. O público pôde criar obras de arte nesse novo espaço de exposição, através de propostas submetidas a curadores de arte no site do projeto, que assim expande o próprio conceito de arte pública à internet. Em Portugal, entre outras ocasiões, a arte pública digital foi debatida no Congresso “Arte pública na Era da criatividade digital”, promovido por José Abreu e outros, na Universidade Católica do Porto (Abreu & Castro, 2017).

No entanto, existem numerosas outras manifestações da arte pública digital, que diversos tipos de fontes digitais testemunham. Não tendo aqui espaço para apresentar e comentar todas elas ou mesmo as mais significativas, apresentaremos em seguida apenas uma recensão crítica sintética de parte de um projeto de pesquisa em curso, realizado sobre uma amostragem que considera fontes escritas no ciberespaço em torno de três conceitos abrangentes e centrais da arte pública: a arte, a cidade e o público. Tais termos articulam e traduzem práticas diversificadas de arte pública, ocorridas tanto no espaço público urbano quanto no ciberespaço e no ciber tempo públicos. O ciber tempo público define-se como o conjunto de temporalidades ativadas pelo utilizador da rede de todas as redes, quando navega no interior do ciberespaço público. Por exemplo, o tempo síncrono das conversas em linha (*chats*), o ritmo quase-síncrono das redes sociais digitais, ou o compasso assíncrono de um site.

Assim sendo, este projeto de investigação, em termos das fontes utilizadas, assenta na recolha da produção e disseminação de relevantes coleções de documentos digitais sobre a arte pública, inseridas paulatinamente em arquivos digitais. Um exemplo é o

Public Art Archive². Estes arquivos encontram-se organizados por programas de recolha e tratamento de conteúdos como o Chicago Public Art Program³. Em outros arquivos, os conteúdos de redes sociais como o Facebook, onde utilizadores se pronunciam sobre a arte pública, estão igualmente incluídos nesta coleta sistemática de fontes digitais.

Para melhor entendermos tais processos emergentes e inovadores, recorreremos à seguinte metodologia, que constitui apenas um aperitivo desta problemática:

1. por um lado, em termos de recolha de dados, o *corpus* das fontes digitais e virtuais recolhidas e selecionadas, inclui: monografias e artigos de revistas e jornais; dicionários e diretórios; documentos governamentais, legislativos e municipais; estatísticas e gráficos; redes sociais digitais como blogues, Facebook e *forae* digitais; imagens e vídeos;
2. or outro lado, quanto à análise efetuada, mostram-se abaixo somente três esquemas na forma de redes conceituais, construídas com o apoio das fontes analisadas. Tais redes traduzem, social, visual e semanticamente, a contemporaneidade do tema, através da tessitura de algumas relações entre os conceitos selecionados.

Se observarmos a Figura 13, relativa ao termo “arte”, repararemos que este processo sociocultural encontra-se próximo de outras ideias ou conceitos frequentes no corpus, como espaço público da cidade e, de um modo quase evidente, de projetos de artistas. No entanto, trata-se de agentes culturais que comunicam com comunidades locais, o que não sucede necessariamente no caso da arte mostrada em galerias ou museus (Public Art - Facebook City Guides, 2019)⁴. Outros eixos relacionais representados pelas linhas que unem os conceitos na Figura 13, esclarecem que os projetos de arte pública exibem uma estreita conexão com programas de instituições públicas ou privadas, que fornecem alguns dos fundos necessários para essas iniciativas (Public Art Fund)⁵.



Figura 13: Rede socio-conceitual “Arte”

Créditos: Pedro Andrade

² Disponível em <https://www.publicartarchive.org/>

³ Disponível em https://www.chicago.gov/city/en/depts/dca/provdrs/public_art_program.html

⁴ Ver <https://cityguides.fb.com/guides/lisbon-en/traditional-lisbon/public-art/>

⁵ Retirado de <https://www.publicartfund.org/>

Na Figura 14, transparece a relação do espaço urbano da cidade com os planos diretores e respetivas comissões, que nos últimos anos têm privilegiado o papel do cidadão, e do cidadão cultural em especial (Chicago Public Art Program). Tal facto deve-se, em parte, à ascensão meteórica do turismo de cidade, também em Portugal, nomeadamente em Lisboa e Porto, mas que se espalha hoje para outras localidades como Braga, que ganhou recentemente um concurso internacional num projeto inserido no programa Cidades Criativas Unesco, na área *Media Arts*.

Em terceiro lugar, a Figura 15 torna visível, entre outras associações, o papel fundamental da constituição de coleções de obras de arte que transmitem a relevância deste género de arte ainda algo órfão e incompreendido (Public Art Archive; Public Art Resource Centre⁶). O acesso aberto a estas coleções de arte pública residentes em arquivos digitais, por parte de um público alargado, constitui um passo irreversível para o desenvolvimento da cidadania cultural democrática.



Figura 14: Rede socio-conceptual "Cidade"

Créditos: Pedro Andrade

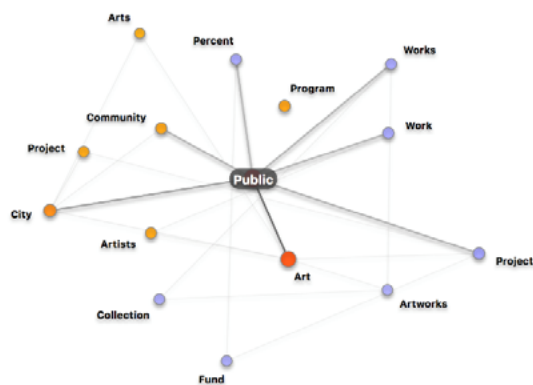


Figura 15: Rede socio-conceptual "Público"

Créditos: Pedro Andrade

⁶ Disponível em <https://www.americansforthearts.org/by-program/networks-and-councils/public-artnetwork/public-art-resource-center>

EMBATES E DEBATES SOBRE A COMUNICAÇÃO TURÍSTICA

Em seguida, enquanto passo argumentativo intermédio para a aplicação da arte pública ao turismo, importa agora considerar as problemáticas subjacentes a possíveis discussões, teóricas e práticas, visando a circunscrição da comunicação turística, no interior das culturas móveis e do turismo cultural.

A SOCIOLOGIA DA VIAGEM

O fenómeno da viagem não se esgota no turismo. As atividades turísticas constituem um processo social e comunicativo que propulsionou uma das indústrias do lazer e culturais mais pujantes do final do século XX. Em termos reflexivos, o turismo suscitou problematizações notáveis por parte de autores paradigmáticos da Sociologia do Turismo (MacCannell, 1976; Cohen, 1979).

Numa perspetiva histórica, o turismo constitui o paradigma dominante da viagem nas sociedades industriais, democráticas e subscritoras da modernidade. Mas nem sempre o turismo foi o modo predominante de deslocação em todas as épocas da aventura e diáspora humanas. Para demonstrar esta tese, no quadro mais abrangente de uma *Sociologia da viagem* (Andrade, 1993), é necessário delimitar os tipos, configurações e inerentes modos de comunicação mais significativos da viagem (deslocações de trabalho, de lazer, políticas, científicas, culturais, artísticas, religiosas, entre outras categorias), inserindo-se o turismo no interior da viagem de lazer.

Para além disso, ao exercer a crítica de certos tipos de turismo, e igualmente de uma sua alternativa, o pós-turismo (isto é, a figura turística mais típica da pós-modernidade), é possível extrair os fenómenos mais recentes que superam tanto o turismo moderno quanto o turismo pós-moderno: por exemplo, o *turismo crítico*, ou seja, a crítica, através de vários modos de comunicação, que o turista de um país central empreende sobre a sociedade de partida, antes, durante e após o contato com uma sociedade periférica visitada. Ou o *contra-turismo*, isto é, o processo político e comunicativo de resistência por parte das populações visitadas, muitas vezes em sociedades não-ocidentais, ao turismo de massas. Ou ainda a *inter-viagem*, uma espécie de percurso híbrido onde são visíveis fragmentos de outras formas de caminhos, e manifestações, cada vez mais omnipresentes, de ritmos comunicativos genuinamente quotidianos e localizados.

Em suma, a reflexão e tipologia da viagem operadas pelo cientista social, articuladas à crítica da viagem de turismo em particular, proposta igualmente pelos atores sociais envolvidos em atividades turísticas, esclarece alguns modos de comunicação turística possíveis, situados algures entre o turismo cultural e as culturas turísticas.

TURISMO POPULAR URBANO E CULTURA TURÍSTICA NO MOVIMENTO EXCURSIONISTA E ALMOÇARISTA

Nos Estudos do Turismo, não abundam textos sobre o turismo popular, em particular aquele promovido pelas classes populares urbanas, ou para seu usufruto (Barton, 2011).

Todavia, existe um fenómeno português pioneiro e notável nesta área, os grupos excursionistas e/ou *almoçaristas* e/ou *jantaristas*, que se pode entender como uma das expressões mais precoces de cultura e comunicação turística (Andrade, 1986). Configuraram-se como associações populares, constituídas maioritariamente por operários, funcionários públicos, empregados de empresas e pequenos comerciantes. Estes grupos possuem uma caixa comum, sustentada sobretudo por quotas dos aderentes, em vista a permitir a realização de excursões de lazer e turísticas, e de almoços coletivos periódicos, mensais, trimestrais, semestrais ou anuais, onde vários modos de comunicação se sobrepõem (conversas, comensalidade na refeição, etc.). Comunicam igualmente com os habitantes do seu bairro, na figura socioeconómica de assistência aos necessitados do próprio Grupo ou a pessoas do seu bairro. Ocorrem principalmente nas grandes cidades Portuguesas, como Lisboa, Porto, etc.

De entre as iniciativas destas associações populares, a *arte excursionista* constitui um tipo de experiência de comunicação artística peculiar e original, que reúne principalmente os quadros criados por membros dos grupos excursionistas, ou por outros habitantes, residentes no bairro ou em outras zonas da cidade. Trata-se de obras normalmente pictóricas, incluindo também fotografias e colagens de objetos, que são expostas nas tabernas que servem de sede ao grupo. Em termos comunicativos, os quadros operam a publicidade do grupo diante dos frequentadores das tascas, funcionando como emblemas simbólicos ou imagens de propaganda e prestígio, identitários ou diferenciais, desses clubes de amigos.

Em síntese, o movimento excursionista desvela um segundo modo de comunicação turística, no seio dos contatos e contratos entre o turismo cultural e as culturas turísticas.

FLUXOS DE ARTES MÓVEIS E MOBILIDADES TURÍSTICAS NO MUSEU

Um terceiro elemento para a circunscrição dos modos de comunicação turística, no quadro da dialética entre o turismo cultural e as culturas turísticas, é o museu de arte, na medida em que se propõe e frequentemente impõe-se como um dos pilares fundamentais da indústria turística hodierna. Esta indústria global assenta e reproduz-se no processo recente de expansão exponencial das mobilidades urbanas. O termo “mobilidade” contém um grande número de conotações. Não surpreendentemente, as direções de pesquisa sobre este assunto revelam-se incomensuráveis (Adey, Bissell, Hannam, Merriman & Sheller, 2014).

Num tal contexto social, mostra-se útil concentrar a discussão no conceito mais restrito de “mobilidades de turismo”. Considere-se aqui tão-somente os fluxos comunicativos e artísticos móveis que os turistas culturais desenvolvem durante as visitas que realizam nos museus de arte, ao mesmo tempo que transportam as suas culturas turísticas adquiridas em viagens anteriores. Tais fluxos comunicativos, em primeiro lugar, são condicionados pelas características sociodemográficas do turista (idade, género, profissão, etc.). Em segundo lugar, esses fluxos circunscrevem carreiras turísticas, delimitadas

parcialmente pela articulação entre, de um lado, o curso do tempo da visita ao museu pelo turista e, de outro lado, os seus percursos espaciais (caminhos para uma pintura interessante, trajetórias para os serviços do museu como a loja ou o bar, etc.).

Nesta perspetiva, dever-se-ão sublinhar alguns pedestais para uma discussão urgente a desenvolver: a) a genealogia do fenómeno histórico e social “mobilidade”; b) o fenómeno particular das mobilidades de turismo; c) as mobilidades turísticas entendidas enquanto fluxos comunicativos, culturais e artísticos no museu, ou seja, como manifestações do turismo cultural móvel (Andrade, 2018b).

REPRESENTAÇÕES PÓS-COLONIAIS E TRANSCULTURALISMO EM VIAGENS DISCURSIVAS NO CINEMA

Igualmente, poderá ser frutífera, para a compreensão do fenómeno sociológico da comunicação subjacente à viagem cultural e à cultura da viagem, a articulação entre as teorias e conceitos pós-coloniais e as análises/interpretações baseadas em exemplos de imagens de filmes que testemunham e comunicam representações pós-coloniais da cultura e da viagem, produzidas/reproduzidas tanto por países colonizadores quanto por povos colonizados. Algumas destas deslocações assim transmitidas e comunicadas aos espetadores de cinema, são a epopeia política de conquista, o tráfico de escravos, as diásporas de etnias inteiras devido a guerras, a imigração dos países periféricos para os países ocidentais. Pode ser elucidativo comparar, igualmente no plano da discursividade, estas odisseias que traduzem relações sociais de desigualdade entre os povos, com outras trajetórias que do mesmo modo impõem relações desiguais, como o turismo de massas, e a forma de comunicação entre turistas e “nativos”, sejam estas populações e povos não-ocidentais ou autóctones da Europa do Sul.

Na verdade, o “choque de civilizações” circunscrito por Samuel Huntington (2011), muitas vezes funciona como um conflito de significados, subjacente a todos os modos de comunicação de mensagens, em maior ou menor grau, incluindo a transmissão e partilha de mensagens turísticas.

Segundo Homi Bhabha (2004), a resistência discursiva contra o colonialismo apoia-se frequentemente na mobilização da hibridação. E para Nestor Canclini (2005), as culturas contemporâneas são essencialmente culturas híbridas. Uma tal natureza híbrida encontra-se presente em muitas imagens comunicadas pelo cinema de resistência, e é urgente sublinhar as suas características, por exemplo oposições ou hibridações discursivas centrais transmitidas pelos autores do cinema transcultural: “colonizador/colonizado”, “identidade/diferença”, “poder/não poder”.

Quanto aos modos de comunicação acionados pelas audiências cinematográficas, nas salas de cinema ou na internet, os públicos do cinema de resistência podem ver e criticar, de forma menos ou mais participativa, as visões de mundo e discursos transmitidos pela imaginação cinematográfica, e em particular pelo militantismo no cinema, contribuindo para um fundo e arquivo da memória comum e global das culturas populares e do conhecimento críticos. Algumas destas culturas circunscrevem-se parcialmente

enquanto culturas turísticas que, embora condicionadas pelo turismo cultural dominante, também por vezes o influenciem, igualmente no que respeita os modos de comunicação em jogo (Andrade, 2016).

E-TURISMO CULTURAL E DISCURSO DIGITAL

Um outro enlace entre o turismo cultural e as culturas turísticas ocorre no ciberespaço e no cibertempo, em especial quanto aos correspondentes modos de comunicação turística.

De facto, é necessário levar a sério o desafio que a internet está a colocar aos estudos do Turismo Cultural e à Sociologia da Comunicação e das Artes. As narrativas sociológicas que tomam esse desassossego em consideração, fundam-se, em parte, no conceito seminal de mobilidades, mas confrontam-no com outras posturas teóricas, conceituais e empíricas recentes.

Como se alertou *supra*, é preciso descortinar um plano de fundo teórico que identifique o estado da arte das discussões sobre os conceitos associados às mobilidades culturais urbanas (Urry, 2007). Em particular, urge repensar as novas formas de visibilidade social envolvidas nas mobilidades e modos de comunicação turísticas, seja por parte dos turistas em relação às sociedades visitadas, seja nas figuras do olhar delineadas pelos habitantes em relação aos turistas (Urry & Larsen, 2011). De facto, as mobilidades do turismo cultural conectadas às culturas turísticas, constituem alguns dos mais influentes processos sociais e noções sociológicas que contextualizam o e-turismo cultural ativado na internet, e os discursos e conteúdos inovadores aí produzidos, reproduzidos e comunicados sobre esta problemática.

Simultaneamente, impõe-se um debate sobre o património cultural, em encontro e confronto com o e-turismo cultural. Para além disso, emergem hoje controvérsias relevantes que articulam o turismo com os novos media e as redes sociais digitais. Trabalhos futuros poderão e deverão incluir formas concretas e inovadoras de e-turismo atuantes em redes discursivas não apenas em cidades europeias ou americanas, mas igualmente no seio de diversas urbes do tecido social africano, asiático ou australiano.

Em particular, diversos ensaios e pesquisas estudaram contextos e processos centrais para o desenvolvimento do turismo cultural em linha, como os museus virtuais em Portugal inseridos na sociedade em rede mundial, por exemplo sobre as seguintes aspetos: viagens virtuais e virtualidades da ciberviagem (Andrade, 1997), e-art em museus virtuais (Andrade, 2005); cibermuseus e cibermuseologia (Andrade, 2006); museus digitais e Web 2.0 (Andrade, 2008); lazeres e saberes em museus e cibermuseus da cidade criativa (Andrade, 2009); virtualidades do museu e museus virtuais (Andrade, 2010c); museus virtuais e artes digitais (Andrade, 2015a).

Em suma, o e-turismo ou turismo cultural eletrónico e a cultura turística em torno dos museus virtuais, podem constituir poderosas estratégias vindouras de modos de comunicação turística, por forma a melhorar a inovação discursiva nas redes de património cultural digital. E, ao fazê-lo, motivar futuras pesquisas originais na Sociologia da Comunicação, Cultura, Artes e Turismo (Andrade, 2017).

ÉPISTEMOLOGIAS, TEORIAS, METODOLOGIAS E FONTES PARA O ESTUDO DA ARTE PÚBLICA APLICADA À COMUNICAÇÃO TURÍSTICA

Os debates epistemológicos, teóricos e metodológicos que visam credibilidade científica não podem prescindir da correspondente aplicação ao tecido social. Inversamente, os processos sociais deverão sempre informar a reflexão. No caso da arte pública, registaram-se profundas transformações nas últimas décadas, em particular no seio do processo de constituição da arte pública digital, fenómeno mencionado e desenvolvido *supra*. Num tal contexto, a arte pública poderá ser analisada por diversos géneros sociológicos, para além daqueles mais tradicionais, no que respeita à teoria, à metodologia e às fontes empíricas aplicadas em projetos de investigação.

Em especial, a arte pública, e em particular a arte pública digital, bem como a sua natureza epistemológica, ou as teorias e metodologias aplicadas aos estudos sobre ela, adquirem novas roupagens na chamada Web 2.0 ou Web social, que inclui as redes sociais digitais, como o Facebook, Instagram, WhatsApp, etc. Sucintamente, a Web 2.0 define-se como uma segunda etapa, idade ou era da Internet, em que os seus conteúdos não são apenas produzidos pelos autores de um sítio ou rede, mas igualmente pelos seus utilizadores. Nos inícios (na chamada Web 1.0), a internet apenas permitia a autoria por um número reduzido de pessoas (programadores, quadros dos setores público e privado etc.), e a maioria dos visitantes somente consultava os conteúdos expostos. Agora, qualquer infonauta pode ler e escrever (comentários em blogues, anotações e avaliações de páginas Web, etc.), no ciberespaço e no cibertempo. Assim sendo, a Web 2.0 é também nomeada “internet de leitura-escrita”.

No entanto, embora as redes sociais da Web 2.0 sejam extremamente populares, para muitas pessoas, as suas características profundas e o próprio termo Web 2.0, ainda mantém uma certa aura de estranheza, de alteridade, da mesma forma que a arte pública ainda não é considerada tão legítima quanto a arte privada dominante, embora a primeira se encontre a cada passo e esquina das cidades contemporâneas.

NOVAS METODOLOGIAS SOCIOLÓGICAS: SOCIOLOGIA ARTÍSTICA E HIBRIDOLOGIA

Assiste-se hoje à emergência de metodologias inovadoras, no seio dos diversos modos e meios de conhecimento, como alerta Patricia Leavy (2009, p. 18), ao aproximar a pesquisa sociológica da prática artística: “trabalhar com metodologias inovadoras muitas vezes exige que os pesquisadores atravessem fronteiras disciplinares, deixem as suas zonas de conforto...”. Dito de outro modo, os encontros entre diversas configurações de saberes podem passar do conforto para o confronto. Uma destas áreas simultaneamente de desconforto e de criatividade nas Ciências Sociais é a Sociologia Artística (Andrade, 2018a, pp. 248-249), entendendo-se como um saber híbrido que mescla a razão com as sensações, ao pronunciar-se sobre as atuais realidade e sociedade híbridas.

A conjugação de todos os saberes híbridos nomeia-se Hibridologia (Andrade, 2014; 2015b). Esta nova sensibilidade das Ciências Sociais e Humanas usa métodos híbridos, ou seja, procedimentos de investigação de diferente natureza, utilizados simultaneamente

ou articulados entre si, por exemplo no uso conjunto de técnicas científicas, tecnológicas e artísticas. Para tal, os métodos híbridos apoiam-se em media híbridos ou hibrimédia, termo que significa a fusão dos media de diferente natureza, usados seja em copresença de vários indivíduos num lugar físico, seja através das comunicações de massa, seja por meios digitais. Por exemplo, o conteúdo de um *médium* inicial (uma notícia de jornal ou uma fotografia) pode ser comentado e misturado com fontes de outra natureza como vídeos num blog, produzindo assim um *médium* de natureza mista e híbrida, um todo que não se confunde com a soma das partes. Por outras palavras, media originários podem produzir e disseminar um *médium* original.

Dentro da Sociologia Artística, da Hibridologia ou de outras propostas alternativas do trabalho sociológico, revela-se fundamental o trabalho de campo empírico no quadro da comunicação cultural urbana na *cidade 3.0* e na *cultura 3.0* (Sacco, 2011), ou no *turismo 3.0* (Richards, 2011). Para além disso, revela-se fundamental refletir sobre a comunicação turística no contexto do turismo comunicativo. Este tipo de turismo assenta num paradigma das atividades turísticas centrado na comunicação turística que se estabelece entre três dos principais agentes da contemporaneidade transcultural: cidadãos, turistas e imigrantes das sociedades periféricas deslocados nas sociedades centrais. Para mais pormenores e definições dos termos acima introduzidos, em relação com outros conceitos, ver o glossário em anexo e Andrade (2018a, pp. 253-254).

Um dos lugares onde a cidade, a cultura e o turismo 3.0 se desenvolvem é a denominada Web 3.0 por Tim Berners-Lee, o fundador igualmente da World Wide Web. A Web 3.0 ou Web social-semântica, embora sendo uma rede social digital, revela-se também uma rede semântica, na medida em que faculta significados sobre as ações e palavras ditas pelos seus utilizadores que se encontram em conexão reticular, de um modo mais profundo do que sucede na Web 2.0. Uma tal produção intensa de sentidos ocorre seja de um modo mais quantitativo (mais cobertura de denotações objetivas), seja de maneira mais qualitativa (maior profundidade e rigor das conotações subjetivas). Alguns exemplos pioneiros são a Wikipédia ou os *wikis* em geral e o projeto “Freebase”, recentemente adquirido pela Google.

Para além disso, a exposição NewArtFest’17 funcionou enquanto palco da aplicação de abordagens metodológicas sociológicas e artísticas inovadoras. Este evento cultural decorreu entre 1 e 30 de novembro de 2017, no espaço da Sala do Picadeiro do Museu Nacional História Natural e de Ciência, em Lisboa, coordenado pelo curador cultural António Cerveira Pinto e pela equipa da empresa cultural Ocupart. Numa primeira etapa, a Exposição Sociológica sobre Turismo 3.0 / Cidade 3.0, que ocorreu naquele espaço, mostrou e demonstrou os saberes urbanos e da viagem, no seio do espaço da galeria de arte pública. Numa segunda fase, este saber testado no público da exposição, foi reintroduzido num artigo científico (Andrade, 2018a, pp. 261-269). Um tal duplo movimento de pesquisa hibridiza e confronta, em moldes ao mesmo tempo originários e originais, o conhecimento e a prática científicos e artísticos.

Neste contexto, alguns exemplos de novos métodos e técnicas da Sociologia aplicados à arte pública e à comunicação turística são os seguintes: o inquérito visual-virtual,

ou seja, um inquérito visual utilizando vídeo digital, incluindo questões colocadas a políticos internacionais sobre a cidade, a sua cultura e as artes públicas; a galeria sociológica virtual, que, a partir de um telemóvel, e usando realidade aumentada, permite a consulta de informação e conhecimento sociológicos sobre arte pública, num site; e a banda desenhada sociológica, que explanaremos a seguir.

O MÉTODO *SOCIOLOGICAL COMICS*

No interior da Sociologia Artística, os *Sociological Comics* constituem uma banda desenhada onde se realiza uma pesquisa sociológica através de visualidades sociais, como a prática das fotografias digitais obtidas através do telemóvel, por forma a desvelar a visibilidade social dos fenómenos sociais no tecido urbano, por exemplo a arte pública e a comunicação turística. A primeira banda desenhada sociológica versou sobre o processo das lutas sociais políticas contra a austeridade em Portugal de 2013, testemunhado através de fotografias sobre esse fenómeno, que utilizou a arte pública em diversas das suas configurações, como os murais e os cartazes, ou a arte pública digital e virtual, que circulou nas redes sociais do ciberespaço e do cibertempo (Andrade, 2015c).

No dispositivo social, político, cultural e artístico dos *Sociological Comics*, são convocados três tipos de meios e métodos de comunicação: em primeiro lugar, o modo de comunicação em copresença (manifestações políticas, murais, graffitis, stenceis, *stickers*, etc.); em segundo lugar, o regime de comunicação através dos meios de comunicação clássicos, como os jornais e a televisão; finalmente, o sistema mediático de comunicação digital, no seio das redes sociais digitais Facebook, Twitter, YouTube, Instagram ou Pinterest. Todas estas estratégias comunicativas podem ser visionadas e comentadas por cidadãos, turistas e imigrantes.

Em particular, um tal dispositivo, nos seus prismas científico e literário, revela-se um método sociológico inovador, que aproxima o conhecimento sociológico às histórias e saberes sociais, por meio de uma história sociológica apresentada na forma de banda desenhada. Por outras palavras, esta banda desenhada *sui generis* funda-se numa estratégia epistemológica que permite, ao cientista social, realizar uma pesquisa sociológica através de diversas técnicas específicas, tais como: a demonstração de hipóteses a partir da sua validação/infirmiação no campo empírico do espaço público urbano (ruas, praças, etc.); a utilização de jogos sociais de linguagem, incluindo críticas ou humor por parte do cidadão comum e recolhidos pelo sociólogo; o uso de hibrimédia (isto é, média hibridizados) no seio das redes sociais digitais.

Recentemente, a metodologia do *Sociological Comics* foi aplicada aos Estudos do Turismo, em ensaios sobre o turismo cultural observado através de dispositivos locativos, como o telemóvel (Andrade, 2020a, 2020b).

CONCLUSÃO

Muito mais seria possível dizer. Por agora, retenha-se que a compreensão da arte pública para a comunicação turística, terá que ser empreendida em equipas de

investigação transnacionais e multiculturais. Só assim se poderá entender a progressiva centralidade da arte pública nas redes dos mundos da arte, de cidadania e do turismo, e em particular no seio de jogos de conflito, mas também jogos de consenso, entre diferentes identidades e convergentes alteridades, como os jovens, as mulheres, os imigrantes, etc.

Em suma, a teoria não se pode apartar da prática sobre a arte pública e os modos de comunicação social em geral e turísticos em particular. Numa ótica dialógica inspirada em Paulo Freire, parece-nos que os poderes públicos deverão comunicar mais com os artistas, ambos com o cidadão comum, estes com o investigador e o pedagogo da cidade, e todos com as diferentes figuras da alteridade e da interculturalidade como o turista e o imigrante que, cada vez mais, fazem parte das nossas sociedades e culturas contemporâneas glocalizadas, isto é, simultaneamente planetárias e locativas e, no futuro, possivelmente menos exclusivas e mais inclusivas.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é apoiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do Financiamento Plurianual do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade 2020-2023 (que integra as parcelas de financiamento base, com a referência UIDB/00736/2020, e financiamento programático, com a referência UIDP/00736/2020).

REFERÊNCIAS

- Abreu, J. & Castro, L. (Eds.) (2017). *Arte pública na era da criatividade digital: atas do colóquio internacional 2017*. Porto: Universidade Católica Editora.
- Adey, P. Bissell, D., Hannam, K., Merriman, P. & Sheller, M. (Eds.) (2014). *The Routledge handbook of mobilities*. Londres: Routledge.
- Andrade, P. (2020a). Cultural tourism and mobile digital devices: an analysis of tourists in Lisbon through sociological comics and video paper. In C. Sarmiento & Quincé (Eds.), *Intercultural routes across multicultural spaces: from theory to dialogue* (pp. 39-56). Porto: Centro de Estudos Interculturais.
- Andrade, P. (2020b). Rua Augusta, um espaço intercultural: comunicação turística via media locativos para a sustentabilidade territorial. In P. Romoaldo et al. (Eds.), *Livro de Atas do XII Congresso da Geografia Portuguesa: Geografias de transição para a sustentabilidade* (pp. 326-331). Guimarães: Universidade do Minho.
- Andrade, P. (2018a). Epistemologia e metodologia do turismo cultural urbano: o caso da Sociologia Artística das culturas móveis e da comunicação turística em redes sociais urbanas. *Revista de Comunicação e Sociedade*, 33, 215-242.
- Andrade, P. (2018b). Mobile art flows: tourism mobilities at the museum. In E. Araújo, R. Ribeiro, P. Andrade & R. Costa (Eds.), *Viver em|a mobilidade: rumo a novas culturas de tempo, espaço e distância. Livro de atas* (pp. 193-198). Braga: CECS.

- Andrade, P. (2017). Cultural e-Tourism depicted by digital discourse: the case of Portuguese networks of e-heritage and discursive innovation. In M. Bielenia-Grajewska & M. Ríos (Eds.), *Innovative Perspectives on Tourism Discourse* (pp.1-17). Hershey: IGI Global.
- Andrade, P. (2016). Transcultural cinema debated in a knowledge network: postcolonial hybrid meanings within resistance cinema, *Comunicação e Sociedade*, 29, 395 – 411.
- Andrade, P. (2015a). Musées virtuels et arts numériques. In M. Veyrat (Ed.), *110 Notions sur les Arts Numériques* (pp. 179-80). Paris: Les Éditions de l'Immatériel.
- Andrade, P. (2015b). Hybridologie. In M. Veyrat (Ed.), *110 Notions sur les Arts Numériques* (pp. 127-8). Paris: Les Éditions de l'Immatériel.
- Andrade, P. (2015c). *Austerity (Hi)story through sociological comics: a guide to social media and networks against austeritocracy for use by all generations*. North Charleston: Create Space.
- Andrade, P. (2014). Post-colonial Co-ordinary literature and Web 2.0/3.0: thinking back within transmediatic knowledge. In M. Pope (Ed.), *New literary hybrids in the age of multimedia expression: crossing borders, crossing genres* (pp.123-144). Amsterdão: John Benjamin Press.
- Andrade, P. (2012). Sociology of metaverses: virtual worlds as public and private spaces and cyberspaces. In F. Negri (Ed.), *Público e privado na época contemporânea* (pp. 311-329). Lisboa: Centro de Estudos Comparatistas, Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.
- Andrade, P. (2010a). Introdução. In P. Andrade, C. Marques & J. Barros (Eds.), *Arte pública, cidadania: novas leituras da cidade criativa* (pp. 13-30). Lisboa: Edições Caleidoscópio.
- Andrade, P. (2010b). Arte pública versus arte privada? Alteridades artísticas urbanas e Web 2.0. In P. Andrade, C. Marques & J. Barros (Eds.), *Arte pública e cidadania: novas leituras da cidade criativa* (pp. 44-67). Lisboa: Edições Caleidoscópio.
- Andrade, P. (2010c). Virtualidades do museu e museus virtuais. In P. Andrade (Ed.), *Museus, públicos e literacia científico-tecnológica: redes sociais de comunicação de significados no espaço interdimensional do museu* (pp. 145-149). Lisboa: Ed. Colibri.
- Andrade, P. (2009). Cidadania cultural e literacia artística: lazeres e saberes em museus e cibermuseus da cidade criativa. *Comunicação e Sociedade*, 14, 51-59.
- Andrade, P. (2008). Web 2.0 and digital museums. In L. DeFonso (Ed.), *Psicologia e Estética no futuro* (pp. 56-60). Chicago: Baywood.
- Andrade, P. (2006). Cybermuseus e cibermuseologia: o hybridlog como um Blouseum. In H. Gottesdiener & J. Vilatte (Eds.), *Culture and Communication* (pp. 553-557). Avignon: International Association of Empirical Aesthetics.
- Andrade, P. (2005). Art/Science/Technology - e-art in virtual museums measured by interdimensional networking method. In J. Fróis, P. Andrade & F. Marques (Eds.), *Art and science - Proceedings of the XVIII Congress, International Association of Empirical Aesthetics* (pp. 59-64). Lisboa: International Association of Empirical Aesthetics.
- Andrade, P. (1997). Navegações no cibertempo: viagens virtuais e virtualidades da ciberviagem. *Atalaia*, 3, 111-124.
- Andrade, P. (1993). Sociologia da viagem: deslocações diárias e anti-quotidiano nómada. *Revista Crítica de Ciências Sociais*, 37, 51-77.
- Andrade, P. (1986). A arte Excursionista. *Colóquio-Artes*, 68, 5-11.

- Barton, S. (2011). *Working-class organizations and popular tourism, 1840-1970*. Manchester: Manchester University Press.
- Bhabha, H. (2004). *The location of culture*. Londres: Routledge.
- Canclini, N. (2005). *Hybrid cultures: strategies for entering and leaving modernity*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Cohen, E. (1979). A phenomenology of tourist experiences. *Sociology*, 13, 179-201.
- Conde, I. (2010). Contrasting narratives: art and culture in the public sphere. In P. Ahonen, S. Hanninen & K. Palonen (Eds.), *Fortunae rota volvitur: studies on the writings and other work on Ilka Heiskanen* (pp. 276-287). Helsinki, The Finnish Political Association.
- Harvey, D. (1990). *The condition of postmodernity: an enquiry into the origins of cultural change*. Cambridge, MA: Blackwell.
- Huntington, S. (2011). *The clash of civilizations and the remaking of world order*. Nova Iorque: Simon & Schuster.
- Leavy, P. (2009). *Method meets art: arts-based research practice*. Nova Iorque: The Guilford Press.
- MacCannell, D. (1976). *The tourist: a new theory of the leisure class*. Nova Iorque: Schocken Books.
- Minard, J. (2012, 11 de janeiro). London 2012: olympic-inspired art to light up bus stops. *BBC News*. Retirado de <https://www.bbc.com/news/entertainment-arts-16510085>
- Paul, C. (2006). Digital art/public art: governance and agency in the networked commons. *First Monday: peer reviewed journal on the Internet*, 7. Retirado de <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/1616/1531>
- Peace, S. (2020). *Abstract Art Images #9, during Covid-19: Making Art while Cocooning*. [s.n].
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism: the state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253.
- Sacco, P. (2011). *Culture 3.0: a new perspective for the EU 2014-2020 structural funds programming*. Bruxelas: European Expert Network on Culture.
- Urry, J. (2007). *Mobilities*. Cambridge: Polity Press.
- Urry, J. & Larsen, J. (2011). *The tourist gaze 3.0*. Thousand Oaks: Sage.

APÊNDICES

GLOSSÁRIO BREVE SOBRE ARTE PÚBLICA URBANA E COMUNICAÇÃO TURÍSTICA

Arte pública: manifestação artística produzida, exposta, perçecionada, julgada e praticada na esfera pública, por ex. em sítios urbanos públicos (ruas, praças, etc.); nos meios de comunicação de massa, como os jornais, rádio e televisão; e no ciberespaço/cibertempo.

Arte pública digital: sub-gênero de arte pública, criada, operada e disseminada no ciberespaço/cibertempo.

Cidade 3.0: ou cidade social-semântica: localidade globalizada e configurada numa rede urbana geográfica que inclui redes digitais, sociais mas também semânticas, características da Web 3.0, em particular nas atividades do Turismo 3.0.

Cidade inteligente (smart city): paradigma de cidade que privilegia a planificação, a monitorização e as tecnologias digitais, no sentido de obtenção de maior previsibilidade na reestruturação urbana, entre outros aspetos em termos de maior mobilidade e segurança no espaço público. No entanto, esta visualização ubíqua da cidade e do cidadão comporta riscos, desde a intromissão na sua vida privada, passando pelo desrespeito dos direitos humanos, até à naturalização e aceitação acrítica de um panoptismo generalizado.

Cidade criativa: modelo de espaço urbano que aproxima a cultura, a criatividade e a transformação da cidade. Esta postura destaca, entre outros processos e práticas: o interculturalismo nas cidades, a psicologia das cidades, as burocracias criativas e a medição da criatividade nas cidades.

Cultura 3.0: para além do entendimento da cultura como um produto derivado da economia industrial nos séculos XVIII e XIX (Cultura 1.0), ou da conceção da cultura como indústria cultural no século XX (Cultura 2.0), a noção de Cultura 3.0, associada às novas tecnologias digitais, significa que a cultura constitui um meio de criar identidade e valores, estimular a coesão social e incentivar a criatividade.

Cultura móvel: modo de exercer a cultura e a vida social em geral, que se transforma hoje, em parte, numa vida digital, articulada aos ritmos e lugares móveis da vida quotidiana urbana, em particular às mobilidades urbanas da cidade 3.0, da cidade inteligente e da cidade criativa, sobretudo através de dispositivos portáteis, como o computador laptop e a tablet, ou o iPod e o telemóvel.

Hibridologia: consiste no estudo científico, tecnológico e artístico, das entidades híbridas que pululam, e de certo modo definem, a nossa contemporaneidade globalizada, como no caso da hibridação demográfica crescente nas sociedades europeias, através de décadas de imigração massiva.

Métodos híbridos/hibrimédia: mistura, fusão ou hibridização de diversos métodos e media científicos, tecnológicos ou artísticos, por exemplo aqueles que caracterizam os seguintes modos de conhecimento: Ciências Sociais (questionário, etc.), novas tecnologias (dispositivos digitais interativos construídos em hipermédia) e as artes (arte objetual, arte processual como a instalação e a performance).

Públicos da arte pública: audiências que incluem características sociodemográficas específicas e desenvolvem carreiras de comunicação particulares, dentro ou fora das

suas visitas a locais e eventos de arte pública. Por exemplo, quando esses públicos relacionam, de um lado, obras de arte pública e o espaço do museu ou de outros locais de exposição da arte pública, como a rua, praças e outras localidades citadinas, com, de outro lado, a sua própria experiência da cidade, do trabalho, da família e da escola. Alguns principais segmentos de tais públicos são estes: famílias; estudantes e professores de uma instituição de ensino; um visitante isolado ou grupos que visam realizar formação contínua ao longo da vida; o turista subscritor do turismo cultural, do turismo criativo, do turismo inovador e do turismo comunicativo. No entanto, outros perfis, ainda marginalizados, devem ser incluídos nas audiências artísticas e, em particular, nos públicos de arte pública, como os reformados, os deficientes, os imigrantes e os refugiados.

Turismo 3.0: define-se a partir dos seguintes traços: maior interesse dos turistas pelo património intangível; superação da dicotomia entre alta cultura e cultura popular, processo por exemplo testemunhado pela abertura do turista à arte pública exibida na rua; hibridação entre produção e consumo cultural; desejo de experiências autênticas na viagem turística. Um tal paradigma do turismo hodierno desvela-se como uma das manifestações práticas da Cidade 3.0, que frequentemente permite a utilização da Cultura 3.0 no seio do ciberespaço público da Web 3.0.

Turismo comunicativo: paradigma das atividades turísticas centrado na comunicação turística que se estabelece entre três dos principais agentes da contemporaneidade transcultural: cidadãos, turistas e imigrantes das sociedades periféricas deslocados nas sociedades centrais.

Turismo criativo: modelo de turismo relacionado com a criatividade das comunidades urbanas e pequenas cidades, no sentido de revitalizar a economia, a sociedade e a cultura dessas localidades, através das atividades turísticas aliadas sobretudo à pequena indústria, ao pequeno comércio e ao artesanato.

Turismo cultural: tipo de turismo que se interessa, predominantemente, por aspetos culturais de uma sociedade (artes ou outros fenómenos culturais e suas instituições ou contextos), por ex. o museu da arte pública, ou outros espaços públicos culturais, como a rua e a praça.

Turismo cultural digital (e-cultural tourism): modo do turismo associado ao ciberespaço e ao cibertempo, bem como à cultura móvel veiculada pelo turista através do telemóvel, por exemplo enquanto instrumento de ligação da arte pública à cibercultura.

Turismo inovador: género de turismo articulado à inovação social, em especial no seio das mobilidades urbanas características da cidade inteligente (*smart city*).

Web 2.0 (ou social web ou internet da leitura/escrita): tipo de rede social digital que permite uma postura ativa por parte do utilizador: além de ler as informações, ele pode

escrever conteúdos como artigos (*posts*) ou comentários num blog, e partilhar informações pessoais e profissionais em redes sociais digitais, como o Facebook, o Twitter ou o Youtube, Instagram ou WhatsApp.

Web 3.0 ou web semântica: paradigma de redes sociais digitais que se baseia, entre outros dispositivos discursivos, em sites semântico-sociais. Ex: sites Freebase, Comunicação Pública de Arte.

NOTA BIOGRÁFICA

Pedro Andrade é sociólogo e investigador na Universidade do Minho, CECS. Ensinou, nas Universidades de Coimbra e Lisboa, Sociologia da Cultura, Comunicação, Métodos Sociológicos, Humanidades Digitais. Investigação em culturas urbanas, comunicação artística, museus de arte/ciência, literacias, redes sociais digitais (web 2.0/3.0), metodologias/hibrimédia. Coordenador de projetos internacionais, como “Literacia científico-tecnológica e opinião pública” (2005, sobre públicos de museus de Ciência) e “Comunicação pública da arte” (2011, sobre museus de arte e suas relações com audiências, turismo, metodologias digitais/virtuais, interação hibrimédia, jogos sociológicos/culturais, redes sociais, realidade virtual/aumentada), ambos financiados pela FCT. Participação em redes universitárias internacionais, como Virginia Commonwealth University, EUA; membro do projeto “Manifesto Art and Social Inclusion in Urban Communities” (Reino Unido). Autor de vários livros e artigos científicos publicados em revistas internacionais e nacionais com revisão por pares, indexadas em bases de dados bibliográficas globais (Web of Science, etc.). Diretor da primeira revista científica luso-francesa, *Atalaia-Intermundos* (desde 1995).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4550-0562>

Email: pjoandrade@gmail.com

Morada: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Campus de Gualtar, 4710-057 Braga, Portugal

Submetido: 04/09/2019

Aceite: 31/11/2019

CURITIBA, MINHA LINDA: MÉDIA DIGITAIS, IDENTIDADE E CIDADANIA

Virginia Borges Kistmann
Universidade Federal do Paraná, Brasil

RESUMO

Este artigo trata da comunicação via design voltada para as cidades inteligentes. Ser uma cidade inteligente tem sido uma estratégia adotada por várias cidades. Com base nas tecnologias da informação e comunicação (TIC), cidades inteligentes visam atrair investimentos, aumentando a competitividade, e, assim, melhorar a qualidade de vida de seus moradores e visitantes. Por isso, a geração de objetos e elementos de comunicação disponibilizados pelos municípios, tanto na forma física quanto na digital, faz parte desse processo. Nesse sentido, estudos sobre o papel do design nas cidades vêm sendo desenvolvidos, principalmente na Europa, com repercussões recentes no Brasil. Porém, pouco se sabe como os municípios se apropriaram dessas novas tecnologias para fortalecer a identidade local e promover a cidadania, caracterizando-as como cidades inteligentes. Assim, este artigo discute o papel do design associado aos média digitais atualmente em uso, buscando entender sua contribuição para o comportamento do cidadão auto consciente, independente e atento. Considerando que Curitiba se auto nomeia uma cidade inteligente, o estudo aqui apresentado tem como objetivo identificar a maneira pela qual o governo da cidade considera os elementos de comunicação associados aos seus projetos. Como método, realiza um estudo de campo, levando em consideração as imagens postadas no Instagram, link da mesma cidade, e os estudos sobre a sociedade em rede (Castells, 2006), os conceitos de não-lugar (Augé, 1994) e de “enxame digital” (Han, 2018). Como resultado, o estudo aponta a relevância no avanço de pesquisas que considerem o papel político dessas inserções, para que o resultado das ações venha a contribuir para a construção da cidadania.

PALAVRAS-CHAVE

design; média digitais; Instagram; cidades inteligentes; Curitiba

YOU BEAUTIFUL, CURITIBA: DIGITAL MEDIA, IDENTITY AND CITIZENSHIP

ABSTRACT

This article deals with design and communication aimed at smart cities. Being a smart city has been a strategy adopted by many cities. Based on information and communication technologies (ICT), they aim to attract investment, increase competitiveness and thus improve the quality of life of its residents and visitors. Therefore, the generation of objects and communication elements made available by municipalities widely, both in physical and digital form, is part of this process. Studies on the role of design in cities have been developed, especially in Europe, with recent repercussions in Brazil. However, little is known about how municipalities appropriated these new technologies to strengthen local identity and to promote citizenship, characterizing them as a smart city. Thus, this study is based on the role of design associated with digital media currently to understand its contribution to self-conscious, independent and attentive citizen behavior. Considering that Curitiba is named a smart city, the study presented here aims to identify

the way the city government considers the communication elements associated with its projects. As a method, a field study was conducted taking into account the images posted on Instagram of the same city, supported by studies on the impact of globalization as in Castells (2006), the concepts of non-place (Augé, 1994) and “digital swarm” (Han, 2018). The study demonstrates the importance of the political role of these insertions to the result in acts that helps the construction of citizenship.

KEYWORDS

design; digital media; Instagram; smart cities; Curitiba

INTRODUÇÃO

Mais e mais, políticas públicas consideram que investimentos urbanos não dependem apenas de infraestrutura física, mas também de elementos comunicacionais e de infraestrutura social. Para Caragliu, del Bo e Nijkamp (2011), esse capital humano e social fortalece as identidades locais e contribui decisivamente para a atratividade que as cidades oferecem, tornando-as cidades inteligentes. Assim, além da atratividade decorrente do bom desempenho em economia, governança, meio ambiente, mobilidade, pessoas e modo de vida, as chamadas cidades inteligentes deveriam buscar nas tecnologias da informação e comunicação (TIC) modos de reforço ao comportamento auto decisório, independente e atento dos cidadãos¹.

O adjetivo inteligente, da versão para a expressão *smart city* em português, reduz consideravelmente a noção do termo em inglês. A palavra inglesa *smart* significa elegância, astúcia, agudeza, aptidão, habilidade, dentre outros conceitos². Portanto, neste trabalho não estamos considerando apenas o conceito inteligente, no sentido do uso das capacidades mentais em encontrar soluções, mas também as demais variantes, incluindo sua reverberação política.

Seguindo esse pensamento, uma cidade inteligente demanda que as atividades de design devam se apoiar na busca por soluções que venham contribuir para a construção de um novo contexto, em que, cada vez mais, o desenvolvimento da cidadania se construa. Assim, este estudo tem como fundo a problemática da emissão e recepção de mensagens vinculadas por instituições públicas, com base nos mídia digitais. Parte de elementos de comunicação fruto do design digital e do design de serviços, buscando a melhoria da qualidade de vida da sua população.

Entende-se aqui por design digital o resultado do projeto gráfico que se utiliza dos mídia digitais³. Já por design de serviços, entende-se aquele que busca planejar e organizar pessoas, infraestrutura, comunicação e componentes materiais de um serviço de

¹ Ver https://ec.europa.eu/info/eu-regional-and-urban-development/topics/cities-and-urban-development/city-initiatives/smart-cities_en

² Ver <https://www.merriam-webster.com/dictionary/smart>

³ Retirado de https://learn.org/articles/What_is_a_Digital_Designer.html

forma a melhorar sua qualidade e interação entre a organização que o oferta e os seus usuários (Gibson, 2017).

Metodologicamente, Andrade (2018) destaca a necessidade de se incluir na investigação contemporânea uma hibridização entre racionalidades científicas atuais, as sociabilidades dos novos média e as sensibilidades recentes das artes, estas aqui consideradas como campo do design. Assim, para a sua realização, este artigo se apoiou neste tripé, levando em conta um estudo de campo, em que analisa as imagens e postagens de usuários e administradores do site da prefeitura da cidade de Curitiba, Brasil. A análise do estudo de campo se firma, assim, em um aporte teórico, sob o ponto de vista do seu design.

O artigo está estruturado da seguinte forma: primeiro, a seguir, apresenta-se uma discussão quanto às teorias que tratam da comunicação associadas aos média digitais e às políticas públicas; depois, são discutidos teoricamente aspectos relacionados à construção do espaço público e a participação dos seus membros; depois, tem-se a apresentação dos dados encontrados no campo, com a pesquisa exploratória digital etnográfica; por fim seguem-se as considerações finais a respeito do estudo.

POLÍTICAS PÚBLICAS, MÉDIA DIGITAIS E DESIGN

Para Castells (2006, p. 23), na sociedade em rede, a comunicação constitui um espaço público, que se constitui no “espaço cognitivo em que as mentes das pessoas recebem informação e formam os seus pontos de vista através do processamento de sinais da sociedade no seu conjunto”. Por meio dela os diversos atores interagem e criam relacionamentos entre instituições e organizações sociais.

Mesmo quando a informação final é processada por um indivíduo, de acordo com suas próprias características pessoais, “a dinâmica da comunicação social é essencial na formação da consciência e da opinião, e a base do processo de decisão política” (Castells, 2006, p. 23). Por isso, as atividades de design voltadas para a comunicação entre os agentes públicos e as pessoas devem ter em mente esses aspectos, importantes na formação da cidadania.

Diz ainda ele:

uma vez que a política é largamente dependente do espaço público da comunicação em sociedade, o processo político é transformado em função das condições da cultura da virtualidade real. As opiniões políticas e o comportamento político são formados no espaço da comunicação. (Castells, 2006, p. 24)

Porém, a forma como o espaço mediático age sobre a mente das pessoas apoia-se em um mecanismo de presença/ausência de mensagens (Castells, 2006), que, de modo binário, traz consequências diretas para o processo político e as instituições sociais. Esse mecanismo implica no fato de que a presença nos média é essencial para construir uma hegemonia política.

Diversas cidades vêm investindo no sentido de aproximar os seus cidadãos às ações políticas via mídia sociais. Esses movimentos têm sido considerados como uma busca por uma nova natureza do diálogo entre o Estado e os cidadãos, tornando-o mais recíproco, aberto e cambiante (Mulgan, 2006).

Um exemplo do uso do design nas ações desenvolvidas pelas cidades é o trabalho desenvolvido ao longo dos anos por Amsterdam. Segundo Hefting (2008), Amsterdam apoiou suas decisões de governo em gerentes e especialistas de marketing conjuntamente com designers. A partir dessa relação produziram uma das expressões mais destacadas no campo do design gráfico: a do serviço postal holandês. Nesse caso, a ênfase dada foi a da linguagem explorada em cartazes, selos, documentos.

Hefting (2008) destaca que “o design gráfico é uma forma de comunicar e, portanto um caminho ao poder e à possibilidade de manipulação” (p. 284). Nesse sentido, para ele, o neoliberalismo, enquanto manifestação capitalista, se liga a distintas autoridades, gerentes e inclusive às instituições artísticas. Ele permite aos designers certas liberdades e expressões provocativas, mas dentro de certos limites.

Outro exemplo do uso do design nas políticas públicas vem sendo desenvolvido pelo Reino Unido. Há anos, uma série de atividades vem sendo implementadas, seja por iniciativa governamental, seja por meio de outras organizações. Como exemplo, na Figura 1, a seguir, vemos uma das atividades desenvolvidas pelo “mySociety Limited”⁴, projeto desenvolvido pelo UK Citizens Online Democracy, em que os cidadãos são solicitados a participar.

Empowering residents of tower blocks



4th September 2019 by Jen

An estimated 100,000 people in the UK live in tower blocks. If you're one of them, mySociety's current project will be of particular interest — and please read on to the end of the post, where you'll find out how you might get involved. mySociety has been working with the campaign group Tower Blocks UK...

Figura 1: Chamada de 4 de setembro da mySociety

Fonte: <https://www.mysociety.org>

A expansão das atividades do design no governo britânico tem sido substancial nos últimos anos, tendo como apoio o Design Council. Considera-se que atualmente existem mais de 600 designers/escritórios envolvidos em atividades voltadas para as ofertas de serviços⁵.

Em uma outra experiência, em Medford, Massachussetts, o uso de uma plataforma digital na internet auxiliou no engajamento dos moradores do local no redesenho de um parque. Por seu intermédio testou a percepção dos objetivos definidos pela prefeitura local e angariou visões para uma nova concepção. A plataforma utilizada auxiliou

⁴ Ver <https://www.mysociety.org>

⁵ Retirado de <https://www.facebook.com/mari.suoheimo.3>

a equipa de design na obtenção de *feedback* dos habitantes para as opções de design e ofereceu *insights* aos designers quanto à qualidade de engajamento e construção do capital social dos cidadãos (Ruggeri & Young, 2016).

Ruggeri e Young (2016) destacam alguns resultados quanto a essas inserções: a construção de uma história comum enriquece os projetos, oferecendo uma base comum para a vida cívica; a tecnologia pode ser utilizada como forma de atualização dos projetos em andamento; cidadãos participam de modo gradual e com nuances, mas a sua contribuição deve ser plena; e existe a necessidade constante de experimentação e melhoria.

Assim, por intermédio dos média digitais, planejadores têm obtido uma melhor compreensão dos territórios para os quais projetam, em relação às comunidades e aos ambientes em que vivem, por meio da participação dos usuários na sua construção. Assim, as propostas de novos desenhos por média digitais podem ser enriquecidas por meio de projetos que são elaborados conjuntamente. Ruggeri e Young (2016) consideram, no entanto, que, embora incorporem a participação de uma grande parcela da população, o contato em escala local e as interações face a face são importantes.

Essas experiências demonstram que designers vêm buscando contribuir para a construção da noção de pertencimento dos cidadãos, com a proposta de atividades de projeto que incluem a participação dos cidadãos. No entanto, essas tendências têm alguma complexidade, pois especialmente as dinâmicas no envolvimento público podem fazer crescer expectativas que mesmo em programas bem-sucedidos podem causar desilusão (Mulgan, 2006).

Contreras e Sanches (2018) apontam que as práticas visuais contemporâneas com finalidade política colocam novas questões a respeito do conhecimento da arte e, poderíamos acrescentar, ao design. A política necessita de imagens, as doutrinas políticas originam imagens, mas também as ideias políticas estão ubicadas em imagens. Por isso, os autores alegam que é necessário introduzir a perspectiva epistêmica dos estudos visuais que concebe o visual como construção social e cultural.

Whiteley é um dos primeiros a discutir o tema do design para o bem coletivo. Ele afirma que na tomada de decisão de políticas públicas, a fundamentação das ações apoiadas na população é importante. Diz ele: “um movimento de design voltado para o usuário poderia, em outras palavras, ser radical e socialmente progressivo ao invés de reacionário e socialmente divisor” (Whiteley, 1993, p. 170).

Essa postura se observa igualmente em Castells e Cardoso (2006), que apontam que, no contexto dos média digitais e do uso de plataformas como o Facebook e o Instagram, pela interlocução que esses média permitem, se verificaria a possibilidade de uma sociedade mais aberta e democrática, que permitiria a descoberta de novos terrenos de vida cívica. Pelas suas características, em conjunto com outros métodos tradicionais, os média digitais poderiam facilitar o consenso e promover mudanças sociais (Castells & Cardoso, 2006).

Porém, de modo contrário, uma tensão extremada pode ser observada, como no caso do uso político, exemplificado no caso da empresa Cambridge Analytics, que se

especializou no uso de mineração de dados para fins eleitorais. No Brasil, a empresa Ideia Big Data está oferecendo a políticos serviços de mineração de dados utilizando-se de métodos similares ao Ocean, da Cambridge Analytics⁶. O método se apoia no trabalho de Michal Kosinski, que consiste na coleta de dados online de celulares e a partir deles definir tipos psicológicos, que podem ser influenciados por informações a eles diretamente vinculadas⁷.

No vídeo, Alexander Nix, da Cambridge Analytics promove o uso de micro dados para eficazes campanhas de publicidade. Nix, no seu vídeo no Youtube⁸, traz como exemplo duas mensagens bastante emblemáticas. Uma que apresenta uma placa de proibição do uso de uma praia, em que diz: “uso público termina aqui, propriedade particular”; e outra que apresenta uma bandeira vermelha com um sinal de perigo e a imagem de um tubarão, com a mensagem: “tubarão à vista”. Como ele explica, o objetivo de proibir o acesso em duas linguagens se dirige a públicos distintos, com comunicações comportamentais diferentes.

A explicação de Nix demonstra que somos prisioneiros dos aspectos da nossa personalidade que nos movem quanto às decisões que tomamos diante de elementos de comunicação ofertados pelos média.

Han (2018) alega que essa situação decorre do fato de que “a sociedade do controle tem a sua consumação lá, onde os habitantes se comunicam não por coação exterior, mas sim por carência interna” (Han, 2018, pp. 121-122). Ele prossegue:

o *Data-Mining* torna visível os modelos coletivos de comportamento dos quais não se está, enquanto indivíduo, nem sequer consciente. (...) O psicopoder é mais eficiente (...) na medida em que vigia, controla e influencia o ser humano não de fora, mas sim a partir de dentro. A psicopolítica se empodera do comportamento social das massas ao acessar a sua lógica inconsciente. A sociedade digital de vigilância, que tem acesso ao inconsciente-coletivo, ao comportamento social futuro das massas, desenvolve traços totalitários. Ela nos entrega à programação e ao controle psicopolíticos. (Han, 2018, pp. 133-134)

Essas questões levam a outra abordagem quanto à real participação dos cidadãos na construção participativa do capital social das cidades, como se pode ver a seguir.

O ESPETÁCULO DO ENXAME NOS NÃO-LUGARES

Seguindo Han (2018), apesar dos efeitos positivos apresentados por diversos autores, algumas considerações expressas por teóricos do campo da sociologia trazem

⁶ Ver <https://tab.uol.com.br/noticias/redacao/2019/08/14/empresa-brasileira-esta-vendendo-metodo-cambridge-analytics-para-politicos.htm>

⁷ Ver <https://www.youtube.com/watch?v=n8Dd5aVXLCc>

⁸ Retirado de <https://www.youtube.com/watch?v=n8Dd5aVXLCc>

questionamentos quanto à real participação dos designers na construção de uma *smart city* por meio dos média digitais.

Discutindo a sociedade moderna, Debord (2003) considera que, por suas características, nos processos de comunicação haveria uma inversão do real, de modo que a realidade vivida é invadida pela contemplação do espetáculo e refaz a ordem espetacular pela adesão positiva, levando ao ver sem distância.

Debord traz também uma outra constatação: para ele na sociedade do espetáculo “o que aparece é bom, o que é bom aparece” (Debord, 2003, p. 12). Essa concepção exige uma atitude passiva, apoiada na aparência. Diz ele:

a administração desta sociedade e todo o contato entre os homens já não podem ser exercidos senão por intermédio deste poder de comunicação instantâneo, é por isso que tal “comunicação” é essencialmente *unilateral*; sua concentração se traduz acumulando nas mãos da administração do sistema existente os meios que lhe permitem prosseguir administrando. A cisão generalizada do espetáculo é inseparável do *Estado* moderno, a forma geral da cisão na sociedade, o produto da divisão do trabalho social e o órgão da dominação de classe. (Debord, 2003, pp. 15-16)

Nessa sociedade, a inovação tem papel preponderante, porém no campo da cultura tende a superar seus próprios pressupostos culturais e caminha para a supressão de toda a separação.

O espetáculo é a ideologia por excelência, porque expõe e manifesta na sua plenitude a essência de qualquer sistema ideológico: o empobrecimento, a submissão e a negação da vida real. O espetáculo é, materialmente, “a expressão da separação e do afastamento entre o homem e o homem”. (Debord, 2003, p. 135)

Nesse sentido, o conceito de não-lugar apresentado por Augé (1994) se aproxima do conceito da sociedade do espetáculo de Debord (2003), pois para ele o não-lugar é um espaço dos outros, mas sem a presença deles, um espaço constituído em espetáculo (Sá, 2014). Considera-se, assim, que a dinâmica da comunicação acontece em um *locus*. Nesse caso, ela se dá por intermédio dos média digitais, estando vinculados a um lugar físico, a cidade, que se constitui em um território específico.

Desse modo, o lugar se diferencia do não-lugar, porque o primeiro se refere à história, à tradição e, poder-se-ia acrescentar, à identidade. Esses elementos permitem o reconhecimento dos indivíduos como pertencentes aos seus lugares e a construção de uma ligação emocional com o local onde habitam. Já, no não-lugar, os espaços não são identitários, não são relacionais e não são históricos (Sá, 2014). Os não-lugares permitem uma

grande circulação de pessoas, coisas e imagens em um único espaço, por outro transformam o mundo em um espetáculo com o qual mantemos

relações a partir das imagens, transformando-nos em espectadores de um lugar profundamente codificado, do qual ninguém faz verdadeiramente parte. (Sá, 2014, p. 3)

Han (2018) avança nesse ponto de vista, dizendo que, com respeito aos mídia digitais,

somos desprogramados por meio dessa nova mídia, sem que possamos compreender inteiramente essa mudança radical de paradigma. Arrastamo-nos atrás da mídia digital, que, aquém da decisão consciente, transforma decisivamente nosso comportamento, nossa percepção, nossa sensação, nosso pensamento, nossa vida em conjunto. Embriagamo-nos hoje em dia da mídia digital, sem que possamos avaliar inteiramente as consequências dessa embriaguez. Essa cegueira e a estupidez simultânea a ela constituem a crise atual. (Han, 2018, p. 10)

Por isso, para ele, essa atitude levaria a uma sociedade do escândalo. Ele alega que a distância estabelece o respeito e, ao desaparecer o respeito, perde-se a esfera pública. Para que ela aconteça é necessário o afastamento. A sociedade digital desconstruiria a distância espacial acompanhada pela erosão da distância mental (Han, 2018).

Se para Castells (2006) nas sociabilidades na sociedade em rede, a emergência do individualismo ocorre, a partir da lógica própria da tecnologia digital, para Han (2018), no “exame digital” temos indivíduos singularizados. “Os indivíduos se fundem em uma nova unidade, na qual eles não têm mais nenhum *perfil próprio*”. O “exame digital”, diferentemente da massa, não é em si mesmo coerente (Han, 2018, p. 27).

Han (2018) considera ainda que a falta de distância leva a uma mistura entre o privado e o público. Porém, ainda assim, as relações de poder se mantêm: “o presente do poder reduz a improbabilidade da aceitação de minha seleção do curso de ação, de minha decisão de vontade por parte de outros” (2018, p. 17). Por isso, ele alega que a sociedade do escândalo não permite nenhuma indignação.

Isso contradiz o que aponta Castells (2006), quando ele alega que

uma política inovadora, mas pragmática, terá de encontrar o meio caminho entre o que é social e politicamente exequível, em cada contexto, e a promoção das condições culturais e organizacionais para a criatividade na qual a inovação, o poder, a riqueza e a cultura se alicerçam, na sociedade em rede. (p. 29)

Diferentemente, Han (2018) diz que o *homo digitalis* não se reúne e, portanto, não constrói um nós. Comportando-se como exames, voláteis, esses grupos se diferenciam da massa tradicional, que por sua ação comum gera poder. No “exame digital” eles se dissolvem de modo rápido. Por isso, não desenvolvem nenhuma energia política. Seus sujeitos não são capazes de agir coletivamente e assim levam a uma sociedade em que os espaços para o agir conjunto encolhem radicalmente e impedem a formação

de um contrapoder questionador. Por isso, haveria “uma desintegração generalizada do comum e do comunitário” (Han, 2018, p. 33).

Além disso, Han (2018) considera que os média digitais têm uma temporalidade do presente imediato, em que as informações são produzidas, enviadas e recebidas sem mediação. Nesse sentido, não existe mais contentamento em consumir informações de modo passivo, já que os média digitais permitem produzir e comunicar ativamente o que se quer. Desse modo, a representação política perde força, ameaçando a democracia representativa. Pela transparência total, os média digitais forçam uma temporalidade que “torna impossível um planejamento lento e de longo prazo. Não é mais possível deixar que as coisas amadureçam. (...) Sob a ditadura da transparência, opiniões desviantes ou ideais inabituais não chegam nem mesmo a ter voz” (Han, 2018, pp. 39-40).

De modo paradoxal, os média digitais nos afastam cada vez mais do outro. E nos afastam do real. Por meio de uma inversão icônica, as imagens parecem mais vivas, mais bonitas e melhores do que a realidade percebida. As imagens são domesticadas ao serem consumíveis, delas é retirada a sua verdade. Nelas, a idade, o destino e o tempo são congelados. Assim não florescem ou reluzem presentes apenas no que tem sombra e brilho (Han, 2018).

Sá (2014) contribui para essa discussão ao destacar em Augé: os não-lugares de uns são os lugares do outros, por serem espaços empiricamente identificáveis e criados pelo olhar que os tomam como objetos. Na virtualização dos espaços, nos transformamos em outros, sem nos darmos conta e temos a impressão de estarmos sendo colonizados, sem saber por quem.

Nesse sentido, Sá (2014, p. 3) coloca que

a pergunta que parece estar sempre subjacente ao pensamento de Augé é saber de que forma os “não lugares” podem provocar uma perda de nós mesmos como grupo e sociedade, prevalecendo agora apenas o indivíduo “solitário”. (...) Mas o que se passa hoje, no período que Augé denominou *sobremodernidade*, marcado pelos excessos de acontecimentos, imagens e referências espaciais e individuais (cf. Augé, 1994a), é a perda da categoria do *outro*.

Os não-lugares seriam assim espaços multifuncionais, cujo objetivo é possibilitar a cada um fazer cada vez mais coisas em um mesmo espaço. São espaços para consumir, e para criar “novas necessidades”, dentre elas, publicidade e informação (Sá, 2014).

Augé coloca ainda que a *sobremodernidade* produz não-lugares. Lugar e não-lugares são opostos: o primeiro nunca é totalmente apagado e o último nunca plenamente realizado, de modo que o jogo da identidade e da relação é reestabelecido sem cessar (Augé, 1994, p. 74).

Não-lugares seriam locais de consumo e de criação de novas necessidades. Por isso, considera-se que a interpretação semiótica da cultura cibernética demanda uma abordagem em que objeto e sujeito são fundidos, empresas, designers, consumidores, produtos se transformam em faces de uma única moeda.

Uma interpretação semiótica da cultura digital significa dar estrutura de significado a um espaço, sem necessariamente se apoiar em um espaço particular, ou em um tempo específico. Isso, porque “a cultura digital se baseia no dedo contador” (Han, 2018, p. 66). Se a história é uma narrativa, na cultura digital “o mural não narra nenhuma história de vida, nenhuma biografia. Ele é aditivo, e não narrativo” (Han, 2018, p. 66).

Nesse sentido, considera-se que a informação se distingue do saber. O saber não está disponível. Uma longa experiência o antecede, diferentemente da informação, que é de curto prazo. Por isso, poder e informação não combinam um com o outro, pois o poder é marcado pela interioridade. Pela falta de assimetria, os média digitais geram uma relação genuinamente comunicativa, uma comunicação simétrica. O destinatário da informação é ao mesmo tempo o remetente e, por isso, ficam difíceis as relações de poder.

Além disso, os média digitais criaram uma nova geografia social, política e econômica. Elas alteram assim a noção de comunidade e identidade. O sentimento de pertencimento é então afetado e, se para Flusser, “no universo puntiforme digital, todas as grandezas fixas se dissolvem. Não há nem sujeito nem objeto (...) o Si é hoje apenas ainda um ponto nodal de virtualidades que se cruzam” (Han, 2018, p. 83).

Para Han (2018), a conexão digital “não consiste de pontos desprovidos de si e de cruzamentos, mas sim de ilhas narcisistas de egos” (Han, 2018, p. 83). Em verdade, a comunidade digital erode o nós. “Ela destrói o espaço público e aguçã a individualização do ser humano” (Han, 2018, p. 86).

Nesse universo,

a fotografia digital coloca a verdade da fotografia radicalmente em questão. Ela encerra definitivamente a era da representação. Ela marca o fim do real. Nela não está mais contida nenhuma referência ao real. (...) A hiperfotografia abre um espaço autorreferencial, hiper-real, que está completamente desacoplado do referente. (Han, 2018, p. 111)

Por isso, Hefting (2008) afirma que é mais fácil interagir por meio de uma página da web do que por meio impresso. E complementa:

humor, *understatements*, feiura intencional, ilegibilidade ou conceitos fechados hermeticamente, tradições, uma “marca” pessoal de identidade, decorações, repetições, *kitsch*, subversão, complexidade, o modelo de fotografia anônima, clichês, novos símbolos: todas essas são características que fizeram com que o design gráfico se desenvolvesse em uma polaridade difícil de desemaranhar. Às vezes, parece mais entretenimento que design com significado. Se oferece uma variedade de opções, de variações de imagens (...), devido aos progressos surpreendentes rápidos da tecnologia. É o tempo da hegemonia da imagem sedutora, mas também da imagem autônoma. (Hefting, 2008, p. 290)

Nessa nova sociedade mediada pelos média digitais “os indivíduos se fundem em uma nova unidade, na qual eles não têm mais nenhum *perfil próprio*. (...) O ‘enxame digital’, diferentemente da massa, não é em si mesmo coerente” (Han, 2018, p. 27).

COMUNICAÇÃO NO SITE DA PREFEITURA DE CURITIBA: UMA PEQUENA AMOSTRA PARA SE PENSAR O DESIGN

A metodologia adotada neste estudo é de cunho exploratório, considerando um breve estudo sobre a comunicação que se estabelece a partir do design digital e de serviços do site da Prefeitura de Curitiba. Ela se apoia na fundamentação teórica sobre o campo das Ciências Sociais, na etnografia digital (Kozinets, 2017) e nas manifestações da página da Prefeitura de Curitiba no Facebook⁹, com fotos selecionadas de imagens da cidade. Considerando as particularidades da cidade de Curitiba, tem por objetivo verificar na prática como esses conceitos têm sido operacionalizados.

Inicialmente, deve-se caracterizar a escolha do objeto de estudo. Curitiba é a capital do Estado do Paraná, localizada ao Sul do Brasil. Possui atualmente perto de dois milhões de habitantes¹⁰ e tornou-se conhecida pelo seu planejamento urbano, pelas políticas de mobilidade e pelos aspectos sustentáveis, estimulados por seus gestores nos últimos 50 anos¹¹. As últimas gestões têm desenvolvido programas para a sua inserção enquanto uma cidade inteligente, sendo considerada em 2018, no ranking geral, a cidade mais inteligente do Brasil¹². Portanto, considerando-se os estudos relativos às cidades inteligentes, deveria promover a cidadania de seus membros.

Além disso, Curitiba, recentemente, se candidatou a ser reconhecida como uma “Capital do Design”. A World Design Organization atribui esse reconhecimento às cidades que demonstram “efetivo uso do design para impulsionar o desenvolvimento econômico, social, cultural e ambiental”¹³. Esse programa tem como objetivo promover uma política urbana guiada pelo design, de modo que a inovação contribua para a melhor qualidade de vida dos seus habitantes.

Corroborando para com esses dados o fato de que, para a Agência Curitiba de Desenvolvimento e Inovação, ligada à prefeitura da capital, as cidades inteligentes

são cidades que se tornaram mais amigáveis aos seus cidadãos, pois apostaram em um planejamento inovador, com várias opções de mobilidade, com disseminação de espaços verdes e com soluções sustentáveis para o futuro, além de ações de fomento a empresas que apostam em inovação e geram emprego e renda.¹⁴

Dentre as ações de comunicação desenvolvidas com seus cidadãos, a prefeitura local tem feito valer recursos de mídia digitais. No Facebook mantém uma página

⁹ Ver <https://www.facebook.com/PrefsCuritiba/>

¹⁰ Retirado de <https://cidades.ibge.gov.br/brasil/pr/curitiba/panorama>

¹¹ Retirado de <http://www.gestaopublica.org.br/mobilidade-urbana-curitiba/> e <https://www.terra.com.br/noticias/clima-tempo/curitiba-a-cidade-da-sustentabilidade,6c30610a7d73fc1f1faa731272f99b7b3t6s9nn2.html>

¹² Retirado de <https://www.connectedsmartcities.com.br/2018/09/04/ranking-connected-smart-cities-2018-aponta-curitiba-como-a-bcidade-mais-inteligente-do-pais/>

¹³ Retirado de <https://wdo.org/programmes/wdc/>

¹⁴ Retirado de <https://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/saiba-como-curitiba-virou-referencia-nacional-em-smart-city/45072>

denominada “Prefeitura de Curitiba”, em que divulga suas ações e promove a interação com os curitibanos¹⁵.

Na página inicial do site encontra-se o seguinte texto:

queremos falar com você, curitibano! Você que acorda já cedo para começar o dia ligeirinho. Que corre contra o tempo e pedala muito pra chegar onde quer. Seja no Centro, seja no Ganchinho. Você, curitibano que veio de longe e adotou a capital como o seu lar. Claro, você também, que como nós, nasceu e cresceu aqui e só tem motivos para amar. Sem esquecer de você que vem nos visitar. Quando quiser algum lugar para ir, é só nos perguntar. Muito além de bosques e prédios, Curitiba é feita de gente. Gente que amanhece caminhando no parque e fala a famosa frase do “leite quente”. Nossos museus, centros históricos, lembram o nosso passado, a nossa história. A Curitiba que foi e sempre será a cidade ecológica, nossa linda joia. Do Boa Vista ao Pinheirinho. De Santa Felicidade ao Pilarzinho. Do CIC ao Cajuru, Boqueirão, Mercês, Ahú... queremos que todos se enxerguem aqui. Dúvidas e reclamações, não hesite em vir até nós, estamos aqui para te ajudar e pode ter certeza que escutaremos a sua voz.¹⁶

Nesse mesmo site, a prefeitura convida seus usuários a participarem com fotos postadas no Instagram oficial da Prefeitura de Curitiba, usando o *hashtag* #curitilover ou #curtaturitiba. Dele, em alguns casos, as fotos são trazidas para a página inicial, na maioria das vezes, sem comentários. Quando eles existem, referem-se à paisagem apresentada. A partir dessa postagem, comentários de outros usuários ou do administrador são gradativamente adicionados.

O Facebook da prefeitura tinha 952.000 seguidores na data do fechamento da pesquisa. Já o Instagram tinha um total 181.000 seguidores, com um total de 631.000 publicações.

O Instagram da Prefeitura de Curitiba tinha inicialmente uma política de solicitar imagens aos usuários, induzindo a postagem. Mas, a partir de maio de 2019, essa política foi abandonada. A seleção realizada neste estudo deu-se por conveniência e pela temporalidade mais recente, em que a nova política foi adotada.

Assim, neste estudo, tomou-se por base publicações postadas no Facebook pela Prefeitura, no período entre 22 de julho e 9 de setembro de 2019. As imagens foram analisadas pelos seus elementos gráficos, pelo autor, pelo número e conteúdo dos comentários, suas visualizações e compartilhamentos.

Essas imagens selecionadas, relativas ao período do estudo estão apresentadas na figuras, a seguir.

¹⁵ Ver <https://www.facebook.com/PrefsCuritiba/>

¹⁶ Retirado de <https://www.facebook.com/PrefsCuritiba/>



Figura 2: Imagem postada no dia 22 de julho

Fonte: <https://web.facebook.com/PrefsCuritiba/photos/a.516441535066322/2516910461686076/?type=3&theater>

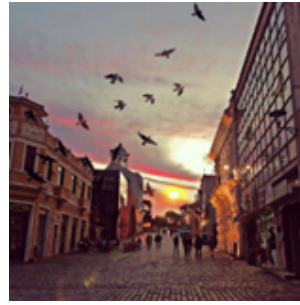


Figura 3: Imagem postada no dia 26 de julho

Fonte: <https://web.facebook.com/PrefsCuritiba/photos/a.516441535066322/2530529073657548/?type=3&theater>



Figura 4: Imagem postada no dia 28 de julho

Fonte: <https://web.facebook.com/PrefsCuritiba/photos/a.516441535066322/2530276267016162/?type=3&theater>

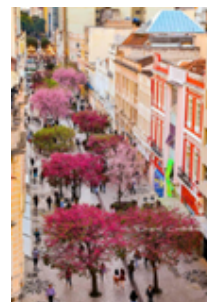


Figura 5: Imagem postada no dia 1 de agosto

Fonte: <https://web.facebook.com/PrefsCuritiba/photos/a.516441535066322/2541528065890982/?type=3&theater>



Figura 6: Imagem postada no dia 11 de agosto

Fonte: <https://web.facebook.com/PrefsCuritiba/photos/a.516441535066322/2557116707665451/?type=3&theater>



Figura 7: Imagem postada no dia 19 de agosto

Fonte: <https://web.facebook.com/PrefsCuritiba/photos/a.516441535066322/2576549345722187/?type=3&theater>



Figura 8: Imagem postada no dia 6 de setembro

Fonte: <https://web.facebook.com/PrefsCuritiba/photos/a.516441535066322/2613891071988014/?type=3&theater>



Figura 9: Imagem postada no dia 9 de setembro

Fonte: <https://web.facebook.com/PrefsCuritiba/photos/a.516441535066322/2614387631938358/?type=3&theater>

Quanto aos elementos gráficos, estas imagens se caracterizam pelos seguintes elementos compositivos: apresentam imagens da natureza, com árvores floridas, por do sol e aves; objetos arquitetônicos representativos da cidade; e imagens que apresentam a situação climática da época da postagem: chuva e dia ensolarado.

Para o estudo, elaborou-se também um quadro em que as características das imagens, em termos de comentários, compartilhamentos e visualizações e curtidas, foram observadas, como na Tabela 1.

DATA	22 de julho	26 de julho	28 de julho	01 de agosto	11 de agosto	19 de agosto	06 de setembro	09 de setembro
FOTÓGRAFO	@adrikukla	@gabh_travel	@piacuritiba	@dicastellano	@dicastellano	@interajacuritiba	@fischerafael	@efcs79
COMENTÁRIOS	63	44	20	270	42	173	97	67
COMPARTILHAMENTOS	171	189	25	1.300	37	335	287	128
VISUALIZAÇÕES E CURTIDAS	1.100	1.400	434	3.500	532	2.000	1.700	865

Tabela 1: Características das imagens analisadas

A partir dos dados levantados, verifica-se que as duas imagens menos curtidas são as imagens que apresentam apenas elementos arquitetônicos. Uma apresenta uma visão aérea de uma parte central da cidade e outra, similar, traz como destaque o casario antigo (28 de julho e 11 de agosto). Já as imagens mais curtidas são as que apresentam destaque para o clima da região (1 e 19 de agosto), sendo as mesmas que apresentam maior número de comentários. Acompanham essa escolha com menor índice, mas também com base na natureza, as imagens de 6 de setembro e 22 e 26 de julho.

A atuação do design digital no site em estudo consiste, na seleção de imagens previamente postadas por pessoas ou fotógrafos profissionais, no link do Instagram. Essa seleção acontece sem regularidade, mas observou-se que, no intervalo analisado, por mês, três postagens dessa natureza foram feitas.

Todos as postagens dos usuários e do administrador a elas referentes foram lidas. Elas se apresentam como exemplificado na Tabela 2.

USUÁRIO	ADMINISTRADOR
Amo essa feirinha!!!	Demais, né Marília?
Cidade maravilhosa	São seus olhos!
Saudades...	Vem me ver, Deborah! :D

Tabela 2: Manifestações de usuários e administrador em relação a fotos

No caso dos usuários, os comentários são em geral restritos a adjetivos de admiração à cidade. Cidadãos ou visitantes usam muito os adjetivos linda, maravilhosa ou expressões como “cidade querida”, “eu amo”. Referem-se também frequentemente ao clima, dizendo que gostam do frio e da chuva, chamando-a de *Chuvitiba*. Alguns, que estão fora, falam em saudades ou que gostariam de ter uma cidade igual. Poucos comentam

a foto propriamente dita. A inclusão de *dingbats*¹⁷ é frequente, sendo corações, carinhas, cachorrinhos e alguns *gifs*¹⁸.

Da parte do administrador, a abordagem em resposta é bastante íntima e alegre e carrega elementos gráficos que reforçam a intenção da comunicação. As respostas da prefeitura tomam a cidade como um personagem. Elas incluem também *dingbats* e *gifs*, semelhantes aos dos usuários. Mas, no caso de reclamações que não possuem ligação com a imagem, o administrador as ignora, não fazendo qualquer comentário, como no caso do comentário a seguir: “suplico encarecidamente órgão competente fazer uma visita na R. Bernardino Iatauro – Orleans Curitiba – PR, 82310-380”¹⁹.

No caso do estudo realizado, verifica-se então que o serviço oferecido aos usuários consiste em transmitir uma imagem da cidade, em geral relacionada à estação do ano, com paisagens que apresentam prédios históricos locais, plantas e pessoas. Os usuários fazem comentários em geral adjetivados, mas curtos. Alguns raros comentários sobre problemas encontrados aparecem isoladamente.

O “ENXAME” NAS CIDADES INTELIGENTES

O estudo de campo, embora restrito em termos de elementos analisados, demonstra de vários modos o que os autores analisados apresentam como característico da comunicação digital na contemporaneidade.

Pode-se dizer que as cidades inteligentes, ao se tornarem também mercadorias, primeiro se transformam em espetáculo e, ao assumir isso, colocam em xeque a sua característica principal, a de considerar a qualidade de vida, por meio da participação cidadã. A comunicação, aparentemente igualitária, na verdade é unilateral, isolada, sem comunicação real, como pode-se ver nos comentários de administradores e de curtidores. Ela é passiva, apoiada na aparência, constituindo-se em um ponto de cruzamento de virtualidades. Isso pode ser visto no site da Prefeitura de Curitiba.

Não se percebe, assim, no estudo feito, a possibilidade de uma sociedade mais aberta e democrática, que permitiria a descoberta de novos espaços de vida cívica, na qual os média digitais poderiam facilitar o consenso e promover mudanças sociais. Consiste em um espaço, sem necessariamente se apoiar em um local particular, ou em um tempo específico.

Apesar de oferecer uma série de mecanismos de participação dos usuários no processo de construção do seu design, os moradores e visitantes das cidades, ao se tornarem meros expectadores, vivem o espetáculo que a eles se apresenta. Como se viu, as imagens selecionadas do Facebook da cidade de Curitiba são imagens que glamorizam o seu conceito. Curitiba minha linda, exclui a perspectiva da falha, da falta, do não-design. Questões que desafiam esse conceito são ignoradas. O administrador, o designer, não se preocupam com a transparência, mas sim com o espetáculo.

¹⁷ *Dingbats* são fontes usadas como ornamentos ou personagens.

¹⁸ *Gifs* (*Graphics Interchange Format*) são imagens em formato de *bit map* que podem ter movimento.

¹⁹ Retirado de <https://web.facebook.com/PrefsCuritiba/photos/a.516441535066322/2576549345722187/?type=3&theater>

O terreno/mídia em que se desenvolve a comunicação, tanto quanto o terreno/cidade criado pelas imagens se caracterizam como não-espacos, pela presença efêmera do seu conteúdo e seus participantes. O que se apresenta vem ausente de consistência, de crítica. Pelas imagens e pelos textos analisados, não se constrói uma narrativa, uma história. Não existe a construção de uma história comum, como base dos projetos de design, com a participação dos cidadãos de modo pleno. Pode-se dizer que no design do site da Prefeitura de Curitiba parece mais diversão do que construção de significados. A imagem sedutora consiste em uma imagem autônoma.

O que se observa é um enumerar de postagens. E os comentários fazem apenas o reforço de mais postagens. Sempre positivas, sempre lindas. Confirma-se o fato de que a fotografia digital deixa de ser um meio de representação e referência do real. Naquilo em que a cidade tem uma história, a sustentabilidade e a mobilidade, as imagens postadas não trazem nenhum reforço. Curitiba minha linda é linda pela natureza, que poderia estar em qualquer outro lugar.

As postagens refletem a egoicidade típica dos enxames digitais. Cada um fala para si mesmo, pouca ou quase nenhuma interação existe entre os diversos membros. E o administrador reforça a noção de identidade de Curitiba, como cidade do clima diverso, do frio, da chuva. Pouca ou nenhuma referência ao seu povo, à sua história. As pessoas não existem e a arquitetura não é valorizada. Desse modo, a participação cidadã, inteligente, se restringe ao consumo de informações de modo passivo, perdendo força o seu papel político, ameaçando a democracia. Constitui-se em um não-lugar, sem a presença dos outros, um espaço do espetáculo, em que na grande circulação das pessoas prevalece o indivíduo solitário.

Assim, a cidade inteligente, na qual o cidadão participa e onde se constrói uma vida melhor, parece não ser o foco das estratégias apresentadas pela Prefeitura de Curitiba no estudo realizado. O comum e o comunitário ficam distantes do uso do design para impulsionar o desenvolvimento econômico, social, cultural e ambiental. A promoção de uma política urbana guiada pelo design sustentável e inovador, que melhore a qualidade de vida dos seus membros, está ainda longe de ser alcançada.

Como visto, o *homo digitalis* não se reúne, não constrói um nós. Por isso não desenvolve nenhuma energia política, não sendo capaz de agir coletivamente, fazendo com que o agir conjunto encolha e impeça a formação de um poder contrário questionador. Pelo que se observa, nessa comunidade digital, o espaço público é esgarçado e a individualização aguçada.

Se o site fala em querer falar com você, isso não acontece nas postagens analisadas. Do mesmo modo, a história local e a cidade ecológica passam ao largo na construção identitária. O espelho que se constrói é um espelho da imagem sem conteúdo. Os *dingbats* e os *gifs* não permitem um aprofundamento da comunicação.

Como se vê no estudo, a formação de consciência e de opinião, base do processo de decisão política, parece ser esgotada. O espaço comunicacional que se apresenta não permite a expansão da consciência política, demonstrando que o enumerar de frases sem reflexão confirma a formação de um enxame. Nessa sociedade do escândalo não se permite nenhuma indignação.

Por outro lado, considerando-se que a política necessita de imagens e as doutrinas políticas originam imagens, as imagens ausentes, contrapostas pelas imagens presentes, levam a uma alienação do processo, confirmando o papel das políticas públicas alinhadas ao neoliberalismo, em que o poder e a possibilidade de manipulação se encontram presentes. Desconhece-se, inclusive, o uso dos dados dos usuários enquanto fonte de *data mining* por parte da Prefeitura de Curitiba. Os indivíduos não têm um perfil coletivo, próprio. Sem coerência, a construção da comunicação no site apresenta-se reacionária, sem uma perspectiva socialmente progressiva.

Confirma-se, então, a impressão de colonizados, sem sabermos por quem. Não se consegue avaliar a embriaguez e a cegueira simultâneas as quais se é submetido e das quais se participa. As imagens da comunicação elaboradas pelo design estão carregadas de forças políticas, mas que não apontam para a construção da cidadania e, portanto, para uma cidade inteligente.

Considerando-se o exposto, considera-se imprescindível adotar-se cada vez mais uma visão epistêmica do design para a construção social e cultural das cidades digitais e inteligentes.

Embora considerando um universo bastante restrito, o estudo permitiu vislumbrar, pelo aporte teórico, problemas afetos especificamente ao foco na cidade de Curitiba. Com ele, porém, pode-se vislumbrar que a realização de outros trabalhos pode vir a confirmar ou rejeitar os estudos que demonstram as dificuldades em se inserir a cidadania em projetos de mídia digitais que propiciem a comunicação entre administradores e habitantes das cidades que se denominam inteligentes.

Assim, trabalhos que analisem de modo mais profundo a realidade aqui apresentada podem contribuir para uma visão mais acurada do processo. Da mesma forma, novos estudos em outras cidades podem ampliar a visão do processo descrito pelos autores analisados.

REFERÊNCIAS

- Andrade, P. (2018). A investigação híbrida: pontes e pontos de contato entre as tecnologias sociais e as ciências sociais. In J. Herrero & M. Trenta (Eds.), *Comunicación y música: mensajes, manifestaciones y negocios* (pp. 134-135). La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social. Retirado de <http://www.cuadernosartesanos.org/2018/cac145.pdf>
- Augé, M. (1994). *Não-lugares: introdução a uma antropologia da supermodernidade*. Campinas: Papirus.
- Caragliu, A., del Bo, C. & Nijkamp, P. (2011). Smart cities in Europe. *Journal of Urban Technology*, 18(2), 65-82. <https://doi.org/10.1080/10630732.2011.601117>
- Castells, M. (2006). A sociedade em rede: do conhecimento à política. In M. Castells & G. Cardoso (Eds.), *A sociedade em rede do conhecimento à ação política* (pp. 17- 30). Lisboa: Imprensa Nacional. Retirado de http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf
- Castells, M. & Cardoso, G. (2006). Prefácio dos autores. In M. Castells & G. Cardoso (Eds.), *A sociedade em rede do conhecimento à ação política* (pp. 9-14). Lisboa: Imprensa Nacional. Retirado de http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf

- Contreras, F. R. & Sanches, D.M. (2018). Métodos visuales. Análisis de la problemática visual entre la imagen icónica y la predicación política. In J. Herrero & M. Trenta (Eds.), *Comunicación y música: mensajes, manifestaciones y negocios* (pp. 914- 926). La Laguna: Sociedad Latina de Comunicación Social. Retirado de http://www.revistalatinacs.org/18SLCS/2018_libro2/048_Contreras.pdf
- Debord, G. (2003). *A sociedade do espetáculo*. eBooksBrasil.com [eBook]. Retirado de <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/socespetaculo.pdf>
- Hefting, P. (2008). El compromise social del diseño público: el caso “Holanda”. In S. Fernández & G. Bonsiepe (Eds.), *Historia del diseño e America Latina y el Caribe: industrialización visual para la autonomia* (pp. 274-291). São Paulo: Blücher.
- Han, B-Ch. (2018). *No enxame. Perspectivas do digital*. Petrópolis: Vozes.
- Gibson, S. (2017, 9 de julho). *Service design 101*. Retirado de <https://www.nngroup.com/articles/service-design-101/>
- Kozinets, R. (2017). Netnography: radical participative understanding for a networked communications society. In S. Willig & W. S. Rogers (Eds.), *The Sage handbuch of qualitative research in psychology* (pp.374-380). Los Angeles: Sage Publications.
- Mulgan, G. (2006) Moldar de novo o Estado e a sua relação com os cidadãos: o potencial das tecnologias de comunicação e informação no curto, médio e longo prazo. In M. Castells & G. Cardoso (Eds.), *A sociedade em rede do conhecimento à ação política* (pp. 205-213). Lisboa: Imprensa Nacional. Retirado de http://www.egov.ufsc.br/portal/sites/default/files/anexos/a_sociedade_em_rede_-_do_conhecimento_a_acao_politica.pdf
- Ruggeri, D. & Young, D. (2016). Community in the information age: exploring the social potential of web-based technologies in landscape architecture and community design. *Frontiers of Architectural Research*, 5(1), 15-25. <https://doi.org/10.1016/j.foar.2015.12.001>
- Sá, T. (2014). Lugares e não lugares em Marc Augé. *Tempo social*, 26(2), 209-229. <https://doi.org/10.1590/S0103-20702014000200012>
- Whiteley, N. (1993). *Design for society*. Londres: Reaktion Books.

NOTA BIOGRÁFICA

Virginia Borges Kistmann é Professora Sênior do Programa de Pesquisa e Pós-Graduação em Design – PPGDesign da Universidade Federal do Paraná – UFPR. Seus interesses de pesquisa centram-se no gerenciamento de design como um elemento inovador para as organizações. Atualmente, coordena o Grupo de Gerenciamento de Design da UFPR e sua pesquisa atual se concentra na inserção do design nas políticas públicas relacionadas com as cidades.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6845-6459>

Email: vkistmann@ufpr.br

Morada: Rua XV de Novembro, 1299 | CEP 80.060-000, Centro Curitiba, PR, Brasil

Submetido: 14/09/2019

Aceite: 30/11/2019

MOVER O OLHAR SOBRE CIRCULAÇÕES DA ARTE E RECEÇÃO

Idalina Conde

Centro de Investigação e Estudos de Sociologia, ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa, Portugal

RESUMO

Contribuição sobre culturas móveis, este texto aborda circulações físicas, visuais e imaginárias da arte com passagem do museu e de exposições para o espaço público. Assim, arte de *indoors* para *outdoors* com mutações que atravessam os quadros da visitabilidade, semiologia, mediações e modos de percepção *versus* receção. Algumas recriações de *Las Meninas* de Diego Velázquez e *Zodiac Heads/Circle of Animals* de Ai Weiwei são exemplos em contraponto que ilustram a problemática da mobilidade, com metamorfoses e itinerâncias. Mover o olhar significa seguir essas viagens como um salto interpretativo sobre contextos e relações com a arte.

PALAVRAS-CHAVE

arte; mobilidade; receção; *Las Meninas* de Diego Velazquez e recriações; *Zodiac Heads/Circle of Animals* de Ai Weiwei

MOVING THE GAZE ON ART CIRCULATIONS AND RECEPTION

ABSTRACT

As a contribution about mobile cultures, this text addresses physical, visual, and imaginary circulations of art with passage from the museum, and exhibitions, to the public space. Thus, art from the indoors to outdoors, with which mutations in frames of visitability, semiology, mediations, and modes of perception vs. reception. Some recreations of Diego Velazquez's *Las Meninas* parallel to *Zodiac Heads/Circle of Animals* by Ai Weiwei are contrasting examples to illustrate the issue of mobility, with metamorphoses and itinerancies. Moving the gaze means to follow such journeys as a interpretative leap on contexts and relations with art.

KEYWORDS

art; mobility; reception; Diego Velázquez's *Las Meninas/ The Maids of Honour* and recreations; Ai Weiwei's *Zodiac Heads/Circle of Animals*

MOBILIDADE E ARTE EM PÚBLICO

Las Meninas, ou *A Família de Filipe IV* (1656), é o quadro mais célebre, fascinante e enigmático de Diego Velázquez (1599-1660). Poucas obras equivalem a esta “meta-pintura ou hiperícone” que também se recorda como referência para a *epistemé* da apresentação desde a sua evocação por Michel Foucault na abertura de *As palavras e as*

coisas (1966/1981)¹. Com tudo o que se dissertou sobre *Las Meninas*, a sua viagem por iconosferas e museus imaginários, incluindo em recriações de artistas, *Las Meninas* é uma obra em movimento, para além do quadro no Museu do Prado em Madrid (Museo Nacional del Prado, 2013; Portus, 2013; Stratton-Pruitt, 2002, 2004).

Eis a razão para “as” trazer a este texto² sobre a mobilidade em arte nos dois sentidos de metamorfose e itinerância. *Circle of Animals/Zodiac Heads* (2010) de Ai Weiwei será o contraponto, díspar na substância mas similar pela itinerância que transforma *frames* da experiência (Goffman, 1974), por exemplo, visitabilidade, semiologia das obras, mediações para as entender e modos de perceção *versus* receção. De resto, a receção bifurca-se de receção *na* arte entre artistas, pares, mediadores, à receção *da* arte no espaço (do) público (Conde, 2014a). Os dois planos compõem no texto, desde o primeiro em recriações de *Las Meninas* ao segundo em grande parte na reflexão sobre a arte em público (Conde, 2015c).

O termo ajusta-se aos exemplos que envolvem – mas não apenas – formas de arte pública. Constituem um tema com debates sobre a relação da arte pública com a cidade e a cidadania contemporânea (Andrade, 2010; Caeiro, 2014)³, e tema com acuidade para as cidades criativas que se tornaram “ecologias axiomáticas” (Conde, 2018). A abordagem no texto pressupõe o tema mas estende-se a outros aspetos e incide principalmente em trânsitos. Ou seja, circulações físicas, visuais, simbólicas e imaginárias de obras de arte, incluindo a passagem do museu (e da moldura de exposições) para o espaço público. Por sua vez, alarga-se à semiosfera no ciberespaço por onde se encontram imagens de *Las Meninas* e *Animals*, Velázquez e Wei Wei. Embora aqui não se desenvolva o plano digital, é um esteio de culturas móveis e ligado com novas criações de arte pública (Abreu & Castro, 2017).

Mover o olhar significa seguir aquelas circulações e constitui um salto interpretativo com a problemática da mobilidade menos contemplada nos estudos sobre arte e receção. Com efeito, enquanto que a mobilidade se tornou *keyword* (Salazar & Jayaram, 2016) para o nosso tempo em que tudo viaja física e/ou virtualmente (Bal & Hernández-Navarro, 2011; Conde, 2018), nesses estudos permanece o modelo intramuros com a paragem contemplativa de públicos frente a obras. Contudo, no quotidiano avultam outros contextos, movimentos e relações com a arte.

¹ Epistemologia de uma ordem de perceção, saber e poder. O recurso a obras-paradigma, como *Las Meninas* por Michel Foucault, torna-as hiperícones que fundamentam um pensamento como imagens visuais (ícones) e mentais (hiper). Pertencem à categoria autoreflexiva de metaimagens ou metapinturas (Grønstad & Vågnes, 2006; Mitchell, 1994). Tem-se olhado desse modo para *Las Meninas* e os seus enigmas, com glosas e descentramentos de Michel Foucault entre diversas perspetivas (Ansell, 2013; Gugleta, 2011; Nikolov, 1998; Orellana, 2014; Villegas, 2010; Wicks, 2010; Wilder, 2014).

² Texto a partir de um capítulo em *Reconhecimento em arte: passagens de um percurso* (Conde, 2014a) e com apresentação parcial das imagens em “European iconographies for cultural literacy” (Conde, 2015b).

³ Com extensa bibliografia sobre tipologias, contextos, sentidos e públicos da arte pública, de que apenas se apontam alguns títulos a reunir aos citados no texto (Athanasopoulos & Mahiou, 2012; Baldini, 2014; Calvário, 2008, 2009; Finkelpearl, 2001; Gheorghe, 2010; Sequeira, 2008).

LAS MENINAS COM QUE VIAGENS?

Começando por *Las Meninas*, por onde andam para além do quadro no Museu do Prado? Antes de mais, e praticamente desde sempre, andam em incontáveis reproduções e comentários que assim transportam um *ex-libris* do cânone em museus imaginários e virtuais (Delroche, 2001; Malraux, 1965/1997). Desde há muito, também nos imaginários de artistas como Pablo Picasso (1881-1973) que fez 58 variações sobre *Las Meninas* em 1957. Graças à metamorfose do “alquimista” Picasso (Jiménez-Blanco, 2008; Lucero, 2010), *Las Meninas* viajaram do Prado em Madrid para o Museu Picasso em Barcelona onde estão essas recriações⁴.



Figura 1: Diego Velázquez, *A Família de Filipe IV* ou *Las Meninas*, óleo sobre tela, 3,18 m x 2,76 m, 1656, Museu do Prado, Madrid

Créditos: Museu do Prado



Figura 2: Sophie Matisse, *Las Meninas*, óleo sobre tela, 177.8 x 152.4 cm, 2001

Créditos: Sophie Matisse

⁴ Ver https://cataleg.museupicasso.bcn.cat/fitxa/museu_picasso/H290770/?resultsetnav=5ef904f13cde3

Picasso fez, então, as suas “meninas” em alternativa às de Velázquez, mas a metamorfose artística varia consoante os autores. A sua relação com o referente pode ir do culto a alguma ironia ou iconclismo que em todo o caso reafirma o cânone como lugar de passagem: a presença obsidiante de Velázquez e de *Las Meninas* na história da arte. Por exemplo, Sophie Matisse (n. 1965)⁵ reproduziu o cenário vazio de *Las Meninas*, sem elas nem o auto/retrato de Velázquez. Pintora conhecida por subtrações que fez de quadros-ícones, com a “pessoa desaparecida”, também tem uma variação sobre a *Monalisa* sem a dita e com o título *The Monna Lisa (Be back in 5 minutes)* (1997). Quanto à obra de Velázquez, deixou o despojamento, literamente imagem aberta que se pode preencher com figuras imaginárias em que, de resto, se tornaram muito *Las Meninas*.

De variações pictóricas a fotográficas, Thomas Struth (n. 1954) olha para o “museu como musa” (McShine, 1999). Esse olhar redobra-se sobre o ícone e respetivo culto quando Thomas Struth fotografou públicos no Museu do Prado, e com meninas de grupos escolares frente a *Las Meninas*. É uma imagem dúplice (Liljegren, 2012) que tanto mostra modos de ver e ritualizações da visita quanto o próprio artista-fotógrafo a re/encontrar na obra de Velázquez um *punctum*⁶.

Comecei a tirar fotografias às pessoas em museus no início dos anos 1990. Fui ao [Museu] do Prado, em Madrid, e fiquei siderado com uma pintura, em especial, *Las Meninas* de Velázquez. Estava tão próxima dos meus próprios interesses. Pensei “Jesus Cristo, porque é que ninguém me falou disto?” E, contudo, nunca a fotografei até 2005. Não sei porquê. Quando voltei a ela, isso marcou um momento de evolução em mim. Decidi que eu tinha que tentar algo diferente: tinha de permanecer nos grupos de observadores para criar uma maior intimidade entre as pessoas a ver o quadro e os representados nele.

Eu trabalhei lá sete dias, oito horas por dia, e reparei que os grupos escolares ficavam muito perto da imagem, quase a tocá-la com os seus cotovelos. Gosto dos dois tipos [à esquerda] nesta imagem que parecem muito céticos sobre o que o guia está dizer sobre o quadro. Acho isso divertido. Evidentemente, eles desconfiam. Talvez preferissem tomar uma cerveja.

Tive o meu tripé montado sobre rodas para poder mover-se mais espontaneamente. Mas, como a câmara era bastante grande, ainda assim eu era muito notado. Algumas pessoas acharam que eu era o fotógrafo do museu, e alguns até me reconheceram. Um japonês aproximou-se e perguntou:

⁵ Sophie Matisse, bisneta de Henri Matisse (1869-1954) e neta de Alexina “Teeny” Duchamp (1906-1995), segunda mulher de Marcel Duchamp (1887-1968).

⁶ Termo de Roland Barthes (1980) para o detalhe ou acaso que suscita atenção e emoção numa imagem fotográfica em contraponto com o *studium*, panorama para o interesse mais conveniente e gosto médio. A imagem acima encontra-se também em Fróis (2008). Sobre *Museum Photographs* e o trabalho do artista em geral, cf. algumas referências (Schmickl, 2005; Struth & Belting, 1993/2005; Struth & Bezzola, Lingwood, Kruszynski, 2010; Struth & Diego, 2007).

“vem da Alemanha?” Eu disse que sim, e ele: “então deve ser o Thomas Struth”. Quando acabei, pensei: “certo, é tempo de deixar este tema. Não posso manter-me mais disfarçado”. (Struth & Benedictus, 2008, p. 1).



Figura 3: Meninas a ver *Las Meninas* no Museu do Prado

Thomas Struth, *Museo del Prado 7 Madrid*, 2005, c-print, 178 x 219 cm, 2008

Créditos: Thomas Struth

Do Museu do Prado ao Museu Picasso, entre mais digressões no tempo, no espaço e por imagens como as de Thomas Struth ou noutras iconoesferas (Bizri, Johnson & Vasilakis, 1998)⁷, *Las Meninas* ainda podem viajar com mais formas/movimentos por espaços *outdoors*, imagéticos e físicos como nas *Meninas* de Manolo Valdés (n. 1942)⁸, com novos rostos e toucados, esculturas graciosas alinhadas no passeio público. Ou parte delas, as cabeças, que Valdez reinterpretou criativamente nas *Damas*, também inspiradas em Rembrandt, Zurbarán, Rubens ou Matisse⁹. Assim, as esculturas representam palimpsestos mnemónicos e imaginários com recurso a obras-primas na história da arte para sobre elas indagar e superar; tal como sobre Velázquez, para o lembrar e “esquecer”¹⁰.

Em Madrid existem quatro *Damas*, coroadas pela monumental *La Dama del Manzanares* (2003) em bronze e aço no topo do parque homónimo¹¹, a que se juntam *Meni-*

⁷ Na iconosfera digital, com imagens recreativas à semelhança de outras obras-primas como se mostrou sobre *Portrait of Giovanna degli Albizzi Tornabuoni* (1489-1490) de Domenico Ghirlandaio (Barranha, 2018).

⁸ Artista valenciano com projeção internacional, muito premiado desde 1965, um dos fundadores da *Equipo Crónicas* (1963-1981) com papel de relevo na renovação da pintura em Espanha.

⁹ Rembrandt van Rijn (1606 -1669); Francisco de Zurbarán (1598-1664); Peter Paul Rubens (1577-1640); Henri Matisse (1869-1954).

¹⁰ Título da exposição “Olvidando a Velázquez. Las Meninas”, Museu Picasso, Barcelona, de 16 de maio a 28 de setembro de 2008, com 61 obras em pintura, escultura, fotografia, gravura, vídeo, com reflexo da influência de Velázquez.

¹¹ Parque Lineal del Manzanares em Madrid, em torno do rio homónimo. A escultura de Valdés aparece no topo do monte artificial de La Atalaya, mirador para a cidade, sobre uma plataforma piramidal de 21 metros de altura, desenhada pelo arquitecto Ricardo Bofill. Desde 2005, iluminada por 24 projetores que mudam as tonalidades consoante as estações. As outras três *Damas* madrilenas, também de 2003, encontram-se no aeroporto de Barajas. Em 2005, Valdés realizou igualmente

nas em circulação por praças e ruas de várias cidades. Resta saber se quem as encontra identifica a origem em *Las Meninas*. Identificando-a, a receção será capaz de comparar e perceber a metamorfose artística, mas sem esse recuo ao referente predomina o sentido em parte mutilado sobre as esculturas. Em Espanha, em cidades como Madrid, Córdoba, Oviedo, Saragoça, San Sebastian, Valladolid e outras, muitos devem reconhecer *Las Meninas* nas obras de Valdez, conhecendo-as, porque o quadro de Velázquez integra o património nacional, escolar e visual.

O mesmo não acontece para a generalidade de turistas e habitantes em diferentes contextos, embora sem travar o aplauso para estas obras pela animação que trazem ao palco urbano. Entre mais perceções de esquivas a atentas às esculturas pela sua graciosidade e dimensão, suspensa fica a sua plena legibilidade, no entanto relativa e distinta do gosto para admirar as esculturas no espaço público. O ponto seguinte sistematiza mutações que aí ocorrem em vários planos.



Figura 4: *Meninas* de Manolo Valdés numa rua de Córdoba, 2010

Créditos: Idalina Conde e Fernando Ribeiro



Figura 5: *Meninas* e *Damas* de Manolo Valdés em San Sebastian, 2009

Fonte: “San Sebastián convive con las esculturas de Manolo Valdés”, 2009



Figura 6: *Meninas* de Manolo Valdés em Oviedo, 2005

Fonte: <https://www.minube.com/rincon/oviedo-y-las-meninas-de-manolo-valdes-a2135218#gallery-modal>



Figura 7: *La Dama* (2004) de Manolo Valdés numa rua de Córdoba, 2010

Créditos: Idalina Conde e Fernando Ribeiro

dois cavalos, *Asturcones*, para a cidade de Oviedo e aí levou 21 esculturas de *Meninas*.



Figura 8: *Regina II* (2005) de Manolo Valdés, Paseo del Prado, Madrid, 2009

Créditos: Miguel Veny Torres



Figura 9: *Ariadna IV* (2004) de Manolo Valdés, Paseo del Prado, Madrid, 2009

Créditos: Miguel Veny Torres



Figura 10: *Regina II* (2005) de Manolo Valdés, Paseo del Prado, Madrid, 2009

Créditos: Miguel Veny Torres



Figura 11: *La Dama del Manzanares* (2003) de Manolo Valdés, Parque Lineal del Manzanares, Madrid

Fonte: www.miradormadrid.com



Figura 12: *La Dama del Manzanares* (2003) de Manolo Valdés, Parque Lineal del Manzanares, Madrid

Fonte: www.miradormadrid.com

MUTAÇÕES DE *INDOORS* PARA *OUTDOORS*

Semiologicamente, a passagem da percepção a recepção (Conde, 1992) implica o recurso mesmo se elementar ou interrogativo à “chave” de um código: o referente, por vezes com densa textura. Base para a reflexividade com que se elabora sentido e manifesta a opinião, substancialmente uma questão de literacia ou educação artística (Queiroz, 2017; Conde, no prelo). É paralela a outras formas de envolvimento emocional, lúdico, estético e estésico, ou sensorial com as obras de arte. Donde, de legibilidade e afeto também se fala sobre a visita a museus (Henning, 2007) e o espaço público incrementa alternativas à decifração de códigos. Mesmo porque aí nem todas as obras têm a semiologia de signos espessos (Conde, 2014c), muitas há decorativas, ideográficas, funcionais e lúdicas.

O museu, e contextos análogos, institucionaliza um modo de ver (Alpers, 1991) concentrado e contemplativo em contraste com o olhar panorâmico, digressivo, fugaz ou esquivo no espaço público. Enquanto que no museu operam mediações pedagógicas, como visitas guiadas ao serviço da legibilidade, o equivalente não funciona no exterior onde, de resto, muita arte pública se concebe para a experiência prática e direta. Sem mediações ou, pelo menos, daquele género. As exposições temporárias no espaço público correspondem a outra situação porque enquadram as obras com estratégias de comunicação e mediação simbólica (Davallon, 2000). Salvo isso, do ponto de vista cognitivo as obras em *outdoors* apresentam-se mais vulneráveis ao des/reconhecimento dos transeuntes.

Qual a portabilidade dos seus saberes escolares, periciais ou mediáticos (Saurier, 2008) para identificarem uma obra-prima, *Las Meninas* de Velasquez nas *Meninas* de Valdéz? Repete-se a questão da literacia da qual ainda depende a “alocação da atenção” (Coavoux, 2016) e muitas vezes influenciada pelo estatuto das obras. Contudo, nem tudo se resume ao saber. Há o gosto, a surpresa e o encanto como se depreende da atenção para as vistosas *Damas* e *Meninas*, ao invés de obras mais discretas ou adversas no espaço público. A atenção é fundamental na génese de qualquer processo de percepção *versus* recepção, e sobretudo neste espaço que transforma a ecologia da atenção.

A expressão vem de ambientes digitais (Citton, 2014) com novos paradigmas do visual (Raux & Dubuisson, 2015) e a *scripted culture* que atravessa – com a digitalização – a esfera pública e cultural (Widmer & Kleesattel, 2018). Dos hipertextos, *zapping* ou *surf* pelo ciberespaço igualmente emergem problemas de atenção (Birkerts, 2015) que se acrescentam a suspensões da percepção, ou atenção, assinaladas na cultura visual e do espetáculo (Crary, 2000; Kennedy, 2009). Análogo, o espaço público físico constitui uma ecologia onde construir a atenção, e com passagem do olhar ao ver (Conde, 2015a), é o desafio contra a indiferença e uso fraco das obras/imagens (Ghebour, 2013a; Passeron, 1991/2006; Pecqueux, 2003). Mesmo à ecologia atencional do museu não faltam tais “condutas sem crença e obras de arte sem espectadores” – citando o título de artigo sobre o assunto (Veyne, 1988). Então, bastantes obras encontram-se em modo menor de realidade (Piette, 2009) por não terem a devida atenção.

Como observar a flutuação de alheamentos e interesses na não/receção? A etnometodologia visual, que se aplica *in/outdoors* entre mais etnografias (Gonon, 2007), é um recurso heurístico para “seguir percursos” (Mariani-Rousset, 2001/2008), práticas do olhar (Goodwin, 2001; Sturken & Cartwright, 2001/2003), o engajamento corporal com as obras (Belting, 2014; Coavoux, 2015a), a duração e dinâmicas da atenção (Coavoux, 2015b). Aliás, vários dos tópicos aparecem em projetos artísticos que visam modos de atender, olhar, usar, interagir e participar; em suma, os comportamentos do espectador como *enjeux* da arte contemporânea (Viollet, 2011).

Quanto aos estudos sociológicos e afins, os tópicos alargam a perspetiva e deve-se ressaltar que a noção de não/públicos ganha recortes concetuais no espaço público, sem homologia linear com a não/receção¹². Com efeito, aí a arte destina-se a cidadãos de que só uma parte exígua coincide com públicos de museus ou exposições. Classificar o vasto resto como não-públicos obscurece em dois planos. Quer porque não-públicos habituais de arte se relacionam com obras de arte pública pelo menos como espectadores; quer porque aquela classificação subtrai a problemática da cidadania inerente à arte no espaço público. A polissemia deste espaço (Barril, Carrel, Guerrero & Marquez, 2003) solicita dimensões da esfera pública e, se isso importa para os museus (Barrett, 2011), mais se vincula com a *publicness* daquela arte (Andrade, 2010; Baldini, 2014).

As próprias – algumas – obras suscitam “micro” esferas públicas com o envolvimento de cidadãos. Exemplo nos diferendos célebres (Conde, 2004) e não apenas por questões estéticas que nem sempre têm a presumida prioridade (Hanquinet, 2018). Os argumentos em causa, que se reencontram em desentendimentos mais comuns, esgrimem valores para além do belo e do feio (Heinich, Schaeffer & Talon-Hugon, 2014). Cívicos, éticos, políticos, económicos, jurídicos, urbanísticos, ecológicos, etc., são valores que se mobilizam na construção de opinião pública. Ao mesmo tempo que as relações da arte contemporânea com a cidadania decorrem multifacetadas, desde com a ergonomia sociocultural em grande parte da arte pública a projetos de estética relacional, *site-specific*, comunitários e emancipatórios.

Em síntese, temos tanto “zonas de contacto” como disputas na esfera pública com diversidade de culturas e arte (Conde, 2010a, 2010b). Provocação e dialogismo é o binómio que também se retira de um ensaio sobre pedagogia do teatro (Desgranges, 2006). As tensões podem eclodir em situações específicas, ou advir de “artes da perturbação” (Mahiou & Riado, 2014), mormente na frente mais crítica, política e “ativista” com lastro desde vanguardas nos anos 1970 e o impulso nos anos 1990 (Conde, 2003, 2009; Moner, 2012). Cruzada com viragens da desconstrução e do pós-colonial, entre outras, esta frente subverte a ideologia de *joy forever* na moda da criatividade e produz signos espessos, donde exigentes na comunicação com a receção. É a referência para introduzir o segundo exemplo em contraponto com as *Meninas*.

¹² O alargamento de perspetiva refere-se a aspetos menos frequentes em abordagens de públicos ou audiências. Igualmente importa a problematização da noção de não-públicos (Ancel & Pessin, 2004; Ghebaour, 2017; “Public, non-public: questions de méthodologie”, 2017).

CONTRAPONTO COM *CIRCLE OF ANIMALS*

Temos, então, Ai Weiwei (1957-), artista no vértice da arte contemporânea e global, opositor ao regime político na China de que foi vítima, ativista pelos direitos humanos, e criador infatigável de mega instalações ou exposições¹³. Naquela linha, e da estética relacional a maior escala, *Farytale* foi o projeto com que Weiwei levou 1001 chineses à *Documenta 12* de Kassel, em 2007, assim como igual número de antigas cadeiras chinesas, património da era pré-comunista (“*Documenta Kassel 18/06 – 23/09*”, 2007; Schnez & Weiwei, 2013). Uma escultura humana em campo (muito) expandido (Krauss, 1979) para trazer o Oriente ao Ocidente por via desta arte de compromisso político (Moner, 2009, 2015).

Farytale pertence ao tríptico das maiores instalações ao ar livre em Kassel nesse ano¹⁴. No entanto, falando no texto em cabeças como as de *Damas* e *Meninas*, revisitamos outra obra de Weiwei: *Zodiac Heads/Circle of Animals* (2010-2011), conjunto de esculturas em bronze com a figuração das 12 criaturas do zodíaco chinês que também viajaram entre países e de *indoors* para *outdoors* (Delson & Weiwei, 2011). Consistiu no primeiro grande projeto de escultura pública do artista para uma digressão nos Estados Unidos, Europa e Ásia. Em 2010 também estiveram na 29ª Bienal de S. Paulo. A seguir rumaram para Nova Iorque em 2011, onde se instalaram na histórica Pulitzer Fountain¹⁵ da Grand Army Plaza em Manhattan, ao sul do Central Park.



Figura 13: Ai Weiwei ao início do processo, na fundição em Chengdu, China

Fonte: www.zodiacheads.com

¹³ Sobre o artista ver algumas referências na bibliografia (Gaensheimer, Krystof & Wolf, 2019; Sorace, 2014; Weiwei & Holzwarth, 2016).

¹⁴ As outras duas foram *Terrace Rice Field* de Sakarin Krue-On e *Mohnfeld/Poppy Field* de Sanja Ivekovic (“*Documenta Kassel 18/06 – 23/09*”, 2007; Conde, 2009, 2014b).

¹⁵ Inaugurada em 1916, a fonte deve-se a Joseph Pulitzer (1847-1911), figura da imprensa e do partido democrático. Também ajudou a trazer a Estátua da Liberdade para Nova Iorque.



Figura 14: Ai Weiwei, *Zodiac Heads/Circle of Animals* de Ai Weiwei, série em bronze 29ª Bienal de S. Paulo, 2010

Fonte: www.zodiacheads.com



Figura 15: *Circle of Animals/Zodiac Heads* de Ai Weiwei na Pulitzer Fountain Grand Army Plaza (Central Park), Nova Iorque, 2011

Fonte: arrestedmotion.com

Após S. Paulo e Nova Iorque, *Circle of Animals* circulou por mais 23 cidades nos Estados Unidos, Europa, Taiwan. A *Bronze Series* duplica-se na *Gold Series*, bronzes com *patine* dourada. Entre 2012 e 2019, viajaram por 19 locais no Canadá, Estados Unidos, Rússia e Austrália¹⁶. A imagem abaixo mostra uma passagem desta série portátil por Marselha.

¹⁶ Retirado de http://www.zodiacheads.com/world_tour_bronze.html e http://www.zodiacheads.com/world_tour_gold.html



Figura 16: *Circle of Animals/Zodiac Heads, Gold Series*, na exposição *Ai Weiwei Fan-Tan*, 20 junho – 12 novembro, 2018, MUCEM - Musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée, Marselha

Créditos : MUCEM

Quanto à semiologia das cabeças e possíveis transformações possíveis no seu périplo por diferentes ambientes e audiências, para quem conhece o trabalho de Ai Weiwei saberia tratar-se de um signo espesso e político com o confronto do Oriente com o Ocidente. Concretamente, a China antiga ou anterior ao regime comunista que regressa às obras de Weiwei. Ele diz: “nunca mudamos o assunto mas sempre a interpretação” (Ai Weiwei, 2013)¹⁷, e neste caso para contar uma história de violência da Europa sobre a China, com saque e humilhação.

*Circle of Animals*¹⁸ mostra réplicas do zodíaco criado no século XVIII por jesuítas europeus¹⁹ na corte do Imperador Qianlong da dinastia Qing. Originalmente decoravam uma fonte-relógio de água nos jardins de Yuanmingyuan, Antigo Palácio de Verão do Imperador, perto de Pequim. Em 1860, no desfecho da Segunda Guerra do Ópio (1856-1860), as tropas francesas e britânicas destruíram e saquearam o magnífico Yuanmingyuan – mais do que um palácio, um complexo de edifícios e jardins²⁰. Um episódio bárbaro pelo qual aportou na Europa um tesouro de arte chinesa, objetos e as cabeças da fonte, embora feitas por jesuítas europeus, conotam-se com a ferida nacional (Kleutghen, 2011; Lee, 2012; Ringmar, 2013a; Thomas, 2008).

¹⁷ Afirmção consultada em “Ai Weiwei: Zodiac Heads”, https://www.youtube.com/watch?time_continue=65&v=u1f_HmoT7bM&feature=emb_title

¹⁸ Retirado de http://www.zodiacheads.com/about_exhibit.html

¹⁹ Giuseppe Castiglione (1688-1766), pintor, e Michel Benoist (1715-1774), responsável pelo sistema hidráulico e fontes em Yuanmingyuan, dois entre mais jesuítas com presença na China e encontros interculturais no século XVIII (Kleutghen, 2012, 2015; Musillo, 2011; Siu, 1988; Vossilla, 2016).

²⁰ No entanto, só as tropas britânicas incendiaram Yuanmingyuan. Após a destruição, o espaço em ruínas teve uma história atribulada de abandono e resgate, a certo momento, com a ideia do governo chinês em o transformar num parque temático que representaria outra forma de “visão imperial” (Ringmar, 2013b).

Esta ambivalência simbólica estimulou Ai Weiwei²¹ que reinterpretou as cabeças em grande escala, incluindo imaginar alguns exemplares desaparecidos, e produziu o signo duplamente espesso. Por um lado, contém a trama de encontros/embates entre civilizações, a violência dos saques, nacionalismo e repatriação patrimonial. Por outro lado, signo que continua o questionamento do artista sobre noções do falso e cópia face a um original, ou suposto como tal. Como foi o signo re/conhecido?

Recuando ao início, ao *indoors* da Bienal de S. Paulo com a maioria de públicos de pares e informados (similares a visitantes da *Documenta* em Kassel), haveria o horizonte de expectativa para esta obra e a sua mensagem. Em geral, um público com referências e sobre Weiwei. Além disso, hábil a lidar com armadilhas semióticas com base na literacia artística para capturar sentidos densos sob a superfície visual das obras. Neste caso também com a sinapse entre a memória de uma violência no século XIX e a denúncia de atribuições contemporâneas. Já quanto a Nova Iorque, com *Circle of Animals* em *outdoors*, salvo para o segmento idêntico de artistas e aficionados de Ai Weiwei, as expectativas nem existiriam para a vaga de cidadãos que atravessam a Grand Army Plaza.

Na diversidade de situações, a alguns dos menos avisados enganaria o próprio naturalismo das esculturas. Reféns da ilusão óptica de apenas reconhecer o familiar nestas *Zodiac Heads*: figuras do horóscopo chinês que se consulta sobre a personalidade, amor, fortuna, e futuro. Contudo, para se perguntar como poderiam tantos nova-iorquinos saber da história de Yuanmingyuan, opacidade inevitável na deslocação transtemporal e cultural destas obras. Embora o seu impacto dependa de circunstâncias que despertam a atenção com a pedagogia da curiosidade (Bann, 2008; Thomas, 2016) para procurar informação. Ou por razões cívicas, como no caso. Recorde-se que a inauguração de *Circle of Animals* em Nova Iorque, em maio de 2011, coincidiu com a prisão de Weiwei²², transformando-se num evento altamente político.

Frente à Pulitzer Fountain discursaram autoridades, notáveis, associações de artistas e intelectuais clamando pela libertação do artista. A própria diplomacia dos Estados Unidos mobilizou-se junto das autoridades chinesas e, com a mediatização do caso, menos seriam os indiferentes à obra na Grand Army Plaza, capazes de lhe acrescentar uma interpretação livre e solidária com Ai Weiwei. *Animals* como cabeças antropomórficas dos “animais” que o prenderam: o porco, o cão, o galo, líderes do regime chinês. Assim, mais uma curva na sinuosa semiose (Véron, 1981) da arte em público com as suas tantas viagens.

²¹ *Circle of Animals* parte da controvérsia em 2009, com surto nacionalista. Nesse ano reapareceram no leilão da Christie's as cabeças de um rato e um coelho do zodíaco original, propriedade da coleção de Yves Saint Laurent e Pierre Bergé. A China tentou impedir legalmente o leilão que, no entanto, se realizou e o licitador chinês Cai Mingchao, *art dealer* e consultor do Fundo de Tesouros Nacionais (fundação para aquisição de arte chinesa pelo mundo) arrebatou as peças por quase 40 milhões de dólares (14 milhões de euros por cada cabeça) para as retirar do mercado internacional e devolver à pátria. Recusou-se a pagar a quantia à Christie's, as peças voltaram à coleção da Fundação Pierre Bergé – Yves Saint Laurent e, posteriormente, o magnata e colecionador François Pinault comprou-as para, disse, as devolver à China. Em 2009, o também magnata Sanley Ho adquiriu a cabeça do cavalo por milhões para retorno à China e uma cabeça de javali, comprada em venda privada. Na posse do Museu Politécnico de Pequim, já com mais duas cabeças, do macaco e do boi.

²² Ver <http://arrestedmotion.com/2011/05/openings-ai-weiwei-circle-of-animals-zodiac-heads-pulitzer-fountain-central-park>. Weiwei foi detido a 3 de abril de 2011 no Aeroporto Internacional de Pequim, pouco antes de viajar para Hong Kong.

OBSERVAÇÕES FINAIS

Entre o que querem as imagens (Mitchell, 2006) e o que delas querem pessoas, ou que querem da arte (Arts Council of England, 2008) existe a clivagem de perspetivas que vão do âmbito estético e iconológico ao sociológico. Alternativamente, o texto traz uma abordagem eclética que contraria absolutos ou pressupostos sobre o “querer”. Em primeiro lugar, porque contra o “essencialismo visual” (Bal, 2005), boa parte da arte em público compreende *puzzles* semióticos (Elkins, 1999) que não nos pedem apenas o “compromisso para olhar” (Bal, 2003). Mais do que as ver, ter com elas uma relação pelo seu uso e outros envolvimento. A digressão das obras também altera os quadros da sua visitabilidade, visualidade e legibilidade. Em segundo lugar, quanto ao que as pessoas querem, ou não, depende de condições socio-culturais e circunstâncias; da especificidade de espaços *in/outdoors*. E, ainda, de “modos de esperar” (Oddey & White, 2009) induzidos pela *culture on display* e em *touring* como produção contemporânea da visitabilidade (Dicks, 2003) que interfere no querer.

Eis o enredo para a abordagem no texto que extravasa referências habituais na sociologia de públicos e políticas de emancipação, pense-se em Pierre Bourdieu e legados ou em Jacques Rancière (Nordmann, 2006; Rancière, 2008). Há mais a dizer e com a problemática da mobilidade também como um *traveling concept* (Neumann & Nunning, 2012) em cruzamento no texto com os conceitos de recepção e literacia em movimento. A itinerância da arte proporciona diversos regimes de experiência em micro (Roueff, 2011) e macro escalas, locais e globais, físicas e virtuais. Por conseguinte, com relevo para os modos de comunicação com públicos e o espaço público, paralelamente à comunicação pública de instituições como os museus (Andrade, 2015). Em suma, um conjunto de fatores para promover encontros com as obras: experimentar, praticar, ensinar (Chabanne, Parayre & Villagordo, 2012).

Relativamente aos exemplos no texto, esse ensinar ainda se aplica à literacia histórica e europeia. Ou melhor, sobre a Europa em interface com o mundo, linha que o texto comunga²³. *Las Meninas* de Velazques representam uma grande referência europeia a que as suas recriações e viagens acrescentam dimensões globais. De resto, dimensões que perpassam bastante do património na Europa (Conde, 2019a). *Circle of Animals* recorda parte da violência nas relações com o mundo, um episódio da Europa sobre a China. Concluindo, viagens da arte para atualizar o “Atlas de imagens” warburgiano²⁴ e com mais casos sobre a história global da Europa. Paralelamente à história da arte que agora também se reescreve sobre as infindáveis circulações artísticas (Kaufmann, Dossin & Joyeux-Prunel, 2015).

²³ Em diálogos com imagens que revisitam diversas referências (Conde, 2015a, 2015b); sobre relações presenciais e virtuais dos cidadãos na União Europeia como património e a análise do portal Europeana para o património digital, arte e lembrança (Conde, 2019b).

²⁴ Referência ao “Atlas Mnemosyne” de Aby Warburg (1866-1929), construído com símbolos e arquétipos transtemporais em que as imagens emblematizam a memória, metáfora e alegoria (Johnson, 2012).

REFERÊNCIAS

- Abreu, J. G. & Castro, L. (Eds.) (2017). *Arte pública na era da criatividade digital. Atas do colóquio internacional*. Porto: Universidade Católica Editora.
- Alpers, S. (1991). The museum as a way of seeing. In I. Karp & D. S. Lavine (Eds.), *Exhibiting cultures: the poetics and politics of museum display* (pp. 25-32). Washington: Smithsonian Institution Press.
- Ancel, P. & Pessin, A. (Eds.) (2004). *Les non publics. Les arts en réception*. Paris: L' Harmattan.
- Ansell, M. (2013). The theology of painting: picturing philosophy in Velázquez's *Las Meninas*. *The Comparatist*, 37(1), 156-168.
- Andrade, P. (Ed.) (2010). *Arte pública e cidadania: novas leituras da cidade criativa*. Lisboa: Caleidoscópio.
- Andrade, P. (2015). *Comunicação pública da arte: o caso dos museus de arte locais /globais*. Lisboa: Edições Caleidoscópio.
- Arts Council of England (2008). *What people want from the arts*. Londres: Arts Council of England. Retirado de <https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20160204122832/http://www.artscouncil.org.uk/advice-and-guidance/browse-advice-and-guidance/what-people-want-from-the-arts>
- Athanassopoulos V. & Mahiou, C. (2012). L'art et l'espace public. *Revue Proteus. Cahiers des Théories de l'Art*, 3. Retirado de <http://www.revue-proteus.com/Proteus03.pdf>
- Bal, M. & Hernández-Navarro, M. Á. (Eds.) (2011). *Art and visibility in migratory culture: conflict, resistance, and agency*. Amesterdão: Rodopi.
- Bal, M. (2003). Visual essentialism and the object of visual culture. *Journal of Visual Culture*, 2(1), 5-32.
- Bal, M. (2005). The commitment to look. *Journal of Visual Culture*, 4(2), 145-162.
- Baldini, A. (2014). *Public art: a critical approach*. Tese de doutoramento, Temple University, Filadélfia, EUA.
- Bann, S. (2008). The return to curiosity: shifting paradigms in contemporary museum display. In A. McClellan (Ed.), *Art and its publics. Museum studies at the millennium* (pp. 117-132). Malden, Oxford, Reino Unido: Blackwell.
- Barranha, H. (2018). Derivative narratives: the multiple lives of a masterpiece on the internet. *Museum International*, 70(1-2), 22-33.
- Barrett, J. (2011). *Museums and the public sphere*. Chichester: Wiley-Blackwood.
- Barril, C., Carrel, M., Guerrero, J.-C. & Marquez, A. (Eds.) (2003). *Le public en action. usages et limites de la notion d' espace public en sciences sociales*. Paris: L'Harmattan.
- Barthes, R. (1980). *La chambre claire. Note sur la photographie*. Paris: Seuil.
- Belting, H. (2014). *An anthropology of images: picture, medium, body*. Princeton: Princeton University Press.
- Birkerts, S. (2015). *Changing the subject. Art and attention in the internet age*. Minneapolis: Graywolf Press.
- Bizri, H., Johnson, A. & Vasilakis, C. (1998). *Las Meninas* in VR. Storytelling and the illusion in art. In J.-C. Heudin(Ed.), *Virtual Worlds. Conference* (pp. 360-372). Paris: Springer.
- Caeiro, M. (2014). *Arte na cidade. História contemporânea*. Lisboa: Temas e Debates.

- Calvário, F. (2008). *Sentidos da arte pública. Reflexão sobre os significados da arte pública em periferias urbanas: Almada e Parque das Nações*. Dissertação de Mestrado, Instituto Superior Técnico, Lisboa, Portugal.
- Calvário, F. (2009). A arte pública como acontecimento urbano – centro e periferia. *On the W@terfront, The On-line Magazine on Waterfronts, Public Space, Public Art and Urban Regeneration*, 12, 67-79.
- Chabanne, J.-C., Parayre, M. & Villagordo, E. (Eds.) (2012). *La Rencontre avec l'œuvre. Éprouver, pratiquer, enseigner les arts et la culture*. Paris: L'Harmattan.
- Citton, Y. (Ed.) (2014). *Pour une écologie de l'attention*. Paris: Seuil.
- Coavoux, S. (2015a). L'engagement corporel des visiteurs de musée. In L. Jacquot, L. & J.-M. Leveratto (Eds.), *Relire Durkheim et Mauss. Émotions: religions, arts et politiques* (pp. 187-201). Nancy: Presses Universitaires de Nancy.
- Coavoux, S. (2015b). De la mesure du temps à l'analyse des séquences d'action. Dynamique de l'attention dans les études du public des musées. *Nouvelles Perspectives en Sciences Sociales*, 10(2), 237-271.
- Coavoux, S. (2016). Reconnaître un chef-d'œuvre. L'influence du statut d'une œuvre dans l'allocation de l'attention des visiteurs au musée d'art. *Regards Sociologiques*, 48, 23-36.
- Conde, I. (1992). Perceção estética e públicos da cultura: perplexidade e redundância. In I. Conde (Ed.), *Percepção estética e públicos da cultura* (pp. 143-167). Lisboa: ACARTE/Fundação Calouste Gulbenkian.
- Conde, I. (2003). Desordem e arte contra a cultura. In J. Rebelo (Ed.), *Novas formas de mobilização popular* (pp. 271-286). Porto: Campo das Letras.
- Conde, I. (2004). Desentendimento revisitado. In Santos, M.L.S. (Ed.), *Públicos da cultura* (pp. 173-197). Lisboa: Observatório das Atividades Culturais.
- Conde, I. (2009). Arte e poder. *CIES Working-Papers*, 62, 1-36.
- Conde, I. (2010a). Contrasting narratives: art and culture in the public sphere. In P. Ahonen, H. Sakari & K. Palonen (Eds.), *Fortunae rota volvitur: studies on the writings and other work of Ilkka Heiskanen* (pp. 276-287). Helsinki: The Finnish Political Association.
- Conde, I. (2010b). Arte, cultura, criatividade: diferentes narrativas. In M. L. L. Santos & J. M. Pais (Eds.), *Novos trilhos culturais: políticas e práticas* (pp. 121-134). Lisboa: Imprensa de Ciências Sociais.
- Conde, I. (2014a). *Reconhecimento em arte: passagens de um percurso*. Tese de Doutoramento, Instituto Universitário de Lisboa, ISCTE-IUL, Lisboa, Portugal.
- Conde, I. (2014b). Art and power: contemporary figurations. In F. McIntosh-Varjabédian & M.-M. Castellani (Eds.), *Représenter le pouvoir. Images du pouvoir dans la littérature et les arts* (pp. 375-392). Bruxelles: P.I.E. Peter Lang.
- Conde, I. (2014c). Valor e valores num signo espesso. In P. Mendes & S. V. Jürgens (Eds.), *Collecting collections and concepts: uma viagem iconoclasta por coleções de coisas em forma de assim* (pp. 496-491). Guimarães: Guimarães 2012 Capital Europeia da Cultura.
- Conde, I. (2015a, março). *Construire l'attention: art, littéracie et la contribution des musées*. Comunicação apresentada na Conferência Perché Trasmettere la Conoscenza Artistica? / Pourquoi Transmettre la Connaissance des Arts? [il contributo dei musei] [la contribution des musées], Institut Français, Florença.
- Conde, I. (2015b, abril). *European iconographies for cultural literacy*. Comunicação apresentada na First International Conference Cultural Literacy In Europe, Birkbeck Institute for the Humanities, Londres.

- Conde, I. (2015c, outubro). *Arte em público: imagens para o debate sobre públicos e arte em espaços públicos*. Comunicação apresentada no Encontro-debate Arte em Lugares Públicos: Arte e Públicos, Câmara Municipal de Lisboa, Café Império, Lisboa.
- Conde, I. (2018, novembro). *Mobilidade cultural em agendas europeias*. Comunicação apresentada no Seminário Internacional Viver em|a Mobilidade: (Com)Passos, Rumos e Políticas, Évora.
- Conde, I. (2019a, fevereiro). *Europe and cultural heritage at large: recalling the global dimensions*. Comunicação apresentada na Conferência Internacional Worlds of Cultural Heritage(s): History and Politics, Universidade de Coimbra, Coimbra.
- Conde, I. (2019b, junho). *Europeana: looking at a screen on cultural heritage, art and remembrance*. Comunicação apresentada na Conferência Internacional Visual Semantics. Visualizing Global Networks, Circulations, and Patterns, École Normale Supérieure, Paris.
- Conde, I. (no prelo). *Aprender com Leonardo: literacia para arte, cultura e Europa*. Provas de Agregação Académica. Lisboa: Instituto Universitário de Lisboa.
- Crary, J. (2000). *Suspensions of perception: attention, spectacle and modern culture*. Cambridge, Mass.: The MIT Press.
- Davallon, J. (2000). *L'Exposition à l'oeuvre: stratégies de communication et médiation symbolique*. Paris: L'Harmattan.
- Delroche, B. (2001). *Le musée virtuel. Vers une éthique des nouvelles images*. Paris: PUF.
- Delson, S. & Weiwei, A. (Eds.) (2011). *Ai Wei Wei: Circle of Animals*. Zurique: Jrp Ringier/Prestel.
- Desgranges, F. (2006). *Pedagogia do teatro: provocação e dialogismo*. São Paulo: Hucitec.
- Dicks, B. (2003). *Culture on display. The production of contemporary visitability*. Maidenhead: Open University Press.
- Documenta Kassel 18/06 – 23/09 (2007). Catálogo. Kassel: Documenta Editions.
- Eco, U. (2004/1990). *Os limites da interpretação*. Lisboa: Difel.
- Elkins, J. (1999). *Why are our pictures puzzles? On the modern origins of pictorial complexity*. Nova Iorque, Londres: Routledge.
- Finkelpearl, T. (2001). *Dialogues in public art*. Cambridge, Massachusetts: The MIT Press.
- Foucault, M. (1966/1981). *As palavras e as coisas*. São Paulo: Martins Fontes.
- Fróis, J. P. (Ed.) (2001). *Educação estética e artística. Abordagens transdisciplinares*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- Fróis, J. P. (2008). Os museus de arte e a educação. Discursos e práticas contemporâneas. *Museologia.pt*, 2, 62-75.
- Gaensheimer, S., Krystof, D. & Wolf, F. (Eds.) (2019). *Ai Weiwei*. Nova Iorque: Prestel.
- Goffman, E. (1974). *Frame analysis. An essay on the organization of experience*. Nova Iorque: Harper and Row Torchbooks.
- Ghebaour, C. (2013). "Mais... je ne visite pas!". Une approche ethnographique de l'usage faible des œuvres. *Ethnologie Française*, 43(4), 709-722.

- Ghebaud, C. (2017). Enquêter sur les non-publics de la culture: quelle posture de recherche pour quel dispositif méthodologique. *Interrogations. Revue Pluridisciplinaire de Sciences Humaines et Sociales*, 24.
- Gheorge, C. (2010). Theories and uses in common: responses of art in the public sphere. *Meta. Research in Hermeneutics, Phenomenology, and Practical Philosophy*, 2(2), 316-327.
- Gonon, A. (2007). *Ethnographie du spectateur. Le théâtre de rue pour prisme*. Tese de Doutorado, Universidade de Borgonha, Borgonha, França.
- Goodwin, C. (2001). Practices of seeing visual analysis: an ethnomethodological approach. In T. van Leeuwen & C. Jewitt (Eds.), *Handbook of visual analysis* (pp. 157-182). Londres: Sage.
- Gugleta, Z. (2011). Michel Foucault's (mis)interpretation of *Las Meninas*. Or, pure representation as the tautologous structure of the sign. *Facta Universitatis Series: Linguistics and Literature*, 9(1), 1-12.
- Hamann, B. E. (2010). The mirrors of *Las Meninas*: cochineal, silver, and clay. *The Art Bulletin*, 92(1-2), 6-35.
- Hanquinet, L. (2018). 'But is it good?' Why aesthetic values matter in sociological accounts of tastes. *Journal of Cultural Analysis and Social Change*, 3(2), 9.
- Heinich, N., Schaeffer, J.-M. & Talon-Hugon, C. (Eds.) (2014). *Par-delà le beau et le laid. Enquêtes sur les valeurs de l'art*. Rennes: Presses Universitaires de Rennes.
- Henning, M. (2007). Legibility and affect: museums as new media. In P. Basu & S. Macdonald (Eds.), *Exhibition experiments. Ethnography, art, and science* (pp. 25-47). Oxford: Blackwell.
- Jiménez-Blanco, M. D. (2008). Picasso y la historia. El caso de *Las Meninas*. *Anales de Historia del Arte*, [vol. especial], 527-534.
- Johnson, C. D. (2012). *Memory, metaphor, and Aby Warburg's atlas of images*. Ithaca, Nova Iorque: Cornell University Press.
- Kaufmann, T. D. C., Dossin, C. & Joyeux-Prunel, B. (Eds.) (2015). *Circulations in the global history of art*. Farnham: Ashgate.
- Kennedy, D. (2009). *The spectator and the spectacle: audiences in modernity and postmodernity*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Kleutghen, K. (2011). Heads of State: looting, nationalism, and repatriation of the Zodiac Bronzes. In S. Delson & A. Weiwei (Eds.), *Ai Wei Wei: Circle of Animals* (pp. 162-183). Zurique: Jrp Ringier/Prestel.
- Kleutghen, K. (2012). Staging Europe: theatricality and painting at the Chinese imperial court. *Studies in Eighteenth-Century Culture*, 42, 81-102.
- Kleutghen, K. (2015). *Imperial illusions: crossing pictorial boundaries in eighteenth-century China*. Seattle: University of Washington Press.
- Krauss, R. (1979). Sculpture in the expanded field. *October*, 8, 30-44.
- Lacy, S. (1994). Debated territory: toward a critical language for public art. In S. Lacy (Ed.), *Mapping the terrain. New genre public art* (pp. 171-185). Seattle: Bay Press.
- Lee, H. (2012). The ruins of Yuanmingyuan: or, how to enjoy a national wound. In M. A. Matten (Ed.), *Places of memory in modern China. History, politics, and identity* (pp. 193-231). Leiden, Boston: Brill.

- Liljegren, D. (2012). Double exposure: multiplexing of signals and time in the photography of Thomas Struth. *Shift - Graduate Journal of Visual and Material Culture*, 5. Retirado de <http://shiftjournal.org/wp-content/uploads/2014/11/liljegren.pdf>
- Lucero, G. (2010). Picasso alquimista: una lectura de *Las Meninas*. *Aisthesis*, 47, 261-271.
- Mahiou, C. & Riado, B. (Eds.) (2014). Arts de la perturbation. *Revue Proteus. Cahiers des Théories de l'Art*, 7. Retirado de <http://www.revue-proteus.com/Proteus07.pdf>
- Malraux, A. (1965/1997). *Le Musée imaginaire*. Paris: Gallimard.
- Mariani-Rousset, S. (2001/2008). Espace public et publics d'expositions. Les parcours: une affaire à suivre. In M. Grosjean & J.-P. Thibaud (Eds.), *Espace urbain en méthodes* (pp. 29-44). Marselha: Éditions Parenthèses.
- McShine, K. (Ed.) (1999). *The museum as muse: artists reflect*. Nova Iorque: The Museum of Modern Art.
- Mitchell, W. J. T. (1994). *Picture theory. Essays on verbal and visual representation*. Chicago: University of Chicago Press.
- Mitchell, W. J. T. (2006). *What do pictures want? The lives and loves of images*. Chicago: Chicago University Press.
- Museo Nacional del Prado (2013). *Velázquez y La Familia de Felipe IV [1650-1680]*. Madrid: Museo Nacional del Prado.
- Grønstad, A. & Vågnes, Ø. (2006). An interview with W. J. T. Mitchell. *Image & Narrative*, 15. Retirado de http://www.imageandnarrative.be/inarchive/iconoclasm/gronstad_vagnes.htm
- Moner, L. M. (2009). El arte de acción en China: la producción artística como compromiso. *Inter Asia Papers*, 9, 1-36.
- Moner, L. M. (2012). Migración, prácticas artísticas y activismos. *Polissema. Revista de Letras do Instituto Superior de Contabilidade e Administração do Porto*, 12, 181-197.
- Moner, L. M. (2015). Ai Weiwei: la recepción de su producción artística. *Arte, Individuo y Sociedad*, 27(3), 411-426.
- Musillo, M. (2011). Mid-Qing arts and Jesuit visions: encounters and exchanges in eighteenth century Beijing. In S. Delson & A. Weiwei (Eds.), *Ai Wei Wei: Circle of Animals* (pp. 146-161). Zúrich, Munique-Londres, Nova Iorque: Jrp Ringier/Prestel.
- Neumann, B. & Nunning, A. (Eds.) (2012). *Travelling concepts for the study of culture*. Berlín: Walter de Gruyter.
- Nikolov, N. (1998). Interpretación social - psicológica de la obra de Diego Velázquez *Las Meninas*. *Anuario de la Universidad de Sofía "San Clemente de Ojrida"*, 91, 3-26.
- Nordmann, C. (2006). *Bourdieu / Rancière. La politique entre philosophie et sociologie*. Paris: Éditions Amsterdam.
- Oddey, A. & White, C. (Eds.) (2009). *Modes of spectating*. Bristol: Intellect.
- Orellana, R. C. (2014). As palavras e as imagens: uma arqueologia da pintura em Foucault. *Princípios. Revista de Filosofia*, 21(35), 5-35.

- Passeron, J.-C. (1991/2006). L'usage faible des images. Enquêtes sur la réception de la peinture. In *Le raisonnement sociologique. L'espace non-poppérien du raisonnement naturel* (pp. 399- 442). Paris: Albin Michel.
- Pecqueux, A. (2003). Indifférence, attention, latéralité. Ethnographie d'un concert de rap. In C. Barril, M. Carrel, J.-C. Guerrero & A. Marquez (Eds.), *Le Public en action. Usages et limites de la notion d' espace public en sciences sociales* (pp. 319-337). Paris: L'Harmattan.
- Portus, J. (2013). Diego Velázquez' *Las Meninas*. In *Velázquez y la familia de Felipe IV, [1650-1680]* (pp.126-129). Madrid: Museo Nacional del Prado.
- Piette, A. (2009). Une action dans le mode mineur: une compétence impensée. In M. Beglivieri, M., Lafaye, C. & Trom, D. (Eds.), *Compétences critiques et sens de la justice* (pp. 251-260). Paris: Economica.
- Public, non-public: questions de méthodologie (2017). Interrogations. *Revue Pluridisciplinaire de Sciences Humaines et Sociales*, 24. Retirado de <https://www.revue-interrogations.org/-No24-Public-non-public-questions>.
- Queiroz, J. P. (Ed.) (2017). *Educação artística, desafios locais e globais. Proceedings from the VI Congresso Matéria-Prima*. Lisboa: Faculty of Fine Arts, University of Lisbon (FBAUL).
- Ramón-Laca, L. (2017). Modos de representación del espacio en *Las Meninas*. *Locvs Amænvvs*, 15, 91–103.
- Rancière, J. (2008). *Le spectateur émancipé*. Paris: Ed. La Fabrique.
- Raux, S. & Dubuisson, D. (Eds.) (2015). *Les nouveaux paradigmes du visuel*. Dijon: Les Presses du Réel.
- Ringmar, E. (2013a). *Liberal barbarism: The European destruction of the palace of the emperor of China*. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Ringmar, E. (2013b). Imperial vertigo and the themed experience: Yuanmingyuan and Disneyland compared. *Human Geographies – Journal of Studies and Research in Human Geography*, 7(1), 5-19.
- Roueff, O. (2011). Les échelles de l'expérience. *Temporalités*, 14. Retirado de <https://doi.org/10.4000/temporalites.1767>
- Salazar, N. B. & Jayaram, K. (Eds.) (2016). *Keywords of mobility. Critical engagements*. Oxford: Berghahn.
- San Sebastián convive con las esculturas de Manolo Valdés (2009, 08 de setembro). *El Mundo*. Retirado de <https://www.elmundo.es/elmundo/2009/09/08/cultura/1252417171.html>
- Saurier, D. (2008). Savoirs et compétences des visiteurs: la réception de l'oeuvre de Rubens. *Lien Social et Politiques*, 60, 119-130.
- Schnetzer, S. & Weiwei, A. (Eds.) (2013). *Ai Weiwei: fairytale: a reader*. Zúrique: Jrp Ringier.
- Schmickl, S. (2005). *Les museum photographs de Thomas Struth. Une mise en abyme*. Paris: Éditions de la Maison des Sciences de l'Homme.
- Sequeira, Á. D. (2008). *Públicos de arte pública. Estudo da recepção de arte pública no concelho de Almada*. Tese de Mestrado, ISCTE-IUL Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa, Portugal.
- Siu, V. (1988). Castiglione and the Yuanming Yuan collections. *Orientalism*, 19(11), 72-79.
- Sorace, C. (2014). China's last communist: Ai Weiwei. *Critical Inquiry*, 40(2), 396-419.

- Stratton-Pruitt, S. L. (Ed.) (2002). *Velazquez's Las Meninas*. Cambridge/Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Stratton-Pruitt, S. L. (Ed.) (2004). *The Cambridge companion to Velázquez*. Cambridge/Nova Iorque: Cambridge University Press.
- Sturken, M. & Cartwright, L. (2001/2003). *Practices of looking. An introduction to visual culture*. Oxford e Nova Iorque: Oxford University Press.
- Struth, T. & Belting, H. (1993/2005). *Museum photographs*. Munique: Schirmer/Mosel.
- Struth, T. & Diego, E. de (2007). *Making time*. Nashville: Turner.
- Struth, T. & Benedictus, L. (2008, 18 de setembro). Thomas Struth's best shot: "I spent a week at the Prado trying to get this, doing eight hours a day". *The Guardian*. Retirado de <https://www.theguardian.com/culture/2008/sep/18/thomas.struth>
- Struth, T., Bezzola, T., Lingwood, J. & Kruszynski, A. (2010). *Photographs 1978-2010*. Nova Iorque: The Monacelli Press.
- Thomas, G. M. (2008). The looting of Yuanming and the translation of Chinese art in Europe. *Nineteenth-Century Art Worldwide*, 7(2), 1-40.
- Thomas, N. (2016). *The return of curiosity. What museums are good for in the twenty-first century*. Londres: Reaktion Books / Chicago: University of Chicago Press.
- Torres, M. V. (2009, 19 de dezembro). Galería fotográfica - Madrid IV (Espanha) [Post em blogue]. Retirado de <http://miguelveny.blogspot.com/2009/12/galeria-fotografica-blogspot-madrid-iv.html>
- Weiwei, A. & Holzwarth, H. W. (Ed.) (2016). *Ai Weiwei*. Colônia: Taschen.
- Weiwei, A., Tancock, J. & Tung, S. H. (2019). *Ai Weiwei. Beijing photographs, 1993-2003*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Wicks, R. (2010). Using artistic masterpieces as philosophical examples: The case of *Las Meninas*. *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 68(3), 259-272.
- Wilder, K. (2014). *Las Meninas*, Alois Riegl, and the 'problem' of group portraiture. In F. Dorsch & D.-E. Ratiu (Eds.), *Proceedings of the European Society for Aesthetic* (pp. 402-421). Fribourg: European Society for Aesthetics (ESA).
- Widmer, R. & Kleesattel, I. (Eds.) (2018). *Scripted culture. Digitalization and the cultural public sphere*. Zurique: Diaphanes.
- Villegas, R. (2010). Tres meninas en el laberinto de Foucault. *Letras Históricas*, 2, 11-36.
- Véron, E. (1981). *A produção de sentido*. S. Paulo: Cultrix.
- Veyne, P. (1988). Conduites sans croyance et oeuvres d'art sans spectateurs. *Diogenes*, 143, 3-22.
- Viollet, M. (2011). *Les Comportements du spectateur comme enjeux de l'art contemporain*. Tese de doutoramento, École Doctorale: Arts, Lettres, Langues, Philosophie, Communication, Unité de Recherche LLA-CREATIS, Université Toulouse 2 Le Mirail, França.
- Vossilla, F. (2016). The Jesuit painter and his Emperor: some comments regarding Giuseppe Castiglione and the Qianlong Emperor. *National Palace Museum Bulletin*, 49, 69-87.

NOTA BIOGRÁFICA

Idalina Conde é doutorada em Sociologia com especialização sobre arte e cultura. Trabalha igualmente sobre abordagens biográficas, mnemónicas e iconográficas paralelamente a uma linha sobre Europa e cultura contemporânea. Professora no Instituto Universitário de Lisboa. Investigadora no Centro de Investigação e Estudos de Sociologia (CIES – IUL).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1577-9929>

Email: idconde@gmail.com; Idalina.Conde@iscte-iul.pt

Morada: Avenida das Forças Armadas, 1649-026 Lisboa, Portugal

Submetido: 10/09/2019

Aceite: 31/11/2019

A ARTE PÚBLICA ENTRE PATRIMÓNIO E IDEÁRIO. O ITINERÁRIO ARTÍSTICO DE SIAH ARMAJANI

José Guilherme Abreu

Centro de Investigação em Ciência e Tecnologia das Artes, Escola das Artes, Universidade Católica Portuguesa, Portugal

RESUMO

Siah Armajani (1939-) é um escultor de origem iraniana que ainda muito jovem emigrou para os EUA, onde empreendeu uma carreira artística, sediada em Minneapolis, no Minnesota. Para além de autor de uma vasta e reconhecida obra escultórica, Armajani é também um ensaísta, sendo autor do texto “Manifesto public sculpture in the context of american democracy” (Armajani, 1995), que acompanhou a exposição “Espaços de Leitura” que apresentou, em 1995, no Museu d’Art Contemporani de Barcelona (MACBA). O interesse da obra de Armajani decorre da mesma resultar de um inequívoco *engagement* a um ideário sócio-utópico-artístico que problematiza o estatuto do regime autoral, e que rejeita a autorreferencialidade da obra, circunstância rara no contexto da produção artística contemporânea. Esteticamente contemporânea, a obra de Armajani logra resolver um dos dilemas mais amargos da arte moderna e contemporânea, formulado por Arnold Schoenberg: “se é arte, não é para todos, e se é para todos não é arte” (Schoenberg, 1950, p. 124). Curiosamente, o ideário veiculado por Armajani não é em absoluto inédito. Em múltiplos aspetos o mesmo coincide com o do movimento em prol da arte pública que se formou na Bélgica, nos finais do século XIX, e que deu origem à organização de quatro congressos internacionais de arte pública, dois deles com participação portuguesa documentada, aspeto por onde se inicia o presente estudo.

PALAVRAS-CHAVE

arte pública; Instituto Internacional de Arte Pública; património; Siah Armajani; manifesto

PUBLIC ART BETWEEN HERITAGE AND IDEARIO. THE ARTISTIC ITINERARY OF SIAH ARMAJANI

ABSTRACT

Siah Armajani (1939-) is an Iranian born sculptor who quite young emigrated to USA, where he began an artistic career in Minneapolis, Minnesota. Beyond being the author of a vast and acknowledged sculptural work, Siah Armajani is also an essayist, having authored “Manifesto public sculpture in the context of american democracy” (Armajani, 1995), which was written for the exhibition “Reading Spaces” he presented, in 1995, at Museu d’Art Contemporani de Barcelona (MACBA). The value of Armajani’s work comes from its engagement to an unequivocal social-utopic-artistic ideario that problematizes the prevalence of the authorship’s statute regime, while rejecting the self-referential character of the artistic work, being both aspects quite unusual in the field of contemporary art production. Aesthetically contemporary, Armajani’s work succeeds to solve one of the bitter dilemmas of modern and contemporary art, as Arnold Schoenberg brightly put into words: “if it is art, it is not for all, and if it is for all, it is not art” (Schoenberg, 1950, p. 124). Curiously, Armajani’s public sculpture ideario is not absolutely unique. In several points, it matches the one of the movement in favour of public art, which by the end of the 19th century had been formed in Belgic, giving birth to the organization of four public art international

congresses, two of them having documented Portuguese participation, as we will see in the first section of this paper.

KEYWORDS

public art; International Institute for Public Art; heritage; Siah Armajani; manifesto

UM RETORNO ÀS ORIGENS?

A escultura pública pretende preencher o fosso que se forma entre a arte e o público, para fazer com que a arte seja pública, e com que os artistas sejam de novo cidadãos.

(Siah Armajani, 1995, p. 36)

A origem da arte pública, assim designada, remonta ao último quartel do século XIX, tendo surgido na Europa sob a influência do movimento *Arts and Crafts*, a cujo ideário a mesma foi beber os enunciados estéticos e os programas artísticos que depois adotará.

Logo a seguir, um movimento similar irrompe nos Estados Unidos, influenciado, por sua vez, pelo movimento *City Beautiful*, cujos traços monumentais e ecléticos adotarão, diferenciando-se do movimento europeu, fundado como já foi referido nos pressupostos ornamentais e socializantes do citado movimento britânico.

Apesar de distintos, em ambos os movimentos descobre-se uma curiosa afinidade maçónica, que se manifesta na filiação de alguns dos seus principais mentores como Charles Buls (1837-1914), filiado na loja maçónica Les Vrais Amis, de Bruxelas, desde 1862, e presidente, a partir de 1894, da Société l'Œuvre Appliquée à la Rue et aux Objets d'Utilité Publique, que virá a ser o embrião do movimento belga a favor da arte pública (Abreu, 2010, p. 24). Além de Buls, também o arquiteto Victor Horta, notável criador da Art Nouveau bruxelense, e apoiante dos congressos internacionais de arte pública, foi destacado franco-maçom, filiado na loja Les Amis Philantropes (Ressler, 2013, p. 93).



Figura 1: *L'Art Appliqué à la Rue et aux Objets d'Utilité Publique*

Fonte: Broerman, 1895 (fotografia de José Guilherme Abreu)

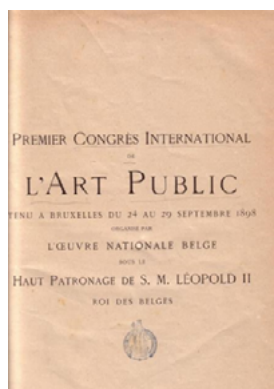


Figura 2: *Premier Congrès International d'Art Public*

Fonte: Broerman et. al., 1898 (fotografia José Guilherme Abreu)

O mesmo sucede, curiosamente, com o movimento norte-americano, onde pontuam nomes como Daniel Burnham (1846-1912) que foi autor do Templo Maçónico de Chicago (1892), diretor da “Exposição Universal Columbiana de Chicago” (1893), bem como do Plano Urbanístico de Chicago (1909), e que “foi um dos mais visionários maçons, arquitetonicamente falando” (Johnstone, 2018, p. 179). A par de Burnham, também Richard Watson Gilder (1844-1909) foi franco-maçom, tendo sido o fundador, em 1899, da Public Art League of the United States de que foi presidente, tendo a mesma como vice-presidente Augustus Saint-Gaudens e Glenn Brown como secretário-geral (Mechlin, 1922, p. 185).

Centrado na Bélgica, o movimento europeu culminou na organização de quatro congressos internacionais de arte pública, entre os anos de 1898 e 1910. Esses congressos reuniram um grande número de representações oficiais, as quais compreenderam destacadas figuras dos governos de países da Europa, da América do Norte e do Sul e até da Ásia, tal como representantes de municípios e de comunidades urbanas, onde avultavam dezenas de câmaras municipais, entre as quais as de Lisboa e de Coimbra, assim como uma representação oficial do município de Madrid.

Três destes congressos produziram detalhados catálogos (Broerman et al., 1898; Broerman et al., 1905; Broerman et al., 1910), importando salientar que uma das resoluções do III Congresso, em 1905, foi fundar um órgão internacional permanente em prol da arte pública, órgão esse que teve a designação de Institut International d'Art Public, (IIAP) o qual, a partir de 1907, teve como porta-voz a revista *L'Art Public*, que editou, até 1910, um total de oito números trimestrais, alguns deles duplos.

É importante para os propósitos do presente estudo analisar os estatutos do Institut International d'Art Public, publicados no n.º 1 da revista *L'Art Public*, assim como fazer um levantamento das temáticas tratadas no número inaugural da revista.

Pelo levantamento realizado (ver Tabela 1, nos Apêndices), é possível perceber os fundamentos, os propósitos e o alcance do IIAP. É impressionante o grau de envolvimento e de desenvolvimento institucional e político enunciado pelos estatutos do IIAP.

E ainda mais impressionante o mesmo se torna, se considerarmos o facto de que nos anos que precederam a Grande Guerra, o conceito de arte pública era muito mais alargado do que presentemente, tal como observa Marcel Smets:

o que impressiona é sobretudo a extrema diversidade dos assuntos que aí são abordados. A arte pública aplica-se tanto à educação como ao teatro, à legislação, ao restauro, às qualidades e à profissão do artista, a conservação dos sítios, o desenho urbano e o aspeto do domínio público. Ao longo dos doze anos que separam o primeiro e o último congresso, nenhum destes domínios de impuseram, mesmo se o número de comunicações relacionadas com o ordenamento urbano tenha crescido gradualmente. (Smets, 1995, p. 146)

Ou seja, mau grado a diversidade de linguagens e de formas de intervenção artística que hoje se manifestam no terreno multidisciplinar que é presentemente a arte pública, deve no entanto reconhecer-se que as modalidades de intervenção contemporânea se concentram quase exclusivamente no território alargado das artes plásticas, ao contrário do que sucedia com o referido movimento belga. Aí, o universo de incidência abrangia uma panóplia de áreas bastante numerosas e diferenciadas, como passamos a enumerar:

- educação;
- teatro;
- legislação;
- restauro;
- música popular;
- mobiliário urbano;
- profissão artística;
- conservação de sítios;
- traçado urbano;
- aspeto do domínio público.

Pelas áreas listadas, percebemos que o movimento a favor da arte pública se concebia não apenas como uma dinâmica de produção artística, mas também como um movimento de salvaguarda e valorização do património.

De resto, se existia uma tendência dominante no referido movimento, essa tendência era a de preservação das riquezas artísticas do passado, concebendo-se o movimento em prol da arte pública, do ponto de vista programático, como um movimento de defesa do património cultural e artístico, muito embora alargando-o bem para lá do culto dos monumentos históricos, por a par destes integrar toda uma panóplia de bens culturais e artísticos, reunindo, curiosamente, numa mesma família, bens materiais e bens imateriais, antecipando-se assim ao conceito de património imaterial, o que não deixa de ser precoce, senão mesmo prodigioso.

Por um lado, progressista, dado o carácter alargado do conceito de arte pública que professava, por outro, assaz retórico, o movimento não logrou estabelecer um afastamento crítico face aos fundamentos, propósitos e realizações do historicismo. Ao contrário, o movimento a favor da arte pública de finais do século XIX foi abertamente refratário em relação às teses e às práticas de rutura da modernidade nas artes plásticas, aspeto que contribuiu para a erosão da sua orientação estética, não sendo por acaso que o movimento soçobrou a partir do IV Congresso, realizado em Bruxelas, em 1910, cujo catálogo é uma sombra, se comparado com o do III Congresso de 1905, cuja extensão é de 744 páginas, enquanto o do IV Congresso não foi além das 176 páginas.

A tensão entre progressismo e conservadorismo é notória nos conteúdos das edições da revista do IIAP. No número inaugural, editado em junho de 1907, no índice figuravam os seguintes assuntos:

1. A arte pública, por Eugène Broeman
2. Tradições nacionais
 - 2.1. *Mistral et le Félibrige*. Poema provençal, por Marius Mistral
 - 2.2. A cidade de Paris e a arte pública no século XVI, por Marius Vachon
 - 2.3. Pela beleza, por Carmen Sylva
 - 2.4. A educação artística nacional, por Walter Crane
3. Salvaguarda dos sítios e dos patrimónios artísticos
 - 3.1. A ressurreição de Herculaneum, H. Carlon de Wiart
 - 3.2. As ardenas e a gruta de Hans, Ed. De Pierpont
4. Evolução artística das cidades
 - 4.1. As transformações de Bruxelas, L. Dumont-Wilden
 - 4.2. Da construção moderna das cidades na Alemanha, por J. Siebben
 - 4.3. O desenvolvimento artístico das cidades americanas, por Glenn Brown
 - 4.4. O papel da crítica de arte, por Frantz Jourdain
5. A cultura estética
 - 5.1. Imagem na escola, por A. Stuys
 - 5.2. Ensino da arte industrial na Holanda, por von Saher
 - 5.3. O canto popular, por Ft. Van Dayse
 - 5.4. Curso de estética, por Mario Pilo
 - 5.5. Carta do síndico de Florença, por J. Niccolini



Figura 3: *L'Art Public*, n.º 1, 1/6/1907

Fonte: Broerman, 1907 (fotografia José Guilherme Abreu)

O índice da revista reitera o assumir da noção alargada de arte pública. Pelas quatro secções em que se repartem os vários artigos, e ainda mais pelas suas incidências, torna-se inequívoca a abrangência do espectro de inclusão do conceito de arte pública.

Pareceu-nos útil reproduzir aqui esta amostra, para de forma objetiva e rigorosa proceder à análise dos testemunhos documentais do movimento a favor da arte pública criado pelo IIAP, pois apesar da dimensão institucional que este chegou a deter, após a Grande Guerra, o mesmo caiu no esquecimento e, inclusive no campo do estudo especializado da arte pública, não é assunto que se possa considerar bem conhecido.

Pelo material coligido, (ver Apêndices, Tabela 1) podemos retirar pertinentes ilações para aquele que constitui o escopo do presente estudo. Passamos a enumerá-las:

1. na sua fase inicial, o movimento em favor da arte pública foi antes de mais uma tomada de consciência do valor do património cultural e artístico, entendido para lá dos limites da salvaguarda dos monumentos históricos, desencadeada pelas vandalizações levadas a cabo pela fúria demolidora dos *sans-culottes*, em Paris, durante a Convenção;
2. da mesma forma, o referido movimento desenvolvido pelo IIAP pugna pela valorização estética das cidades, reivindicando para tanto o concurso da arte, resgatando-a do domínio privado das coleções particulares e/ou institucionais, visando a sua função e fruição a partir de preocupações e objetivos eminentemente pedagógicos;
3. firme zelador do legado patrimonial, o IIAP interessa-se ainda pela investigação e valorização do património arqueológico, promovendo a organização de escavações arqueológicas criteriosas a fim de trazer a público os testemunhos do passado;
4. não se restringindo à proteção e promoção do património artístico objetual ou monumental, o IIAP denota ter consciência do valor patrimonial do território, promovendo a preservação e valorização dos espaços naturais e da paisagem, antecipando a noção de paisagem cultural;
5. para lá da valorização dos contextos paisagísticos e das riquezas naturais, o IIAP interessa-se e zela pela valorização da tradição oral e dos usos e costumes das comunidades, pugnando pela salvaguarda da canção popular e etnográfica (o cante) bem como do teatro e das festas populares, antecipando-se assim à noção contemporânea de património imaterial;
6. finalmente, o IIAP defende um entendimento, por assim dizer, utilitário da arte, reservando-lhe uma função social de primeira grandeza, no quadro da formação do ser humano e da promoção do progresso, na senda do positivismo, onde se pode reconhecer a sua conotação maçónica.

Eis assim enunciados alguns dos traços que definem, já na sua origem, aquilo que costume designar como sendo o “ideário da arte pública” (Abreu, 2015).

A metodologia que usamos pode ser replicada nos restantes números da revista *L'Art Public*, embora não caiba fazê-lo aqui. De resto, a estrutura de assuntos presente nos índices dos oito números publicados mantém-se (ver Apêndices, Tabela 2).

Da mesma forma, se fizermos uma incursão pontual nos votos (recomendações) do “IV Congresso Internacional de Arte Pública”, realizado em Bruxelas, em 1910, verificamos a persistência da mesma estrutura de incidências e de atuação, estrutura essa a que adicionamos o cômputo de recomendações por cada secção, como discriminamos:

- I secção: salvaguarda dos sítios e patrimónios de arte (20 recomendações);
- II secção: extensão artística das cidades (13 recomendações);
- III secção: cultura estética (15 recomendações);
- IV secção: educação artística do povo (8 recomendações).

Destes dados pode inferir-se a consistência metodológica e a coerência conceptual do quadro epistemológico e operativo do IIAP.

Não é conhecido o historial que rodeou a extinção do IIAP, nem esse aspeto é relevante para o presente estudo. O que nos parece fundamental é perceber se o ideário que detetámos como estando na origem do movimento desenvolvido pelo IIAP constitui, de facto, um elemento estrutural de uma definição informada de arte pública, e se esse mesmo ideário se mantém atual, no sentido de apurar se se podem descobrir elementos comuns entre os traços desse mesmo ideário, tal como o identificamos mais acima, e a teoria e a prática da arte pública contemporânea, como discutiremos de seguida.

O IDEÁRIO DA ARTE PÚBLICA, NO ÂMBITO DO SEU COMPLEXO CONCEPTUAL

Em estudo elaborado num outro lugar, defendemos que a arte pública contemporânea é um território de tendências (Abreu, 2018), facto que dificulta enormemente a elaboração de uma definição que seja válida e aplicável aos diversos segmentos que hoje a constituem, embora a sua variedade seja menor hoje que no período da sua formação.

Num outro estudo (Abreu, 2015), em vez de propormos um conceito de arte pública, propusemos antes um complexo conceptual, o qual se estrutura a diversos níveis, um dos quais é precisamente o nível do ideário.

Esse complexo conceptual estrutura-se a partir de quatro pilares:

1. ideário: a arte pública visa fazer chegar a arte a todos os cidadãos para ajudar a melhorar a sua vida coletiva e a sua evolução cultural;
2. impacto: a arte pública implica uma postura cívica do artista e provoca um comportamento social do público (apropriação ou rejeição);
3. inclusividade: a arte pública adequa-se a múltiplos destinatários, técnicas de produção, meios expressivos, linguagens plásticas e formas de expressão. Em coabitação pluridimensional;
4. regime: a arte pública resulta de um regime de produção alojada (Abreu, 2013, p. 20) distinto da restante produção artística. (Abreu, 2015, p. 45)

Pelo exposto, verificamos que o ideário é o primeiro pilar, senão o fundamental, do complexo conceptual.

Defendemos também que existe uma genealogia que liga e articula, em sucessivas adaptações e formulações, enunciados distintos desse complexo conceptual, desde a sua génese em finais do século XIX, inspirado no ideário do movimento britânico *Arts and Crafts* (Abreu, 2013, p. 18), até à atualidade, transpondo assim o fosso da cronologia e as vicissitudes da conturbada História do séc. XX.

Ao falarmos em genealogia, não pretendemos dizer que a linhagem que lhe dá corpo, forme uma sucessão cronológica contínua, sem hiatos e sem mudanças de direção.

É esse concretamente o caso de Siah Armajani. Embora não se possa dizer que a sua linha de produção seja marginal no âmbito dos circuitos internacionais da arte contemporânea (culturais, institucionais e mercantis), importa reconhecer que a mesma não repercute os pressupostos estéticos e/ou conceptuais preponderantes entre os artistas contemporâneos. É que, Armajani optou por dar continuidade a uma linha de produção que havia sido “descontinuada”, depois de terminado o ciclo das vanguardas históricas.

Essa corrente artística é o construtivismo e a sua repercussão na obra de Armajani pode comprovar-se confrontando a produção do artista com a explicitação dos preceitos do construtivismo, em 1921, pelo próprio Rodchenko:

a construção é a disposição de elementos.

A construção é a filosofia moderna.

A arte como qualquer ciência é um dos ramos da matemática.

A construção representa a exigência contemporânea de organização e o uso utilitário de materiais.

A vida construtiva é a arte do futuro.

A Arte que não participa na vida deve ser conservada em museus arqueológicos da Antiguidade.

É chegado o tempo de a Arte fluir organizadamente na vida.

Uma vida organizada construtivamente supera a arte mística dos mágicos.

(...)

Consciência, experiência ... função, construção, tecnologia, matemática – estes são os irmãos da arte do nosso tempo. (Elliott, 1979, p. 129)



Figura 4: Rodchenko (1921), *Notas para uma aula*

Fonte: Elliott, 1979, p. 29

Como veremos mais adiante, mau grado a distância cronológica e o fosso cultural entre ambos os artistas, estas premissas integram a produção material e teórica de Armajani, como o próprio artista, de resto, o reconhece:

eu estava interessado nos construtivistas porque eles eram políticos, porque neles não havia separação entre o cidadão e o artista – algo que estamos agora a tentar fazer na arte pública. Eles são realmente o nosso paradigma, Tatlin e Rodchenko e Malevich e os outros. (Tomkins, 1990, p. 54)

Rejeitado pela normativa jadnoviana do estalinismo, o construtivismo foi posteriormente absorvido pela Bauhaus, para onde, de resto, transitaram artistas da vanguarda soviética, ou próximos da mesma, como Wassily Kandinsky, Nikolaus Pevsner e o seu irmão Naum Gabo, onde viriam a ser proeminentes professores. Na Bauhaus, porém, o construtivismo evoluiu sobretudo no sentido do design, perdendo a sua dimensão cívica, como se observa na linha de produção de Gabo e Pevsner.

Genealogia não-linear, desde logo porque a linguagem plástica de Armajani inverteu, por sua vez, a inversão antes introduzida pela *Bauhaus*, evoluindo agora de design de interior para equipamento de exterior, centrando-se, embora não unicamente, na construção de estruturas e de espaços de lazer, destinados ao espaço público cidadão, a jardins urbanos, a locais de estudo, a recintos desportivos ou a recônditas áreas naturais.

As pontes pedonais foram o primeiro tipo de estruturas construtivas desenhadas por Armajani. A primeira ponte que construiu data de 1968, e foi instalada temporariamente num terreno do parque de Bear Lake City, no Minnesota.

Dessa instalação apenas subsiste a maquete. Seria a primeira de uma longa série cujos primeiros exercícios exprimem a ideia de desfuncionalização¹ e de questionamento (Figura 5) da sua utilidade prática imediata.



Figura 5: Siah Armajani (1970), *Bridge over a Nice Triangle Tree*, obra temporária em Minneapolis Sculpture Garden, Estados Unidos

Fonte: “Return to exile Siah Armajani” (2010, s. p.)

Mas a influência da arquitetura e da construção em geral não são as únicas premissas do trabalho artístico de Armajani. Além dessa matriz, uma outra radicalmente

¹ Ver <https://www.artsy.net/artwork/siah-armajani-first-bridge>

distinta, senão oposta, moldou o seu pensamento artístico: a arte conceptual, sendo pelo cruzamento de ambas as correntes que se define a sua obra.

Em 1969, entre a instalação em Bear Lake City e a instalação no Minneapolis Sculpture Garden, Armajani participou na célebre exposição de arte conceptual “Information”, que decorreu no MoMA, entre 20 de julho e 3 de setembro de 1970.

Nessa exposição, Armajani apresentou North Dakota Project: um desenho, e respetivos “cálculos”, sobre a altura que deveria ter uma torre cuja sombra projetada se estendesse por todo o território daquele Estado norte-americano, como se refere nos registos dessa exposição existentes no MoMA:

Em Information, Armajani também está representado pelo “North Dakota Project”, fotografias e cópias fotostáticas documentando a sua proposta para uma torre a ser construída na fronteira leste do estado de “North Dakota” que terá a altura suficiente para projetar uma sombra ao longo de toda a extensão do Estado até à sua fronteira oeste. (Shaw, 1970, p. 1)

Sobre o referido projeto existe a imagem e os cálculos exibidos na exposição.

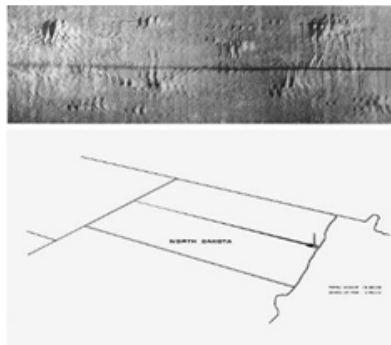


Figura 6: Siah Armajani (1970), *North Dakota Tower*, “Information”, MoMA, 20/07/1970 – 03/09/1970, Nova Iorque

Fonte: <https://walkerart.org/calendar/2018/siah-armajani-follow-this-line>

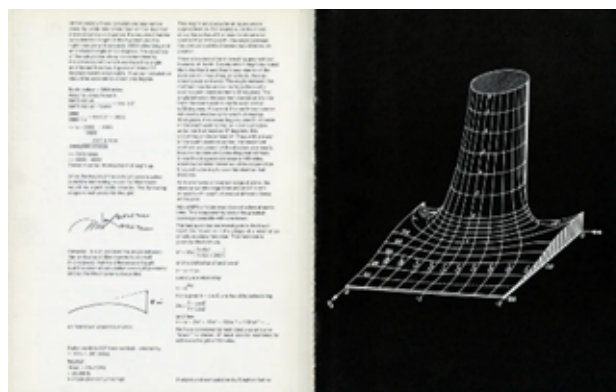


Figura 7: Siah Armajani (1970), *North Dakota Tower*, “Information”, MoMA, 20/07/1970 – 03/09/1970, Nova Iorque

Fonte: <https://walkerart.org/magazine/on-designing-siah-armajani-follow-this-line>

Nas duas imagens à esquerda, pode ver-se, em baixo, o projeto da torre e em cima a sombra projetada sobre uma maquete da orografia do território do Estado. Nas imagens à direita, são apresentados os cálculos da altura da torre e da sua inclinação, assim como um pormenor da sua colossal base de sustentação.



Figura 8: Siah Armajani (1969), *Moon Landing*, “Follow this Line”, 09/09/2018 – 30/12/2018, Walker Art Center, Minnesota

Fonte: <https://twitter.com/MarinRSullivan/status/1076572666402885635/photo/1>



Figura 9: Siah Armajani (1969), *Moon Landing*, “Follow this Line”, 09/09/2018 – 30/12/2018, Walker Art Center, Minnesota

Fonte: <https://walkerart.org/magazine/on-designing-siah-armajani-follow-this-line>

Já no ano anterior a este projeto, Armajani tinha concebido a instalação *Moon Landing* que reunia um televisor que o artista havia adquirido aquando do lançamento da missão Apollo 11, acompanhado da respetiva notícia da alunagem, no *New York Times*, cujos caracteres de imprensa haviam sido decalcados, manualmente, a esferográfica negra, pelo artista. Sobre o monitor, Armajani imprimiu a stencil, em caracteres brancos:

Este aparelho T.V. acompanhou / A Missão Apollo 11. (1)

Esteve ligado pela / primeira vez às 8:32 (2) A.M. / C.D.T., de quarta-feira
16 de julho de 1969, e esteve em operação contínua até às 11:30 (3) A.M. /
C.D.T. de quinta-feira 24 de julho de 1969.

1. Armstrong, Aldrin, Collins
2. Liftoff
3. Spashdown

Para perceber a obra de Armajani, é necessário, pois, considerá-la na sua dupla origem². Por um lado, a sua matriz construtivista, adaptada a uma produção artística que “deve ser aberta, disponível, útil e comum” (Armajani, 1995, p. 5). Por outro lado, a sua vertente conceptual, enraizada num ideário político, como explica “o meu interesse pela política foi induzido pela minha avó Soghora. (...) As suas histórias de diariamente correr o risco de perder a vida foram extremamente influenciadores para mim” (Armajani, 2011, p. 380).

No ponto seguinte, analisaremos como as obras públicas de Siah Armajani constroem um património em que modernidade, tradição e ideário se conjugam de forma exemplar, e no qual a arte pública se constitui como germe de um património a transmitir para o futuro.

O ITINERÁRIO ARTÍSTICO DE SIAH ARMAJANI

Siah Armajani (1937-) reúne uma vasta e disseminada produção de obras públicas, a par de uma não menos importante produção teórica que, invariavelmente, repercutem um inequívoco e assumido ideário, como se documenta na seguinte passagem:

a arte pública não se ocupa do eu, mas dos outros. Não trata de gostos pessoais, mas das necessidades dos outros. Não trata da angústia do artista, mas da felicidade e do bem-estar dos outros. Não trata do mito do artista, mas do seu sentido cívico. Não pretende fazer com que os indivíduos se sintam diminuídos e insignificantes, mas glorificá-los. Não trata do vazio existente entre a cultura e o público, mas pretende que a arte seja pública e que o artista seja de novo um cidadão. (Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, 2000, p. 2)

Retirada do folheto editado pelo Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía, que acompanhou a exposição “Fallujah” realizada entre 30 de setembro de 1999 e 10 de janeiro de 2000, no Palacio de Cristal de Madrid, esta citação permite traçar as coordenadas do pensamento estético de Siah Armajani, pensamento estético cujo enunciado exaustivo e sistemático se encontra condensado no “Manifesto public sculpture in the context of american democracy” (Armajani, 1995), que estudaremos mais adiante.

De imediato, começemos por analisar a produção artística de Armajani.

² A síntese da sua dupla origem aparece formulada, no documento disponível em <https://www.metmuseum.org/exhibitions/listings/2019/siah-armajani-follow-this-line/illustrated-chronology>

Um exemplo muito recente é o caso de *Ponte sobre Árvore*, cuja primeira instalação ocorreu no Minneapolis Sculpture Garden, em 1970, como já vimos (Figura 5), e que agora foi reconstruído para acompanhar a exposição “Follow this Line”, em exibição no Met Breuer, Nova Iorque, entre 20 de fevereiro e 20 de junho de 2019³.

Instalada de novo, entre 20 de fevereiro e 29 de setembro de 2019, junto à Ponte de Brooklyn, Nova Iorque, trata-se de uma obra necessariamente temporária, devido ao crescimento da árvore, aspeto que constitui um dos seus pressupostos conceptuais mais intrigantes, na medida em que sendo uma obra que visa uma utilização prática, na verdade o seu uso continuado é inviabilizado no tempo, em virtude da presença do cedro, que aqui assinala o carácter impermanente e transitório da própria vida.

A função desta ponte não é, portanto, a de servir uma utilidade prática, mas a de instaurar um meio de relação e de interação, ou como diz o artista, uma relação de vizinhança, entre os utilizadores que a atravessam, mesmo quando não se justifica fazê-lo, já que com maior facilidade e conforto se pode vencer a distância entre os seus extremos, evitando-a.

Esta obra de Siah Armajani torna-se assim um instrumento para a interação entre os cidadãos que a atravessam e instaura um motivo de reflexão para cada um.

Conceber-se como instrumento para a utilização e a reflexão dos cidadãos, constitui um dos pressupostos fundamentais da obra de Siah Armajani, como se pode testemunhar por outra obra marcante do artista: a *Mesa de Picnic para Huesca*, Aragão, Espanha.

Inserida no projeto de arte pública “Arte Y Naturaleza”, da iniciativa da Diputación Provincial de Huesca (DPH), Siah Armajani foi convidado a participar no certame, e segundo o testemunho oral no congresso (Luesma, 2010) a então diretora do Centro de Documentación Arte y Naturaleza (CDAN), referiu que a forma como o artista concebeu a sua intervenção foi bastante distinta da dos restantes artistas. Em vez de propor uma peça, começou por perguntar de que é que sentiam falta, no espaço natural de Huesca.



Figura 10: S. Armajani, *Mesa de piquenique para Huesca*, madeira, acrílico e papel, Valle de Pineta

Créditos: José Guilherme Abreu

³ Ver <https://www.flickr.com/photos/publicartfund/33436432608>

Depois de alguma discussão, chegou-se à conclusão de que faltavam mesas de piquenique. Então, Armajani propôs a *Mesa de piquenique para Huesca*: uma peça construída inteiramente em madeira de iroko, material que dada a sua dureza e densidade resiste bem ao desgaste e à putrefação. Com capacidade para vinte e cinco utentes (Luesma, 2010, p. 104), a mesa de piquenique de Huesca distingue-se pelo facto de nela ninguém ficar de costas para ninguém, fomentando uma vez mais a interação e a convivialidade entre os utilizadores. Além disso, entre os pilares de apoio da cobertura, protegidos por placas de acrílico, em quatro atris, figuram poemas e pinturas de Federico García Lorca, poeta e dramaturgo, fuzilado durante a Guerra Civil de Espanha.



Figura 11: Poema de Federico García Lorca, integrado na obra *Mesa de Piquenique para Huesca* (Armajani)

Créditos: José Guilherme Abreu



Figura 12: Poema de Federico García Lorca, integrado na obra *Mesa de Piquenique para Huesca* (Armajani)

Créditos: José Guilherme Abreu

As duas obras referidas, uma em articulação com o património edificado – a célebre Ponte de Brooklyn – e o outro integrado em pleno património natural, são testemunho do diálogo simbiótico da Arte Contemporânea com o património cultural e natural, e ao mesmo tempo da sua apropriação pública.

De resto, como costume assinalar, a obra de Siah Armajani logra resolver o célebre dilema de Arnold Schoenberg, quando este diz: “se é arte, não é para todos, e se é para todos, não é arte” (Schoenberg, 1950, p. 124).

Na verdade, a produção artística de Siah Armajani logra ser ao mesmo tempo arte, e inclusive arte contemporânea, e arte para todos.

Como obtém o artista esse efeito? Ao promover a apropriação pública da obra pela sua utilização, e ao fomentar simultaneamente a reflexão dos cidadãos, através da colocação de citações de carácter filosófico, literário ou reproduções artísticas, que interpelam o utilizador, para lá do uso literal, ou da mera atividade motora, convidando-os a descobrir os autores desses mesmos registos.

Arte virada ao mesmo tempo para a ação e para a reflexão, as peças de Armajani não são porém nunca retóricas, aspeto que importa salientar. Na verdade, é pela rejeição radical de toda e qualquer retórica que elas manifestam ser obras contemporâneas.

E é também pela rejeição da retórica que a produção artística de Armajani atualiza o ideário progressista e (per)formativo da arte pública que, como vimos, presidiu à sua génese, ao mesmo tempo que descarta a esterilidade retórica de Eugène Broerman, secretário-geral dos congressos internacionais de arte pública, entre 1898 e 1910.

O IDEÁRIO CONCEPTUAL DE SIAH ARMAJANI

Não é, pois, por acaso, que em Siah Armajani ocorre a superação do dilema de Schoenberg, mas por refletida e consciente opção estética e poética, como o seu manifesto (1995) o comprova.

Texto composto por vinte e seis proposições, o manifesto de Siah Armajani (1995) é uma das reflexões mais desenvolvidas da teoria da arte pública.

Recorremos de novo à metodologia da análise por tópicos, na Tabela 3 (ver Apêndices).

A análise da Tabela 3 deve ser levada a cabo tomando em conta o número de vezes que um dado tópico ocorre e, em simultâneo, considerando a ordem com que o mesmo aparece na tabela. Um tópico aparecer antes (número de preposição inferior) deve ser considerado, em nossa opinião, como prioritário. Um mesmo tópico aparecer em várias preposições deve ser considerado, em nossa opinião, crítico.

Partindo deste pressuposto, isso quer dizer que o aspeto prioritário, por excelência, da teoria da arte pública em Siah Armajani é a assunção do moderno, quando ele diz, no ponto 1, que “a escultura pública é a continuação da lógica do movimento moderno e do iluminismo, temperados e condicionados pela revolução norte-americana” (Armajani, 1995, p. 111).

Da mesma forma, poderemos aduzir que o aspeto crítico, por excelência, da teoria da arte pública em Siah Armajani é a defesa da dimensão social da obra da arte, quando ele diz, por exemplo, no ponto 11, que “a escultura pública não é apenas uma criação artística, mas também uma produção social e cultural baseada em necessidades concretas” (Armajani, 1995, p. 112), sendo essa premissa repetida de diferente modo noutras preposições.

Particular destaque deve ser dado à questão “Mito do criador” que aparece em segundo lugar no enunciado e que é reiterado três vezes.

Eis um resultado possível, que corresponde à elaboração de uma síntese do texto, e que a título de exemplo elaboro para aqui: a escultura pública democrática “assume a modernidade”, ao mesmo tempo que “relativiza a autoria”. Visando explorar a dimensão social da arte, a escultura pública democrática “recusa a autorreferencialidade da obra de arte”, e simultaneamente “rejeita a especificidade de sítio”. Sendo uma “arte pensada para todos”, a escultura pública democrática é uma “arte não pretensiosa” que visa a “partilha de valores éticos”, e que se apresenta como “arte disponível e útil”. Permanecendo “independente face à arquitetura”, a escultura pública democrática descarta a utilização “para fins de propaganda” e mantém-se permanentemente “aberta à opinião pública” (Abreu, 2019).

Apesar de se conceber como rigorosa e isenta, esta perspetiva de análise é obviamente estabelecida a partir de um dado ponto de vista, aspeto que não pode ser escamoteado.

Seja como for, a partir desta análise e da respetiva síntese, ficam estabelecidos os eixos fundamentais da teoria da arte pública de Siah Armajani, e facilitada a sua compreensão, ao mesmo tempo que se torna possível confrontar o enunciado teórico com a produção artística, desenvolvida a partir da disciplina praticada pelo autor: a escultura pública.

SIAH ARMAJANI VS RICHARD SERRA?

Terminamos o presente estudo com a referência a uma obra de Armajani que não sendo uma obra instalada no espaço público, curiosamente, não deixa de refletir a mesma preocupação para com a esfera pública.

Trata-se da peça *Fallujah* cujo título alude a uma cidade do Iraque, situada na proximidade da cidade de Abu Ghraib, onde se situava a sinistra prisão do mesmo nome.

Na noite de 28 de abril de 2003 uma multidão de duzentas pessoas desafiou um toque de recolher imposto pelos militares americanos, e reuniu-se diante de uma escola secundária usada como quartel-general militar, exigindo a sua reabertura. Os soldados da 82ª Divisão Aérea dispararam contra a multidão, tendo provocado dezassete mortos e setenta feridos.

Um protesto contra as mortes realizado dois dias mais tarde também terminou em conflito com forças americanas, onde duas pessoas morreram, vítimas de disparos.

Em 31 de março de 2004, revoltosos iraquianos em Fallujah fizeram uma emboscada a um comboio que continha quatro militares contratados pela empresa Blackwater USA, o que provocou uma operação das forças armadas americanas para retomar o controlo da cidade. Essa operação saldou-se em milhares de mortos.



Figura 13: Armajani (2007), “Fallujah”, Artium, Vitória

Fonte: Raverty (2007, n. p.)

Terminada em 2005, a peça de Siah Armajani foi exposta ao público, pela primeira vez, no Museo de Arte Contemporâneo de Vitória, no País Basco, não só porque a sua exposição tinha sido proibida nos Estados Unidos durante a Presidência de George W. Bush, mesmo numa galeria privada, de acordo com a seguinte notícia:

há 70 anos, um día como hoje, a aviação nazi que apoiava os rebeldes com o general Franco bombardeou Gernika, inaugurando a infame lista de ataques aéreos indiscriminados contra a população civil. Picasso pintou como denúncia daquele crime *Guernica*, uma das obras de arte que melhor refletem a barbárie humana. Ontem inaugurou-se no *Artium* a exposição *Fallujah*, do artista iraniano Siah Armajani, obra que bebe do quadro de Picasso e que denuncia outro ato de guerra: o bombardeamento dessa cidade iraquiana pelo exército dos EUA, em que morreram 6.000 civis. A inauguração de *Fallujah* no *Artium* supõe também a apresentação internacional da obra que Siah Armajano terminou em 29 de agosto de 2005. A censura que se vive nos Estados Unidos com tudo o que se refere à guerra no Iraque impediu que este criador iraniano residente no país americano tenha podido apresentar a sua obra, nem mesmo numa galeria de arte privada. (Crespo, 2007)

Na presente instalação, Armajani representa uma casa pequena, de dois andares, o segundo derrubado sobre o primeiro, abatido sobre os objetos e as pessoas que se encontravam no dormitório. Um cavalinho de baloiço, uma carpete, uma jaula vazia e outros objetos de uso quotidiano completam o cenário, emprestando uma nota dramática à obra, que se reforçam de resto com inequívocas alusões à conhecida tela de Picasso sobre o bombardeamento da cidade de *Guernica* pela aviação nazi, situada a escassas dezenas de quilómetros do *Atrium*.

Apesar de não se encontrar implantada no espaço público, não será legítimo considerar esta uma obra de arte pública, ainda assim? Não preenche a mesma os requisitos previamente formulados por Siah Armajani para definir o que deve ser uma obra de escultura pública?

Sobre a proibição que pendeu sobre esta peça durante a presidência de George W Bush, Siah Armajani pronunciou-se como se segue:

Durante toda a minha vida artística contei com facilidade para expor o meu trabalho, mesmo quando era jovem. Agora aos 68 anos, tive que pedir ajuda a amigos espanhóis para poder apresentar o meu trabalho. (Siah Armajani, citado em Crespo, 2007)

A oposição à exibição de *Fallujah* numa galeria de arte privada, para nós reveste-se de uma particular relevância teórica. É que a mesma vem demonstrar algo que há muito vimos defendendo: não é o direito de propriedade que atribui (ou retira) à obra de arte a qualidade de ser entendida como obra de arte pública.

Além desse ponto, que não é de somenos, esta peça introduz um outro aspeto que importa destacar: ela dialoga com o património, na medida em que se concebe na adoção de traços da iconografia/simbólica da *Guernica* de Picasso.

De resto, as peças de Siah Armajani integram-se no Património, em vez de se oporem a ele. *Ponte sobre Árvore* dialoga com o património histórico monumental (Brooklyn Bridge). A *Mesa de Piquenique para Huesca*, integra-se no património natural do Vale de Pineta, nos Pirenéus aragoneses, e o *Jardim de Estudo*⁴, instalação com que Armajani participou no “Skulptur Projekt Munster” de 1987, integra-se no património edificado.

Esta instalação permanente insere-se no ciclo “Espaços de Leitura”, cujas peças e maquetas Siah Armajani apresentou em 1995, em Barcelona, no MACBA, sendo precisamente no catálogo dessa exposição que publicou o seu manifesto.

Como contraprova, poderíamos invocar o caso do *Tilted Arc*⁵, de Richard Serra que sendo uma obra inserida no programa federal de Arte Pública do General Services Administration (GSA), e porque o mesmo não se enquadra dentro dos parâmetros do conceito de arte pública exarados no manifesto de Siah Armajani, dificilmente pode ser reconhecido como uma obra exemplar de arte pública.

O *Tilted Arc* não pode considerar-se uma obra de arte pública, pelo menos ao abrigo do que se encontra definido como tal, no “Manifesto public sculpture in the context of american democracy” (Armajani, 1995), já que viola claramente três dos seus tópicos definidores, a saber, os tópicos relativização da autoria; recusa da autorreferencialidade da obra de arte; rejeição da especificidade do sítio, e outros, além destes, poderiam ser de igual modo legitimamente invocados.

Não será, pois, de admirar que um dia a peça *Fallujah* ainda venha ser instalada no espaço público, para lembrar o período negro da História norte-americana, vivido

⁴ Ver <https://www.skulptur-projekte-archiv.de/en-us/1987/projects/6/>

⁵ Ver <https://d2jv9003bew7ag.cloudfront.net/uploads/Richard-Serra-Tilted-Arc.jpg>

imediatamente a seguir ao infame ataque terrorista de 11 de setembro de 2001 às Torres Gémeas, e que teima a reeditar-se, na atualidade.

ILAÇÕES FINAIS

O itinerário artístico e conceptual de Siah Armajani permite-nos retirar um conjunto de ilações finais que nos parecem particularmente relevantes, tal como passamos a enumerar:

- uma obra de arte pública contemporânea não tem necessariamente de se conceber como conceptualmente oposta ou incompatível com o património histórico-cultural. O caso de Siah Armajani é a esse título eloquente, não porque ao nível da sua produção artística algumas das suas obras mais notáveis coabitam simbioticamente com o património histórico e até monumental, como também no plano da sua produção teórica se verifica a consonância do ideário que professa, com o ideário do movimento em prol da arte pública surgido nos finais do século XIX, como vimos;
- uma obra de arte pública contemporânea não adquire a qualidade de poder considerar-se “pública” só porque se apresenta colocada no espaço público. Existem inúmeras peças que nunca foram pensadas para figurarem no espaço público que são por direito irrefutáveis obras de arte pública. O caso da tela *Guernica* de Picasso e da instalação *Fallujah* de Siah Armajani, são exemplos flagrantes dessa circunstância;
- tal como a implantação no espaço público não é critério para conferir o estatuto de obra pública a uma obra de arte, também o critério do financiamento não é suficiente para conferir o estatuto de obra pública a uma obra financiada com dinheiros públicos. Existem obras financiadas por fundos particulares que não deixam por isso de ser obras públicas, como acontece com as obras de arte integradas na arquitetura privada em edifícios abertos ao uso público, como por exemplo em bancos, universidades privadas ou centros comerciais. E claro está, da mesma forma não devem também considerar-se obras de arte pública, todas aquelas que apesar de financiadas por dinheiro público, violem os valores da democracia e da fraternidade;
- não é porque uma estátua é figurativa ou apologética que automaticamente a mesma pode ser considerada de propagandística e, como tal, obsoleta. Não há à partida tipologias escultóricas ou modelos pictóricos bons e tipologias escultóricas ou modelos pictóricos maus. O que há é conteúdos e/ou funções compatíveis ou incompatíveis com a cidadania democrática e a convivialidade cívica.

De todos os critérios o da cronologia é o mais falível, como demonstrou Georges Didi-Huberman em *Devant le temps: histoire de l'Art et l'anachronisme des images* (2000), depois de surpreender nos painéis inferiores do fresco *Madona delle Ombre* de Fra Angelico, datado de meados do século XV, inequívocas conotações com a pintura gestual de Jackson Pollock, que viria a afirmar-se internacionalmente, em meados do século XX, no segundo pós-guerra.

REFERÊNCIAS

- Abreu, J. G. (2010). El concepto de arte público. Sus orígenes y significado actual. In B. G. Vega, M. B. Balbás & J. P. L. Lorente (Eds.), *Arte público hoy. Nuevas vías de consideración y interpretación crítica. Actas del congreso internacional de críticos de arte* (pp. 17-29). Burgos: AECA/ACYLCA.
- Abreu, J. G. (2013). Arte pública. Orígenes e condição histórica. In *Actas do colóquio internacional arte pública e envolvimento comunitário* (pp. 17-37). Porto: Universidade Católica Editora.

- Abreu, J. G. (2015). A arte pública e as suas especificidades. In M. Á. C. Martín (Ed.), *Ciudad y artes visuales* (pp. 43-55). Madrid: Grupo de Investigación Arte, Arquitectura y Comunicación en la Ciudad Contemporánea, Universidade Complutense de Madrid.
- Abreu, J. G. (2018). A arte pública como meio de interação social: da participação cívica ao envolvimento comunitário. In B. P. de Almeida, C. Rosendo & M. B. Alves (Eds.), *Arte pública. Lugar, contexto, participação* (pp. 167-183). Lisboa: IHA-FCSH, Universidade Nova de Lisboa e Câmara Municipal de Santo Tirso.
- Abreu, J. G. (2019). *Lecture texts*. Porto: UCP.
- Armajani, S. (1995). Manifesto public sculpture in the context of american democracy. In G. Picazo (Ed.), *Espacios de lectura/reading spaces* (pp. 111-114). Barcelona: Consorci del Museu d'Art Contemporani de Barcelona.
- Broerman, E. (1895). *L'art appliqué à la rue et aux objets d'utilité publique*. Bruxelles: Alfred Castaigne Éditeur.
- Broerman, E. (Ed.) (1907). L'art public. *Revue Internationale d'Art Public*, 1.
- Broerman, E. et. al. (1898). *Premier congrès international de l'art public tenu à Bruxelles du 24 au 29 septembre 1898*. Bruxelles: Académie Royale des Beaux-Arts.
- Broerman, E. et. al. (1905). *IIIe congrès international de l'art public tenu à Liège 12-21 Septembre 1905*. Bruxelles: Académie Royale des Beaux-Arts.
- Broerman, E. et. al. (1910). *IVe congrès international de l'art public. Rapports et compte-rendus*. Bruxelles: Académie Royale des Beaux-Arts.
- Crespo (2007, 26 de abril). Txema G., Siah Armajani exhibe en el artium su denuncia del ataque norteamericano a civiles en Irak. *El País*. Retirado de https://elpais.com/diario/2007/04/26/paisvasco/1177616414_850215.html
- Didi-Huberman, G. (2000). *Devant le temps: histoire de l'art et l'anachronisme des images*. Paris: Les Éditions di Minuit.
- Elliott, D. (1979). *Rodchenko and the arts of revolutionary Russia*. Oxford: Museum of Modern Art.
- Johnstone, M. (2018). *The freemasons: the ancient brotherhood revealed*. Londres: Arcturus Publishing Limited.
- Luesma, T. (2010). Arte público: paisaje, arte y naturaleza. In B. G. Vega, M. B. Balbás & J. P. L. Lorente (Eds.), *Arte público hoy. Nuevas vías de consideración y interpretación crítica. Actas del congreso internacional de críticos de arte* (pp. 101-110). Burgos: AECA/ACYLCA.
- Mechlin, L. (1922). Art life in Washington. *Records of the Columbia Historical Society*, 24, 164-191.
- Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía. (2000). Siah Armajani [Exposição]. Madrid. Retirado de <https://www.museoreinasofia.es/en/exhibitions/siah-armajani>
- Raverty, D. (2007). Siah Armajani: Fallujah and other recent glass constructions. *Sculpture Magazine*, 26(10). Retirado de https://www.sculpture.org/documents/scmag07/dec_07/armajani/armajani.shtml
- Return to exile Siah Armajani. (2010, julho/agosto). *ArtAsiaPacific Magazine*, 69. Retirado de <http://artasiapacific.com/Magazine/69/ReturnToExileSiahArmajani>
- Ressler, M. (2013). Brussels 1893. The origins of an aesthetic revolution. *Art Nouveau*, 5(9/10), 92-95.
- Schoenberg, A. (1950). *Style and ideas. Selected writings*. Nova Iorque: Philosophical Library.

Shaw, E. (1970). *Computer print-out makes nine feet column in museum show*. Nova Iorque: MoMA.

Smets, M. (1995). *Charles Buls. Les principes de l'art urbain*. Liège: Mardaga.

Tomkins, C. (1990, 19 de março). Open, available, useful. *New Yorker*, 52-54.

APÊNDICES

ARTIGOS	ASSUNTOS	Nº DE §	TEOR
Art. 1º	Objetivos do IIAP	3	Difundir a arte pública na teoria e na prática; concretizar as decisões dos congressos de arte pública; preparar os congressos internacionais de arte pública; editar um boletim periódico
Art. 2º	Sede e secções do IIAP	7	Sediado em Bruxelas; dividido em sete secções: educação estética (escola e família); educação especial (escolas técnicas; profissionais e industriais); museus e exposições; teatro, espetáculos e festas; aspeto das cidades, vilas e paisagens; legislação e regulamentação protetora da arte pública; documentação, bibliografia e iconografia;
Art. 3º	Tutela e membros	1	Tutela dos estados, províncias e cidades aderentes; composição: membros de honra (chefes de estado, membros protetores, membros efetivos; conselho permanente de 40 membros;
Art. 4º	Órgãos executivos do IIAP	1	Colégio internacional e Conselho permanente
Art. 5º	Colégio internacional	1	Colégio internacional (assuntos gerais; delegados, membros efetivos, duração mandatos seis anos, presidente, vice-presidente e secretário-geral, cotizações)
Art. 6º	Administração e direção	1	Conselho permanente de 40 membros belgas, nomeados pelo Colégio internacional; comissão administrativa; duração dos mandatos seis anos.
Art. 7º	Colégio internacional	1	De dois em dois anos. Fixa o local e a data dos congressos internacionais e assembleias gerais dos membros do instituto
Art. 8º	Recursos do IIAP	3	Cotizações dos membros protetores e membros efetivos: subvenções dos estados; doações, legados, direitos, etc.
Art. 9º	Boletim do IIAP	1	Publica informações e documentos com interesse para cada secção e para todos os países sobre o instituto e a sua obra
Art. 10º	Alteração dos estatutos	1	Podem ser alterados pelo Colégio internacional depois de ouvido o Conselho permanente. As alterações devem ser propostas à Comissão administrativa com seis meses de antecedência
Art. 11º	Condições de dissolução do IIAP	1	A dissolução do IIAP deve ser decidida em documento assinado por pelo menos um quarto dos membros do instituto
Art. 12º	Dissolução (ativos)	1	Após a dissolução os ativos do instituto devem ser afetados a obras de educação artística

Tabela 1: Estatutos do Instituto Internacional de Arte Pública (IIAP)

Fonte: Broerman, 1907

ASSUNTOS	TÍTULOS	AUTORES	EXCEROTOS
Edital	A arte pública	Eugène Broerman	Os monumentos comemorativos, os viadutos, as edículas e os objetos de utilidade pública: quiosques, fontes, candeeiros, bancos, caixas de correio, postos telefónicos, mostradores elétricos, sinalética, etc., de-vem ser obras de arte, tal como os quadros e as estátuas para os museus, onde entram apenas as obras dignas de aí figurar, apesar de esse destino desviar a arte da sua missão social, enquanto na rua e nos monumentos civis e religiosos – museus da vida pública – se toleram ainda formas vulgares. (p. 5)
	Provença (soneto)	Frédéric Mistral	Provença, tu também, sem dinheiro, sem exército - /Nada a não ser para a tua beleza, nada a não ser para ser amada /- Tu serás para sempre a Rainha do Sol (p. 11)
	A cidade de Paris e a arte pública no século XVI	Marius Vachon	Desde sempre – pelo menos a partir do século XIII – a administração municipal da cidade de Paris contou com um funcionário tendo entre as suas atribuições uma espécie de serviço de arte pública, para a construção e vigilância das construções municipais, serviço ao qual estava anexada a manutenção das ruas e das praças. Este funcionário tinha o título de “Mestre das obras de alvenaria e pavimentação da cidade”. (p. 15)
Tradições nacionais	Pela beleza	Carmen Sylva	Para isso que a beleza seja compreendida e concebida por aqueles que procurarão exprimi-la no seu trabalho. Assim, eles dedicar-se-ão a contribuir para o embelezamento social e realizarão pela educação pública, de que são os obreiros, os votos unânimes dos congressos de arte pública. (p. 24)
	A educação artística nacional	Water Crane	Na sua associação com a vida humana, nós vemos talvez a mais importante função da arte na sua divulgação pública, permeando a socialização e o espírito refinado da beleza e harmonia da vida e do aspeto das nossas cidades. Nesta direção há de facto mito para se fazer em todos os países e é nesta base que todos os pontos de vista da arte parecem unir-se – educacional, histórico, técnico, imaginativo, monumental. Aqui, nós temos de educar o economista, o sanitário, o utilitário, e lutar contra o estreito e sórdido espírito comercial, que apenas pensa no benefício monetário imediato, e esquece o vasto e mais verdadeiro investimento nacional- o bem-estar do povo, e o enriquecimento da vida pública, fazendo da beleza uma aquisição comum. (p. 26)
Salvaguarda dos sítios e patrimónios artísticos	A ressurreição de Herculano	H. Carlon de Wiart	Charles Waldstein, que dirigiu importantes escavações em Platea, Erétria, Sícion, Esparta, Argos, e que ensina há vinte e sete anos na Universidade de Cambridge, pertence a essa estirpe americana para quem os obstáculos não passam de encorajamentos à ação. Decidiu provocar um entendimento internacional cujo objeto seria a ressurreição de Herculano. Uma tal empresa, dizia ele, exigiria grandes despesas, pelo que seria injusto impor o seu encargo apenas à Itália. Por outro lado, convinha que este país tivesse na organização e execução do projeto uma parte preponderante. (p. 30)
	As ardenas e a gruta de Hans	Ed. De Pierpont	A comovente montanha escavada com os seus movimentos interiores congelados esconde construções fantásticas ornamentadas de estalactites diamantíferas, obras decorativas magicamente originais realizadas pela gota de água e pelo tempo, em formas equilibradas, amplas, verdadeiros modelos de ornamentação proporcionada. Mas é necessário ver essas salas como elas são: as débeis tochas não permitiam deixá-las revelar-se ... isso foi o resultado da iluminação elétrica, problema ingrato, gloriosamente resolvido (p. 36)

	As transformações de Bruxelas	L. Dumont-Wilden	Ao mesmo tempo que os que lhes as ordenam [as cidades] desenham esses cordões retilíneos que as vias traçam através das casas, eles creem ser indispensável de arranjar nessa acumulação de pedras um oásis de verdura que nos faça lembrar o esplendor variegado dos bosques. Mas é o centro da cidade que, por norma, é o único que beneficia da doçura dos parques urbanos. A periferia das grandes cidades é geralmente desprovida da alegria do frondoso, e as aglomerações criadas bruscamente pela centralização social são rodeadas de imensos e leprosos arrabaldes. É o esforço de todos aqueles que se interessam pela beleza e pela salubridade citadinas de arejar, de clarear, de embelezar esses subúrbios durante tanto tempo deixados ao abandono. (p. 39)
	Da construção moderna das cidades na Alemanha	J. Siebben	Do ponto de vista da arte, a qualidade essencial das praças livres encontra-se no seu enquadramento; o enquadramento é uma necessidade imperiosa para as praças do mercado, para as praças com jardim e sobretudo para as praças monumentais, quer dizer destinadas a receber edifícios e motivos de arquitetura. A melhor implantação dos edifícios e dos motivos é na periferia da superfície livre, e não na praça em si mesma; no último caso as considerações de enquadramento e de escala aplicam-se ao que fica da praça. Para completar o enquadramento utiliza-se muitas vezes portas (portas das cidades, arcos-de-triunfo, arcadas sobrepujadas de construções ou motivos esculturais) ou pórticos e arcadas delimitando as esquinas das ruas. É necessário evitar erros de escala, e evitar sobretudo os espaços demasiado estendidos. Ao nivelamento convexo de uma praça, preferir-se-á a superfície côncava. Cada praça deve ser tratada à parte, tanto quanto possível. (p. 48)
Evolução artística das cidades	O desenvolvimento artístico das cidades americanas	Glenn Brown	O modelo do Mall que oferece a reintegração e desenvolvimento do desenho de Pierre l'Enfant, demonstra o que pode ser feito pela franqueza, simplicidade e dignidade no tratamento e agrupamento de estruturas clássicas. A composição contempla dois eixos principais, um leste e oeste que começa com o Capitólio e deixa como elemento central o Monumento a Washington, terminando com o Memorial Lincoln; o outro, que começa pela Casa Branca, e tem como elemento central o Jardim do Monumento, terminando com o Monumento aos criadores da Constituição. O ajardinamento e as veredas do parque, os adornos arquitetónicos e o fornecimento de novos prédios foram projetados para aprimorar as dimensões do Capitólio, da Casa Branca, do Monumento a Washington, do Lincoln Memorial e o Memorial da Constituição que são os principais pontos de interesse e beleza na composição. (p 52-53)
	O papel da crítica de arte	Frantz Jourdain	As nossas avenidas, os nossos cruzamentos, as nossas praças são desonradas por monumentos agressivos que os hotentotes não querem; o Sr. Puech, que se enfurece contra nós sem piedade, conseguiu relegar o marechal Ney, de Rude, para um canto escuro e colocar no lugar desta obra-prima radiante sua escultura assustadora. Aqui está o bobo Alfred de Musset da Comédie Française; ali o grotesco Chappe do Boulevard Saint-Germain; mais adiante fica a lanterna de Shakespeare, na avenida Malesherbes, a estreita Jeanne d'Arc de Dubois, o surpreendente Victor Hugo de Barrias e, finalmente, o Monumento Garnier, cujo belo busto de Carpeaux se transformou numa rolha de garrafa e cujo dou-rado ofuscante e selvagem evoca a lembrança de um pesadelo de zinco. E contra estes horrores, as críticas não emitiram um único grito de indignação e raiva, nem um homem de letras reivindicou a escolha vingativa dos demolidores! Sorrímos, aplaudimos e passamos com pressa para concluir um caso lucrativo de publicidade com um negociante de arte ou um amador ansioso para liquidar sua galeria pelos preços mais altos. Críticas informadas e inteligentes podem ter uma influência significativa na precisão da visão e na produção artística de uma época. Um esforço energético ainda nos salvaria do desconforto que nos envolve. Esperemos que a imprensa retome a tradição do passado e entenda, finalmente, que sua verdadeira missão é a educação do povo. (p. 55)

A imagem na escola	A. Stuys	Por aplicação de um desejo da III Congresso de arte pública, foi constituída na cidade de Bruxelas, há alguns meses, uma Comissão encarregada de escolher cerca de vinte locais pitorescos e característicos do país; artistas serão responsáveis pelas executar; A litografia De Rycker e Mendel as reproduzirão em formato grande e colorido, e que serão vendidas a preços baixos. Todas as escolas em breve poderão colocar sob os olhos dos alunos belas representações artísticas dos vários aspetos da terra natal. Três conselhos já foram aprovados pela Comissão: dois de Cassiers (uma fazenda flamenga perto de Bruges, a praia) e um de F. Toussaint (Meuse a jusante de Dinant). Depois vêm as vistas de Bruxelas, Bruges, Gante, Antuérpia, Liège, Campine, Ardenas, região industrial, etc. (p. 60)	
Ensino da arte industrial na Holanda	M. von Saher	Os professores são quase todos homens do ofício: arquitetos, escultores, decoradores, metalúrgicos, etc., e ensinam na escola dois dias por semana, os outros dias eles trabalham com os alunos nas oficinas. Dessa forma, ficam asseguradas as relações da escola com o atelier. O objetivo do programa é desenvolver a técnica do artesanato e permitir que o artesão encontre novas formas, decepcionar inspirado pela natureza, respondendo ao assunto e à matéria praticada. As altas concepções da arte antiga também são cultivada. Os estudantes que saem da escola têm grande demanda em oficinas e muitos deles ocupam lugares distintos no ensino de artes e ofícios. (p. 61)	
A cultura estética	O canto popular	Florimond Van Dayse	Os Liederavonden, desde a sua criação em Ghent, foram organizados em Antuérpia, em várias outras cidades do nosso país e na Holanda. Eles são certamente uma das melhores maneiras de desenvolver na classe trabalhadora o senso moral e o sentimento artístico, e deve contribuir efetivamente para a preservação da língua materna, a manutenção do gênio nacional. (p. 67)
Curso de estética	Mario Pilo	A arte será, portanto, feita por todos, significa que será feita para todos: as mesmas razões económicas e psicológicas, de liberdade... pelo menos a maior parte do dia, de igualdade ... pelo menos diante das primeiras necessidades, até estética, da vida e da irmandade ... pelo menos no desejo de que o prazer de alguém cresça, de rebote, como prazer para os outros, pelas mesmas razões, portanto, exigem que toda arte esteja à disposição e seja feita em benefício de todos os homens: construções mais bonitas e mais monumentais, assim como as catedrais e os palácios reais, agora serão as casas das pessoas, os municípios, as escolas, as galerias, mercados, estações, edifícios públicos de todos os tipos; e as menores, mas não menos confortáveis e felizes, serão as pequenas casas para uma família cada. (p. 74)	
Carta do síndico de Florença	J. Niccolini	Florença é representada pelo seu Síndico ao Colégio Internacional do Instituto de Arte Pública, com a esperança de que o Instituto, agindo sob os auspícios que valem as promessas mais vinculantes, levante poderosamente a voz para as novas necessidades da arte, para que todas as produções da civilização moderna ganhem vida com um novo fôlego revigorante. Florença, que em outros momentos esteve à frente dessa grande evolução das artes e das letras que iluminam o mundo, vê com a maior satisfação o encontro das forças vivas das nações civilizadas, para reagir contra o mundano na vida moderna e direcionar sua atividade criativa para os mais puros fundamentos do Belo. (p. 76)	

Tabela 2: Excertos de artigos da revista do Instituto Internacional de Arte Pública

Fonte: Broerman, 1907

CLASSES DE TÓPICOS	NÚMERO DAS PROPOSIÇÕES	PONTO DE VISTA DEFENDIDO SOBRE O TÓPICO
Modernidade	1	Assunção do moderno
Mito do criador	2, 3, 12	Relativização da autoria
Dimensão Social	4, 6, 9, 11	Recusa da autorreferencialidade da obra de arte
Contexto espacial/lugar	5, 10, 16	Rejeição da especificidade do sítio
Cidadania	7, 22, 24	Arte pensada para todos
Domínio estético	8, 13, 23	Arte não pretensiosa
Dimensão ética	14	Partilha de valores éticos
Funcionalidade	15, 25	Arte disponível e útil
Relação com a arquitetura	17, 18, 19	Independência face à arquitetura
Grandes narrativas	20, 26	Descarta a utilização para fins de propaganda
Esfera pública	21	Abertura à opinião pública

Tabela 3: Tópicos do “Manifesto public sculpture in the context of american democracy”

Fonte: Armajani, 1995

NOTA BIOGRÁFICA

Professor Auxiliar Convidado, doutoramento em Estudos do Património, doutoramento em Conservação e Restauro de Bens Culturais, mestrado em Conservação e Restauro de Bens Culturais. Investigador permanente do Centro de Investigação em Ciência e Tecnologia das Artes, coordenador do R3iAP.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4022-7771>

Email: jgabreu@porto.ucp.pt

Morada: Universidade Católica Portuguesa, Rua de Diogo Botelho, 1327, 4169-005 Porto

Submetido: 02/09/2019

Aceite: 31/11/2019

AS NOVAS TÉCNICAS DE PESQUISA EM COMUNICAÇÃO VISUAL: UMA PROPOSTA METODOLÓGICA DA VIDEOGRAFIA

Alba Marin

Departamento Comunicação Hipermédia, Universidade Savoie Mont Blanc, França

Fernando Contreras

Departamento de Jornalismo 1, Universidade de Sevilha, Espanha

RESUMO

O objetivo deste trabalho é mostrar a aplicação da videografia na pesquisa em comunicação e especificamente a proposta de um modelo metodológico para produções audiovisuais de não-ficção. Superados os debates sobre a fragilidade epistémica da antropologia audiovisual, podemos adotar essas ferramentas visuais caracterizadas pela diversidade de formatos e suportes à pesquisa social. Para o estudo do documentário, a interdisciplinaridade permite um trabalho flexível baseado na inter-relação de elementos das diversas disciplinas envolvidas. Propomos um modelo metodológico composto pela aplicação de análise visual, entrevista em profundidade e videografia para o estudo do documentário audiovisual. Aplicamos o plano metodológico a uma amostra de documentários em diferentes formatos. A natureza expandida ou imersiva dos documentários que analisamos levou-nos à criação de categorias de análise específicas para esses novos formatos como o interativo, o transmedia ou o imersivo. Além disso, introduzimos o vídeo em 360° num de nossos estudos de caso para conhecer as suas possibilidades. O artigo fornece uma comparação entre os formatos de vídeo e uma reflexão teórica em torno do olhar do pesquisador e da natureza autorreferencial da pesquisa que compartilha o audiovisual simultaneamente como objeto e método.

PALAVRAS-CHAVE

comunicação; videografia; documentário; métodos visuais; metodologia

THE NEW RESEARCH TECHNIQUES IN VISUAL COMMUNICATION: A METHODOLOGICAL PROPOSAL OF VIDEOGRAPHY

ABSTRACT

The aim of this paper is to show the application of videography in communication research. Having overcome the debates on the epistemic weakness of audiovisual anthropology, we can adopt these tools characterized by the diversity of formats and supports for social research. For the study of non-fiction audiovisual production, interdisciplinarity allows flexible work based on the interrelation of elements of the various disciplines involved. We propose a methodological model composed of visual analysis, interview and videography for the study of audiovisual documentary. We have applied the method to a sample of documentaries and to three case studies of documentary productions in different formats. The expanded or immersive nature of the documentaries we analyse have led us to create specific categories of analysis for these new formats. Complementary we have introduced the 360° video in one of our case studies

to know its possibilities. Among the results obtained we highlight the creation of a visual, textual and audiovisual material that provides us with information for the study of the documentary. The article furnishes a comparison between video formats and a theoretical reflection around the researcher's gaze and the self-referential nature of research that shares the audiovisual simultaneously as an object and method.

KEYWORDS

communication; videography; documentary film; visual methods; methodology

INTRODUÇÃO: UMA PERSPETIVA AUDIOVISUAL PARA O ESTUDO DA COMUNICAÇÃO

A pesquisa em comunicação é um campo de estudo no qual devemos adaptar constantemente os métodos de pesquisa às formas emergentes de novos média. Num contexto em que as ações humanas e o ambiente sociocultural estão misturados com a tecnologia, devemos considerar o uso de técnicas de estudos visuais e meios digitais que possam ser complementadas com outras técnicas tradicionais de pesquisa em Ciências Sociais (como a análise de conteúdo ou a entrevista). Este trabalho mostra o registro da realidade com a tecnologia audiovisual como uma ferramenta útil para a pesquisa científica. Para isso, estudámos produções de não-ficção vinculadas a realidades alternativas, narrativas expandidas, participativas e móveis.

Entendemos o documentário como uma forma contemporânea de expressão audiovisual a meio caminho entre a criação artística e produções mediáticas, pelo que pode ser enquadrado no contexto dos estudos visuais (Bal, 2016; Brea, 2005; Canclini, 2010; Contreras, 2017). Os estudos visuais oferecem uma estrutura interdisciplinar que nos permite interrelacionar elementos das disciplinas envolvidas na criação audiovisual. Embora essas disciplinas não partilhem as mesmas metodologias, elas têm o mesmo objeto em comum. A teoria da comunicação é considerada uma “ciência encruzilhada” na qual várias ciências convergem (Rodrigo-Alsina, 1989, p. 113). O documentário encontra-se neste cruzamento em vários níveis. Estamos a falar de interdisciplinaridade porque o objeto de estudo é partilhado com outras disciplinas. Mattelart e Mattelart (1997) mostram-nos que “os objetos de estudo são muitas vezes impostos à investigação, em virtude dos métodos disponíveis, quando o que teria que ser feito é adaptar os métodos ao objeto” (Mattelart & Mattelart, 1997, p. 57). A sua perspetiva é semelhante à proposta por Brea quando este afirma a necessidade de uma abordagem “poliédrica” para o estudo da comunicação (Brea, 2005, p. 13). Ambos os autores concordam nos seus argumentos sobre a escolha de uma metodologia que combine disciplinas, referindo-se especificamente à fundação de uma epistemologia do visual na comunicação.

Quanto ao objeto de estudo da pesquisa em que o modelo metodológico proposto foi utilizado, a inovação tecnológica motivou cada vez mais documentalistas, Nonny de la Peña, Brad Lichtenstein e Jeff Fitzsimmons (*Across the line*, 2015); Gabo Arora y Chris Mikl (*Clouds over sidra*, 2015); Karim Bem-Khelifa (*The enemy*, 2017); Marcello Hopkins

(*On the brink of famine. Urgence au sud Soudan*, 2017); Maria Court e Rosemarie Lerner (*Proyecto Quipu*, 2013-2019) a propor narrativas experimentais em espaços partilhados para inclusão de utilizadores. Pensar agora no processo criativo de um pós-documentário difere da conceção tradicional de documentário cinematográfico linear, pois a inclusão de outras técnicas, como a realidade virtual, faz com que a dinâmica da produção mude necessariamente. A conceção do documentário voltou-se para a imagem do *pathos* (Bal, 2016), em relação à sua função na experiência humana, bem como às possibilidades associadas à função narrativa da imagem por meio da inovação tecnológica. Nesse contexto, a exploração da prática documental para entender a visualidade contemporânea e a sua instrumentalização adaptada às demandas de um espectador diferente, são dois caminhos que levam a novos fenómenos da comunicação mediada pela tecnologia.

A PESQUISA EM COMUNICAÇÃO COM MÉTODOS VISUAIS

Como explica Pauwels (2000), os métodos visuais estudam o que vemos e como damos sentido ao visual, a experiência de observação dos objetos visuais e a atribuição de sentido às representações visuais. Este autor acrescenta outra consideração fundamental no uso dos métodos visuais: “a aquisição de habilidades e conhecimentos necessários para produzir material visual como parte crucial do discurso científico” (Pauwels, 2000, p. 9).

A *Revue Française des Méthodes Visuelles* propõe uma definição de métodos visuais baseada numa tradição apoiada na pesquisa de imagens. Situa os métodos visuais numa estrutura de reflexão e prática de abordagem hermenêutica e heurística, a incursão da teoria crítica (Horkheimer & Adorno, 2016) e uma constante autorreflexão. “Poderíamos definir superficialmente os métodos visuais como o conjunto de métodos de pesquisa em Ciências Sociais e Humanas que não se limitam à produção e/ou entrega de escritos em seus modos de argumentação científica” (Boulidoires, Meyer & Reix, 2018, p. 11).

No exercício da etnografia visual e digital, os aspetos do pensamento crítico são muito cuidadosos. Os registos audiovisuais têm sido utilizados há anos em pesquisa etnográfica. O uso de softwares, dispositivos de fotografia e de vídeo, plataformas sociais ou aplicações móveis para análise qualitativa é atualmente reconhecido no campo académico e cada vez mais campos de conhecimento adotam essas inovações (Álvarez, Giraldo & Navarro, 2017). A todas essas inovações tecnológicas na pesquisa científica do documentário, devemos acrescentar a necessidade de uma consciência comprometida e política que garanta conclusões críticas, necessárias após o registro visual. Se levarmos em conta o papel participativo do investigador, especialmente com o uso da câmara de vídeo como uma ferramenta de pesquisa, a dimensão ética adquire relevância especial, bem como o comprometimento com os seus objetivos de investigação.

A videografia está posicionada nos debates etnográficos mais amplos sobre como a objetividade e a subjetividade, e o apelo à formulação de etnografias como textos multivocais em vez de dados objetivos. A videografia compreende e usa o vídeo como uma ferramenta para reorientar o poder

do olhar do pesquisador e dar voz aos sujeitos/participantes da pesquisa.
(Jewitt, 2012, p. 3).

A imagem surgiu nos primórdios da Antropologia, embora esta disciplina tenha sido um terreno acadêmico tradicionalmente dominado pela palavra. A imagem constituía uma ferramenta da coleção da informação e não funcionava como um testemunho ou como um arquivo mnemotécnico. Atualmente, a aquisição sensorial dos principais sujeitos da pesquisa torna-se mais importante que a recolha sistemática de dados de forma descritiva.

Apesar do reconhecimento progressivo do valor do visual, só nos anos setenta do século XX a imagem será reconhecida academicamente (Dion, 2007). Isso apesar de o cinema científico ter um passado mais distante. Por exemplo, Foam Malinowski (1884-1942) e Flaherty (1884-1951) promoveram o cinema etnográfico expositivo. Na Antropologia Visual Descritiva destacaram-se Regnault, Meda e Bateson (Febrer, 2013, p. 728). Na década de 1950, a obra de Jean Rouch (1917-2004) inspirou uma nova geração de antropólogos que impulsionarão a antropologia visual contemporânea. No panorama atual, os métodos visuais estão totalmente reconhecidos (Pink, 2006) e os trabalhos interdisciplinares enriquecem-se mutuamente. Com o desenvolvimento tecnológico dos dispositivos de captação e a invenção de outras formas narrativas na interpretação das imagens, a pesquisa social progride estudando práticas audiovisuais que vão além de uma atividade artística baseada na fotografia e no vídeo (Ibanez, 2006).

Os métodos visuais são herdeiros da Antropologia Visual, o que significa que a imagem é estudada como objeto e o visual usado como método de pesquisa. Seria uma falta de visão considerar apenas a função da imagem e não a experiência do observador face ao objeto da sua investigação. Na Antropologia Visual, a imagem é um elemento intrínseco ao método de pesquisa, que atua independentemente da natureza do objeto que ela representa. Assim, a metodologia visual não se baseia na análise estilística para gerar conhecimento relacionado com o valor estético. Trata-se de uma investigação com imagens (Dion, 2007) que no nosso caso específico se complica, porque a aplicamos ao estudo do documentário. O visual é método, objeto de estudo e processo de criação de imagens através da imagem.

A HERANÇA DA ANTROPOLOGIA VISUAL E OS MÉDIA

Parte da dificuldade de um estudo visual é a adaptação contínua do investigador à escolha de uma tecnologia de pesquisa apropriada. A investigação antropológica move-se para as comunidades virtuais. Isto conduziu à observação de comportamentos sociais na rede e à análise da atividade comunicativa mediada por dispositivos digitais. A etnografia virtual tem sido desenvolvida pela necessidade de adaptar métodos convencionais (etnografia física) aos objetos da cultura digital e da comunicação virtual.

Os média digitais ocupam um lugar central no nosso mundo. É através deles que nos relacionamos com os outros e até nos ajudam a entender-nos a nós mesmos.

A câmara de vídeo coloca em imagem o próprio espectador, como o aparelho fotográfico já tinha feito. Mas, ao contrário deste, convida-o a comunicar com os outros através deste meio, ou a observar-se nele mesmo. Esta *praxis* já se tornou típica em filmes, quando os casais comunicam os seus sentimentos através de gravações ao vivo ou projetando-se mutuamente. Isso estabelece em mãos privadas um meio de presença que já não está restrito ao estado antigo de um meio de lembrança, e que também não está sujeito ao salto temporal que anteriormente separou todas as imagens de seu espectador. (Belting, 2007 p. 103)

Nos primeiros estudos sobre comunicação mediada pela tecnologia, foi necessário transportar os métodos tradicionais para o novo contexto técnico (Hine, 2005). Devido à contínua evolução tecnológica, essa adaptação ainda é necessária, assim como repensar o papel do investigador e o cenário em que a sua investigação se realiza. O trabalho de campo move-se para o contexto digital e o investigador entra nesse espaço virtual para procurar relações sociais e comportamentos individuais (Turkle, 1997).

A Antropologia dos Média estuda a comunicação usando ferramentas visuais ou digitais. No caso de análise do filme de não-ficção, a Antropologia dos Média utiliza na investigação os mesmos procedimentos que intervêm na produção do objeto investigado: o observador encontra-se no observado. Analisamos o filme de não-ficção produzindo outro filme.

Dickey (1997) e Spiltunikn (1993) têm defendido a pesquisa antropológica em estudos dos média e, especificamente, nos processos de representação e construção de imaginários. A partir de novas interrogações sobre os média na década de 1990, a Antropologia Visual foi legitimamente integrada na investigação em comunicação para explicar as reações do público aos meios de comunicação (Dickey, 1997, p. 4).

A Antropologia dos Meios de Comunicação centra-se nas relações entre os jornalistas e as fontes, as relações humanas que rodeiam o trabalho de informação e o estudo de contextos e formas de receção. A etnografia virtual, que desenvolve o seu trabalho na internet, provoca a deslocalização total do campo de trabalho, a dissolução do espaço de estudo e a realocação do investigador. Em suma, o seu trabalho é desenvolvido nos novos cenários criados pelas tecnologias digitais. De acordo com Lemos (2008) não se trata de um confronto entre o “virtual” e o “real”, mas da migração da produção social de sentido de um espaço criado pelas redes, no qual intervêm as experiências de lugares físicos, objetos e pessoas reais.

Para o estudo da comunicação, Goodwin (1993, 2000) destaca a observação dos fenómenos visuais e dos processos de criação de significados. A gestualidade e a sua gravação em documentos visuais ajudam a compreender as realidades sociais. No seu trabalho, a análise não se concentra em eventos visuais isoladamente, mas nas práticas sistemáticas utilizadas pelos participantes na interação. Com a sua maneira de analisar é possível ir além das relações interpessoais das práticas audiovisuais no conhecimento de uma comunidade.

A comunicação mediada por computador e o reconhecimento académico da cibercultura, ajudaram a introduzir a versatilidade metodológica na etnografia (Hine, 2005). Exemplos incluem o trabalho de Flores-Márquez sobre o ativismo digital (2015); a União de territórios físicos e virtuais (Lemos, 2008), o trabalho de Edgar Gómez Cruz sobre a autorrepresentação (Gómez Cruz, 2012) ou o projeto “Selfiestories e dados pessoais: metodologias híbridas para a análise de narrativas visuais na cultura digital”¹.

A partir do modelo de antropologia pós-moderna (Dion, 2007; Geertz, 1992), a noção de objetividade muda com relação à investigação e uso da imagem. A utilização e produção de imagens era então considerada uma negociação construtiva entre os sujeitos e o investigador. Jean Rouch (1995) assume a transformação do papel tradicionalmente desempenhado pelo investigador, a câmara e a imagem apresentada, a interpretação e a participação do investigador como parte da própria pesquisa. Sarah Pink (2001) analisou os vários usos possíveis de vídeo em Antropologia. Nem todos os investigadores o empregam da mesma forma, como alguns que pretendem produzir vídeos editados. Pink defende a dimensão subjetiva da imagem que fornece uma reflexão sobre as experiências sensoriais. Isto é possível a partir da filmagem, uma vez que a imagem tem a capacidade de evocar sensações corporais de uma forma diferente da palavra. O vídeo não é apenas uma via para a recolha de dados, mas uma ciência aplicada que participa da negociação das relações sociais, um meio que gera conhecimento para a Etnografia (Pink, 2001, p. 138).

Nas abordagens originais de Rouch (1995), a câmara deixa de ser um objeto distante para se integrar como um participante na ação documental. A extração de conhecimento emerge desta imersão da câmara e do observador naquilo que é observado. Anteriormente, só se contemplava, e o observador tomava notas para explicar as ações do grupo. Era desta forma que validava os dados. Atualmente, o observador mergulha com a câmara como um participante do fenómeno social para obter informações a partir da colaboração e da interação. Uma colaboração provocada em algumas ocasiões quando o processo de criação de imagens é oferecido aos sujeitos para se autorrepresentarem, ou também para interagirem com imagens que lhes são mostradas, se estas já tiverem sido gravadas anteriormente.

Para esta reflexão recorreremos ao campo da Antropologia Visual num ambiente tecnológico como Bancks e Morphy (1997); Banks e Ruby (2011); Collier e Collier (1986); Hine (2005, 2015); Hockings (1995); Ibanez, Chabert, Lamboux-Durand e Wanono (2017); Pink (2001, 2006); Rouch (2003); Ruby (2000). Estes autores avançaram na narrativa documental com a utilização combinada de fotografia e vídeo em trabalhos iniciais, e depois com a hipermédia e o uso de diferentes dispositivos tecnológicos. Além disso, aperfeiçoaram a integração das tecnologias visuais e digitais no estudo etnográfico, de entre os quais podemos destacar a hipermédia (Ibanez, 2006).

O papel do observador e a sua ligação com a câmara determina a relação que é construída com a realidade e, neste caso, com o objeto de estudo. Lallier (2009) considera mais relevante a relação entre o filmado e quem filma na investigação e a utilização

¹ Informação sobre o projeto disponível em <https://selfiestories.net>

do movimento e do espaço no filmado e em quem filma: “a sequência filmada procede da relação social entre aquele que observa-filma e as pessoas filmadas” (Lallier, 2011, p. 107). Segundo Lallier (2011), a etnografia filmada é diferente daquela que é escrita, uma vez que a reciprocidade com a situação estudada é muito estreita. O etno-cineasta envolve-se, participa da ação, não permanece como um elemento estranho que não intervéem; há um envolvimento pessoal do investigador com o evento ou situação observada. Lallier denomina esta prática de observação filmada. Com isso define um tipo diferente de prática para o campo da pesquisa social, assim como o faz a observação participante.

PROPOSTA DE UM MODELO METODOLÓGICO AUDIOVISUAL INTERATIVO PARA A INVESTIGAÇÃO SOBRE O DOCUMENTÁRIO AUDIOVISUAL

A nossa proposta de modelo metodológico visual é baseada na triangulação das seguintes técnicas complementares: análise visual, filmagem participante e entrevistas em profundidade. Na abordagem etnográfica, a triangulação é comum: observação, entrevistas, análise de documentos e outras formas de recolha de dados combinadas (Flick, 2015). Segundo o autor, os estudos de caso são frequentemente realizados em investigações etnográficas nas quais vários métodos e dispositivos são utilizados para a recolha de dados. Projetámos este modelo metodológico para o estudo do documentário e aplicámo-lo em três estudos de caso que se encontravam na fase de produção. Em todos os três casos utilizou-se o vídeo como ferramenta de investigação para gravar diretamente diferentes estágios criativos durante a produção de documentários, bem como o resultado final entre o que foi filmado e a interpretação obtida da representação. Para completar a triangulação, realizámos entrevistas aprofundadas com os realizadores dos três documentários. O objetivo desta última técnica era aceder a informações que só poderíamos obter através de relações diretas com os criadores. Eles forneceram informações subjetivas e sem contaminação por outros fatores externos sobre a sua maneira de entender o processo criativo, a sua opinião sobre as contribuições das tecnologias de acordo com a sua experiência profissional e uma reflexão acerca do sucesso comunicativo em relação à representação e ao representado. Para isso, baseamo-nos principalmente nos trabalhos de Bruhn (2002), Flick (2011, 2015) e Mann (2016), sobre a entrevista como método de investigação em comunicação.

A etnografia é uma abordagem para estudar grupos e processos no seu ambiente natural, o que requer um uso flexível de métodos e muita paciência no campo. Os dados podem ser menos sistemáticos do que em outros métodos, mas podem ser mais holísticos nas descrições que tornam possíveis. Portanto, a generalização aqui é geralmente mais interna – no contexto – do que fora dos locais e campos em estudo. (Flick, 2015, p. 130)

No esboço da Figura 1, é possível ver como aplicamos a combinação desses métodos, com os quais conseguimos abordar o nosso objeto de estudo a partir de três perspetivas distintas: o trabalho final, a construção da representação e o ponto de vista do autor.

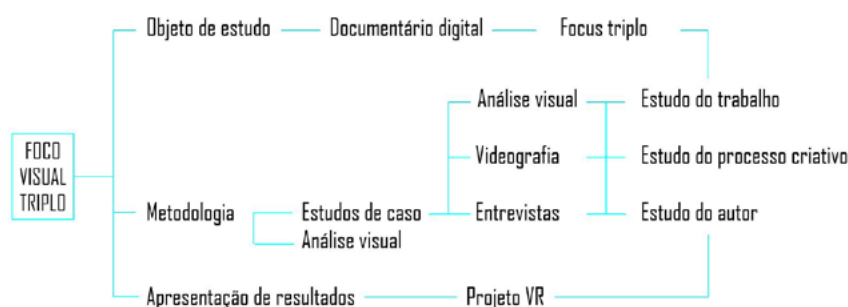


Figura 1: Esquema de triangulação metodológica e as abordagens de cada método ao objeto de estudo

Créditos: Alba Marín e Fernando Contreras

Os estudos de caso foram selecionados de acordo com as suas características formais e a sua capacidade de se adaptarem aos requisitos temporais da nossa investigação. Entre os três casos, devem abranger os principais formatos digitais, a inclusão do usuário, seriados para permitir conhecer a qualidade de uma peça já publicada e estar na fase de produção de outro capítulo ou documentário da série.

O documentário *La Primavera rosa* (Mário de la Torre, 2016-2018) é concebido como um projeto transmídia com vários capítulos, dos quais quatro já haviam sido publicados e um quinto estava em andamento. Esses quatro capítulos tinham um elemento diferenciador que os tornava ideais para o estudo: um formato diferente em cada capítulo, de maneira complementar ao audiovisual linear.

O documentário *Las sinsombrero* (Tania Balló, Manuel Jiméze e Serrana Torres, 2015-2019) é um dos documentários de referência da produção espanhola nos últimos anos, devido à sua natureza ampliada e à inovação no seu formato, especialmente o *webdoc* e o uso de redes sociais. Além disso, o seu *webdoc* inclui três níveis de interatividade que consideramos especialmente interessantes para analisar, pois não é comum encontrá-los no mesmo trabalho.

Hors-Cadre (Martín Charrière, 2017-2019) é uma série de não ficção em realidade virtual que atualmente possui quatro curtas-metragens e que usamos como exemplo de referência para o documentário imersivo, um subgénero ainda emergente.

O FORMATO DO MODELO DE ANÁLISE VISUAL

As perspetivas da história das imagens e dos meios só se justificam quando não se descartam mutuamente. A perspetiva visual da antropologia centra-se na *praxis* da imagem, que requer um tratamento diferente do das técnicas da imagem e sua história (Belting, 2007). A análise utiliza os estudos de caso que, na nossa pesquisa, consistiu numa amostra de documentários. Procurámos analisar os elementos que entram em jogo na criação do documentário audiovisual.

O modelo de análise requer inicialmente as categorias clássicas de filmes e as análises audiovisuais narrativas propostas por Barthes (2002, 2017); Belting (2007);

Bordwell Casetti e di Chio (1991); Derrida e Stiegler (1998); Gaufreault e Jost (1995); Giffreu Castells (2013); Köster (2005); Nichols (2010) ou Plantinga (2014). Para concluir a proposta de análise, adicionamos categorias específicas das obras transmédia ou imersivas. Chegados a este ponto, ressaltamos que essa análise tem que ser feita a partir de um profundo envolvimento do investigador, uma vez que muitas das obras são imersivas, personalizadas ou participativas, e a análise é feita da experiência completa.

CATEGORIA	DESCRIÇÃO NÍVEL 1	DESCRIÇÃO NÍVEL 2
Contexto	Descrição da obra Sinopse Dados técnicos	
Categorias formais	Códigos visuais Códigos gráficos Códigos de som	Movimento Composição Elementos textuais Natureza e utilização do som
Categorias da representação	Serialização (<i>set up</i>) – montagem Composição do espaço Composição da temporalidade	
Dimensões da narração	Marcas de enunciação Estrutura do relato Ponto de vista /ocularização	
Inclusão do espectador	Interatividade Participação Personalização Imersão	
Expansão do relato	Níveis e natureza	
Relação meio/imagem/utilizador	Especificações do formato Função da imagem	
Descrição final da experimentação pessoal da obra		

Tabela 1: Modelo de análise para o pós-documentário

COMO APLICAR A VIDEOGRAFIA NUM CASO PRÁTICO DE INVESTIGAÇÃO

Durante os dias de gravação da produção de documentários, introduzimos a câmara de forma interativa. Essa interação foi destinada a tirar proveito daqueles resultados que só podem ser fornecidos por uma observação participante. Para isso, a câmara e o processo de filmagem foram integrados na mesma produção do documentário que estudámos (Rouch, 2009). Procurámos também incorporar a abordagem antropológica visual de Lallier (2011) e a sua observação filmada:

a observação filmada não consiste simplesmente em observar com uma câmara, como se a utilização de um dispositivo por si só determinasse uma prática de campo. (...) De fato, a observação filmada não pertence a uma escrita propriamente dita ou a uma simples técnica de registro, mas a uma prática social: uma forma única de lidar face a face com o objeto da nossa representação. (Lallier, 2011, p. 105)

Por sua parte, Jewitt (2012) estabelece uma diferenciação na aplicação de vídeo à investigação, distinguindo entre vídeo participativo e videografia. O vídeo participativo é um processo de intervenção no qual os participantes têm acesso a ferramentas de gravação e/ou edição para criar a sua própria visão do objeto de estudo. Na aplicação da videografia, encontramos formas colaborativas de pesquisa muito próximas de documentários colaborativos e formas individuais mais próximas do diário filmado.

A videografia é geralmente usada para aprofundar questões culturais e sociais através da criação audiovisual: seja desde a antropologia visual (Collier, 1995; Collier & Collier, 1986) ou desde o documentarismo (Cyrulnik, 2018). A recente pesquisa de Stollbrock (2017) sobre memória e representação no documentário é um exemplo da aplicação mais difundida de técnicas visuais. O documentário *La Siberia* (Sierra & Stollbrock, 2015) serviu ao seu autor para desenvolver uma investigação *a posteriori* sobre a representação temporária a partir do seu documentário realizado numa fábrica de cimento na Colômbia. O projeto etnográfico, neste caso sobre a memória e representação corporal da mulher afro-venezuelana, de Vila Guevara (2017) é outro exemplo semelhante de um processo de pesquisa culminando na criação do documentário *Belén* (Vila Guevara, 2017). Ambos os casos nos mostram a atual aplicação de documentário audiovisual ou da videografia na pesquisa social.

A nossa proposta centrou-se na continuidade do estudo dos processos comunicativos aplicando metodologias visuais. A figura do realizador-investigador é prevalente na Antropologia Visual como argumentámos, bem como no campo da *investigação-criação*, associada principalmente à investigação artística.

Através das filmagens no trabalho de campo foram registadas uma série de ações que posteriormente foram interpretadas graças à análise comunicativa e também à criação da obra derivada que se produziu como resultado da pesquisa. Coincidimos com Cordido (2010) sobre a contribuição dos postulados da Antropologia Visual sobre o registro audiovisual para captar símbolos, formas e relacionamentos no âmbito cultural. Esta contribuição baseia-se na integração do método desde o início do trabalho de campo até à exposição dos resultados, após a análise do material obtido. O processo envolveu a passagem dos dados gravados para a sua interpretação por meio da união entre a explicação teórica e a construção de um discurso audiovisual.

CONSIDERAÇÕES ANTERIORES PARA A INTRODUÇÃO E UTILIZAÇÃO DO VÍDEO 360° EM INVESTIGAÇÃO

Para melhorar a metodologia propomos de forma complementar e emergente o uso de vídeo 360° como um dispositivo de gravação na nossa observação participante registada. Para a sua introdução, seguimos as etapas apresentadas na Tabela 2.

ETAPAS PARA A INTRODUÇÃO DO VÍDEO
Entrevistas prévias e autorizações de gravação
Inquérito sobre o dia para gravar e o terreno de observação
Definição de horários, locais e material técnico: plano de gravação
Objetivos específicos
Jornada de gravação
ETAPAS POSTERIORES À GRAVAÇÃO
Fichas de registo
Visualização, análise e categorização da informação
Redação de relatórios finais
Montagem do material e criação de trabalhos derivados

Tabela 2: Fases para a introdução e aplicação de videografia

CONSIDERAÇÕES TÉCNICAS: A EQUIPA AO SERVIÇO DA INVESTIGAÇÃO

Acreditamos que a equipa técnica e humana deve adaptar-se às necessidades específicas de cada investigação: mobilidade, adaptabilidade e discrição. Mesmo se usarmos a câmara interativamente não se trata de acumular a atenção. Portanto, ferramentas simultaneamente discretas e funcionais têm sido as adequadas no nosso caso. Insistimos na importância das ferramentas, pois afetam diretamente o trabalho do investigador e as informações obtidas.

A seleção dos dispositivos de gravação deve ser adaptada à situação de cada estudo de caso, aos objetivos da pesquisa e às capacidades técnicas do investigador/produtor. Se continuarmos na ideia da câmara como uma extensão do corpo, como um dispositivo que aumenta as capacidades de observação do fenómeno, é crucial aceitar que o equipamento não deve, em nenhum caso, ser um problema. Ou seja, a melhor ferramenta será aquela que não distrai o investigador para que ele possa concentrar-se no objeto de estudo e não no bom funcionamento dos dispositivos. Para atingir esse objetivo, propusemos uma série de requisitos associados ao equipamento técnico a levar em conta para o bom desenvolvimento do trabalho de campo (Figura 2).

A câmara grava de maneira pessoal, como uma prótese que se adapta ao investigador para estender o seu olhar. Para fazer isso, decidimos dispensar os instrumentos de estabilização ou de apoio da câmara. Não consideramos necessário usar uma câmara fixa para um registo completo, pois o uso do vídeo não corresponde ao método observacional. Por outro lado, a figura do investigador com uma câmara na mão traz maior liberdade de movimento, acompanhamento das personagens e uso sensível do equipamento como registo da observação participante e do olhar do investigador. Pensamos numa integração mais orgânica, tanto para o investigador, já que pode “olhar através do alvo”, quanto para os assuntos observados, que se habituaram a essa pessoa a olhar através da câmara como uma atitude natural. Para além disso, num dos casos de produção de documentário, incluímos a filmagem em 360° que, como explicamos a seguir, pode oferecer a complementaridade da gravação a partir de um ângulo maior.

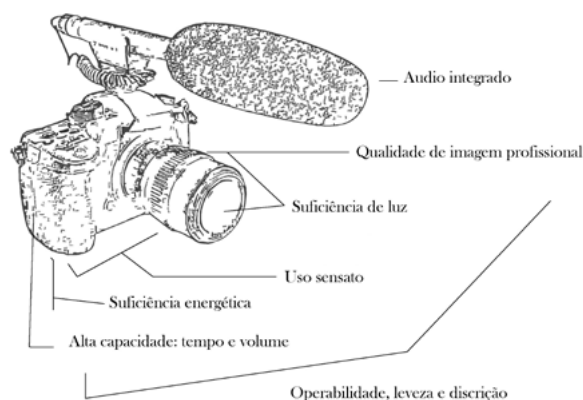


Figura 2: Características básicas do equipamento técnico

Créditos: Alba Marín

No que respeita ao áudio, optou-se por um microfone de canhão embutido na câmara com bateria independente e duradoura. Este som foi completado com um segundo registo de áudio independente no gravador de mão para garantir a gravação. Selecionámos estes instrumentos seguindo às mesmas premissas da seleção do equipamento visual.

Finalmente, no que toca ao equipamento de iluminação técnica e outros acessórios, não valorizamos a iluminação artificial de qualquer tipo por duas razões: (a) implicaria outro elemento de distração que iria prejudicar a situação a observar; e b) estaríamos a poluir a cena com luz artificial e com tudo o que isso pode implicar em termos de invasão da cena.

PLANEAR AS FILMAGENS

Embora estejamos perante um filme prospetivo, há uma série de perguntas que devemos colocar antes de realizar o trabalho de campo e aplicar o método visual. Que objetivo se procura com o registo? Onde vai ficar a câmara ou quem vai operá-la? Qual é o papel do investigador no processo? Qual é o papel que a câmara desempenha em relação às pessoas no estudo de caso e às ações? Qual é o ponto de vista do investigador para a gravação? Para que finalidade será utilizado o material registado e como é que cumpre os requisitos científicos da metodologia aplicada?

Contamos com o valor acrescentado da captura de espaço-tempo do fenómeno observado, mantendo a sucessão cronológica de eventos e o registo de gestos, palavras e sons. Estes elementos secundários, que podem parecer insignificantes a princípio, poderiam posteriormente tornar-se elementos indispensáveis ao processo que estudamos e ficaram registados para nosso benefício. Finalmente, com o que já foi obtido, é possível proceder ao cruzamento dos dados gravados, das observações não gravadas, das entrevistas exploratórias, das anotações e das entrevistas em profundidade.



Figura 3: Quadro da gravação durante o trabalho de campo no nosso estudo de caso do documentário *La Primavera rosa*

Créditos: Alba Marín

No seu conjunto, o uso do vídeo permite que o investigador cumpra um papel participativo. Durante o nosso estudo do documentário na fase de gravação, *La Primavera rosa* (de la Torre, 2016-2018), realizámos um trabalho de campo que nos permitiu integrar como parte da equipa de produção. Neste cenário, usámos a câmara como um elemento natural incluído na cena que se produzia no documentário e não como uma ferramenta de recolha de dados externos.

DESCRIÇÃO DOS CASOS ESTUDADOS COM A ABORDAGEM VIDEOGRÁFICA PROPOSTA

As fases de produção dos documentários sobre os quais realizamos o trabalho de campo não obedeceram a uma escolha aleatória, foram selecionadas de acordo com os imperativos da produção de cada documentário. Em cada documentário filmamos uma fase diferente do processo que, em conjunto, nos permitiu ter uma visão geral da produção da representação.

Durante a etapa de filmagem observámos e registámos o processo de produção que engloba a seleção de imagens na produção, a entrevista completa e o trabalho dos documentários antes, durante e após o processo. Aqui observámos que é então que tem lugar uma parte importante da construção da representação, já que a partir desse momento se está a fazer uma seleção do que se grava. Além disso, quando pudemos gravar a última entrevista, os documentaristas tinham uma ideia prévia do que queriam obter e uma aproximação ao resto do material audiovisual que já tinham gravado.

A partir da análise da nossa observação registada, fizemos uma comparação entre o tratamento da realidade durante as filmagens e a representação final dessa realidade que aparece no trabalho final. Além das gravações, foram realizadas pequenas entrevistas exploratórias com os participantes durante o trabalho de campo, para conhecer aspetos concretos da produção do documentário. Entrevistas exploratórias na fase de

produção são cruciais para saber o porquê do posicionamento da câmara, a realização da sequência, o interesse que o diretor tem em cada protagonista, etc.. Ao interagir com a equipa de produção, a fim de obter mais informações, conseguimos contrastar as respostas com o observado e gerar mais conteúdo a partir do qual obter informação para as nossas conclusões. No que se refere à fase de pós-produção, foram igualmente cruciais as entrevistas exploratórias para obter informações pormenorizadas sobre a estrutura transmediática ou o objetivo que perseguem com cada decisão.

CASO	FASE DE APLICAÇÃO	EQUIPA DE IMAGEM	EQUIPA DE SOM
<i>La Primavera rosa</i> (2016-2018)	Produção. Gravação da última entrevista do capítulo <i>La Primavera rosa</i> em Espanha	Câmara de vídeo <i>mirrorless</i> com uma objetiva 50 mm de focal fixa, operada pelo investigador	Equipa de áudio independente
<i>Las sinsombrero</i> (2015-2019)	Pós-produção. Jornada de edição do segundo documentário <i>Ocultas e impecables</i>	Câmara de vídeo <i>mirrorless</i> com uma objetiva 50 mm de focal fixa, operada pelo investigador	Equipa de áudio independente
<i>Hors-Cadre</i> (2017-2019)	Pós-produção do capítulo <i>Intimités</i> e etapa de conceção do capítulo <i>Holder</i>	Câmara de vídeo <i>mirrorless</i> com uma objetiva 50 mm de focal fixa, operada pelo investigador e câmara Samsung 360°, fixa sobre tripé	Equipa de áudio independente

Tabela 3: Aplicação da videografia aos três estudos de caso

Com o trabalho de campo, não só obtivemos imagens, como também conseguimos os dados da própria experiência e registámos as impressões que mais tarde seriam cruzadas com o material gravado. As três linhas de trabalho metodológico que desenvolvemos foram inseparáveis umas das outras na prática. A gravação, as entrevistas e a observação direta realizaram-se ao mesmo tempo, sobrepondo-se umas às outras de forma coerente. Deve-se acrescentar que não nos deparamos com um método totalmente estruturado. As entrevistas exploratórias do trabalho de campo não foram premeditadas, nem a localização da câmara em cada momento, porque não existe um roteiro sobre as ações dos documentaristas em todas as etapas. É o investigador que, desde o estabelecimento dos objetivos da metodologia, coloca em prática o processo de acordo com a forma como os eventos se desenvolvem durante o trabalho de campo. Neste cenário em constante transformação, o investigador de etnografia videográfica participa, interage e decide o que registar e com quem conversar.

O VÍDEO EM 360° COMO UMA FERRAMENTA DE PESQUISA

A introdução do formato audiovisual imersivo responde principalmente ao interesse em experimentar as possibilidades oferecidas por essa ferramenta visual. O vídeo de 360 graus possibilita a análise da experiência de interação com o espaço, mediante outras sensações do corpo e os seus movimentos numa experiência imersiva. Um exemplo que nos mostra as possíveis aplicações de trabalhos imersivos em pesquisa de comunicação é o projeto de investigação “Réalités impossibles” (Chabert & Groupierre, 2018), onde se experimentam e analisam as capacidades desses dispositivos em relação com os espaços.

O vídeo de 360 graus altera a dinâmica convencional da narrativa audiovisual, pois obriga a criar uma história sujeita às sensações que o utilizador mais tarde perceberá a partir da imagem. Neste formato filma-se um plano subjetivo que deve ser pensado para que seja posteriormente visualizado e analisado pelo investigador, não para um utilizador externo a quem é contada uma história. Se usarmos esta câmara de vídeo em 360° num espaço onde uma dada ação ocorre, podemos filmar a ação de todos os ângulos, se se colocar a câmara num ponto central. O investigador que utiliza o vídeo deve escolher o seu enquadramento, o ponto de foco e, finalmente, onde fixar o seu olhar. Durante este processo, inevitavelmente deixará de filmar outra situação que pode ser interessante. Este problema pode desaparecer ou, pelo menos, diminuir com a incorporação de vídeo de 360 graus. Abaixo encontra-se um breve relato das características técnicas de dois formatos de gravação e a comparação entre esses dois instrumentos aplicados à pesquisa.

	VÍDEO < 180°	VÍDEO 360°
Registo	Gravação sensível/à mão Planos fixos e planos em movimento Ângulo máximo de 180° variável Seleção de planos e variedade	Gravação independente Plano fixo Ângulo de 360° Limites na variedade de planos Limitação da seleção para a cena
Visualização e análise	Visualização não imersiva Registo = visualização Possibilidade de visualização coletiva Enquadramento variável selecionado pelo investigador invariante na visualização	Visualização imersiva Registo diferente da visualização Visualização individual Quadro variável na visualização
Papel da câmara	Observação Interação	Observação Registo descritivo
Relação câmara-investigador	Relação direta Câmara como extensão do olhar do documentarista Gravação <i>orgânica</i> Documentarista fora de campo	Relação complementar Utilização independente Documentarista no enquadramento
Mobilidade	Voluntária	Fixa. Sem mobilidade
Interação com os protagonistas	Ligada à filmagem Desde fora de campo	Independente Dentro da cena

Tabela 5: Comparação das características de ambos os registos como ferramenta de pesquisa

Nos nossos estudos de caso, o vídeo de 360 graus teve um uso complementar à gravação da câmara de vídeo à mão. Isso fez com que o investigador-videógrafo aparecesse como um elemento da cena na imagem gravada em 360 graus.



Figura 2: Fotograma de vídeo 360° durante o estudo de caso *Hors-Cadre* (Charrière, 2017-2019)

Créditos: Alba Marín

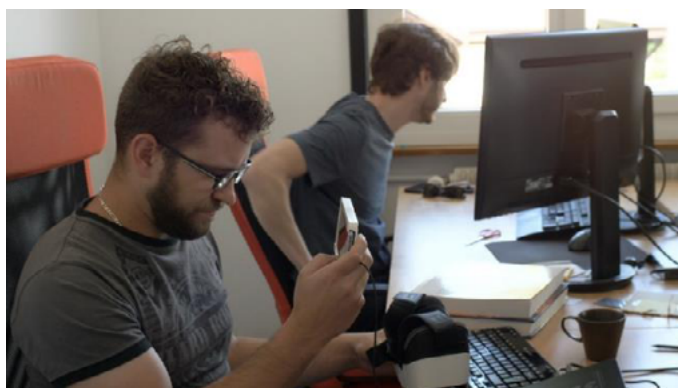


Figura 3: Fotograma do vídeo realizado durante o estudo de caso *Hors-Cadre* (Charrière, 2017-2019) que corresponde à gravação que pode ser vista na Figura 2

Créditos: Alba Marín

A partir das nossas diretrizes metodológicas, o investigador assume, inevitavelmente, um papel ativo e, portanto, não vemos nenhum inconveniente na sua presença na imagem. No entanto, estamos cientes de que é uma prática que deve ser considerada em cada estudo de caso, se ele desempenha um papel na pesquisa. A presença do dispositivo por si só altera o que se filma e, esteticamente, não devemos esquecer que o objetivo principal responde aos critérios de pesquisa.

EM MODO DE CONCLUSÃO

Propusemos uma abordagem etnográfica baseada no uso da videografia. Este modelo aborda a complexidade das produções audiovisuais na recolha de informações e na documentação da pesquisa social. Especificamente, a nossa metodologia foi projetada para a investigação do processo criativo de documentários. Para elaborar esta proposta, tivemos que reconhecer fatores diferentes a outras metodologias como a inclusão do investigador na realização de material audiovisual etnográfico, os novos

modos narrativos da narrativa científica audiovisual ou o movimento do espectador em contextos imersivos.

A utilização de uma abordagem etnográfica na comunicação, o conhecimento dos meios audiovisuais e o trabalho articulado com dados de natureza diferente (imagem, áudio, vídeo, texto) aumentam a riqueza das informações obtidas no estudo do documentário. A essa metodologia, integramos os estudos de caso e a interação com os sujeitos da pesquisa. Ao mesmo tempo em que obtivemos e registámos os dados para o estudo do documentário utilizando uma abordagem antropológica, conseguimos material para criar um trabalho audiovisual como parte do mesmo processo produtivo. O resultado é uma investigação caracterizada pelo elemento “meta”, uma vez que se trata do olhar do investigador através da imagem sobre uma obra audiovisual. A produção realizada como parte da pesquisa inclui um protótipo de criação audiovisual.

A incorporação das complexidades associadas à polissemia da visualidade pressupõe um desafio para os pesquisadores de comunicação que devem ter o treino ideal para aproveitar as possibilidades dessas ferramentas. Confrontamo-nos com a dificuldade de sistematização dos métodos audiovisuais, derivada da personalização associada ao seu uso e à falta de formação audiovisual como instrumento de investigação social. Consideramos, portanto, que, embora não estejamos numa linha inexplorada, é preciso mais desenvolvimento destes aspetos para a investigação em comunicação.

Experimentámos a incorporação do vídeo de 360 graus na investigação. Ainda falta definir o seu verdadeiro protagonismo em futuras pesquisas sobre comunicação. As características técnicas do dispositivo sugerem o seu uso complementar à câmara de vídeo de no máximo 180 graus. Os dados obtidos através de ambos os registos não se repetem, porque o modo de uso e a visualização respetivos possuem características diferentes que os tornam complementares. Depois de uma primeira experiência com este dispositivo, consideramos interessante continuar a via da exploração e da experiência em situações distintas para encontrar o contexto certo do seu uso.

A análise de um material filmado abre a investigação científica a ambientes imersivos. O que implica desenvolver outras metodologias de trabalho que se concentrem não apenas no tempo de obtenção dos dados e na interação com os sujeitos envolvidos, mas na análise subsequente da imagem. Uma análise dos dados recolhidos em vídeo inclui os seus próprios procedimentos particulares. No nosso estudo, a principal qualidade do vídeo de 360 graus num trabalho de campo etnográfico não reside no momento da filmagem, mas na sua visualização e análise. Com o processo de montagem correto, o investigador pode retornar ao espaço filmado e estudar diferentes elementos e momentos em paralelo. A fase de revisão assume uma nova dimensão, uma vez que o investigador não volta ao seu próprio olhar no registo audiovisual, mas o seu olhar volta ao palco. Embora seja verdade que nos deparámos com as limitações de exploração e de movimentos de vídeo, devemos valorizar neste tipo de trabalho científico: a relação entre o dispositivo tecnológico e o investigador, a temporalidade da realidade e o tempo da máquina, o espaço de trabalho e o espaço de análise, o papel da câmara e o papel do investigador.

REFERÊNCIAS

- Álvarez, G. M., Giraldo, M. & Navarro, C. (2017). Uso de TIC en investigación. *Katharsis*, 23, 239-258. <https://doi.org/10.25057/25005731.873>
- Arora, G. & Mikl, C. (Realizadores). (2015). *Clouds over sidra* [Documentário-web]. EUA: Within.
- Bal, M. (2016). *Tiempos trastornados: análisis, historias y políticas de la mirada*. Madrid: Akal.
- Balló, T., Jiménez, M. & Torres, S. (Realizadores). (2015-2019). *Las sinsombrero* [Documentário-web]. Espanha: RTV.
- Banks, M. & Morphy, H. (1997). *Rethinking visual anthropology*. Londres: Yale University Press.
- Banks, M. & Ruby, J. (2011). *Made to be seen. Perspectives on the history of visual anthropology*. Londres: The University of Chicago Press.
- Barthes, R. (2002). Il n'existe aucun discours qui ne soit une fiction. In R. Barthes. *OEuvres complètes. IV livres, textes, entretiens 1972-1976* (pp. 385-387). Paris: Éd. du Seuil.
- Barthes, R. (2017). Introduction à l'analyse structurale des récits. *Communications*, 8, 1-27. Retirado de https://www.persee.fr/doc/comm_0588-8018_1966_num_8_1_1113
- Belting, H. (2007). *Antropología de la imagen*. Buenos Aires: Katz.
- Ben-Khelifa, B. (Realizador). (2017). *The enemy* [Filme-web]. França: Camera lucida productions.
- Bordwell, D. (1996). *La narración en el cine de ficción*. Barcelona: Paidós.
- Bordwell, D. & Carroll, N. (1996). *Post-theory. Reconstructing film studies*. Londres: The University of Wisconsin Press.
- Bouloires, A., Meyer, M. & Reix, F. (2018). Introduction. Méthodes visuelles: définition et enjeux. *Revue Française des Méthodes Visuelles*, 2, 9-17. Retirado de <https://data.msha.fr/rfmv/rfmvo2/rfmvo2-bouloires-meyer-reix-2018.pdf>
- Brea, J. L. (2005). Estética, historia del arte, estudios visuales. *Estudios Visuales*, 3, 8-25.
- Bruhn, K. (2002). *A handbook of media and communication research*. Nova Iorque: Routledge.
- Casetti, F. & Di Chio, F. (1991). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós.
- Chabert, G. & Groupierre, K. (2018, julho). *Le dispositif réalités impossibles: la traversée des espaces*. Comunicação apresentada no Colloque International IMPEC, Corps et Ecrans, Lyon.
- Charrière, M. (Realizador). (2017-2019). *Hors-Cadre* [Documentário-web]. Suíça: RTS y DNA Studios.
- Collier, J. & Collier, M. (1986). *Visual anthropology: photography as a research method*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Collier, J. (1995). Photography and visual anthropology. In P. Hockings (Ed.), *Principles of visual anthropology* (pp. 235-254). Nova Iorque: Mouton de Gruyter.
- Contreras, F. (2017). Estudio sobre los planteamientos teóricos y metodológicos de los estudios visuales. *Arte, Individuo Y Sociedad*, 29(3), 483-499.

- Cordido, I. (2010). Fundamentos iniciales de la investigación audiovisual trascendente. *Revista Arbitrada de La Facultad Experimental de Arte de La Universidad Del Zulia*, 5(8), 42-52. Retirado de <https://produccioncientificaluz.org/index.php/situarte/article/view/15985>
- Court, M. & Lerner, R. (Realizadores). (2013-2019). *Proyecto Quipu* [Documentário-web]. Chile: Chaka Studio.
- Cyrułnik, N. (2018). Méthodes visuelles. Analyse communicationnelle d'une méthode documentaire. In F. J. Herrero Gutiérrez, M. Trenta, V. Rodríguez Breijo, S. Toledano Buendía, C. E. Hernández Rodríguez & A. I. Ardèvol Abreu (Eds.), *Comunicación y música: mensajes, manifestaciones y negocios* (pp. 289-305). Espanha: Sociedad Latina de Comunicación Social.
- De la Peña, N., Lichtenstein, B. & Fitzsimmons, J. (Realizadores). (2015). *Across the line* [Documentário-web]. EUA: Emblematic Group.
- De la Torre, M. (Realizador). (2016-2018). *La Primavera rosa* [Documentário-web]. Espanha: Creta Producciones.
- Derrida, J. & Stiegler, B. (1998). *Ecografías de la televisión*. Buenos Aires: Universidad de Buenos Aires.
- Dickey, S. (1997). La antropología y sus contribuciones al estudio de los medios de comunicación. *Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 153. Retirado de <http://www.unesco.org/new/en/social-and-human-sciences/resources/periodicals/issj-social-science/#sdart>
- Dion, D. (2007). Les apports de l'anthropologie visuelle a l'etude des comportements de consommation. *Recherche et Applications En Marketing*, 22(1), 61-78. <https://doi.org/10.1177/076737010702200104>
- Febrer, N. (2013). Aproximaciones teóricas en antropología visual: fundamentos metodológicos. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 19[número especial], 725-734. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2013.v19.42155
- Flick, U. (2011). *La entrevista en investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Flick, U. (2015). *El diseño de investigación cualitativa*. Madrid: Ediciones Morata.
- Flores-Márquez, D. (2015). *Imaginar un mundo mejor: la expresión pública de los activistas en internet*. Guadalajara: Universidad Jesuita de Guadalajara.
- García-Canclini, N. (2010). *La sociedad sin relato: antropología y estética de la inminencia*. Buenos Aires: Katz.
- Gaudreault, A. & Jost, G. (1995). *El relato cinematográfico*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Geertz, C. (1992). *Descripción densa: hacia una teoría interpretativa de la cultura*. Barcelona: Editorial Gedisa.
- Gifreu Castells, A. (2013). *El documental interactivo como nuevo género audiovisual*. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra.
- Gómez Cruz, E. (2012). *De la cultural Kodak a la image en red. Una etnografía sobre fotografía digital*. Barcelona: Editorial UOC.
- Goodwin, C. (1993). Recording human interaction in natural settings. *Pragmatics*, 3(2), 181-209. <https://doi.org/10.1075/prag.3.2.05goo>
- Goodwin, C. (2000). Practices of seeing: visual analysis – an ethnomethodological approach. In T. van Leeuwen & C. Jewitt (Eds.), *Handbook of visual analysis* (pp. 157-182). Londres: Sage Publications.
- Hine, C. (2005). *Virtual methods: issues in social research on the internet*. Nova Iorque: Berg Publishers.

- Hine, C. (2015). *Ethnography for the internet. Embedded, embodied and everyday*. Londres: Bloomsbury Academic
- Hockings, P. (Ed.) (1995). *Principles of visual anthropology*. Nova Iorque: Mouton de Gruyter.
- Hopkins, M. (Realizador) (2017). *On the brink of famine. Urgence au sud Soudan* [Filme]. Sudaão do Sul: Frontline.
- Horkheimer, M. & Adorno, T. W. (2016). *Dialéctica de la ilustración: fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.
- Ibanez, J. (2006, março). *Création d'un hypermédia virtuel et ethnologique. L'exemple d'une recherche sur les internautes suisses et français*. Comunicação apresentada no Colóquio "Du cinema ethnographique à l'antropologie visuelle", Musée de l'Homme, Paris.
- Ibanez, J., Chabert, G., Lamboux-Durand, A. & Wanono, N. (2017). *Applying visual methods to digital communication*. Tenerife: Cuadernos Artesanos de Comunicación.
- Jewitt, C. (2012). *An introduction to using video for research*. NCRM Working paper 03/12. Londres: Institute of Education. Retirado de http://eprints.ncrm.ac.uk/2259/4/NCRM_workingpaper_0312.pdf
- Köster, C. R. (2005). Nuevos relatos audiovisuales. Hacia una definición del relato audiovisual interactivo. *Revista TELOS, Cuadernos de Comunicación E Innovación*, 62, 81-87.
- Lallier, C. (2009). *Pour une anthropologie filmée des interactions sociales*. Paris: Éditions des Archives Contemporaines.
- Lallier, C. (2011). L'observation filmante. Une catégorie de l'enquête ethnographique. *L'Homme. Revue Française D'anthropologie*, 105-130. <https://doi.org/10.4000/lhomme.22718>
- Lemos, A. (2008). Mobile communication and new sense of places: a critique of spatialization in cyberculture. *Galáxia*, 16, 91-108. Retirado de <https://revistas.pucsp.br/galaxia/article/view/1914>
- Mann, S. (2016). *The research interview. Reflective practice and reflexivity in research processes*. Nova Iorque: Palgrave Macmillan.
- Mattelart, A. & Mattelart, M. (1997). *Historias de las teorías de la comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Mayans i Planells, J. (2002). *Género chat: o cómo la etnografía puso un pie en el ciberespacio*. Barcelona: Gedisa.
- Nichols, B. (2010). *Introduction to documentary*. Indiana: Indiana University Press.
- Pauwels, L. (2000). Taking the visual turn in research and scholarly communication key issues in developing a more visually literate (social) science. *Visual Sociology*, 15(1), 7-14. <https://doi.org/10.1080/14725860008583812>
- Pink, S. (2001). *Doing visual ethnography*. Londres: Sage Publications.
- Pink, S. (2006). *The future of visual anthropology: engaging the senses*. Nova Iorque: Routledge.
- Plantinga, C. (2014). *Retórica y representación en el cine de no ficción*. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
- Rodrigo-Alsina, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Rouch, J. (1995). The camera and man. In P. Hockings (Ed.), *Principles of visual anthropology* (pp. 79-98). Berlin: De Gruyter Mouton

- Rouch, J. (2003). *Ciné-ethnography*. Londres: University of Minnesota Press.
- Ruby, J. (2000). *Picturing culture: explorations of film and anthropology*. Londres: The University of Chicago Press.
- Sierra, I. & Gerrit, S. (Realizadores). (2015). *La Siberia* [Documentário]. Colombia: 17ª MIDBO.
- Spiltunik, D. (1993). Anthropology and mass media. *Annual Review of Anthropology*, 22, 293-315. <https://doi.org/10.1146/annurev.an.22.100193.001453>
- Stollbrock, G. (2017). Representación claroscuro: una exploración audiovisual y teórica de la representación del pasado en el cine documental. *Íconos: Revista de Ciencias Sociales*, 59, 79-102. <https://doi.org/10.17141/iconos.59.2017.2678>
- Turkle, S. (1997). *La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de internet*. Barcelona: Paidós.
- Vila Guevara, A. (2017). In-between ethnography and filmmaking: field notes and rituals behind the frame. *Anthropology Now*, 9(1), 34-47. <https://doi.org/10.1080/19428200.2017.1291821>
- Vila-Guevara, B. (Realizador). (2016). *Belén* [Documentário]. Venezuela – España: Secuencia Cero Films e Crater Producciones.

NOTAS BIOGRÁFICAS

Alba Marín Carrillo é professora do Departamento Comunicação Hipermédia da Universidade Savoie Mont Blanc, França. Qualificada como Maître de Conférence em SIC e doutorada em Comunicação pela Universidade de Sevilha e pela Comunidade Universitária Grenoble Alpes. Mestre em Comunicação e Cultura e Graduada em Jornalismo (US).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0285-7086>

Email: ylbacm@gmail.com; alba-maria.marin-carrillo@univ-smb.fr

Morada: Rua du Sergent Revel, Jacob-Bellecombette, 73000 Chambéry Cedex, França

Fernando Contreras Medina é Professor Titular do Departamento de Jornalismo 1, Vicedecano da Faculdade de Comunicação, Universidade de Sevilha. Doutor em Comunicação, Doutor em Filosofia e Bacharel em Belas Artes.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1105-5800>

Email: fmedina@us.es

Morada: Américo Vespucio, s/n, La Cartuja, Sevilla, Espanha

Submetido: 05/09/2019

Aceite: 31/11/2019

PARA UMA METODOLOGIA VISUAL EM AÇÃO NA INVESTIGAÇÃO-CRIAÇÃO: O EXEMPLO DE SORODAS

Carole Brandon

Laboratório de Línguas, Literaturas, Sociedades, Estudos Transfronteiriços e Internacionais, Universidade Savoie Mont Blanc, França

Marc Veyrat

Laboratório de Línguas, Literaturas, Sociedades, Estudos Transfronteiriços e Internacionais, Universidade Savoie Mont Blanc, França

RESUMO

Este texto apresenta uma metodologia em funcionamento no Departamento de Comunicação Hipermedia da Universidade Savoie Mont Blanc, França, que se baseia, há vários anos, numa estreita colaboração entre as Ciências da Informação/Comunicação e as Ciências da Arte, a fim de permitir a produção de dispositivos inovadores na investigação-criação de artes digitais, nomeadamente dispositivos construídos em hipermedia. Um testemunho desta estratégia é a obra SORODAS de Carole Brandon, planeada para o Atelier-Laboratoire IDÉFI-CréaTIC[S] Langue[S] & Patrimoine[S], que seria deslocalizado para as ilhas de Mayotte no Oceano Índico, em 2018. Mesmo que a viagem da equipa deste projeto tenha sido finalmente cancelada dois dias antes da partida, devido a eventos e manifestações ocorridos na ilha, este dispositivo hipermedia e artístico foi acompanhado por um longo trabalho preliminar interdisciplinar, de pesquisa em antropologia visual e metodologia de projeto, conduzida em conjunto pela equipa de Ghislaine Chabert e Carole Brandon. Contando com a colaboração dos alunos do Mestrado Digital Creation, este território de Mayotte, difícil de circunscrever devido ao seu afastamento geográfico e ao seu passado tumultuoso, não poderia decentemente ser abordado sem diversas precauções entretanto tomadas. O presente texto inclui uma amostra dos resultados obtidos, apresentados parcialmente num estilo de escrita inspirado na linguagem das redes sociais e experimentado no projeto. Por exemplo, os autores escrevem “@ver” em vez de “rever”, para sublinhar a dualidade do processo de “(re)visão” no tempo. Ou por vezes substituem os parêntesis simples () por (-! !-), ou seja, usam a notação *emojis*, formada por ideogramas e *smylies*, muito frequente no ciberespaço e nas redes sociais digitais.

PALAVRAS-CHAVE

SORODAS; investigação-criação; arte digital; hipermedia; Mayotte

TOWARDS A VISUAL METHODOLOGY IN RESEARCH-CREATION: THE EXAMPLE OF SORODAS

ABSTRACT

This text presents a methodology in operation at the Department of Hypermedia Communication at Savoie Mont Blanc University, France, which for many years has been based on close collaboration between the Information/Communication Sciences and Art Sciences, in order to enable the production of innovative devices in research-creation of digital arts, namely devices built in hypermedia. A testimony of this strategy is Carole Brandon's work named SORODAS, planned for the IDÉFI-CréaTIC Atelier-Laboratoire [S] Langue [S] & Patrimoine [S], which would

be relocated to the Mayotte Islands in the Indian Ocean in 2018. Even if the trip by the project team was finally canceled two days before departure, due to events and demonstrations occurred in the island. This hypermedia and artistic device was accompanied by a long interdisciplinary preliminary work, research in visual anthropology and project methodology conducted jointly by Ghislaine Chabert and Carole Brandon team. With the collaboration of Digital Creation Master students, this territory of Mayotte, difficult to circumscribe due to its geographical remoteness and tumultuous past, could not be decently approached without several precautions taken in the meantime. The present text includes a sample of the results obtained, presented partially in a writing style inspired by the language of social networks and experienced in the project. For example, the authors write “@view” instead of “review” to underline the duality of the “(re)vision” process in time. Or sometimes they replace simple parentheses () with (-! !-), that is, they use an emoji notation, formed by ideograms and smilies, very common in cyberspace and digital social networks.

KEYWORDS

SORODAS; research-creation; digital art; hypermedia; Mayotte



Figura 1: Este i+D/sign (-! information + Design / Sign !-) é um signo marcador da obra de arte hipermédia SORODAS. Preparado para uma possível tatuagem na pele de mulheres piratas

Créditos: Marc Veyrat, Société i Matériel, T i-LÉGAL—040-SORODAS-04, Tattoo i-T+O-O, 2018

INTRODUÇÃO & PIRATE/AGE

A metodologia em funcionamento no Departamento de Comunicação Hipermédia¹ da Universidade Savoie Mont-Blanc, baseia-se há já vários anos numa estreita colaboração entre as Ciências da Comunicação, da Informação e as Ciências da Arte, a fim

¹ Página do Departamento de Comunicação Hipermédia no Facebook disponível em <https://www.facebook.com/CommunicationHypermedia/>

de possibilitar a produção de dispositivos inovadores² na investigação criativa³. A obra de arte Sorodas⁴ de Carole Brandon, planeada para o laboratório-oficina IDÉFI-CréaTIC Arte[S] Linguagem[S] & Património[S]⁵, e que seria realocada em 2018 para Mayotte, é um exemplo perfeito disso mesmo. De fato, este dispositivo hipermédia e artístico foi acompanhado por um longo trabalho preliminar e interdisciplinar de pesquisa em Antropologia Visual e metodologia de projetos, realizada em conjunto por Ghislaine Chabert e Carole Brandon. De facto, tendo em vista os alunos do Mestrado em Criação Digital, este território de Mayotte, de difícil acesso devido ao seu afastamento geográfico e ao seu passado tumultuado, não pôde ser abordado decentemente sem precaução.

Antes de mais, é necessário esclarecer que a designação Mayotte se refere a um conjunto de duas ilhas, Grande-Terre e Petite-Terre, que originalmente fazem parte – geográfica e histórica – do arquipélago de Comores, localizado perto de Madagáscar no canal de Moçambique. Mas, diferentemente do resto do arquipélago que vota 96% pela independência, elas preferem, após dois referendos sucessivos (-! em 1975 e 1976 !-), permanecerem francesas. Essas ilhas, separadas agora do resto do arquipélago, que se tornou um estado independente – encerrando assim um parêntese aberto em 1841 – irão ®-CRIAR-SE incessantemente com os seus vizinhos desaparecidos, um *Amo-te* próximo e um *Eu também não* distante, um aqui e ali particularmente desconfortável. De fato, se Mayotte se tornou em 2011 um departamento e uma região ultramarinos franceses, e depois em 2014 uma região ultraperiférica da União Europeia, as tensões com as Comores permanecem constantes, numerosas e aparentemente irreversíveis, especialmente em torno de questões de imigração. E foram as manifestações violentas, sempre atuais, que causaram o cancelamento *in extremis* de nossa viagem/oficina IDÉFI-CréaTIC.

Uma tal escolha de permanecer no seio nacional, aprovada, ou mesmo incentivada pela França, que deseja manter nessa região interesses estratégicos – políticos, económicos e militares – realiza-se sob a i+M/PULSÃO das *chatouilleuses*⁶ (-! isto é, as mulheres “cocequentas” ou “suscetíveis”, que inspiraram a autora para a obra SORODAS! -). Ao organizarem, estrategicamente juntas, essa recusa de independência em torno do mencionado referendo em 1976, essas mulheres tomam o poder e tornam-se, voluntária ou involuntariamente, porta-vozes de uma consciência feminista que prossegue e finalmente destaca o que já aconteceu desde 1971, na França, com o *Manifesto*

² O trabalho interdisciplinar produzido entre Ciências da Comunicação da Informação e Ciências da Arte remonta à obtenção da tese CIFRE de Franck Soudan, que está disponível em <https://www.academia.edu/20211446/Penombra>, sob a direção de Jacques Ibanez- Bueno e Marc Veyrat, e o trabalho preliminar realizado por toda a equipa do Departamento de Comunicação Hipermédia em Bourg-en-Bresse, para *Les chemins de la culture*, disponível em https://youtu.be/_dX1iyb16A

³ ®-VER a este propósito LLSETI | G-SICA Art Communication Image Research Group | 2015no YouTube, disponível em <https://youtu.be/Abjymp-psrQ>

⁴ A obra SORODAS continua a obra SIRESSSES, disponível em <https://www.carolebrandon.com/siresesses>

⁵ Disponível em <http://idefi-creatic.net/fr/publications/catalogues/>

⁶ Brandon escreve no documento entregue aos alunos para preparar o workshop: “este é um marco na história da manutenção de Mayotte como departamento e região francesa. Centenas de mulheres usavam cócegas (não listadas como crime) contra políticos pró-independência” (Brandon, documento preparatório do workshop do Departamento de Comunicação Hipermédia, 2018).

das 343 vadias. Porque “este texto do manifesto⁷, publicado a 1 de abril de 1971 na revista *Politique Hebdo*⁸, sob o título “As abortadas tomam a palavra” (Parvard, 2010), e, em seguida, sob o título “Fui abortada”, e finalmente com os nomes e assinaturas na revista *Nouvel Observateur* n° 334 de 5 Abril de 1971⁹, inaugura o que poderia ser chamado de *descolonização do corpo feminino*.

Um ponto i+M/PORTANTE a ser destacado refere-se à inscrição deste workshop “Arte[S] Língua[S] e Património[S]” – que se segue aos precedentes ateliers-laboratórios deslocalizados em Malta – nos Ateliers-Laboratoires CréaTIC-IDÉFI.

No final de 2011, a Universidade de Paris 8 apresentou um projeto em resposta ao convite para o programa “Initiatives d’Excellence en Formations Innovantes”, com parceiros como a Universidade Paris Nanterre, a Maison des Sciences Humaines Paris Nord, o Conservatoire National Supérieur d’Art Dramatique, os Archives Nationales e 37 parceiros estrangeiros. No início de 2012, o projeto CréaTIC é aceite e tem um orçamento de 5,2 milhões de euros para oito anos. O projeto baseia-se em cinco princípios fundamentais: a criação como um mecanismo epistemológico de pedagogias inovadoras (-! no âmbito de ateliers-laboratórios! -), o uso sistemático de tecnologias digitais avançadas para o ensino e trabalho colaborativos, o apoio personalizado aos estudantes (-! do recrutamento ao diploma !-) no quadro de pedagogias fundadas em projetos, da avaliação e transparência dos resultados, e da integração profissional. O projeto começou no início do ano letivo de 2013-2014 com 15 cursos de mestrado e os 5 parceiros iniciais. A sua ambição contratual consistiu em expandir-se o mais rápido possível para um grande número de estudantes (-! meta de 5.000 alunos para o final do programa em 2019!) - dentro da estrutura de cursos de

⁷ Numa França já em ebulição das questões da contraceção (lei Neuwirth, 1967) e do aborto, este manifesto nasceu sob o ímpeto de uma ideia de Jean Moreau e Nicole Muchnik. Este texto é uma iniciativa de Anne Zelensky e Christine Delphy, assistidas na redação por Simone de Beauvoir. O Manifesto será seguido pelo processo de Bobigny em 1972. Isso levará a um projeto de lei defendido por Simone Veil, Ministra da Saúde em 1974, para a descriminalização do aborto, mas sem reconhecê-lo como um direito: Lei Veil votada em 17 de janeiro de 1975. Disponível em https://www.legifrance.gouv.fr/affichTexteArticle.do;jsessionid=2C48426D1AD0031BAE312B1617DE9E2F.tpdila16v_1?idArticle=LEGIARTI000006695557&cidTexte=LEGITEXT000006068506&dateTexte=20151230

⁸ Jornal de esquerda fundado em 1970 por Paul Noirot até 1981.

⁹ É graças a um conto, *A Princesa e o seu Mac*, escrito na rede social Facebook durante três anos, que percorreremos aquilo que esses personagens representam na zona instável e móvel dos seus encontros. *A Princesa e o seu Mac* designam um personagem fictício, um corpo real e máquinas. A princesa introduz ponto de vista feminino, interpretando um devir. O Mac refere-se tanto à marca Apple que vende computadores Macintosh quanto a uma abreviatura na gíria francesa. Tentaremos formular a hipótese de que a arte parece materializar espaços particulares, entre corpos e máquinas. Este título *Entre [corpo/máquina]* caracteriza tais espaços que chamamos de flutuantes, com referência a *moucharabieh* e ao *Ma* Japones. A compreensão dessa organização espacial e a conceção oriental de espaços-tempo parecem constituir um meio de considerar este ‘entre corpo/máquina’ como um espaço de resistência. Acima de tudo, promoveria a compreensão de nosso lugar no mundo para agir sobre o mundo. A partir de uma prática artística pessoal, examinaremos as necessidades de espaços flutuantes e em e extensão. Somente as nossas presenças entre o corpo e a máquina tornam visíveis os vínculos relacionais ‘entre’ as informações e as rotas operadas, ‘entre’ os nossos corpos e as nossas identidades. Uma tal pesquisa busca mostrar que a força das redes sociais na prática artística da autora, acompanha e gera as variabilidades do corpo e das nossas percepções em tempo real. O ‘entre [corpo / máquina]’ possibilita, de acordo com os ritmos que produz, tempos de impregnação e encontros em que agora extraímos forças vitais (Brandon, 2016).

formação certificados e pela integração de outros cursos de Mestrados que buscam a certificação, como o Mestrado Criação Digital, do Departamento de Comunicação Hipermédia da Universidade de Savoie Mont-Blanc, que ingressou neste programa em final de 2015. Hoje, o CréaTIC possui 17 cursos de formação e 24 ateliers-laboratórios abertos a mais de 5000 estudantes.¹⁰

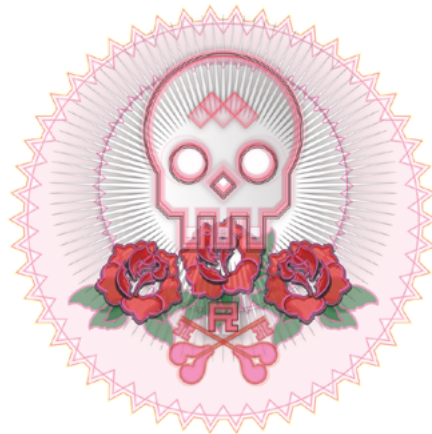


Figura 2: Este i+D/sign (-! information + Design / Sign !-) é um signo marcador de SORODAS

Créditos: Marc Veyrat, Sociétés i Matériel, M-A+R-Y R-E+A-D_04, i+D/signe, 2018

A OBRA SORODAS: *MOBILIS I-N MOBILE*¹¹

A obra SORODAS (-! que significa soldado na língua mahorais !-) inscreve-se no projeto SIRESES sobre mulheres piratas. SIRESES nasceu desse fascínio por essas mulheres que expressavam o seu desejo de autonomia e liberdade (-! o óbvio contraponto de *La Princesse et son MAC*¹², escolhido como subtítulo da tese de Carole Brandon! -) incluindo a dificuldade de mapear as suas vidas e viagens como uma vontade inerente e, em última análise, muito contemporânea, de ir além do protocolo estatal das fronteiras. Além disso,

¹⁰ “O acompanhamento profissional e o enquadramento pedagógico também são implementados para melhor atender aos desafios da integração profissional dos alunos. Mais de 90 profissionais e professores em cada ano trocam, supervisionam e acompanham os alunos na realização do seu projeto. Enfim, é dada especial atenção à promoção de projetos dos estudantes e dos ateliers-laboratórios. Tanto na internet em rubricas específicas quanto no canal do YouTube e, de maneira mais geral, no Centre de Veille et d’Innovation [Centro de Monitoramento e Inovação] no momento da restituição das produções e encontros com parceiros estrangeiros”. Retirado de <http://idefi-creatic.net/fr/creatic/>

¹¹ Se a escrita exata em latim é *Mobilis in Mobili* (-! móvel no elemento móvel! -), manteremos aqui a transcrição inicial, *Mobilis in Mobile*, encontrada em *Vinte mil léguas submarinas* na primeira edição datada de 1871 por Jules Verne, (-! o erro foi corrigido na edição de 1880, bem como no romance *A ilha misteriosa*, escrito em 1875 !-) e que também se refere ao quarto álbum de *L'affaire Louis' trio*, saído em 1993. Esta inscrição no *Le Nautilus* ®-ENVIA diretamente ao i+D (sistema de Investigação e Desenvolvimento), permanecendo inevitavelmente em movimento nas/ entre/sobre os FLUXOS e ®-FLUXOS da rede – traduzida através da obra SIRESES – para interrogar ou mesmo contrariar qualquer processo de controle ou de vigilância, descritos, por exemplo, por Michel Foucault em *Surveiller et Punir* (1993) (-! Ver abaixo! -)

¹² Disponível em <http://idefi-creatic.net/fr/publications/catalogues/>

o princípio das suas existência e sobrevivência depende inteiramente da sua invisibilidade através do disfarce e, em seguida, da visibilidade frequentemente acompanhada de histórias. Esta parte ficcional preenche as lacunas e as escolhas de partida dessas mulheres que têm em mãos um destino particular. Elas devem as suas visibilidades a fragmentos de documentos que surgem à superfície com o tempo. Uma imensa colagem de peças espalhadas para reconstituir um personagem localizado entre uma figura de heroína romântica e uma mulher real emancipando-se.¹³

Portanto, SORODAS interessa-se mais especificamente pela maneira como a palavra viaja, se mapeia e se transforma em i-MIGRANTE, criando conseqüentemente elos flutuantes, imergindo-nos em TRAJETOS de “i” entre os corpos femininos e as máquinas políticas de autoridade.

Igualmente, quando Camille Teyssier e Florian Plamont¹⁴ lançaram em 2017 a primeira versão do jogo urbano Brickx¹⁵ como resultado e graças ao atelier-laboratório IDÉFI-CréaTIC “Hypermedia & Artistic Creation” deslocalizado para Malta, ao testar este jogo,

eu sou imediatamente interpelado por esta viagem, colado ao mapa e a esta navegação da errância. No ecrã do telemóvel portátil, desde a casa até uma certa escala de visão (-! não há possibilidade de zoom ou de “dezoom” i+M/PORTANTES! -), o aplicativo propõe uma apreensão do mapa por pedaços, necessariamente imprecisos, aproximativos e incapazes de contextualizar os seus movimentos e a sua situação. Um eco ressoa muito fortemente nessa experiência com as vidas e as histórias de mulheres piratas¹⁶.

Além disso, a aplicação Brickx submete-nos mais particularmente a uma vadiagem pictórica, por causa dos *bugs* ainda presentes no écran devido a diferenças nas camadas do mapa. No arrastar dos dedos,

conheço uma nova maneira de ver e experimentar o mapa do mundo. Essa escala i+M/POSTA, ®-REDOBRADA pelos desenhos, pelas cores, propõe-nos apreender um mundo ®-APRESENTADO apenas regulado por uma busca sensível de zonas de cores, de atrito das camadas, de padrões, de ícones e desenhos estranhos. Cores, linhas e ícones incongruentes atravessam edifícios, superfícies de água e seções inteiras de desertos

¹³ Extrato do documento escrito por Carole Brandon para apresentar o atelier-laboratório CréaTIC-IDÉFI Art[S] Langue[S] & Patrimoine[S]. (Brandon, documento preparatório do workshop do Departamento de Comunicação Hipermedia, 2018)

¹⁴ Camille Teyssier e Florian Plamont, na sequência dos seus Mestrados 2 HEI Hipermedia e Espaços Inteligentes, no Departamento de Comunicação Hipermedia / Universidade Savoie Mont Blanc, desenvolvem este projeto iniciado tanto no âmbito de um atelier-laboratório CréaTIC-IDÉFI de Paris 8 deslocalizado para Malta, criado e coordenado por Marc Veyrat, e simultaneamente no quadro da sua tese de mestrado. Hoje, acompanhados por diferentes estruturas, eles receberam, no Centro de Veille et d’Innovation, em 2017, na Torre Montparnasse, o Grande Prémio do Júri do concurso “Jeune Création d’Entreprise”, criado pela CréaTIC-IDÉFI em parceria com Paris & Co.

¹⁵ Página do Facebook disponível em <https://www.facebook.com/brickxProject/>; site do projeto disponível em <http://www.brickx.fr/>

¹⁶ Left-wing newspaper founded in 1970 by Paul Noirot until 1981.

com falhas, contando tantas histórias individuais quanto coletivas. Usando o aplicativo Brickx (-! com a amável autorização dos criadores !-), existe @-CRIAÇÃO de um passeio poético entre a minha experiência à distância, mas real, com tecnologia e essas fascinantes e lendárias histórias de mulheres piratas. Como parte do workshop-laboratório IDEFI-CréaTIC de Mayotte (-! criado e coordenado por Marc Veyrat! -) com alunos do Mestrado 1 Criação Digital de Chambéry e Paris e Mestrado 2 2ID, propus questionar a continuação deste projeto na fabricação de histórias através de *cartografias sensíveis*¹⁷, conectando desta vez o mapa resultante dessa rede de viagens em fragmentos (-? i+M/POSSÍVEIS *fuites à la nage* ?-) interpretados através de Brickx, no interior do território físico de Mayotte. Igualmente, de novo a partir do aplicativo, gravaram-se capturas de ecrã da minha viagem a Mayotte por meio de um telemóvel. Cada captura de tela é listada por 100 peças nos painéis do Pinterest. Cada painel do Pinterest é dedicado a uma mulher conhecida do *Comando des Chatouilleuses* de 1966 a 1975. (Brandon, documento preparatório do workshop do Departamento de Comunicação Hipermedia, 2018, p.1)¹⁸

Também é necessário sublinhar aqui a questão – central no departamento de Comunicação Hipermedia na Universidade de Savoie) – da criação de um dispositivo de pesquisa-criação associada à arte. Os autores inscreveram-no na linhagem das análises de Michel Foucault. O autor empregou o termo “dispositivo” na obra *Surveiller et punir* de 1975, na medida em que esse termo é utilizado para enfatizar que

a arte de governar situações de urgência e comportamentos indesejáveis depende de agenciamentos relacionais, de encontros de objetos sociotécnicos, humanos e não humanos, discursivos e materiais, que se articulam a arquiteturas adaptadas para maximizar os efeitos técnicos disciplinares que aí ocorrem. (Foucault, 2001, p. 229)

Mais tarde, na sua *Histoire de la sexualité*, em três volumes (Foucault, 1976, 1984a, 1984b), Foucault especifica na *La Volonté de Savoir* (1976) o conceito de dispositivo da sexualidade: como um conjunto de discursos, práticas médicas e arranjos arquitetónicos para restringir o onanismo e a sexualidade; ou este autor demonstra a emergência de dispositivos de sexualidade (-! Arqueologia dos discursos desde o século XVII !-) substituindo os dispositivos da aliança (-! um EU sujeito existente pelas suas genealogia e alianças! -).

Em termos concretos, inscrevemos voluntariamente qualquer *dispositivo de investigação-criação* sobre o limite poroso e instável de um ENTRE [CORPO/ MÁQUINA]

¹⁷ @-VOIR a convocatória de trabalhos para o colóquio e a exposição “A Arte e as Cartografias Sensíveis”, prevista para maio de 2020 em Chambéry, disponível em <https://www.facebook.com/events/2434907713295790/>

¹⁸ O trabalho interdisciplinar entre Informação, Comunicação e Ciências das Artes remonta à tese de Franck Soudan (2010), sob orientação de Jacques Ibanez-Bueno e Marc Veyrat, e ao trabalho preliminar levado a cabo por uma equipa do Departamento de Comunicação Hipermedia em Bourg-en-Bresse, para o *Les Chemins de la Culture*, disponível em https://youtu.be/_dX1iymb16A.

®-ATIVADO por sistemas biológicos, sociais e económicos. De certa forma, se, em primeiro lugar, estes dispositivos permitirem o surgimento de processos artísticos complexos – magnetizados por e ao redor de um EU sujeito reflexivo – ® TOMANDO / aprendendo a palavra - eles também nos informam sobre as relações de UM corpo. Com ao Outro. Estas relações, mantidas, modeladas com/por um EU EM JOGO externo, constrangedor, moral, social e político, sobrepondo-se assim à fragilidade, à emoção e ao MIM-EU de uma corporalidade interior fluida e suave. Concretamente, esta osmose melancólica, o calor radiante destas relações de trocas direcionadas ao Outro, incessantemente em ®CONSTRUÇÃO, são abaladas por esse invasor, um eSPAÇO externo agressivo e frio. Consequentemente, podemos apenas imaginar qualquer dispositivo na investigação-criação através de uma prática artística experimental e inovadora; este dispositivo permanece sem um modelo prévio porque localiza-se através da experiência fenomenológica de um território instável: uma zona de fronteira de interface, constantemente descoberta e ®-COBERTA de novas informações, um pouco como a areia movediça, mais ou menos ®COMPOSTAS formalmente, definitivamente por/neste lugar SEX-i do OUTRO ESTRANHO-® (-! Este grande Outro da psicanálise definido por Jacques Lacan !-).

Assim, este dispositivo escapa necessariamente, nessa/atraves da mobilidade elástica gerada a cada movimento, no EU devendo estar ®-COLOCADO sob o jugo do controlo. Além disso, abrindo uma operação de resistência entre EU e MIM; esse dispositivo provoca naturalmente – e isso, mesmo que as ferramentas sejam conhecidas – uma forma de fuga, de evaporação sistémica¹⁹, desordem singular (-! entre EU e MIM! -) que não pode ®PRODUZIR-se (-! porque claramente é necessário, através dessa prática operativa, PRODUIR e ®PRODUZIR constantemente a partir daquilo que já foi PRODUIZIDO !-) sem hesitação, sem divagação, sem conflito.

MILLE SABORDS (BRANDON, 2002)

Qualquer ®SEMELHANÇA com uma ação de abordagem não é realmente fortuita !+) E a associação com a obra SIRESSSES ou SORODAS provavelmente não é acidental: se, em resumo, qualquer processo artístico em ação nesta investigação-criação – ou necessariamente a comunicação resultante, o hipermedia em rede – é assim estabelecido antes de sua construção, através de um estudo dos fundamentos, um *registo de traços*²⁰, então este aparato pedagógico e conceitual apoia-se, realiza-se nos *territórios do seu uso*. As Ciências da Informação e Comunicação (CIC) estruturam e questionam assim, como as Ciências da Arte, a conceção, a imaginação, a representação formal e a teorização

¹⁹ A célèbre *voie lactée* de Marcel Duchamp, *Le Grand Verre* ou *La Mariée mise à nu par ses célibataires, même*, 1915-1923, 1991-1992, 277,5 x 175,9 cm, réplica realizada por Ulf Linde, Henrik Samuelsson, John Stenborg, sob a supervisão de Alexina Duchamp, Óleo, folha de chumbo, fio de chumbo, poeira e verniz em chapa de vidro, folha de alumínio, madeira, aço, 321 x 204,3 x 111,7 cm, Moderna Museet, Stockholm.

²⁰ “Para o investigador, o perigo é assimilar este traço ao próprio fenómeno – o que René Magritte explicitou no seu quadro *Ceci n'est pas une pipe*. Assimilar esse traço ao fenómeno pode levar a considerar o registo como uma prova *irrefutável* da existência do fenómeno. No entanto, se um tal traço não constitui uma prova, permite múltiplos usos pertinentes em contexto científico” (Lamboux-Durand, 2017, p. 29).

desses dispositivos complexos. Às vezes cruzando alguns oceanos enevoados de certas certezas, e partindo – não sem um certo prazer – ao ataque de fronteiras consideradas inabaláveis, estes dispositivos parecem enfraquecer, de tempos em tempos, armadas inteiras de territórios estabelecidos, fortalezas julgadas invencíveis. Então, essas *máquinas celibatárias*²¹, ainda exacerbadas pelo digital e que são, antes de tudo, processos críticos abertos, logicamente alcançam o seu objetivo...



Figure 3: Brandon. Carole. 3 tiras, impressões digitais em papel, 90 x 300 cm, 2018. Esta imagem foi criada para a obra de arte hipermédia SORODAS

Fonte: <https://www.pinterest.fr/siressse/boards/>

MAYOTTE: ANTHRO/SOCIO²²

Neste workshop-laboratório, quatro professores-investigadores e artistas estão envolvidos: Carole Brandon (arte), Edwige Lelièvre/SIC, Ghislaine Chabert/SIC, Marc Veyrat/Art. A obra final é inicialmente planeada em torno de um dispositivo hipermédia pensado durante uma semana de workshop na Cité des Arts, em Chambéry, com os

²¹ Pequenas piscadelas à noção de *máquina celibatária* i+M/PULSIONADA por Francis Picabia e Marcel Duchamp.

²² Pequenas piscadelas a Bruce Nauman, *Anthro/Socio* (1991), instalação vídeo. “Anthro/Socio (Rinde Facing Camera) mostra em projeção gigante e em monitores o rosto de um homem que grita continuamente uma cantilena violenta: “Feed me, eat me, anthropology”, “Help me, hurt me, sociology” e “Feed me, felp me, eat me, hurt me”, disponível em <https://www.letemps.ch/culture/bruce-nauman-libere-corps-cadre>

estudantes. Este dispositivo, ao aplicar-se num mapa – em três faixas de 90 x 300 cm – *expressaria remotamente por uma semana* uma soma de dados – uma nova palavra colhida no local – vivida pelos alunos em Mayotte e pelas pessoas entrevistadas, ®-JOGANDO provavelmente (-! pelo menos supomos isso !-) a lacuna cultural, as fragilidades identitárias, enquanto renova uma história comum de desigualdades, de *in/visibilização*...²³



Figura 4: Este i+D/sign (-! information + Design / Sign !-) é o terceiro signo marcador da obra de arte hipermédia SORODAS

Créditos: Marc Veyrat, Société i Matériel, CréaTIC- IDÉFI Art[S] Langue[S] & Patrimoine[S] Chambéry, i+D/signé, 2018

Mas, para isso, os estudantes também precisam descobrir Mayotte à distância... As notícias de atualidades, que chegam a partir dessa paisagem distante e fantasiada relatam através das redes sociais rumores de barreiras nas estradas, até tumultos e greves. A ira dos *mahorais*, os habitantes de Mayotte, encontra-se aparentemente ligada a questões de imigração clandestina (-! *Mahorais.es / NÃO mahorais.es?* Ou seja, a oposição entre os habitantes de Mayotte e os não-habitantes -), insegurança, falta de infraestruturas e um sentimento de abandono pela metrópole... As informações que circulam são contraditórias. Além disso, o envio ao local de reforços de polícia, como a chegada “de paraquedas” da ministra do Ultramar Annick Girardin, que se encontra com os atores locais, no dia 12 de março, na ilha Mayotte Primeira, sem que haja som no écran²⁴, mesmo

²³ “Help me, hurt me”: a questão do corpo ÉTRANGE-® [estranho/estrangeiro] encontra-se de fato no centro da obra SORODAS. Porque o processo de in/visibilidade mantido pelos média coloca os corpos i-MIGRANTES no limiar de uma política visível. “No centro da viagem presidencial a Mayotte, a questão da imigração. Quase um habitante em dois é de nacionalidade estrangeira. Em Mamoudzou, a capital administrativa do departamento ultramarino francês de Mayotte, essa taxa aproxima-se de 60%. Uma situação que pesa bastante na situação demográfica, económica e social do departamento. O desequilíbrio aumentou ainda mais entre 2012 e 2017. O déficit migratório dos nativos de Mayotte quase duplicou em relação ao período de 2007 a 2012, devido à saída, principalmente dos jovens, para a ilha La Réunion ou para a metrópole, por causa de escolas, universidades ou instalações de saúde inadequadas. No mesmo período, a migração líquida de nativos que vivem no exterior aumentou dez vezes. Alguns chegam a evocar o medo de ‘uma grande substituição’ da população. Nas eleições europeias de maio, o partido *Rassemblement national* (RN), dirigido por Marine Le Pen, conquistou 46,1% dos votos em Mayotte”. (Roger, 2019)

²⁴ Disponível em <https://www.facebook.com/mayottel1ere/videos/1700037426701954/>. Os comentários são particularmente significativos sobre o estado de sítio que prevalece naquele momento.

após o cancelamento de nossa viagem planeada de 11 a 19 de março, nada vai resolver. O i+D dessa fragilidade constante, de um destino fora das normas provocado pelas *chatouilleuses* (“cocequentas”, em Português), associado aqui com SORODAS numa história da resistência, *mulheres piratas* e um mapa geolocalizado onde uma pessoa se perde (-! Com o aplicativo Brickx! -) é particularmente emocionante. Além disso, em Chambéry, seguimos os passos, as histórias i-REALS ou não de viagens míticas, até os medos como as ilusões ou as dificuldades de uma imigração. E é aí que nossas aventuras antropológicas vão começar... Os métodos de discurso imaginados em seu redor como todos os problemas e questões relacionados a esses documentos coletados por estudantes que rapidamente interferirão na política...

Os alunos do Mestrado em Criação Digital são divididos em quatro grupos de pesquisa. KARIBOU (“Bem vindo” em *mahorais*), WAMI, EPISODIUS e S3K DANCE. Para encorajar o trabalho em antropologia visual, as instruções dadas por Ghislaine Chabert são simples: 1) pensar as ligações, a comunicação, as trocas entre os dois territórios; 2) trazer à tona questões culturais, espaços e temporalidades, linguagens; 3) a fim de permitir fazer algo anteriormente impossível, no dispositivo que será proposto em seguida na investigação-criação. Os quatro grupos precisam decidir sobre uma linha de investigação antes de começar a filmar as entrevistas. Esse eixo encontra-se naturalmente articulado em torno de noções que questionam as suas próprias práticas, os seus interesses recíprocos, imaginando o contexto de cada captura, determinante para a recolha de informações.

HELL-O KARIBOU

O KARIBOU estará interessado em histórias de vida relacionadas com *fluxos migratórios*²⁵. Para realizar o nosso estudo antropológico, optámos por realizar entrevistas filmadas. De fato, pelo nosso desejo de conhecer pessoas, de permitir que elas contem o seu território e as suas relações entre o departamento nativo e o local onde vivem hoje, esse formato impôs-se como uma evidência. Conhecer esses *mahorais* que moram em Chambéry [no sul de França] permitiu-nos interagir com eles: seja num café ou num ambiente mais privado, eles sempre tiveram prazer em trocar conosco essa cultura que é

²⁵ “Dando um passo à frente, dois para trás, as leis apenas reverterão os privilégios concedidos aos migrantes. Assim, hoje em dia, na metrópole, a questão da identidade parece tão sensível para a segunda e terceira geração (e filhos e descendentes de imigrantes), bloqueados por uma névoa espessa, um tapete de incerteza e de ocultação das suas origens estrangeiras. Nem aqui nem ali, presos num lugar intermédio. Nesta tempestade societal, um jovem da França é inundado com o mesmo problema de pressão migratória tão (se não mais) importante do que na França metropolitana. Mayotte é um departamento francês do qual 40% da população é estrangeira. ‘*Le kwassa-kwassa pêche peu, il amène du Comorien, c’est différent*’: com esta frase desajeitada, o presidente Emmanuel Macron aponta o dedo a Mayotte, o 101º departamento francês desde maio de 2011, submerso pela imigração ilegal” (Georges, Gervais, Carmona, Tagliafferi & Vassileva, documento relacionado com o estudo de campo e não publicado, 2018). (-! A designação *kwassa-kwassa* (ou *kwasa kwasa*) é o nome usado nas ilhas Comores para barcos de pesca rápida, de sete a 10 metros de comprimento, um metro de largura, fundo chato e agora equipados com um ou dois motores. Fala-se igualmente do *drama kwassa*, para referir as pessoas que morrem todos os dias, ao tentar chegar a Mayotte, cuja travessia de 70 km num braço de mar conhecido por ser particularmente perigoso, entre Anjouan e Mayotte (“‘Kwassa-kwassa’: les Comoriens exigent des excuses de Macron, qui prône ‘l’apaisement’”, 2017). Com esta frase, Macron queria significar que estas embarcações rápidas permitem uma emigração, ainda mais intensa e arriscada, para Mayotte.

tão importante para eles. A entrevista filmada constitui um facto de palavra apoiado por imagens. Estas últimas dão-nos informações que o som por si só não teria transmitido. Além disso, isto contribuiu para descobrir Mayotte através de contos reais, histórias pessoais contadas e partilhadas.

Assim, usámos um método qualitativo para coletar os dados. Essas entrevistas individuais ou de casais permitiram-nos construir histórias, cenários sobre o território de Mayotte. Assim, o nosso estudo baseia-se nos mesmos fundamentos de Durkheim (citado em Pharo, 2000): uma exploração da experiência que reúne os discursos dos atores e que traz à luz pensamentos, comportamentos sociais e estados mentais. Estas entrevistas muito pessoais, às vezes quase íntimas, permitiram-nos descobrir, para além das palavras, esses jovens *mahorais*. Segundo aquele autor, todos os elementos da sociedade, incluindo moralidade e religião, são produtos da história, que fazem parte do mundo natural e podem ser estudados cientificamente. Ele propõe um estudo da própria sociedade, antes de estudar as suas instituições.

Por isso, fizemos entrevistas semi-diretivas: tínhamos temas que queríamos discutir, mas a ordem variava de acordo com as conversas. Depois de colocar uma pergunta ou um novo tema, deixámos que o entrevistado se expressasse para ter um discurso mais verdadeiro e autêntico: uma história de vida, histórias contadas. Assim, apesar dos nossos interesses pessoais (cultura e imigração), privilegiámos experiências de vida e discursos espontâneos. Este método é uma maneira de se confrontar à alteridade do outro. O entrevistado é diferente e pode trazer-nos uma nova visão sobre as temáticas da pesquisa. Porque, de fato, se este modo de entrevista exige o estabelecimento de um terreno preciso, é preciso também aceitar os imprevistos, os acasos do diálogo.

Tivemos a oportunidade de entrevistar apenas homens Mahoran, as mulheres são mais tímidas quanto à ideia de se revelarem a estranhos e às suas câmaras. Embora muito desapontados por não termos obtido uma visão feminina, essa recusa geral testemunha uma forte vontade de permanecer discreto, de não ser exibido.

Do ponto de vista artístico, que mais nos interessa, observamos aqui os processos determinantes de uma futura implementação dos dispositivos de investigação-criação. Um *relatório fictício* é construído pela distância operatória imediatamente estabelecida no momento da recolha antropológica, através da encenação do diálogo gravado (-! Em sons e imagens !-) “A fábrica das histórias”²⁶, embora seja produzida a partir de entrevistas sinceras, filmadas em lugares que provocam o tomar da palavra, causa o que Umberto Eco nomeia, baseando-se numa @LEITURA de Kant, uma *synthèse spéceuse*, ou síntese eventualmente ilusória devido à sua aparência de verdade:

como posso também entender, ao ver uma maçã vermelha ou uma pedra branca, que a maçã é branca por dentro e suculenta, ou que a pedra é dura no seu interior e pesada? Digamos que a diferença reside no fato de que o objeto percebido é o efeito de uma segmentação precedente do *continuum*

²⁶ *La Fabrique des Histoires* (-! responsável: Marc Veyrat !-) é um dos sub-eixos do eixo dois do Laboratoire LLSETI : Texte Image & Arts Numériques, dirigido por Ghislaine Chabert e Carole Brandon. Alba Marin e Jacques Ibanez-Bueno participam nele igualmente.

ou um objeto desconhecido. Quando vemos uma pedra, *sabemos*, no próprio ato de compreender que se trata de uma pedra, como é feita por dentro. Quem vê um esqueleto de coral pela primeira vez (algo que tem a forma de uma pedra, mas de cor vermelha) ainda não sabe como é feito lá dentro. (Eco, 1997, p. 111)²⁷

No caso dos alunos de KARIBOU, um imaginário é posto em prática, uma *synthesis speciosa* partir de atitudes, corpos presentes, palavras dadas, hesitações, silêncios. A imaginação é produtiva. É o mesmo processo em ação na questão do hipermédia: estamos continuamente diante de novos *esqueletos de corais* ... que sempre descobrimos pela primeira vez. Assim, produziremos significado extrapolando uma ficção sobre uma síntese de elementos sempre extraídos daquilo que chamamos de i-REAL²⁸, ou seja, um *conjunto realizado de informações* que se tornam materiais artísticos. É uma espécie de ficção de *facto[S]*, construída a partir de eSPAÇOS²⁹ interconectados ao território sob observação, mas com duração limitada. Ora, longe de minimizar essa distância produtiva para nós entre a coleta dessas informações e o *contexto da experiência*³⁰, e como toda a *realidade* é simplesmente i+M/POSSÍVEL, como o que aconteceu com *La Princesse & son MAC*, vamos experimentar, amplificar este contexto no ato da criação.

O nosso processo criativo é construído em duas etapas: primeiro, acumulamos fragmentos retirados da vida quotidiana, que organizamos em relações de laminação e encaixamento. Para isso, criamos sistemas autónomos em circuito fechado ou em *loop* que se desdobram em torno de uma figura central (-! objeto, pessoa, personagem, animal, forma, cores! -): esta colecta age como uma marca de referência ou um nó. A acumulação dentro do dispositivo (-! a montante ou não! -) cria uma forma aleatória de diário íntimo. A obra é um instante t do dispositivo que depois dispersaremos sob outras formas. Carole Brandon³¹

²⁷ Umberto Eco acrescenta na página 115: “no prefácio da segunda edição da primeira *Crítica*, Kant evoca Tales que, partindo da figura de um triângulo isósceles para descobrir as propriedades de qualquer triângulo isósceles, entende que ele não deve seguir passo a passo o que ele vê na figura, mas deve realizar ou *construir* o triângulo isósceles em geral” (Eco, 1997, p. 115).

²⁸ O I-REAL é apenas um estado transitório da informação em circulação, interagindo constantemente entre vários média.

²⁹ A obra em rede é sempre confrontada com uma distorção espacial e temporal. Entre o espaço-tempo físico dos utilizadores e o espaço-tempo do programa e das redes, este novo território emergente é um lugar híbrido - o eSPACE – constituído de ora em diante de espaços virtuais E i-reais, associados a temporalidades sobrepostas (Veyrat, 2015).

³⁰ “Influência do contexto sobre a gravação: nas ciências experimentais, o contexto da experiência influencia a experiência em si, um dos objetivos dos investigadores é então identificar e minimizar, se possível, essas incidências. A compreensão e a tomada em conta do contexto da pesquisa, o dispositivo sociotécnico e as influências potencialmente produzidas, tornam assim possível não negligenciar os vieses. Durante uma gravação de depoimento, a presença do dispositivo sociotécnico de registo, as atitudes da equipe de gravação, a condução da entrevista, influenciam o depoimento e a sua receção durante a difusão (Lamboux-Durand, 2014). Além disso, todos os elementos não graváveis, os elementos *afilmmicos*, devem ser levados em consideração” (Lamboux-Durand, 2017, pp. 37-38).

³¹ Disponível em <http://idefi-creatic.net/fr/publications/catalogues/>



Figura 5: Apresentação do projeto Master 2 2iD, workshop SORODAS, Hôtel de Ville, Salle des Délégations, Chambéry, 2018

Créditos: Marc Veyrat, Société i Matériel

CONCLUSÃO E I-REVERÊNCIA

Os fragmentos retirados das entrevistas vão misturar-se, fundir-se, i-MIGRAR para outras formas nos dispositivos de investigação-criação como estas colagens. E é aí que reside a distância elástica e não a oposição, entre Ciências da Informação, Comunicação e as Artes e as Ciências da Arte. O processo artístico i+M/PÕE, sem complexos mas também sem credulidade, uma distância do *fato factual*, uma *transposição ficcional* sem dúvida necessária para permitir que a obra nos faça @-AGIR, para dar-lhe o i+M/POS-SÍVEL de um lugar autónomo da arte, e ainda para nos instalar aí, @CRIANDO o seu próprio território político.

No entanto, apesar dessa inevitável distanciação através dessa propulsão artística para além do i-REAL, o estudo antropológico – que desempenha um papel fundamental na instalação de dispositivos – permitirá rapidamente a emergência de outros problemas. Em Mayotte, uma residência artística foi estabelecida anteriormente em torno do documentário *Sisygambis*. Em relação aos vínculos entre o atelier-laboratório Art[S] Langue[S] e Patrimoine[S] através do Centro Universitário que supostamente receberia a equipa, o DAC (Direção dos Assuntos Culturais) que apoia o projeto *Sisygambis*³², os atores políticos locais: esses estudos antropológicos realizados em Chambéry pelos estudantes contudo em total liberdade, vão instalar-se num clima de desconfiança e tensão, ainda exacerbados no local pelos bloqueios de estradas e pelos vários incidentes que aumentarão gradualmente, até ao momento em que a nossa possível saída... já não será possível.

Os filmes serão alterados, várias informações terão que ser removidas das redes sociais...

Com o hipermédia, a i+D testada e comprovada de uma *paisagem-programa*, produz inversamente em @TORNO uma implicação difusa, um interrogação traduzida

³² Disponível em <http://www.7portes.net>

aqui por uma propedêutica do eSPAÇO. Onde o espectador só pode tomar consciência, através das suas próprias experiências fenomenológicas, da distância que o aproxima ou o opõe às formas elásticas em constantes mutações de informação @PERCEBIDAS. Jorge Luis Borges escreve em *La loterie à Babylone*:

em muitos casos, a convicção de que certas alegrias eram obra do acaso teria diminuído a sua virtude; para combater este inconveniente, os agentes da Companhia usaram sugestão e magia. Os seus passos, as suas manobras permaneciam secretas. Para conhecer as esperanças íntimas e os terrores íntimos de cada um, eles dispunham de astrólogos e espiões. (Borges, 1983, p. 65)

Não faz sentido demonizar a nossa relação com o fluxo das redes sociais, com a internet, porque a informação não seria, por si só, certa ou errada. Mas transmitiria, através dos efeitos das suas manipulações e dos seus usos, um poder potencial desproporcional às esperanças ou terrores íntimos de cada um de nós; o seu perigo é simplesmente existir sob diferentes aparências e através de múltiplas conexões. A combinação constante, da equipa no Departamento de Comunicação Hipermedia, entre métodos visuais de investigação em Ciências da Informação e Comunicação, a fim de servir como base fenomenológica para os dispositivos da investigação-criação produzidos nas Ciências da Arte – como vimos – causa misturas explosivas. Será necessária alguma moderação: o i-REAL é uma caixa de Pandora.

Tradução: Pedro Andrade

REFERÊNCIAS

- Borges, J. L. (1983). *La loterie à Babylone*. In *Fictions* (pp. 61-70). Paris: Éditions Gallimard.
- Brandon, C. (2016). *L'Entre [corps/machine]: la princesse et son Mac*. Tese de doutoramento, Université Paris 1 - Panthéon-Sorbonne, Paris, França. Retirado de <https://hal.archives-ouvertes.fr/tel-02111485>
- Brandon, C. (2002). *Mille Sabords ou les origines de la vidéo dans la peinture*. Dissertação de Mestrado, Université Jean Monnet, Saint-Étienne, França.
- Eco U. (1997). *Kant et l'ornithorynque*. Paris: Éditions Grasset.
- Foucault, M. (2001). Le jeu de Michel Foucault. In *Dits et écrits II* (pp. 62-93). Paris: Éditions Gallimard.
- Foucault, M. (1979). *Histoire de la sexualité, tome I*. Paris: Éditions Gallimard, Paris.
- Foucault, M. (1984a). *Histoire de la sexualité, tome II*. Paris: Éditions Gallimard, Paris.
- Foucault, M. (1984b). *Histoire de la sexualité, tome III*. Paris: Éditions Gallimard, Paris.
- Foucault, M. (1993). *Surveiller et punir*. Paris: Éditions Gallimard.
- “Kwassa-kwassa”: les Comoriens exigent des excuses de Macron, qui prône “l’apaisement”. (2017, 05 de junho). *Le Monde*. Retirado de https://www.lemonde.fr/afrique/article/2017/06/05/apres-les-propos-choquants-de-macron-les-comoriens-exigent-des-excuses_5139073_3212.html

- Lamboux-Durand, A. (2017). Appréhender les biais de l'audiovisuel pour une analyse scientifique appropriée des situations enregistrées. *Cuadernos Artesanos de Comunicación*, 136, 27-46. Retirado de <http://www.cuadernosartesanos.org/2017/cac136.pdf>
- Parvard, B. (2010). Qui sont les 343 du manifeste d'avril 1971? In C. Bard (Ed.), *Les féministes de la deuxième vague* (pp. 71-84). Rennes: PUR.
- Pharo, P. (2000). Le sens objectif des faits sociaux. *Revue européenne des sciences sociales*, 38(119). <https://doi.org/10.4000/ress.679>
- Roger, P. (2019, 21 de outubro). Mayotte : au cœur du voyage de Macron, la question de l'immigration. *Le Monde*. Retirado de https://www.lemonde.fr/politique/article/2019/10/21/l-immigration-clandestine-auc-ur-de-la-visite-de-macron-a-mayotte_6016370_823448.html
- Soudan, F. (2010). *Penombra*. Dissertação de Mestrado, Université Paris 1 - Panthéon-Sorbonne, Paris, França.
- Veyrat, M. (2015). eSPACE. In G. Azémard (Ed.), *100 Notions pour l'Art Numérique* (pp.86-88). Paris: Les Éditions de l'Immatériel. Retirado de <http://www.100notions.com>

NOTA BIOGRÁFICA

Carole Brandon é artista, Professora Associado de Ciências da Arte e de Artes Plásticas. Membro do Laboratório de Línguas, Literaturas, Sociedades, Estudos Transfronteiriços e Internacionais, Departamento de Comunicação Hipermedia, Universidade Savoie Mont-Blanc. Responsável da *Collection 28*, Edições de Imprensa da Universidade Savoie Mont-Blanc. Responsável pelo Mestrado em Criação Digital (-! Inicial e alternância! -) e pelo mestrado 2iD em alternância (-! Interatividade e Design da Informação! -).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1487-3887>

Email: carole.brandon@univ-smb.fr

Morada: UFR LLSH, Route du Sergent Revel, 73000 Jacob-Bellecombette, França

Marc Veyrat é artista, Professor de Ciências da Arte e Associado de Artes Plásticas. Investigador do Laboratório de Línguas, Literaturas, Sociedades, Estudos Transfronteiriços e Internacionais, Departamento de Comunicação Hipermedia, Universidade Savoie Mont-Blanc. Chefe da equipa “Les Fabriques des Histoires” e chefe da *Text & Image Collection*, Edições Edições de Imprensa da Universidade Savoie Mont-Blanc. Investigador associado da UNESCO Chair / ITEN (-! Inovação, transmissão e publicação digital! -). Diretor do Departamento de Comunicação Hipermedia, Universidade Savoie Mont-Blanc.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0711-8557>

Email: imateriel@gmail.com

Morada: UFR LLSH, Route du Sergent Revel, 73000 Jacob-Bellecombette, França

Submissão: 10/09/2020

Aceitação: 29/11/2019

APLICAÇÕES MÓVEIS PARA O TURISMO CULTURAL: CAMINHOS DE SANTIAGO

Miguel Mazedo

Centro de Criatividade Digital, Escola das Artes, Universidade Católica Portuguesa, Portugal

Luís Teixeira

Centro de Investigação em Ciência e Tecnologia das Artes, Escola das Artes, Universidade Católica Portuguesa, Portugal

RESUMO

Este artigo apresenta o resultado do estudo sobre as aplicações móveis na área do Turismo Cultural para os Caminhos de Santiago. Este estudo foi desenvolvido no âmbito da atividade B2 “Gestão de conteúdos pertencentes ao património cultural nacional baseado em sistemas abertos de preservação e interação” do projeto CHIC – “Cooperative Holistic View on Internet and Content” (POCI-01-0247-FEDER-024498). A atividade B2 tem como objetivo conceber e implementar uma plataforma para o desenvolvimento de aplicações móveis, que suporte conteúdos de média avançados como realidade aumentada, vídeo 360º e dados georreferenciados, tendo sido selecionada como prova de conceito o desenvolvimento de uma aplicação para os Caminhos de Santiago. Neste artigo são apresentadas e analisadas as principais características das aplicações móveis existentes para os Caminhos de Santiago.

PALAVRAS-CHAVE

aplicações móveis; Caminhos de Santiago; CHIC; realidade aumentada; turismo cultural

MOBILE APPLICATIONS FOR CULTURAL TOURISM. ST. JAMES WAY

ABSTRACT

This article presents the result of the study on mobile applications (apps) in the area of Cultural Tourism for the St. James Way. This study was developed within the scope of activity B2 “Content management belonging to the national cultural heritage based on open systems of preservation and interaction” of the CHIC project – “Cooperative Holistic View on Internet and Content” (POCI-01-0247-FEDER-024498). Activity B2 aims to design and implement a platform for the development of mobile applications, which supports advanced media contents such as augmented reality, 360º video and georeferenced data, with the development of an application for the St. James Way. In this article, the main characteristics of existing mobile applications for the St. James Way are presented and analyzed.

KEYWORDS

mobile apps; St. James Way; CHIC; augmented reality; cultural tourism

INTRODUÇÃO

A Agência Nacional de Inovação (ANI), visa fomentar ações de apoio à inovação tecnológica e empresarial em Portugal, contribuindo para fortalecer o Sistema Nacional de Inovação (SNI) e para robustecer a competitividade da economia nacional nos mercados globais. Uma das ações que a ANI promove são os programas mobilizadores: projetos estratégicos de investigação e desenvolvimento que têm como objetivo a criação de novos produtos, processos ou serviços (PPS) com elevado conteúdo tecnológico e de inovação.

O projeto mobilizador CHIC – “Cooperative Holistic View on Internet and Content” (POCI-01-0247-FEDER-024498), visa a criação de um conjunto de serviços e plataformas necessários para proporcionar a produção e distribuição de novas formas de consumo de conteúdos, promovendo a qualidade dos serviços e da experiência de consumo. Está estruturado em vários PPS que integram plataformas abertas de gestão da produção e distribuição de conteúdos digitais na *cloud* e a gestão de conteúdos pertencentes ao património cultural nacional com base em sistemas abertos de preservação e interação, nomeadamente através da PTAPNC (Plataforma tecnológica de apoio ao Plano Nacional de Cinema), da NVDCTP (Novas Plataformas de Difusão de Conteúdos na área do Turismo e Património) e da ILN (Interfaces em linguagem natural para navegação online e em sistemas de distribuição por cabo).

A atividade B2 do projeto CHIC tem como objetivo desenvolver uma plataforma de difusão de conteúdos na área do Turismo e Património, integrando recursos jornalísticos que possibilitem aos utilizadores a descoberta do património cultural e histórico através de uma aplicação móvel. A aplicação vai suportar e fornecer diferentes tipos de conteúdos, desde artigos (de texto) contextualizados até experiências de realidade aumentada, realidade virtual e *mixed reality*¹.

Este estudo foi realizado na fase inicial do projeto de forma a apoiar a definição de requisitos e funcionalidades da plataforma a desenvolver.

APLICAÇÕES MÓVEIS: NOVAS FERRAMENTAS TURÍSTICAS

O rápido crescimento do uso dos smartphones e das respetivas aplicações móveis criou novas formas da indústria do turismo se conectar aos seus visitantes enquanto estes viajam. Os smartphones foram rapidamente adotados como ferramentas de viagens turísticas (Dickinson et al., 2014). O desenvolvimento das tecnologias tornou-se inerente ao crescimento do turismo por ser um recurso que contribui para a promoção de destinos assim como para a obtenção de informação por parte dos turistas. Neste processo de inovação, as tecnologias tornam flexível todo o curso de uma viagem, com meios que permitem planear a mesma, assim como adequá-la às circunstâncias (Oh, Letho & Park, 2009). Uma viagem é suportada por uma grande variedade de ferramentas tecnológicas através de diferentes plataformas, acessíveis em diferentes locais e datas (Lamsfus, Wang, Alzua-Sorzabal & Xiang, 2015; Miller, 2012).

¹ Referida, por vezes, como realidade híbrida ou realidade mista. Mistura do mundo real e do virtual, de maneira a produzir novos ambientes e visualizações, em que os objetos físicos e digitais coexistem e interagem entre si.

As aplicações fornecem resultados aos utilizadores mediante um conjunto de parâmetros variáveis definidos pelo próprio utilizador e pelo seu contexto. Por exemplo, os resultados de uma pesquisa no Google por restaurantes de um utilizador holandês serão diferentes no momento de planear a viagem quando está na Holanda ou quando visita outro país como Portugal. Apesar das consultas anteriores estarem armazenadas, o Google vai detetar a localização atual e atualizar as sugestões de palavras-chave. O crescimento exponencial de soluções de ambientes digitais torna as tarefas como a busca e seleção de informação pesadas. Sistemas de recomendação² permitem reduzir esta sobrecarga de informação e oferecer recomendações baseadas nos perfis e hábitos dos utilizadores.

Os sistemas de recomendação disponíveis no turismo eletrónico adquirem as necessidades/desejos do utilizador de forma explícita ou implícita, pois estamos perante um ambiente propício a que a nossa atividade seja extraída (Gavalas, Konstantopoulos, Mastakas & Pantziou, 2014). Desta forma, sugerem destinos a visitar, pontos de interesse através das buscas do utilizador, apresentando até descontos ou pacotes turísticos que vão de encontro ao histórico de pesquisa. O objetivo destes sistemas é facilitar a pesquisa do utilizador e simultaneamente persuadi-lo na aquisição dos serviços propostos.

O mercado das aplicações móveis está em constante expansão, como podemos constatar pelo consumo de smartphones e pelas notícias divulgadas pelos media. De acordo com Dias (2018), em 2018, em 2017, a nível mundial, o número de downloads foi cerca de 175 mil milhões e os gastos em aplicações móveis 70 mil milhões de euros. Estes valores representam crescimentos na ordem dos 60% e 105%, respetivamente, em relação a 2015 (App Annie, 2018). No que toca ao turismo, assistimos a um crescimento significativo em Portugal devido a uma mudança no paradigma da oferta turística, sem que este fenómeno seja de origem conjuntural (Costa, 2017).

Na área do turismo existe uma participação ativa dos municípios no desenvolvimento de aplicações que promovam as cidades. É natural que num mundo em que uma grande parte da população usa smartphone (cinco mil milhões³) exista uma preferência por aplicações móveis que facilitem o acesso à informação e tornem a vida mais cómoda, prática e simples. Quando viajam este interesse mantém-se, especialmente pelas aplicações georreferenciadas que fornecem informações sobre mapas, guias, serviços, pontos de interesse, eventos, entre outros.

Em Portugal, esta aposta é visível e vários municípios têm lançado aplicações móveis que têm servido para facilitar a mobilidade dos visitantes nas suas cidades. Guimarães, é um dos exemplos ao lançar a aplicação Guimarães Mobitur, em 2012, para receber a Capital Europeia da Cultura 2012.

Na mesma medida, e de forma crescente, os municípios têm apostado neste tipo de plataformas para melhorar a experiência do visitante, dispor de novas maneiras de atrair turistas, disponibilizar facilmente informações, reforçar a visibilidade da marca

² O TripAdvisor e o Zoomato são dois/duas websites/aplicações móveis que funcionam como sistemas de recomendação populares na área do turismo.

³ Retirado de <http://www.gsma.com/newsroom/press-release/number-mobile-subscribers-worldwide-hits-5-billion/>

local, facilitar o acesso a produtos e serviços de entidades locais de forma a potenciar a geração de maiores receitas assim como ter uma plataforma que permita receber *feedback* direto e mais rápido dos visitantes. No mundo hiperconcorrencial em que vivemos, é importante não ficar atrás da concorrência, oferecendo produtos atrativos, mas também itens funcionais e apelos emocionais.

O USO DE APLICAÇÕES MÓVEIS EM PEREGRINAÇÃO ATÉ SANTIAGO DE COMPOSTELA

Desde algumas décadas atrás, o turismo começou a fazer parte da vida de qualquer indivíduo, seja em que âmbito for com variados efeitos positivos (Glaesser, 2006). Desta forma, a indústria do turismo tem-se posicionado em lugares de liderança classificando-se como uma atividade económica relevante a nível global. De acordo com os requisitos da Unesco sobre o património cultural, Portugal foi estabelecendo um programa de incremento de projetos turísticos, com o objetivo de valorizar não só os monumentos, mas também as comunidades onde estão inseridos (Lopes, 2000). O turismo tem um crescimento praticamente ininterrupto ao longo do tempo, representando atualmente 7% das exportações mundiais de bens e serviços (World Tourism Organization [UNWTO], 2017).

O turismo cultural e religioso apresenta-se num lugar significativo da economia deste setor, principalmente em cidades e locais com uma presença relevante de património civil e religioso, assim como manifestações no domínio da crença e respetivas práticas religiosas. A cultura tem como principal motivação o conhecimento e a existência de uma valorização. O seu conceito é basilar em várias áreas académicas, mas sempre houve dificuldade em defini-lo. Na sua origem etimológica, encontramos duas diferentes derivações. *Collere* significa cultivar no sentido de cultivar um campo, o que implica mudança e transformação, processos de fertilização do solo e crescimento (Pires, 2006). *Cultus* significa adorar, prestar culto no sentido de desenvolver um certo sentimento religioso, o que implica igualmente uma mudança – interior (Pires, 2006). Desta forma, percebemos uma ligação inerente entre a cultura e as práticas religiosas.

Ao longo dos anos, o conceito de cultura tem evoluído e têm sido várias as definições atribuídas a este conceito. De um modo geral, a cultura refere-se a um conjunto de processos e padrões aprendidos do comportamento humano, tais como a língua, a religião, os costumes e as convenções. De certa maneira, a cultura é o reflexo do desenvolvimento espiritual, intelectual e estético de uma sociedade, assim como do seu modo de vida (Pires, 2006). Pode-se afirmar que é um indicativo de progresso.

O património cultural e religioso une crenças a valores culturais, cruzando fortes aspetos arquitetónicos e visuais a razões espirituais. Desta maneira, o turismo cultural e religioso tem-se tornado relevante e apresentado fortes motivações para viajar (Antunes, 2016). Tendo o património cultural e religioso se colocado numa posição de destaque, o Ministério da Economia e do Emprego integra o património histórico, cultural, religioso e paisagístico no plano estratégico nacional do turismo apresentado em 2012. Um dos valores essenciais da marca “Destino Portugal” assenta na história, cultura e tradição.

Existe uma necessidade em reforçar circuitos turísticos que destaquem a diversidade do património cultural, religioso e natural (Plano Estratégico Nacional de Turismo [PENT], 2012).

O turismo religioso e a constante aposta no mesmo é visível em todo o mundo. As regiões mais ricas em recursos históricos, religiosos e culturais têm utilizado isso em favor dos seus planos estratégicos. Por exemplo, o turismo religioso é a segunda maior indústria da Arábia Saudita, desde o início do século XXI e desde sempre que tem gerado receitas anuais de oito mil milhões e crescido a um ritmo mais rápido do que qualquer outro setor (Paul & Mourad, 2017). Os governos ao tomarem medidas de inclusão perante locais e monumentos na lista de património mundial recebem benefícios diretos (financeiros e técnicos) por parte da Unesco, mas também alcançam prestígio e projeção internacional (Lopes, 2000). É de fácil compreensão que o aumento exponencial desta prática expõe os museus e monumentos a um grande desgaste assim como à própria banalização. Contudo, apesar desta sobrecarga negativa, mas normal dado o fluxo de turismo e o crescente interesse, que exige acessos restritos e sensibilização em relação ao respeito e à compreensão, existem benefícios como o favorecimento do respeito entre culturas, a criação de comunidades assim como a valorização económica.

Dado o crescimento turístico, também é crescente a preocupação das cidades e dos países. Esta preocupação prende-se, principalmente, em facilitar a vida de quem os visita, contribuindo para uma melhor experiência e complementando-a com uma presença digital dada a era em que vivemos.

No âmbito da peregrinação, mais propriamente no Caminho de Santiago, têm sido desenvolvidas várias aplicações móveis com o objetivo de facilitar a viagem dos peregrinos assim como o de completar a jornada de peregrinação através do desenvolvimento de conteúdos digitais.

Durante a peregrinação a Santiago de Compostela, os peregrinos podem usufruir da paisagem natural e cultural do Caminho. Contudo, e para além da contemplação, estamos perante o crescimento e a introdução dos meios digitais nestas práticas de origem medieval.

Vivemos numa era em que cada vez mais se assiste a uma ajuda da tecnologia móvel para planear uma viagem ou para tirar o máximo proveito no decorrer da mesma. Ao olhar para uma sociedade altamente tecnológica em que os peregrinos estão integrados, é importante perceber o uso tecnológico durante a peregrinação assim como a intenção de uso durante a mesma (Antunes, 2016).

De que forma difere a relação entre um peregrino e o uso de uma aplicação móvel durante a sua jornada da relação de um turista e o uso de uma aplicação móvel durante uma viagem? As motivações de um peregrino e de um turista são distintas. Para desenvolver uma aplicação móvel que tenha valor para peregrinos é crucial perceber o contexto de uma peregrinação e entender as especificidades do caminho de peregrinação. Apesar das diferenças antes de iniciarem uma viagem, existem várias características em aplicações móveis para turistas que podem ser úteis para os peregrinos, como informações sobre o local onde se encontram, monumentos e locais de interesse na

vizinhança, assim como locais para pernoitar e outras informações que confirmam segurança e conforto.

Nos dias de hoje, normalmente, as pessoas têm mais do que uma razão para viajar (Drule, Chiş, Băcilă & Ciornea, 2012). A literatura define duas categorias como forma de enquadrar as motivações para o turismo. Os *push factors* são estímulos internos que induzem as pessoas a viajar e preencher desta forma as suas necessidades enquanto que os *pull factors* são fatores externos especialmente relacionados com os atributos e a atratividade do destino (Crompton & McKay, 1997; Drule, Chiş, Băcilă & Ciornea, 2012; Kim, ChoongKi & Klenosky, 2003; Morgan, 2006; Yoon & Uysal, 2005). Estas categorias estão relacionadas e evoluem adaptando-se à situação. Da mesma forma, a motivação turística é um conceito complexo que depende de cada indivíduo e tem uma influência significativa no processo de decisão (Correia & Crouch, 2004).

Num estudo recente, realizado com 222 peregrinos portugueses, verificou-se que um dos aspetos mais importantes de uma aplicação móvel sobre o Caminho de Santiago é a sua utilidade (Antunes & Amaro, 2016). É crucial que esta apresente informações relevantes sobre o caminho tendo por base a localização do peregrino através de uma interface fácil de utilizar. Constatou-se um grande interesse de partilha de informação e experiências entre os peregrinos durante a jornada. No desenvolvimento de uma aplicação móvel para este mercado interessa desta forma implementar um mecanismo que permita essa partilha de conteúdos.

O uso da tecnologia durante a peregrinação é totalmente voluntário. Alguns peregrinos preferem libertar-se da tecnologia e aproximar-se da natureza assim como dar atenção às causas espirituais que os movem nesta jornada (Nickerson, Austreich & Eng, 2014). Contudo, a existência de uma aplicação móvel com informações úteis sobre o Caminho de Santiago promove a intenção de uso da mesma (Antunes, 2016).

No tempo medieval o guia utilizado para realizar o Caminho de Santiago era o *Codex Calixtinus*, escrito em latim entre os anos 1130 e 1160. Este, foi considerado o primeiro guia do Caminho. Hoje em dia, os peregrinos fazem-se acompanhar de vários guias de apoio existentes nas variadas línguas (Antunes, 2016). Está também ao dispor dos peregrinos a página oficial de apoio ao Peregrino (Oficina do Peregrino) que disponibiliza várias informações, nomeadamente os horários das atividades religiosas.

A utilização crescente de soluções tecnológica nos Caminhos de Santiago deve-se a este se ter tornado num percurso turístico, e pelo uso do GPS e partilha dos itinerários e fotografias por parte dos peregrinos.

LEVANTAMENTO DE APLICAÇÕES MÓVEIS DISPONÍVEIS EM LOJAS ONLINE

As aplicações existentes para o Caminho de Santiago são várias, verificando-se redundância nas funcionalidades que oferecem. Existe uma oferta vasta, principalmente para o sistema operativo (SO) Android. Algumas aplicações móveis suportam ambos os sistemas operativos.

Foram identificadas mais de 50 aplicações sobre o Caminho de Santiago. Para cada aplicação foi recolhida informação como: nome, programador, sistema operativo, tipo

de aplicação e disponibilidade⁴. A seleção destes atributos foi feita com base em estudos, artigos, análise de questionários feitos a peregrinos e pesquisas nas lojas sobre o tema. Desta lista, procurou-se analisar quais as aplicações mais relevantes disponíveis nas lojas (App Store e Play Store) e as suas funcionalidades.

Desta forma, construíram-se duas tabelas (ver Apêndices) com informação como disponibilidade das aplicações nas lojas, tipo de aplicação predominante (online, offline, sincronização), onde se compreende a existência de 21 aplicações para iOS (uma indisponível) e 50 aplicações para Android (23 indisponíveis).

De um modo geral, as aplicações móveis sobre a peregrinação a Santiago de Compostela podem ser agrupadas em várias categorias pelo tipo de serviço que oferecem:

- informação geral;
- notícias e informação atual;
- acomodação;
- património cultural e locais turísticos;
- jogos, diário de viagem e livros;
- comunicação;
- tempo e previsão;
- saúde;
- interatividade (realidade aumentada).

A maioria das aplicações no mercado são completamente gratuitas, com a exceção de algumas que disponibilizam produtos pagos. No entanto, os preços não são elevados, e os artigos disponíveis nessas aplicações podem custar entre 0,79 €-5,90 €. A única *app* que foge a esta regra é a “Camino Pilgrim – Frances” que permite donativos entre os 2,50 €-100 €, mas cuja instalação e usufruto são gratuitos. Estas aplicações não apresentam nenhuma secção de publicidade visível.

De acordo com o levantamento feito, a primeira análise foi o tipo de aplicação usada neste âmbito. O tipo online é predominante e deve-se à georreferenciação, ou seja, a *app* tem a informação em tempo real acerca da posição geográfica do portador do dispositivo móvel, o que permite às aplicações darem informações atualizadas e pertinentes considerando as coordenadas do mesmo.

Vivemos numa era tecnológica em que as tecnologias ao nosso dispor apresentam soluções interessantes para apresentar informação de variadas formas. Apesar destas facilidades, ainda não existem muitas aplicações sobre o Caminho de Santiago capazes de fazer o peregrino desfrutar da jornada no mundo digital e este mundo poder fazer parte da sua caminhada. As várias aplicações móveis sobre o Caminho de Santiago no mercado centram-se na funcionalidade e utilidade das informações que fornecem aos seus utilizadores. Estas pretendem dar a conhecer aos peregrinos aspetos que consideram importantes durante a jornada, como:

⁴ Algumas aplicações listadas foram retiradas de estudos realizados anteriormente e, dessa forma, já não estão disponíveis. Também se referem como indisponíveis aquelas a que não se pode aceder nas lojas em Portugal.

- informação específica para peregrinos que percorram o Caminho de Santiago a pé ou em bicicleta;
- posição do peregrino no mapa;
- planificador de etapas para organizar a rota de forma individualizada;
- pontos de informação geolocalizados sobre diferentes tipos de alojamentos, pontos de interesse e avisos importantes;
- informação meteorológica em tempo real e informação sobre localidades e serviços disponíveis;
- partilha da localização exata com amigos;
- acesso a diferentes itinerários.

Após a identificação das aplicações disponíveis nas lojas online (tabelas em apêndice) para o Caminho de Santiago decidimos focar o estudo num grupo menor de aplicações, mas que fosse representativo da oferta existente. Foram usados os seguintes critérios:

- avaliações pelos utilizadores/número de comentários;
- inquéritos realizados em estudos;
- conhecimento dos peregrinos sobre as aplicações existentes;
- seleção de uma *app* quando o mesmo programador disponibiliza várias aplicações para caminhos diferentes;
- uso de apenas uma das aplicações existentes nas lojas (App Store e Play Store).

NOME	PROGRAMADOR	SISTEMA OPERATIVO	CLASSIFICAÇÃO	NÚMERO DE AVALIAÇÕES
Guide of the Way of St James	Buen Camino	iOS	4,3	10
Camino (Eroski Consumer)	BIKO	iOS	N/D	N/D
A Wise Pilgrim Guide (Várias)	Wise Pilgrim	iOS	N/D	N/D
Augmented Reality St James Way	Ricardo Meana	Android	3,7	33
Buen Camino	Chaligne Aurore	Android	3,8	26
Caminho de Santiago Pro	Editorial Buen Camino	Android	4,3	1204
Caminho de Santiago 360°	IRALTA FILMS, S.L.	Android	4,4	60
Cno. Santiago	CNIG	Android	4,2	43
Camino de Santiago	COTESA	Android	4,2	5
Camino de Santiago Guide	CaminoGuide.net	Android	4,9	17
Camino de Santiago Guide v2.0	Tournride.com	Android	3,3	131
Camino Francés – Wise Pilgrim	Wise Pilgrim	Android	3,1	31
Camino Pilgrim - Francés	Aurea Moemke	Android	4,8	1392
Caminos de Santiago (Várias)	IndependenTrip	Android	N/D	N/D
Caminos de Santiago Eroski	Eroski Consumer	Android	3,7	84
eCamino	eCamino Kft	Android	3,3	26
miCamino	micaminodesantiago.com	Android	4,3	1291
The Way of Saint James	SEGITTUR	Android	4,1	19

Tabela 1: Lista de aplicações móveis relevantes sobre os Caminhos de Santiago para iOS e Android.

Usando os critérios definidos foram selecionadas 18 aplicações (Tabela 1)⁵. Algumas aplicações disponibilizam conteúdos média como realidade aumentada e fotografias 360°. A aplicação “Augmented reality St James Way” usa a realidade aumentada em pontos geolocalizados para disponibilizar informação sobre alojamentos e pontos de interesse. Neste caso, a informação é disponibilizada de forma tradicional não se tirando benefício do potencial de imersividade desta tecnologia. Ao analisar as funcionalidades das 18 aplicações observamos que as funcionalidades presentes em mais de 80% das aplicações são:

- informações sobre os pontos de interesse;
- diretório de alojamentos;
- diretório de localidades/serviços;
- rotas/itinerários a pé;
- distâncias/altitudes;
- GPS.

Observamos ainda que as funcionalidades presentes em mais de 10% e menos de 50% das aplicações são:

- orientações/conselhos (conselhos para preparar o melhor possível a caminhada);
- informações sobre o caminho;
- meteorologia;
- multilingue;
- avaliação/comentários;
- rotas/itinerários bicicleta;
- planificador/programação personalizada;
- mapas offline (disponibilidade de descarga);
- partilha/envio redes sociais;
- partilha notas/fotografias;
- partilha/envio localização;
- lanterna.

As funcionalidades presentes em apenas uma aplicação de cada SO são:

- alertas em tempo real;
- diário (possibilidade de criação de um diário de peregrinação/inserção de elementos textuais e visuais em cada etapa de peregrinação);
- informações em realidade aumentada;
- perfil de utilizador (criação de um perfil com informação pessoal que permite interagir com outros peregrinos);
- guia interativo virtual (realização do caminho virtualmente através de guias interativos).

⁵ Algumas aplicações para iOS não apresentam a classificação. A loja apenas disponibiliza dados a partir de um certo número de avaliações feitas. A classificação é feita na escala de 0 a 5.

Algumas das aplicações móveis selecionadas foram testadas relativamente à usabilidade. A usabilidade de uma aplicação móvel refere-se à facilidade de acesso ou esforço que leva um utilizador a atingir o seu objetivo. O teste de usabilidade é um procedimento de verificação de funcionalidades da interface de uma plataforma digital, neste caso uma aplicação. Após a sua execução, é realizada uma análise de usabilidade e das principais dificuldades.

Os programadores devem ter atenção alguns aspetos na produção de uma aplicação, como o funcionamento da mesma em diferentes sistemas operativos e dispositivos. Em qualquer tipo de software, usabilidade é um conceito que considera três aspetos fundamentais: eficiência, aprendizagem e satisfação (Nayebi, Desharnais & Abran, 2012). Neste sentido, ao avaliar a usabilidade de uma aplicação precisamos de considerar o tempo que demora a completar uma determinada tarefa, a aprendizagem das operações através da observação do objeto e o facto de ir de encontro às expectativas dos utilizadores.

A aplicação móvel “Caminho de Santiago Pro” foi desenvolvida a partir dos guias do Caminho de Santiago do reconhecido peregrino e jornalista Carlos Mencos (vencedor do prémio “Aymeric Picaud 2015” pela divulgação do Caminho de Santiago), que já conduziu dezenas de milhares de peregrinos a Santiago⁶. Os guias foram adaptados para serem incorporados na aplicação e tornaram-se mais completos que o próprio livro. A aplicação oferece, por predefinição, o guia do Caminho de Baztán. As outras rotas podem ser adquiridas por um preço inferior ao formato livro. Esta aplicação disponibiliza um elevado volume de dados, contudo pode ser confusa numa primeira abordagem pelas múltiplas janelas que têm de ser abertas pelo utilizador assim como pela disposição dos botões e conteúdos. O acesso à informação não é fácil sendo necessário o utilizador executar várias ações para conseguir ter acesso às informações. Quanto menor for o número de passos o utilizador tiver que executar, menor será o esforço do utilizador para atingir os seus objetivos e obter as informações que procura. A informação é disponibilizada em longas páginas o que dificulta o entendimento do conteúdo e atrasa a realização de ações na aplicação. A aplicação que tem como objetivo servir o peregrino e tornar a sua jornada facilitada torna-se num processo mais complexo que o esperado inicialmente. Contudo, apresenta vários fatores que contribuem para o seu sucesso como o grande número de opções de navegação assim como a inclusão dos guias do reconhecido Carlos Mencos, a credibilidade das informações e apoio imediato dado pelos programadores. A aplicação tem neste momento 1259 avaliações que totalizam uma classificação de 4,3/5⁷.

Outra aplicação selecionada para fazer o teste, foi a aplicação “Caminho de Santiago 360º”, a aplicação vencedora dos prémios “The App Tourism Awards 2016”, organizados pela FITUR⁸ na categoria “Guia de Destino”. Esta aplicação funciona como um

⁶ Informação retirada de <http://periodistascompostela.gal/index.php/eventos/24-carlos-mencos-galardonado-premio-aymeric-picaud>

⁷ Informação retirada de http://play.google.com/store?hl=pt_PT

⁸ Feira Internacional de Turismo, realizada em Madrid, é o ponto de encontro global para profissionais de turismo e a

guia interativo virtual que possibilita ao utilizador percorrer o caminho virtualmente, acedendo a informações sobre os pontos de interesse, assim como a possibilidade de visitar os monumentos através de fotografias e vídeos 360° que colocam o utilizador no local. Nesta viagem interativa, o utilizador é acompanhado por Margaret, uma nova-iorquina apaixonada pela arte e pela arquitetura, e por António, um espanhol amigável que gosta de experimentar a culinária local, assim como por outros personagens. Esta aplicação desenvolvida pela IRALTA FILMS S. L.⁹ conta com 60 avaliações na Play Store e uma classificação final de 4,4/5¹⁰. Na versão gratuita apenas está disponível a primeira etapa: o itinerário de Roncesvalles a Pamplona. Os outros nove capítulos podem ser adquiridos individualmente por 1,00 € ou então pode-se adquirir o conjunto de todos os capítulos pelo valor de 2,09 €. A aplicação está bem estruturada com um design atual e acesso fácil à informação selecionada. A aplicação tem como objetivo explícito levar o caminho até ao utilizador. A disposição dos conteúdos permite uma navegação confortável e intuitiva. No primeiro capítulo, analisando a interação do utilizador com os dados disponíveis e a duração do vídeo 360°, o itinerário pode ser feito na aplicação num intervalo de tempo entre 10 a 15 minutos. Para os 10 capítulos existentes, o valor do intervalo deverá variar entre os 100 a 150 minutos de interatividade na aplicação.

Existem outras aplicações que não foram incluídas no estudo dada a sua reduzida expressão no mercado no momento deste estudo, mas que revelam potencial. Exemplo disso são duas aplicações lançadas pelos municípios e potenciam às estratégias dos mesmos. Os municípios representam um papel importante no desenvolvimento destes projetos, pois aumentam a presença digital das cidades e potenciam o crescimento do turismo.

A Junta da Galiza desenvolveu a aplicação móvel “Camiño de Santiago en Galicia”, para Android e iOS, no âmbito do projeto “Smart Camiño”. É uma aplicação orientada ao peregrino na sua viagem. Este projeto está incluído no “Plan Smart Turismo”, no âmbito do “Plan Integral de Turismo”, e tem um investimento esperado de 10 milhões de euros até 2020 (Xunta de Galicia, 2014). A Junta da Galiza, através da Agência de Turismo da Galiza desenvolveu o “Plano Integral de Turismo da Galiza” que pretende conferir sustentabilidade ao setor do turismo, adaptando os modelos de negócio e as políticas de gestão turística. O “Plano Smart Turismo” surge de maneira a impulsionar a modernização e a competitividade do setor através das TIC. Estes planos estão alinhados com o “Plano Estratégico da Galiza” e com a Estratégia Europa 2020, assim como os documentos preparatórios da “Estrategia de Especialización Inteligente Gallega” (RIS3)¹¹, um plano futuro para gerar bem-estar e emprego de forma sustentável e competir no exterior. Este investimento é também uma forma de atração turística e uma

principal feira de mercados recetivos e emissores da América Latina. Retirado de http://www.ifema.es/fitur_01/

⁹ Produtora audiovisual com foco nas experiências imersivas e uma paixão direcionada para a realidade virtual, está sediada em Madrid, Espanha. Retirado de <http://iraltavr.es>

¹⁰ Retirado de http://play.google.com/store?hl=pt_PT

¹¹ Retirado de <http://www.ris3galicia.es>

estratégia de oferta cultural, sabendo que o ano de 2021 é ano jacobeu¹² ou ano santo compostelano. São anos que atraem muitos crentes pela procura da absolvição de todos os seus pecados.

A aplicação disponibiliza informações sobre todas as rotas do Caminho de Santiago desde a sua entrada na Galiza, assim como a rede oficial de albergues com todas as características, serviços e contactos, eventos, recursos turísticos, alertas de ofertas publicadas por estabelecimentos turísticos, condições meteorológicas fornecidas pela MeteoGalicia¹³ e dados de contacto e endereços. Este é um exemplo em que os custos da aplicação são suportados pelo município, e a aplicação faz parte de uma estratégia do mesmo.

No mesmo sentido, a “Valorização dos Caminhos de Santiago – Caminho Português da Costa” resulta de uma candidatura, conjunta dos 10 municípios incluídos na rota, ao Norte 2020 com o objetivo de valorizar e reconhecer oficialmente este Caminho como itinerário da peregrinação a Santiago¹⁴.

A aplicação móvel “Caminhos de Santiago – Caminho Português da Costa” é desenvolvida pela Sétima Lda¹⁵, conta com a promoção dos municípios presentes no roteiro e com o financiamento do programa Norte 2020. A aplicação pretende funcionar como um guia interativo durante a caminhada do peregrino, permite descarregar o roteiro criado na plataforma web com todos os pontos de interesse a visitar e permite criar uma credencial digital. É uma aplicação útil também na fase anterior à caminhada, devido à lista de conselhos que incorporam a aplicação com alusão ao vestuário, acessórios, calçado, mochila, pausas, técnicas para caminhar, alimentação e hidratação, cuidados com os pés, lesões e fadiga e alojamento.

A particularidade da credencial digital é curiosa, pois funciona como um perfil de utilizador que permite registar a pegada do peregrino submetendo conteúdos que mais tarde pode visitar.

Esta aplicação permite a visualização e a partilha de testemunhos o que promove o diálogo sobre o Caminho Português da Costa, a partilha de experiências e dar a conhecer a novos peregrinos os pontos mais positivos assim como os negativos deste itinerário. Neste momento, a aplicação conta com 20 testemunhos o que demonstra a pouca atividade da mesma.

Apesar das poucas descargas efetuadas, os utilizadores apresentam níveis de satisfação elevados com a performance da mesma, facto visível nas 17 avaliações da loja Play Store que representam o 4,8/5 na classificação da aplicação.

¹² Estes anos acontecem quando o 25 de julho, festividade do martírio do apóstolo Santiago, coincide com um domingo. Com uma cadência de 6, 5, 6 e 11 anos, o 25 de julho ocorre num domingo.

¹³ Agência meteorológica regional da Galiza, Espanha.

¹⁴ Segundo alguns historiadores, este caminho era um dos eixos mais importantes para alcançar a casa do apóstolo em Santiago de Compostela. Este caminho a partir do Porto passando por Matosinhos, Maia, Vila do Conde, Póvoa de Varzim, Esposende, Viana do Castelo, Caminha, Vila Nova de Cerveira e Valença surge com a devida importância a partir do século XV. Retirado de <http://www.caminhoportuguesdacosta.com/pt>

¹⁵ Empresa tecnológica que desenvolve soluções *web & mobile*, sediada em Braga. Retirado de <http://www.setima.pt>

Esta aplicação está também disponível para o sistema iOS, mas o sistema de classificações da loja é mais rigoroso e só é apresentado a partir de um certo número de críticas. Contudo, é possível ver que foram feitas duas avaliações, ambas com classificação de 5/5, com a referência à utilidade da aplicação antes e durante a peregrinação¹⁶.

É uma aplicação que apresenta elevado desempenho e uma rápida resposta na execução de tarefas. Está bem estruturada em termos de design e funcionalidade, assim como a nível de informação disponibilizada ao utilizador. Exibe apenas a informação essencial com uma navegação propícia à conclusão das tarefas, sem um número de passos exagerado nem um excessivo número de janelas abertas. A informação está disposta de forma clara e concisa o que reduz a necessidade de fazer zoom ou andar à deriva na plataforma.

Para além de aplicações móveis, existem outro tipo de plataformas digitais que já foram criadas no âmbito da peregrinação. A Autoridade Nacional de Proteção Civil (ANPC) criou uma plataforma digital para apoiar os peregrinos que se deslocaram a pé para Fátima. Foi lançada no âmbito da “Operação Fátima 2017” para a visita do papa a Fátima que ocorreu em maio desse mesmo ano¹⁷.

Esta plataforma reúne informação útil de apoio ao peregrino de Fátima e uma ferramenta de georreferenciação em que

o peregrino pode planear rotas e obter outras informações como pontos de apoio, locais de dormida, parques de estacionamento, áreas de refeições, postos de socorro entre outros recursos. (“Proteção Civil cria plataforma digital para apoiar os peregrinos”, 2017)

Esta plataforma funcionou como um recurso de apoio à peregrinação, informando também sobre os cuidados a ter antes da peregrinação, durante a caminhada e na chegada ao destino. O Papa Francisco visitou Fátima nos dias 12 e 13 de maio de 2017 no âmbito das comemorações do centenário das aparições. Esta plataforma esteve ativa para este evento apenas. Os utilizadores tinham de efetuar um registo que permitia receber avisos importantes para uma peregrinação segura.

Num contexto universitário, no âmbito da promoção do turismo sustentável, iniciou-se, em 2018, um projeto universitário internacional em que Portugal está representado pela Universidade do Minho. O projeto “O valor dos direitos humanos no Caminho de Santiago: aproveitando o poder do turismo para promover o diálogo intercultural e a realização dos objetivos de desenvolvimento sustentável” explora o turismo como “instrumento de compreensão mútua e desenvolvimento sustentável” (“Pelo turismo sustentável nos Caminhos de Santiago”, 2018). Neste projeto estão incluídas 20 universidades de 13 países (EUA, Peru, México, Sudão, Portugal, Espanha, Dinamarca, Luxemburgo, Holanda, Bélgica, Polónia, Montenegro e França). Numa fase inicial, os estudantes destas Universidades, trabalharam tendo como foco os principais princípios

¹⁶ Informação retirada do website da Play Store e da App Store, em http://play.google.com/store?hl=pt_PT e <http://www.apple.com/pt/ios/app-store/>

¹⁷ Retirado de <http://www.protecaocivilfatima.pt>

e requisitos para o desenvolvimento do turismo sustentável bem como os princípios éticos e de responsabilidade associados ao Caminho de Santiago. Numa segunda fase, os estudantes têm a oportunidade de confrontar a análise teórica com a situação real da rota e perceber a viabilidade dos seus produtos, a sua sustentabilidade e capacidade de promoção do desenvolvimento local da rota¹⁸.

DISCUSSÃO DE RESULTADOS E CONCLUSÃO

Este projeto confronta-se com questões que procuram uma resposta que corresponda à era em que vivemos. A era digital é a era da prontidão e do momentâneo, a cada segundo aparece uma nova notificação, as atualizações de software são constantes e o ser humano quer estar *sempre ligado* (Palumbo, Dominici & Basile, 2014). Estamos a criar dependências a um mundo virtual, a dependência de nos mostrarmos e a necessidade da aceitação social que revelam o ego enorme que vive dentro do ser humano.

Devido a esta exposição e a esta vontade de estar ligado, a oferta de *apps* tem vindo a crescer de forma significativa, aumentando o número de escolhas possíveis. Em 2000, já se constatava que os utilizadores da internet exibem uma impaciência notável e insistência na gratificação instantânea (Nielsen, 2000). A oferta de novas soluções digitais tem de ter em consideração as necessidades do utilizador e como promover o respetivo uso pelo público.

No universo das aplicações móveis, de acordo com a *Fortune*, num artigo escrito por Erin Griffith (2016), constatamos que em mais de 75% dos downloads de *apps* efetuados são executadas apenas uma única vez. Estes dados revelam que a maioria das aplicações não oferece uma boa experiência inicial ou não corresponde às expectativas dos utilizadores. Para ultrapassar estes problemas e as aplicações se tornarem num recurso essencial para o utilizador, estas precisam de assegurar requisitos de usabilidade relativamente ao design de aplicações móveis. É essencial perceber os objetivos do utilizador no contexto de utilização de forma a identificar as dificuldades que existem na execução das tarefas.

O objetivo do design é que este se torne invisível aos olhos do utilizador. É importante que a atenção do utilizador seja direcionada para a execução das tarefas. Estamos perante uma grande diversidade de tecnologias e dispositivos tecnológicos e, portanto, as aplicações devem-se adaptar aos requisitos funcionais dos dispositivos e dos sistemas operativos. Dessa forma e optando por normas de navegação criamos uma navegação mais intuitiva.

É importante compreender o contexto da utilização das aplicações pela indústria do turismo, o uso pelos turistas e educar a sua compreensão sobre as diferentes fases da sua viagem, assim como antecipar desenvolvimentos futuros (Lim, 2012). Desta forma será possível obter um melhor uso da aplicação móvel, por parte do utilizador e garantir melhores resultados. Podemos observar nas aplicações móveis analisadas no

¹⁸ Retirado de <http://affiliatemembers.unwto.org/content/activity-o>

teste de usabilidade, apresentaram algumas deficiências, como por exemplo a aplicação “Caminho de Santiago Pro”, devido à profusão de ações necessárias para o utilizador conseguir aceder aos conteúdos.

Ângela Antunes (2016) entrevistou peregrinos e a maioria respondeu que leva dispositivos móveis com ligação à internet para a caminhada de peregrinação. Deste estudo demonstra que existe um interesse comum na existência de aplicações móvel sobre o Caminho de Santiago assim como o desejo por parte dos peregrinos do seu uso. O conhecimento sobre as aplicações existentes é muito limitado e o seu uso ainda menor. Enquanto utilizadores de uma aplicação de apoio aos peregrinos de Santiago, as características que os inquiridos valorizam mais estão diretamente ligadas ao Caminho, como:

- informações sobre as etapas;
- informações sobre os albergues;
- contactos urgentes;
- locais importantes;
- multilíngue;
- offline;
- características turísticas/culturais;
- conteúdos gerais sobre o Caminho.

Estas características estavam presentes na maioria das aplicações disponíveis nas lojas online. Também são valorizados os conteúdos mais interativos e atrativos em termos de imagem, e são indicadas as características religiosas (Antunes, 2016).

Os peregrinos manifestaram preferência por aplicações que funcionem em modo offline. No entanto no levantamento feito neste estudo constatou-se que a maioria das *apps* existentes funcionam apenas em modo online. Outro tópico é a reduzida informação em tempo real disponibilizada e a sua natureza (muito básica). Esta questão deverá ser aprofundada num estudo sobre modo de funcionamento (online, offline, sincronização) já que tem implicação em decisões como o armazenamento de dados, forma de acesso e disponibilização de informação, quando e como proceder a atualizações entre outras questões. A definição dos requisitos funcionais e operacionais deve também ter em conta os conteúdos a disponibilizar, e definir prioridades como por exemplo minimizar o tempo de acesso à informação, minimizar consumo de bateria, ou capacidade de armazenamento do dispositivo. Os sistemas móveis devem ser adaptados de uma forma eficaz que responda às necessidades do turista, fornecendo-lhe informações personalizadas (Oh, Lehto & Park, 2009). Neste caso concreto, é imperativo pensar o contexto do peregrino e perceber como é possível fazê-lo continuar a viver a experiência de peregrinação num ambiente digital e numa situação em que o próprio pode criar as suas próprias experiências e partilhá-las com outros peregrinos.

No âmbito do turismo, verifica-se um interesse crescente pelo setor cultural e a adoção de aplicações móveis como ferramentas de apoio ao setor turístico. No contexto do projeto CHIC, na fase inicial do primeiro caso de demonstração do *framework* foram identificadas e analisadas aplicações móveis para os Caminhos de Santiago disponíveis

nas lojas de aplicações. Existe uma grande oferta de aplicações sobre esta temática, mas nenhuma disruptiva no uso que faz de novos média como o uso de fotografia 360°, realidade aumentada ou conteúdos interativos. A única que se destaca pela inovação é a “Caminho de Santiago 360°”, mas a informação disponibilizada ao peregrino é limitada.

A maioria das aplicações funciona em modo online e apresenta características como informações sobre as etapas/albergues, contactos urgentes, locais importantes, ser multilingue. Estas são as características mais valorizadas pelos peregrinos com exceção do funcionamento online (preferência modo offline). O desenvolvimento de uma aplicação deverá garantir a existência destas funcionalidades identificadas. O enfoque da aplicação a desenvolver deverá ser na produção de conteúdos digitais de elevada qualidade, componente muito limitada nas apps existentes atualmente.

AGRADECIMENTOS

Este artigo foi desenvolvido no âmbito do projeto NORTE-01-0145-FEDER-022133 e do projeto POCl-01-0247-FEDER-024498, cofinanciado pelo Programa Operacional Regional do Norte (NORTE 2020), através do Portugal2020 e do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER).

REFERÊNCIAS

- Antunes, A. & Amaro, S. (2016). Pilgrims' acceptance of a mobile app for the Camino de Santiago. In A. Inversini & R. Schegg (Eds.), *Information and communication technologies in tourism* (pp. 509-521). Cham: Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-28231-2_37
- Antunes, Â. (2016). Caminhar na era tecnológica em direção a Santiago de Compostela: Estudo do uso de uma app por parte dos peregrinos. Dissertação de Mestrado, Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viseu, Portugal.
- App Annie (2018). *App Annie 2017 retrospective report*. Retirado de <https://www.appannie.com/en/insights/market-data/app-annie-2017-retrospective/>
- Correia, A. & Crouch, G. I. (2004). Tourist perceptions of and motivations for visiting the Algarve, Portugal. *Tourism Analysis*, 8(2), 165-169.
- Costa, A. (2017, 17 de julho). Crescimento do turismo em Portugal deve-se a mudança no paradigma da oferta. *Diário de Notícias*. Retirado de <https://www.dn.pt/lusa/crescimento-do-turismo-em-portugal-deve-se-a-mudanca-no-paradigma-da-oferta---antonio-costa-8643628.html>
- Crompton, J. L. & McKay, S. L. (1997). Motives of visitors attending festival events. *Annals of Tourism Research*, 24(2), 425-439. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(97\)80010-2](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(97)80010-2).
- Dias, M. P. (2018, 21 de janeiro). Gastamos cada vez mais dinheiro em aplicações móveis. *Notícias ao Minuto*. Retirado de <https://www.noticiasao minuto.com/tech/940676/gastamos-cada-vez-mais-dinheiro-em-aplicacoes-moveis>
- Dickinson, J. E., Ghali, K., Cherrett, T., Speed, C., Davies, N. & Norgate, S. (2014). Tourism and the smartphone app: capabilities, emerging practice and scope in the travel domain. *Current Issues in Tourism*, 17(1), 84-101.

- Drule, A. M., Chiş, A., Băcilă, M. F. & Ciornea, R. (2012). A new perspective of non-religious motivations of visitors to sacred sites: evidence from Romania. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 62, 431-435. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.070>
- Gavalas, D., Konstantopoulos, C., Mastakas, K. & Pantziou, G. (2014). Mobile recommender systems in tourism. *Journal of Network and Computer Applications*, 39, 319-333. <https://doi.org/10.1016/j.jnca.2013.04.006>
- Glaesser, D. (2006). Tourism in a changing world. In D. Glaesser (Ed.), *Crisis management in the tourism industry* (pp. 1-8). Oxford: Elsevier.
- Kim, S. S., ChoongKi, L. & Klenosky, D. B. (2003). The influence of push and pull factors at korean national parks. *Tourism Management*, 24(2), 169-180.
- Lamsfus, C., Wang, D., Alzua-Sorzabal, A. & Xiang, Z. (2015). Going mobile: defining context for on-the-go travelers. *Journal of Travel Research*, 54(6), 691-701.
- Lim, T. Y. (2012). Designing the next generation of mobile tourism application based on situation awareness. *2012 Southeast Asian Network of Ergonomics Societies Conference (SEANES)* (pp. 1-7). Langkawi, Kedah, Malaysia. <https://doi.org/10.1109/SEANES.2012.6299599>
- Lopes, F. (2000). O programa de incremento do turismo cultural – dos novos conceitos e motivações sobre o património cultural à criação de produtos turísticos de qualidade. *Antropológicas*, 4, 243-250.
- Miller, C. C. (2012, 19 de setembro), Google updates android maps app as apple moves on. *New York Times*. Retirado de <https://bits.blogs.nytimes.com/2012/09/19/google-updates-android-maps-app-as-apple-moves-on/>
- Morgan, M. (2006). Making space for experiences. *Journal of Retail & Leisure Property*, 5(4), 305-313.
- Nayebi, F., Desharnais, J.-M. & Abran, A. (2012). The state of the art of mobile application usability evaluation. In *2012 25th IEEE Canadian Conference on Electrical and Computer Engineering (CCECE)* (pp. 1-4). Montreal, QC, Canada. <https://doi.org/10.1109/CCECE.2012.6334930>
- Nickerson, R., Austreich, M. & Eng, J. (2014). Mobile technology and smartphone apps: a diffusion of innovations analysis. In *Twentieth Americas Conference on Information Systems* (pp. 1-12). Savannah.
- Nielsen, J. (2000). *Designing web usability: The practice of simplicity*. USA: New Riders Publishing.
- Oh, S., Lehto, X. Y. & Park, J. (2009). Travelers' intent to use mobile technologies as a function of effort and performance expectancy. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 18(8), 765-781.
- Palumbo, F., Dominici, G. & Basile, G. (2014). The culture on the palm of your hand: how to design a user oriented mobile app for museums. In L. Aiello (Eds.), *Handbook of research on management of cultural products: e-relationship marketing and accessibility perspectives* (pp. 225-244). Hershey, PA, USA: IGI Global.
- Paul, K. & Mourad, M. (2017, 04 de setembro). Saudi arabi seeks islamic tourism boost in test for heritage, tradition. *Reuters*. Retirado de <https://www.reuters.com/article/us-saudi-haj-tourism-idUSKCN1BF1XW>
- Pelo turismo sustentável nos Caminhos de Santiago (2018, 16 de março). *Público*. Retirado de <https://www.publico.pt/2018/03/16/fugas/noticia/turismo-sustentavel-nos-caminhos-de-santiago-1806893>
- PENT, Plano Estratégico Nacional de Turismo. (2012). *Plano estratégico nacional do turismo: horizonte 2013-2015*. Retirado de <http://www.turismodeportugal.pt/>

Pires, M. L. B. (2006). *Teorias da cultura* (2.^a ed.). Lisboa: Universidade Católica Editora.

Proteção Civil cria plataforma digital para apoiar os peregrinos (2017, 06 de abril). *Jornal de Notícias*. Retirado de <https://www.jn.pt/nacional/protecao-civil-cria-plataforma-digital-para-apoiar-peregrinos-5775986.html>

UNWTO, World Tourism Organization. (2017). *UNWTO Tourism highlights: 2017 edition*. Madrid: UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284419029>

Uysal, M. & Jurowski, C. (1994). Testing the push and pull factors. *Annals of Tourism Research*, 21(4), 844-846. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(94\)90091-4](https://doi.org/10.1016/0160-7383(94)90091-4)

Xunta de Galicia. (2014). *Smart turismo: plan de desenvolvimento das TIC no eido do turismo*. Retirado de https://transparencia.xunta.gal/c/document_library/get_file?folderId=687714&name=DLFE-22454.pdf

Yoon, Y. & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45-56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>

APÊNDICES

NOME	PROGRAMADOR	TIPO
Guide of the Way of St James	Buen Camino	Online
Camino(Eroski Consumer)	BIKO	Online
Camino Aragones – A Wise Pilgrim Guide	Wise Pilgrim	Online
Camino de Invierno – A Wise Pilgrim Guide	Wise Pilgrim	Online
Camino de Santiago – Bono Lacabus	Xunta de Galicia	Online
Camino de Santiago – Camino Frances 2.0	CNIG	Online
Camino de Santiago del Sur a la Vía de la Plata. Sevilla - Mérida	Imagen MAS	Online
Camino del Salvador – A Wise Pilgrim Guide	Wise Pilgrim	Online
Camino Finisterre – A Wise Pilgrim Guide	Wise Pilgrim	Online
Camino Frances – A Wise Pilgrim Guide	Wise Pilgrim	Online
Camino Guide	Jack Fellows	Synch
Camino Primitivo – A Wise Pilgrim Guide	Wise Pilgrim	Online
CaminoDeSantiago	COTESA	Online
eCamino	eCamino Kft	Synch
Esoteric Camino France & Spain	Sutro Media	Synch
Le Puy / GR65	AgenceTNT	Online
TrekRight	Eugene Mallay	Online
Via Plata IT	IndependenTrip	Online
Visitabo Santiago de Compostela	ALHENA APP TRAVEL	Synch
Way of St. James, St Jacobs Route Map	Dubbele.com	Synch

Tabela 1: Lista de aplicações móveis sobre os Caminhos de Santiago para iOS

NOME	PROGRAMADOR	TIPO	DISPONIBILIDADE
Albergues_2.0	HLE Aplicaciones	Offline	Indisponível
Augmented Reality St James Way	Ricardo Meana	Online	Disponível
Buen Camino	Chaligne Aurore	Offline	Disponível
Caminho de Santiago Pro	Editorial Buen Camino	Online	Disponível
Camino de Santiago 360º	IRALTA FILMS S.L.	Online	Disponível
Cno. Santiago	CNIG	Online	Disponível
Camino de Santiago	COTESA	Online	Disponível
Camino de Santiago Guide	CaminoGuide.net	Offline	Disponível
Camino de Santiago Guide v2.0	Tournride.com	Online	Disponível
Camino de Santiago HD	CNIG	Online	Indisponível
Camino de Santiago my mobile	Miguel Angel Zamorano Porras	Online	Indisponível
Camino de Santiago, Aragonés	DeNAide	Online	Indisponível
Camino de Santiago, Baztanes	DeNAide	Online	Indisponível
Camino Frances – Wise Pilgrim	Wise Pilgrim	Online	Disponível
Camino Frances IT	IndependenTrip	Online	Disponível
Camino Pilgrim – Frances	Aurea Moemke	Online	Disponível
Camino Portugues IT	IndependenTrip	Online	Disponível
Camino Sanabres IT	IndependenTrip	Synch	Disponível
Caminos de Santiago Eroski	Eroski Consumer	Online	Disponível
Caminos de Santiago	IndependenTrip	Online	Disponível
eCamino	eCamino Kft	Synch	Disponível
ElCaminoenGPS_Burgos-Leon	Bluguía, S.L.	Online	Indisponível
ELCAMINOenGPS_Galicia	Bluguía, S.L.	Online	Indisponível
ElCaminoenGPS_Leon-Pedrafita	Bluguía, S.L.	Online	Indisponível
ElCaminoenGPS_Logroño-Burgos	Bluguía, S.L.	Online	Indisponível
ElCaminoenGPS_Pirineos-Logroño	Bluguía, S.L.	Online	Indisponível
Esoteric Camino France & Spain	Sutro Media	Online	Indisponível
Hotéis do Caminho de Santiago	Xose Zapata	Online	Disponível
Le Puy / GR65	AgenceTNT	Online	Disponível
Los Caminos de Santiago	DeNAide	Online	Disponível
my Camino de Santiago (mi Camino)	micaminodesantiago.com	Online	Disponível
OCamiñoenGPS_Burgos-León	Bluguía, S.L.	Online	Indisponível
OCAMIÑOenGPS_Galicia	Bluguía, S.L.	Online	Indisponível
OCamiñoenGPS_León-Pedrafita	Bluguía, S.L.	Online	Indisponível
OCamiñoenGPS_Logroño-Burgos	Bluguía, S.L.	Online	Indisponível
OCamiñoenGPS_Pirineos-Logroño	Bluguía, S.L.	Online	Indisponível
Road to Santiago	Valerio Grosso	Online	Indisponível
Santiago de Compostela	Información e Comunicación Local, SA	Online	Disponível
Camino Santiago Bono Iacobus	Xunta de Galicia	Online	Indisponível
The Way of Saint James	SEGITTUR	Online	Disponível
TheWayofStJames_PirineosLogroño	Bluguía, S.L.	Online	Indisponível
TheWayofStJames_Burgos-Leon	Bluguía, S.L.	Online	Indisponível
TheWayofStJames_León-Pedrafita	Bluguía, S.L.	Online	Indisponível
TheWayofStJames_Logroño-Burgos	Bluguía, S.L.	Online	Indisponível
TheWayofStJamesinGPS_Galicia	Bluguía, S.L.	Online	Indisponível
Tu Camino	Pordefacto, s.l.	Online	Disponível

Ultreia! Camino Francés	Professor Lidenbrock	Online	Disponível
Via de la Plata IT	IndependenTrip	Online	Disponível
Visitabo Santiago Compostela	ALHENA APP TRAVEL	Synch	Disponível
Camiño de Santiago en Galicia	Xunta de Galicia	Synch	Disponível

Tabela 2: Lista de aplicações móveis sobre os Caminhos de Santiago para Android

NOTAS BIOGRÁFICAS

Miguel Mazeda é colaborador do Centro de Criatividade Digital, tendo sido bolseiro de investigação no Projeto CHIC. Mestre em Gestão de Indústrias Criativas.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1813-0650>

Email: mmazeda@porto.ucp.pt

Morada: Universidade Católica Portuguesa, Escola das Artes, Centro de Criatividade Digital

Luís Teixeira é Professor da Escola das Artes da Universidade Católica Portuguesa. Coordenador Executivo do Mestrado em Gestão de Indústrias Criativas. Membro da direção da Escola das Artes. Doutorado em Engenharia Eletrotécnica e de Computadores.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1206-4576>

Email: lteixeira@porto.ucp.pt

Morada: Universidade Católica Portuguesa, Escola das Artes, Centro de Criatividade Digital

Submetido: 02/09/2019

Aceite: 20/11/2019

CONTRAPONTO AO REDUCIONISMO “GRAFITE VERSUS PICHANÇA” EM SÃO PAULO, CAPITAL

Marcos Zibordi

Escola de Comunicações e Artes, Universidade de São Paulo, Brasil

RESUMO

Pretende-se problematizar a propalada divisão entre grafites e pichações em São Paulo, capital, maior cidade brasileira, onde existiriam duas manifestações visuais diferentes, com praticantes exclusivos, sendo o grafite sempre colorido, autorizado pelo dono do suporte e positivo para a paisagem, enquanto à pichação caberia poluir a cidade com letras pretas, crípticas e indecifráveis, atitude criminalizável. Pretendemos demonstrar, ao contrário, confluências de processos de modelização poética em “imagens isoladas”, “sequências” e “quadros” de grafites e pichações em todas as regiões da capital paulista. Após uma primeira etnografia em busca dessas imagens em diferentes períodos entre 2011 e 2015, para a pesquisa de doutoramento, captamos registros fotográficos inéditos em setembro de 2019, aos quais relacionaremos a base teórica semiótica e estrutural (Lotman, 1978; Todorov, 1969, 1971, 1980) e o referencial da epistemologia complexa (Morin, 2013, 2008).

PALAVRAS-CHAVE

grafite; graffiti; pichação; pixação; São Paulo

COUNTERPOINT TO “GRAFFITI VERSUS PICHANÇA” REDUCTIONISM IN SÃO PAULO, CAPITAL

ABSTRACT

It is intended to problematize the propagated division between graffiti styles in São Paulo, capital, the largest Brazilian city, where there would be two different visual manifestations, with exclusive practitioners, with the graphite always colored, authorized by the owner of the support and positive for the landscape, while graffiti would have to pollute the city with black, cryptic and indecipherable letters, a criminalizable attitude. On the contrary, we intend to demonstrate the confluences of poetic modeling processes in “isolated images”, “sequences” and “pictures” in all regions of the São Paulo capital. After the first ethnography in search of these images in different periods between 2011 and 2015, for doctoral research, we captured unpublished photographic records in September 2019, to which we will relate the semiotic and structural theoretical basis (Lotman, 1978; Todorov, 1969, 1971, 1980) and the reference of complex epistemology (Morin, 2013, 2008).

KEYWORDS

graphite; graffiti; pichação; pixação; São Paulo

INTRODUÇÃO INTEGRADORA

Na capital do maior estado brasileiro, São Paulo, a propalada divisão entre o “grafite” e a “pichação”, também grafada com “x”, estigmatiza os registros nos muros, no alto dos prédios e viadutos como palavras presumivelmente indecifráveis, registradas em uma só cor, sobretudo o preto, formando conjuntos clandestinos e criminalizados; de outro lado estariam os grafites, admiráveis pela contribuição colorida ao cinza da cidade, miríade de imagens autorizadas por donos de muros e outras fachadas, tendencialmente ao nível da rua.¹

Essa divisão, que parece natural (Casseano, Domenich & Rocha, 2001; Fideles, 2014; Gitahy, 1999; Malland, 2012, entre outros), redesenha, precisamente, a segunda proposta metodológica cartesiana anunciada há 380 anos em *O discurso do método*: o pesquisador deveria “dividir cada uma das dificuldades que examinasse em tantas parcelas quanto fosse possível e necessário para melhor resolvê-las” (Descartes, 2001, p. 23). Em abordagem mais complexa, na linha de Edgar Morin, estaríamos diante do “paradigma da simplificação” que opera destruindo “os conjuntos e as totalidades” e isolando “todos os objetos daquilo que os envolve” (Morin, 2008, p. 18).

Apesar da representatividade da produção visual da capital paulista, dividida em dois tipos de manifestações visuais que seriam não só diferentes, mas opostas, predomina a incompreensão. As idiosincrasias classificatórias começam com a defesa preciosista do termo *grafitti*, plural de *grafitto* em italiano (Gitahy, 1999). Na mesma linha de ordem ortográfica, cobra-se o uso do “x” em “pixação”, para acentuar a postura antinormativa.

Não separar aquilo que seria “o” grafite, em geral figurativo, das produções tipológicas e outros presumíveis estilos, sobretudo aqueles ontem e hoje chamados de pichação, ao contrário do consenso paulistano, divisionista, respeita a trajetória histórica desses registros visuais que, em São Paulo, foram inspirados pela produção dos Estados Unidos, tido como berço da cultura *hip hop*, da qual as imagens são parte, ou elementos, incluindo a música (*rap*), o trabalho dos DJs e a dança.

O histórico documentário *Style Wars* (Silver, 1983), sobre o grafite em Nova Iorque, mostra que a maioria dos jovens pintava letras e figuras, com recorrente inspiração em histórias em quadrinhos e super-heróis. Eram os *writers*, escritores, em sua maioria autores de tipologias coloridas ou monocromáticas muito semelhantes ao que chamamos atualmente de pichação em São Paulo, onde prevalece um ponto de vista separatista compartilhado por teóricos, mídia e senso comum, apesar das evidências históricas e empíricas relativas à produção grafiteira, que nunca deixou de incluir estilos tipológicos, figurativos ou mistos.

Tratando do mesmo contexto do documentário mencionado acima, na Nova Iorque do início da década de 1970 Baudrillard compreende frases e desenhos indistintamente

¹ Versão inicial apresentada no I Simpósio Internacional de Comunicação e Cultura, realizado em São Caetano do Sul (SP), em 2015, durante pesquisa de doutorado na Escola de Comunicações e Artes (ECA) da Universidade de São Paulo (USP). Esta versão incorpora sugestões de avaliadores e debatedores do referido Simpósio e dos integrantes da banca de doutoramento, em 2016, além de imagens atualizadas e inéditas, captadas para este artigo em 2019.

como grafites, um “tipo novo de intervenção na cidade” (1996, p. 100). A metrópole segregadora adquiria outras dimensões além da predominância da atividade econômica, tornando-se prioritariamente “o lugar de execução do signo” (1996, p. 100), socializando imagens pelo tecido urbano.

Grafitar em Nova Iorque era tão malvisto quanto pichar em São Paulo no terceiro milênio, mas a cisão diferenciadora é um preciosismo paulistano que, devido à influência da capital sobre o país, da economia à cultura, espalhou o paradigma reducionista. Concordamos com Baudrillard (1996) quando afirma que as imagens nos muros não são organizadas como mensagens publicitárias ou políticas, facilmente identificáveis e classificáveis, normatizadoras e excludentes. A cidade é um palco de semioses, um “polígono dos signos” caótico para “violentas insurreições visuais” (Baudrillard, 1996, p. 101).

Para o teórico, as imagens em trens, postes e outros suportes públicos “têm uma verdadeira carga simbólica” (Baudrillard, 1996, p. 102), codificando e recodificando os espaços, incidindo sobretudo na arquitetura. Rebeldes visuais demarcam com imagens seu “verdadeiro terreno estratégico, o da manipulação dos códigos e das significações” (Baudrillard, 1996, p. 104), embaralhando os signos tradicionais – a função poética das imagens seria criar novos modelos de percepção visual.

Entre os autores que encaram esses registros de forma orgânica, considerando o imbricamento, e não a divisão entre grafites e pichações, encontramos teóricos da França, Inglaterra, Estados Unidos, Colômbia e, em menor quantidade, brasileiros. Apesar de diferentes nacionalidades e objetos de análise, eles tendem a tratar a pichação como sinônimo de grafite ou encaram o grafite como um conjunto de manifestações visuais, incluindo a pichação, às vezes até mais valorizada (Art, Manco & Neelon, 2005; Boleta, 2006; Chastanet, 2007; Ferreira, 2006; Franco, 2009; Ganz, 2010; Lassala, 2010; Silva, 2014). Nas imagens públicas paulistanas, desde o final da década de 1970 as produções incorporam desenhos de letras e figuras, tornadas, portariamente, patrimônios e territórios exclusivos, respectivamente, do grafite e da pichação (Fonseca, 1981).

Consideramos que ocorrem afinidades, ainda mais quando partimos de “um ponto fundamental da reflexão” que relaciona grafites e pichações: a “comunhão subterrânea que possuem, tanto na história das práticas, como nas interdependências processuais para interferirem na cidade” (Franco, 2009, p. 20). Para outro autor, “os grafiteiros, em sua maioria, consideram a pichação como uma, senão a mais autêntica, forma de graffiti, denominando as letras dos pixadores como *tag reto*. Inclusive em outros países o graffiti engloba ambas as formas de manifestação” (Ferreira, 2006, p. 37).

Tomando as imagens paulistanas em acepção semiótica, procuraremos caracterizar três conjuntos visuais recorrentes em São Paulo, considerando a estruturação poética, que os distingue, e a expressividade lírica, que lhes é comum. Esses conjuntos – “imagens isoladas”, “sequências” e “quadros” – serão vistos como “textos”.

Os textos que servem como material primário para pesquisa, podem ser distinguidos de acordo com a substância dos signos que os constituem.

Em particular, podem funcionar como substância o discurso escrito ou oral,

sequências de representações gráficas, pictóricas ou plásticas, complexos arquitetônicos, frases vocais ou musicais, gestos, certas formas típicas de comportamento humano (por exemplo, o estado de sono, de hipnose, de êxtase, etc.) e formas de comportamento notadamente comuns (por exemplo, comer), bem como objetos de uso cotidiano incorporados na esfera do culto. Quanto à substância, um texto pode ser homogêneo (por exemplo, o texto escrito do Alcorão) ou heterogêneo, ou seja, constituído pela combinação dos elementos indicados (por exemplo, canto religioso = discurso oral + melodia; pintura mural dos templos = discurso escrito + representações pictográficas + elementos do complexo arquitetônico; o serviço religioso, que em seus exemplos mais completos reúne quase todos os elementos acima enumerados). (Ivanov, Toporóv & Zalizniak, 1979, p. 81)

Apoiados nesse marco teórico, ao tratarmos de "imagens" estaremos nos referindo a textos visuais isolados ou a conjuntos compostos pelo que normalmente se distingue como grafites e pichações, ou seja, propomos uma abordagem englobante desses textos visuais estruturados a partir de "modelizações" (Lotman, 1978, p. 35).

Considerando Lotman (1978), as "imagens isoladas", "sequências" e "quadros" resultam de "modelizações secundárias" porque baseadas em outros sistemas semióticos, como cores e palavras, em desenhos figurativos ou psicodélicos, escritos críticos ou espirituosos, marcas visuais específicas de grupos e artistas. Os limites físicos dessas modelizações são dados pela espacialidade dos suportes, como muros e fachadas. Segundo Baudrillard, ainda que "selvagens, coletivos, anônimos, eles respeitam seu suporte e a linguagem pictorial, mesmo que para articular um ato político" (1996, p. 106).

A complexidade das modelizações é proporcional à quantidade de informação veiculada publicamente pelas imagens, tendo em vista que "a complexificação do caráter da informação arrasta inevitavelmente a complexificação do sistema semiótico utilizado para a transmitir" (Lotman, 1978, p. 38). Por ocorrerem em ambiente social, as modelizações mobilizam signos internos e externos, sem os quais "a obra em geral não poderia ser portadora de qualquer significação" (Lotman, 1978, p. 101).

Da nossa perspectiva, dois mecanismos opostos atuam na construção da cultura visual paulistana: a pretendida predominância positiva dos grafites tenta "submeter todos os elementos do texto ao sistema, e transformá-lo numa gramática automatizada, sem a qual o ato de comunicação é impossível", enquanto a pichação tenderia a "destruir essa automatização e a fazer da própria estrutura o portador da informação" (Lotman, 1978, p. 137).

Esse jogo constitutivo implica muito mais interdependência e correlação do que diferenças, por isso discordamos da separação corrente e propomos outra delimitação, do ponto de vista da estruturação poética e da intenção lírica, ainda apoiados na noção semiótica de "fronteira". Ela demarca o limite de determinada estrutura, como o quadro, o palco, o tempo da música ou o fim de um muro. Paradigmas artísticos geram fronteiras, que podem ser pessoais, autorais, ideológicas e, obviamente, físicas, como

fachadas e postes. "O modo como o texto é dividido pela sua fronteira constitui uma de suas características essenciais" (Lotman, 1978, p. 373).

A noção de fronteira é dinâmica, permitindo a compreensão da diversidade, da individualidade e da relação entre textos culturais modelizados e modelizantes, agindo como um mecanismo de limitação e permeabilidade. Ao tratar do duplo aspecto das fronteiras, que pressupõem demarcação e porosidade, Edgar Morin afirma que

embora tenhamos a tendência a considerar as fronteiras essencialmente como linhas de exclusão, a palavra fronteira, aqui, revela a unidade da dupla identidade, que é ao mesmo tempo distinção e pertencimento. A fronteira é ao mesmo tempo abertura e fechamento. É na fronteira que ocorrem a distinção e a ligação com o ambiente. Toda fronteira, inclusive a membrana dos seres vivos, inclusive a fronteira das nações, é barreira e, ao mesmo tempo, o local da comunicação e da troca. É o lugar da dissociação e da associação, da separação e da articulação. Ela é o filtro que ao mesmo tempo obstrui e deixa passar. É através dela que se estabelecem as correntes osmóticas e é ela que impede a homogeneização. (Morin, 2013, p. 252)

PROCEDIMENTOS

Quanto à metodologia deste artigo, nossa proposta integradora resulta da observação e registro de imagens chamadas de grafites e pichações em todas as regiões da capital paulista, em diferentes períodos entre 2011 e 2015, além de etnografia realizada em setembro de 2019, para atualização do material de campo.

Fomos a praças, becos, ruas, avenidas e rodovias. Para chegar até elas, utilizou-se, sobretudo, bicicleta, além de trens e metrô paulistanos, que aos finais de semana, dia preferencial para os registros das imagens, permitem levar bicicletas nos vagões. Na maioria das vezes, chegamos a lugares centrais e periféricos com transporte público para, então, explorar regiões específicas pedalando.

O equipamento utilizado, máquina fotográfica e celular (este, exclusivamente na atualização de 2019), produziu fotografias e pequenos vídeos. Na capital paulista, a escolha dos dias e horários aos sábados, domingos e feriados evita o movimento intenso de carros e pessoas diante dos textos visuais, com a vantagem de que é possível observar imagens nas fachadas desdobráveis de metal, especialmente as portas de comércios. Em 12 incursões etnográficas entre 2011 e 2015, coligimos 3.556 fotos e 287 vídeos, apresentados junto à tese de doutorado. Em 2019, realizamos 120 fotos e 17 vídeos de curta duração para este artigo.

As limitações da fotografia, que em muitos casos não abarca a dimensão da imagem a ser registrada, conflui para importante desdobramento teórico: a dificuldade em fotografar conjuntos maiores, geralmente horizontais, obrigou a filmá-los, e então percebemos que o encadeamento construído raramente estabelece elos lógicos entre as partes, pois são somatórias quase sempre aleatórias.

A princípio, captamos imagens em grandes vias, que seriam preferidas pelos autores pela visibilidade. Porém, para enxergar a situação em locais menos movimentados, realizamos, no trabalho etnográfico, mapeamento específico na zona oeste da capital paulista, nos arredores da Universidade de São Paulo (USP), onde percebemos que a intensidade e proporção das imagens é praticamente a mesma, independentemente do tamanho das vias.

O mais relevante resultado, conforme estamos insistindo, é a percepção de que predomina a convivência entre os chamados grafites e pichações na estruturação de textos visuais: os suportes escolhidos são os mesmos; quase sempre os autores praticam ou praticaram as duas tendências; os registros estão em toda a cidade; os artistas utilizam materiais e técnicas similares, como tinta *spray* e látex espalhada com rolo; e nem sempre se pode distinguir o que seria grafite ou pichação, tal a mistura de estilos e o imbricamento dos registros.

Eles constituem a base empírica para propormos a tríade de textos visuais a seguir, mas tal categorização, evidentemente, não esgota as possibilidades classificatórias das incontáveis imagens encontráveis nos muros, fachadas, paredes, postes, portas, portões, orelhões, colunas, caixas de telefonia e construções, abandonadas ou não, na capital paulista.

ESTRUTURAÇÃO POÉTICA DAS IMAGENS

As “imagens isoladas”, “sequências” e “quadros” pouco correspondem às ordens causais e temporais das narrativas mais comuns. Elas tendem ao atemporal e a fazer das “relações espaciais elementos que constituem a organização” (Todorov, 1971, p. 61).

Contudo, não se pode anular a marca temporal de nenhuma narrativa, pois mesmo estruturada para parecer prescindir do tempo, ou quando realmente diminui sua importância, o receptor inevitavelmente atribuirá temporalidades, a começar pelo período dispensado a ler.

A tendência à atemporalidade dos textos visuais que incluem grafites e pichações implica em que as relações cronológicas não encadeiam nem desencadeiam sua constituição, e na maior parte das vezes a causalidade entre acontecimentos não determina correlações. Obras organizadas no espaço não são “habitualmente” compreendidas como narrativas, lembra Todorov, para quem as unidades dessas composições terão “disposição mais ou menos regular” e as “distribuições gráficas ou fônicas assumem um valor de símbolo na ordem espacial” (1971, p. 63).

Afirmar que as imagens tendem à atemporalidade não significa que ela seja nula, mas que a estruturação é prioritariamente espacial. Existem questões complexas sobre o tempo que, por não ser o foco da discussão, vão aqui pontuadas, abarcando comentários de arguto comentador deste artigo: as camadas narrativas das imagens de grafites e pichações registradas em diferentes temporalidades – enquanto algumas se apagam, outras são novas – impõem trânsito entre passado e presente, além da própria compactação dos registros, que incitam, ao mesmo tempo, brevidade e permanência.

Enfim, se a temporalidade é menos decisiva na estruturação de grafites e pichações, podendo assumir papel relevante quando as imagens estão expostas ao público, a espacialidade é determinante nos textos visuais paulistanos, considerando que há enorme diferença entre escrever poesia para provocar imagens mentais (Pound, 1990, p. 63) e utilizar o suporte espacial como elemento estruturante do poético. Os concretistas brasileiros defendiam procedimentos contra a prosa e o prosaísmo apostando no "branco da página como elemento de estrutura" (Pignatari, 1975, p. 63). Para os concretistas e para os chamados grafiteiros e pichadores, a produção poética redimensiona a hierarquia que prioriza a palavra. Outros elementos constituintes, como imagens, cores e o próprio suporte, passam a ter equivalente relevância.

A consciência da relação com o suporte, decisiva porque constituinte, começa com a elaboração e reelaboração exaustiva de rascunhos em folhas guardadas em pastas ou cadernos dos autores, os chamados *piecebooks*. Neles, busca-se a melhor composição que, de tão treinada, facilita a adaptação a inúmeros espaços e cores disponíveis:

a poesia concreta coloca o poema sob o foco de uma consciência rigorosamente organizadora, que atua sobre o material da poesia da maneira mais ampla e mais consequente possível: palavra, sílaba, fonema, som, fisionomia acústico-verbal-visual dos elementos linguísticos, campo gráfico como fator de estruturação espaciotemporal (ritmo orgânico), constelações semânticas precipitadas em cadeia e consideradas simplesmente do ponto-de-vista do material, em pé de igualdade com os resultantes elementos de composição. (Campos, 1975, p. 51).

Importante reter da citação a mencionada "consciência rigorosamente organizadora", pois ela identifica procedimento de construção fundamental de textos visuais na capital paulista, que começam nos rascunhos exaustivamente refeitos em cadernos.

Em condições apressadas de registro na rua, e mesmo quando estão fazendo "produções" (trabalho coletivo de grafiteiros em suportes autorizados), os artistas devem desenvolver a capacidade de riscar o suporte com precisão, tecendo sua marca adaptada ao espaço e cores disponíveis, de preferência em uma única tentativa. Há pouquíssima possibilidade de corrigir, menos ainda de apagar a imagem que não saiu a contento. A cada registro, tipologias e desenhos figurativos são adaptados, relacionados e hierarquizados conforme o suporte, autorizado ou não, e para isso a "consciência rigorosamente organizadora" é indispensável.

IMAGENS ISOLADAS

As imagens que aparecem sozinhas nos suportes públicos paulistanos não são capazes de engendrar ações e personagens, não têm fôlego para desenvolvimentos narrativos mínimos nos moldes prosaicos, são figuras soltas nos suportes, como as raras (porque temporárias) assinaturas isoladas em muros acabados de pintar, em postes, ou pequenos desenhos em caixas de telefonia, assim como enormes figuras nas laterais de prédios e colunas de viadutos.

Essas aparições atomizadas estão no polo oposto das histórias cuja relação “dominante” (Jakobson, 1983, p. 485) entre as partes é determinada pela causalidade e “cada unidade encontra seu lugar na narrativa porque houve ou porque há tal outra unidade” (Todorov, 1971, p. 52). Nas imagens isoladas, a carência de meios narrativos impede que elas possam formar trama e, menos ainda, seu resultante inevitável, a intriga, entendida como a passagem de um equilíbrio a outro.

Tome-se como exemplo a expressão específica de grafiteiros e pichadores, o *bombing*, que nomeia um dos tipos recorrentes de imagem isolada em São Paulo (Art, Manco & Neeloon, 2005, p. 33; Ganz, 2010, p. 390). O *bombing* significa e propõe, literalmente, bombardear os suportes, palavra usada tanto para se referir às inscrições nos trens de Nova Iorque, nos anos 60 e 70, como para as encontradas em São Paulo, em 2019.

A produção poética estruturada em princípios de atomização ou compactação impactante é muitas vezes inspirada em práticas orientais, como o *haikai*, de origem japonesa, composição mínima cheia de significados. No Brasil, no século passado, praticaram poemas curtos e curtíssimos autores anteriores ao Modernismo paulista, poetas posteriores e fora desse circuito, como o pernambucano João Cabral de Melo Neto e os chamados concretistas (Aguilar, 2005), com os quais dialogaremos neste artigo, assim como o contemporâneo Paulo Leminski.

Há pelo menos um século registram-se produções de *haicais* no Brasil e, lembra Leminski, “nos anos 70, por fim, a garotada da poesia marginal ou alternativa, crescida com manchetes de jornal, frases de ‘out-door’ e grafittis nas paredes das cidades que inchavam, começou a fazer ‘haikais’, até sem querer” (2001, p. 113).

Usando termos como “niponização” e “miniaturização” para tratar de “poesia breve, sintética, anti-discursiva”, Leminski associa a tradição japonesa às poéticas contemporâneas, pois “hai-kai é o nosso tempo, baby. Um tempo compacto, um tempo ‘clip’, um tempo ‘bip’, um tempo ‘chips’” (2001, p. 101).

Compactar pressupõe trabalho minucioso, como na poda de bonsais, minúsculas árvores orientais cuja criação é associada a processos poéticos como os que modelizam os textos visuais paulistanos. Diante dos suportes públicos, os autores devem manusear com precisão os rolos de tinta, pinceis e, especialmente, as latas de *spray*, com o qual “você precisa de ar comprimido e de compressão da expressão. Ela tem que ser breve, seja verbal ou não-verbal, ou incluindo ambos” (Fonseca, 1981, p. 36).

Ainda sobre confluências estruturações poéticas sintetizantes, um poeta referencial para os concretistas brasileiros, Ezra Pound, define o procedimento poético como “a mais condensada forma de expressão verbal” (1990, p. 40) e identifica no ideograma chinês o princípio composicional compacto:

os egípcios acabaram por usar figuras abreviadas para representar sons, mas os chineses ainda usam figuras abreviadas “como” figuras, isto é, o ideograma chinês não tenta ser a imagem de um som ou um signo escrito que relembre um som, mas é ainda o desenho de uma coisa; de uma coisa em uma dada posição ou relação, ou de uma combinação de coisas. O

ideograma significa a coisa, ou a ação ou situação ou qualidade, pertinente às diversas coisas que ele configura. (Pound, 1990, p. 26).

As duas imagens a seguir tendem a ser identificadas como pichação e grafite, mas são igualmente textos visuais atomizados em suportes nos quais sobra espaço para futuras figuras, não necessariamente do mesmo estilo das anteriores.



Figura 1: Estação Itaquera, zona leste, 14 de Setembro de 2019

Créditos: Marcos Zibordi



Figura 2: Av. Radial Leste, 14 de Setembro de 2019

Créditos: Marcos Zibordi

Nos dois próximos exemplos, um texto visual pichado ocupa pequeno suporte, a lixeira, imagem comumente identificada como pichação; contudo, enquanto registro único, resulta de processos de modelização similares ao grafite que ocupa a lateral inteira do prédio.



Figura 3: Região central, 14 de Setembro de 2019

Créditos: Marcos Zibordi



Figura 4: Região central, 14 de Setembro de 2019

Créditos: Marcos Zibordi

Do ponto de vista da modelização poética em relação ao suporte, as presumíveis diferenças de estilos fazem pouca diferença, conforme pretendemos ter demonstrado nas duas situações anteriores: as imagens isoladas podem ocupar toda a área disponível ou sobra espaço para o surgimento de novos registros.

Quando eles aparecem, sobretudo aos lados, a imagem isolada passará a ser parte de uma sequência ou de um quadro, desempenhando, ao longo de sua existência, a dupla função de ser inicialmente atomizada e, em seguida, desencadeadora de processos acumulativos que formam sequências, textos visuais predominantes na capital paulista.

AS SEQUÊNCIAS

Elas são formadas pelos chamados grafites submetidos à inevitável horizontalidade dos muros, pelas linhas pichadas no topo dos prédios, além de sequências verticais

em laterais de edifícios, colunas e postes, em três situações: sequências de grafites, de pichações e aquelas nas quais os dois estilos estão misturados – a situação híbrida nos é epistemologicamente cara, pois problematiza a presumível pureza de dois grupos de registros visuais que seriam muito diferentes e separados na capital paulista, conforme contrapõe nossa argumentação principal.

As sequências são estruturadas por figuras ou tipologias, coloridas ou não, com ao menos dois elementos que teriam tudo para constituir, ao menos, frases, orações e até períodos, no caso de palavras, ou séries cartesianamente lógicas de desenhos figurativos, como nas histórias em quadrinhos. Porém, apesar do acúmulo de imagens, os encadeamentos narrativos praticamente não ocorrem.

O principal motivo para considerar conjuntos de imagens como “sequências” é a organização espacial obrigatoriamente horizontal, que ocorre com muito mais frequência, ou vertical, direções sempre dadas pelas condições do suporte. Essas sequências no mínimo duplicam o sentido de leitura com o qual a maioria dos ocidentais se acostuma, sempre da esquerda para a direita. A dupla direção possível de produção e visualização das sequências potencializa as possibilidades do princípio de continuidade típico da prosa, restrita ao sentido único, do começo em direção ao final, por etapas, enquanto nestes textos visuais sequenciais, o início e o fim são intercambiáveis. Além de quebrar a linearidade de sentido único, as sequências aparecem duplicadas quando acima, abaixo ou ao lado de uma linha vertical ou horizontal, surge outra, independente do estilo.

Aristóteles, ao tratar da tragédia, estabelece um pressuposto fundamental relativo ao encadeamento de partes da história: “é muito diverso acontecer uma coisa por causa de outra, ou acontecer meramente depois de outra” (1991, p. 14). A diferença fundamental ocorre entre acumulação e organização sequencial orgânica dos elementos narrativos.

Esse ponto de vista teórico milenar vem reverberando em autores para os quais as sequências, para serem propriamente narrativas, precisam atender a determinadas condições. Segundo Bremond, a “sequência elementar” (2008, p. 115) cumpre três fases obrigatórias, processo que abre e fecha ciclos de acontecimentos ou ações. Ele é claro sobre as relações imperativas entre essas partes no todo narrativo, pois “onde não há integração na unidade de uma ação, não há narrativa, mas somente cronologia, enunciação de uma sucessão de fatos não-coordenados” (Bremond, 2008, p. 118).

É precisamente isso que ocorre nas sequências de textos visuais tecidas com grafites e pichações na capital paulista: acumuladas todas ao mesmo tempo ou ao longo dos dias, geralmente são encadeadas obedecendo ao princípio de sucessão, menos complexo do ponto de vista das relações de transformação narrativa. Ao invés de ciclos, as imagens são partes, uma ao lado da outra, e “a narrativa não se contenta com isso, exige o desenvolvimento de uma ação, isto é, a mudança, a diferença” (Todorov, 1980, p. 62).

Nesse sentido, mesmo as ações de personagens, grafitadas ou pichadas, teriam, no máximo, “potência evocadora”, que “por si mesmas, só muito dificilmente poderiam produzir uma sequência narrativa autônoma” (Todorov, 1980, p. 70). Em geral, os personagens são encadeados, não encaixados, e “encaixe” é processo básico de construção narrativa prosaica porque

a aparição de uma nova personagem ocasiona infalivelmente a interrupção da história precedente, para que uma nova história, a que explica o 'eu estou aqui agora' da nova personagem, nos seja contada. Uma história segunda é englobada na primeira; esse processo se chama encaixe. (Todorov, 1969, p. 123)

Isso explicita a diferença entre a lógica da consecução nas sequências de textos visuais, baseada na soma e autonomia das partes em relação ao todo narrativo, e a lógica da consequência, necessariamente relacionando, implicando, imbricando ciclos de acontecimentos, ações ou personagens, procedimento de modelização dificilmente visto nas sequências paulistanas.

Sua tessitura acumulativa pouco relacional, estruturada pelas condições e limites da espacialidade, explica porque elas não desenvolvem tema único, quer dizer, não há ideia central perpassando as partes, construindo a temática (Tomachevski, 1976). Apesar da aparente semelhança com procedimentos narrativos da prosa, as sequências não a realizam, pois a acumulação tende ao movimento linear, horizontal e bidirecional, mas não tece sequer o clássico e óbvio começo, meio e fim.

Essas acumulações não são prosaicas sobretudo porque predomina a estruturação poética em outro aspecto da relação entre as partes, através do ritmo. Ele revela a poética dos textos visuais sequenciais no sentido de que as leis da combinação das partes, sejam grafites ou pichações, são também as leis do ritmo (Brik, 1976).

Esse ritmo tende à uniformidade devido aos espaços semelhantes ocupados por cada registro visual na sequência. Quando resultam de "produções", nas quais artistas se juntam para "fazer um muro", dividindo-o em partes iguais na altura e largura, o ritmo é marcadamente regular. E também varia pouco quando são aproveitados os intervalos prévios e proporcionais de suportes cujas partes similares existem, por exemplo, pela divisão de colunas simétricas de um muro ou viaduto.

No sentido atribuído por Lotman, as sequências são "organizações por equivalência" e no "texto poético" (1978, p. 188), estruturado horizontal ou verticalmente nas ruas de São Paulo, "as palavras verificam-se ser equivalentes unicamente em razão do seu isometrismo" (Lotam, 1978, p. 205). Assim, "esta repetição dos segmentos rítmicos cria a presunção de equivalência recíproca de todos os elementos do texto no interior de dados níveis, que constitui o fundamento da percepção do texto como poético" (Lotam, 1978, p. 207).

Sequências de textos visuais públicos paulistanos, sem tema unificante, nem trama, realizam tessitura poética pela predominância do ritmo, com raríssimas sequências formando narrativas, apesar da acumulação e regularidade dos registros, como nas duas modelizações a seguir, raras porque compostas unicamente de pichações (a primeira), e grafites (a segunda).



Figura 5: Sequência pichada na zona norte, Praça Orlando Silva, 14 de Setembro de 2019

Créditos: Marcos Zibordi



Figura 6: Esquina da Radial Leste, zona leste, regularidade rítmica grafitada, 14 de Setembro de 2019

Créditos: Marcos Zibordi

Contudo, conforme estamos insistindo, nas etnografias constatamos mistura estilística, conforme as próximas imagens evidenciarão. São três sequências com modelizações diferentes: a parede de um viaduto apresenta grafites de um lado e pichações de outro; tipologias das duas tendências são intercaladas regularmente em um tapume de metal; logotipos comerciais, letras e desenhos dos dois estilos formam a fachada de oficina.



Figura 7: Proximidades Arena Corinthians, zona leste 14 de Setembro de 2019

Créditos: Marcos Zibordi



Figura 8: Parte inferior de viaduto próximo à Avenida Consolação, centro, 14 de Setembro de 2019

Créditos: Marcos Zibordi



Figura 9: Avenida Cidade Jardim, zona sul, 14 de setembro de 2019

Créditos: Marcos Zibordi



Figura 10: Praça Elis Regina, zona oeste, 14 de Setembro de 2019

Créditos: Marcos Zibordi

Nas imagens, não há conexão causal entre as partes, ocorrem poucos engates narrativos entre os registros visuais. Se, por exemplo, há um morto desenhado, dificilmente alguém fará o assassino atirando, assim como as frases não tendem a ser completadas, questionadas, ironizadas, pervertidas.

Cada texto visual ocupa seu espaço, preferencialmente similar e os autores não abrem mão da egocêntrica autoria ao registrarem suas produções, seus nomes, marcas ou figuras nas paredes. Estão juntos, mas não misturados a ponto de a autonomia das partes contribuir ou ser diluída no todo narrativo – elas permanecem identificáveis, gravitando nas sequências.

OS QUADROS

Quanto ao terceiro tipo de texto visual composto por imagens que se identificam como grafites e pichações em São Paulo, os “quadros”, assim como as imagens isoladas e sequências, pouco realizam tessitura propriamente narrativa, mas o ritmo muda decisivamente, pois nos quadros, bem mais caóticos que as sequências, a formação dos conjuntos de imagens perde em regularidade e ganha em complexidade. Diferentes da acumulação linear em dois sentidos, horizontal e vertical, típica das sequências, os quadros engendram múltiplos ritmos, como os diagonais. Quadros não são necessariamente quadrados, mas tendem a ser quando quebram a predominante horizontalidade das sequências.

A estruturação dos quadros é a menos lógica dos três conjuntos de imagens propostos e a mais próxima de certa organização propriamente poética no sentido de “procedimento associativo, a maior parte abaixo do limiar da consciência” e cuja “unidade

mais natural” é a “unidade descontínua” promovendo “ligações de sentido ambíguo, e ligações de memória muito semelhantes às do sono” (Frye, 1973, p. 267).

Quadros são enormes paredes eivados de grafites, pichações ou ambos, e nos obrigam a esticar o pescoço nas visualizações para os lados, acima, nas diagonais. Testemunhamos a adrenalina que permeia o processo de registro de alguns textos visuais chamados de pichação: no topo de um prédio do centro da cidade, alguém segura as pernas para outro que, de cabeça para baixo, maneja o rolo de tinta que produz o novo registro (vale mais se for o primeiro), ou mais um no suporte (vale menos, a não ser que seja mais alto) (Boleta, 2006).

Apesar de todas as relações possíveis que modelizam os elementos visuais no suporte, quadros são bastante caóticos, ou complexos, e aqui cabe outra diferenciação em relação às sequências: nestas, a inevitável e estruturante horizontalidade resulta em tessitura acumulativa, menos tecida, mais somada, linear e cartesiana, enquanto quadros promovem linhas de força visuais em diversas direções, imprevisíveis, fazendo da tessitura processo mais orgânico, intrincado e não linear.

Assim, o ritmo irregular das imagens nos quadros tece movimento similar ao das palavras no “verso livre”, sem métrica rígida, não admitindo “união com os ritmos habituais dos versos regulares e necessitam de um princípio autônomo de construção” (Tomachevski, 1976, p. 153).

Nos quadros, os elementos visuais são tecidos em procedimento de modelização poética como o proposto pelo poeta dadaísta Tristan Tzara, que experimentou maneiras de questionar a ordem lógica recortando palavras do jornal, embaralhando-as e jogando sobre a mesa, considerando poema a construção resultante. Tal tessitura não é engendrada prioritariamente pelas relações semânticas nem sintáticas racionais, menos ainda pelas regras da língua, sentido, extensão ou sonoridade das palavras. Predomina a “técnica das correspondências, as associações fragmentárias de ideias e as insólitas combinações” (Richter, 1973, p. 60).

Desse modo, somos obrigados a chegar a uma conclusão: a estrutura relacional não é uma soma de pormenores materiais, mas um conjunto de relações que está em primeiro lugar na obra de arte e que constituiu o seu fundamento, a sua realidade. Mas este conjunto constrói-se não como uma hierarquia com vários andares sem intersecções internas, mas como uma estrutura complexa de subestruturas que se intersectam com numerosas penetrações de um único e mesmo elemento em diferentes contextos construtivos. (Lotman, 1978, p. 145)

A seguir, veremos quadros modelizados com variações tipológicas pichadas em parede, seguida de coluna com grafites figurativos e letras, e na terceira composição, tipologias dos dois estilos.



Figura 11: Quadros na Vila Gomes (Oeste), 14 de Setembro de 2019

Créditos: Marcos Zibordi



Figura 12: Quadros na Av. Cruzeiro do Sul (Norte), 14 de Setembro de 2019

Créditos: Marcos Zibordi



Figura 13: Letras de grafites e pichações, metrô Estação Vila Mariana (Sul), 14 de setembro de 2019

Créditos: Marcos Zibordi

As modelizações poéticas, por mais cerebrais que sejam, não prescindem do lírico. Nos quadros anteriores, o lirismo está na grandiloquência das cores e formas, como também nas enormes dimensões.

Historicamente, a relação entre poético e lírico é cada vez menos direta. Determinadas vertentes, como as concretistas, pretendem evitar o derramamento lírico, exterminando a “poesia estado-místico” (Campos, 1975, p. 52). O lirismo pode abrolhar da mera catarse, inclusive sem intenção poética, literária ou artística. Entre interações possíveis, estamos afirmando que nos três conjuntos de textos visuais que descrevemos, a estruturação poética é diferente, mas todos expressam lirismo.

Nos termos de Jakobson, imagens “isoladas”, “sequências” e “quadros” realizam uma “função emotiva”, aquela centrada no remetente visando “uma expressão direta da atitude de quem fala em relação àquilo de que está falando. Tende a suscitar a impressão de uma certa emoção, verdadeira ou simulada” (2007, pp. 122-123).

CONFLUÊNCIAS LÍRICAS

Expressar os próprios sentimentos é sinônimo perene de lírico. Mencionamos, anteriormente, Aristóteles; suas ideias, assim como as de Platão, foram retomadas e sistematizadas por Hegel (Leite, 2005, p. 9). Para o filósofo alemão, o poeta lírico “utiliza a ocasião apenas como oportunidade, a fim de expressar em geral a si mesmo, sua disposição, sua alegria, sua tristeza ou modo de pensar e ponto de vista sobre a vida”, centrado na “própria vitalidade autônoma de seus sentimentos e considerações” (Leite, 2005, p. 163).

Na tríade de textos visuais paulistanos, a demarcação da expressão do eu é evidente nos indispensáveis e egocêntricos registros de nomes ou vulgos de autores e grupos, tanto de grafiteiros, quanto de pichadores. Ocorre que o “‘interno’ e ‘externo’, ‘subjetivo’ e ‘objetivo’ não estão absolutamente diversificados” (Staiger, 1972, p. 58).

Nas “imagens isoladas”, “sequências” e “quadros”, reina a indistinção: desenhos podem tender ao realismo; existem psicodélicos com traços figurativos; personagens oscilam entre midiáticos, como os de desenhos animados, e autorais, com tendência a rostos e faces masculinas; há frases espirituosas, políticas, nomes de grupos e autores; e no que diz respeito a letras e palavras, são as que mais aproximam o que seriam duas manifestações distintas, ao contrário da divisão comum que associa, genericamente, letras a pichação e desenhos a grafites – o interesse tipológico é comum.

A dominante onírica das imagens também promove lirismo, saltando aos olhos naquelas que evocam o mundo dos sonhos e nas quais a subjetividade é exacerbada pela profusão de cores – exuberância, derramamento e exagero dão o tom em registros escapistas cuja volatilidade constrói textura lírica ainda pela deterioração natural dos suportes, desbastando o impacto inicial das cores aberrantes. Nesse sentido, os muros funcionam como palimpsestos, nome dado a pergaminhos apagados para reutilização.

O sujeito disposto liricamente “se considera uno com esta paisagem, com este sorriso, com este som, portanto, não com o eterno, mas justamente com o mais passageiro” (Staiger, 1972, p. 61). Sobre isso, leiamos um trecho de entrevista com o grafiteiro Tiago Batista dos Santos, o “Calle”, ou “rua” em espanhol. Perguntamos se ele costuma contar a quantidade de grafites realizados. Eis sua resposta lírica baseada na ação do tempo sobre as imagens:

quem faz isso faz, e eu entendo mais ou menos porque, mas eu não tenho porque ficar falando eu fiz duas mil laterais. Eu sei lá mano, eu passei uns anos da minha vida fazendo, só posso falar isso, tá ligado? Não vou ficar contando, tem vários que eu não lembro, tem vários que eu perdi a foto, o barato é desapego, você tem que ser natural truta, você tem que ser natural! Por isso que é bom pintar de látex, porque o látex ele apaga, ele perde muito mais vida rápido, então o grafite ele é apagado mais rápido que a pichação, acredite se quiser. A pichação agride, mas é o grafite que é apagado. Por isso que é bom a gente fazer com látex porque a gente vê o tempo que passou pelo grafite de verdade, você olha a parede, você vê que ela está desgastada e só faz quatro anos. Na gringa os caras pintam só com *spray*, então a parada é muito mais profissional, dura bem mais, e aqui não, a parada é bem mais natural, é látex, é tinta a base de água, tá entendendo? E aí você vê o tempo passando na rua, assim: é uma mensagem, uma ideia que estava passando pela sua cabeça, que você fez no seu nome, várias pessoas não entendem, mas você quis passar uma mensagem dentro do seu nome, dentro de um estilo, com cores, tudo pensado. Quatro anos e o barato está lá, você passou por ali com aquelas ideias, tá ligado? E aí é o que faz eu amar a parada. (Calle, entrevista pessoal, 20 de julho, 2014)

O lírico, aqui tomado no sentido ocasional, é “arte do precário, uma espécie de manchete lírico-poética” (Fonseca, 1981, p. 59). Não se refere somente ao autor exprimindo suas sensações, mas ao aspecto dominante nas próprias imagens, impactantes pelas enormes dimensões, pela surpresa com que aparecem e somem da cidade, pela procura do espaço mais visível para o registro, para aparecer ao máximo de pessoas e exprimir paixões e desejos, monocromáticos e multicoloridos. As imagens querem nos atingir, sequestrar pela emoção, e quando são indecifráveis racionalmente, mergulhamos em impressões porque “a língua da poesia é uma língua difícil, obscura, cheia de obstáculos” (Chklovski, 1976, p. 55).

Daí se depreende o último aspecto lírico que gostaríamos de destacar: a afronta. Imagens isoladas, sequências e quadros pretendem causar impacto visual: “mais amiúde do que qualquer outro gênero, a lírica depende, em seu efeito principal, da imagem surpreendente ou louçã, fato que muitas vezes dá origem à ilusão de que tal uso das imagens é radicalmente novo ou não convencional” (Frye, 1973, p. 277).

DO QUE SE PODE INFERIR

A distinção entre grafites e pichações é improdutiva para caracterizar as modelizações poéticas visuais paulistanas, para nós estruturadas em correlação. Retomando a classificação triádica proposta, sustentamos que nas imagens isoladas a noção de unidade identificável modeliza o poético; nas sequências, a linearidade somatória, horizontal e cartesiana, predomina, mesmo que bidirecional; nos quadros, a organização caótica promove ambiguidades, tessitura relacional.

Essas imagens inspiram “ao mesmo tempo clima e linguagem” (Staiger, 1972, p. 28). Inspiram porque, conforme esperamos ter demonstrado, a emotividade exuberante dá o tom. E a impregnação em absolutamente todos os lugares da capital paulista cria um “clima”, ou, em linguagem teórica, realidades líricas, modelos de sensibilidade de semântica extremada.

Negar que nesses textos visuais confluem estilos significa contrariar a realidade empírica. O ponto de vista divisionista desconsidera raízes indiscutíveis da constituição cultural híbrida brasileira, muito ao gosto do sectarismo autoritário que predomina no país – não à toa, João Dória, ex-prefeito de São Paulo, atual governador e provável candidato à presidência, empreendeu uma guerra aos pichadores da capital em 2017, enquanto exaltava os grafiteiros, ou “muralistas”, conforme ele preferia distinguir.

REFERÊNCIAS

- Aguilar, G. (2005). *Poesia concreta Brasileira: as vanguardas na encruzilhada modernista*. São Paulo: Edusp.
- Aristóteles. (1991). *Poética. Tradução, comentários e índices analítico e onomástico de Eudoro de Souza. Seleção de textos de José Américo Motta Pessanha*. São Paulo: Nova Cultural.
- Art, L., Neelon, C. & Manco, T. (2005). *Graffiti Brasil*. Londres: Thames & Hudson.
- Baudrillard, J. (1996). Kool Killer ou a Insurreição pelos signos. In J. Baudrillard, *A troca simbólica e a morte* (pp. 99-111). São Paulo: Loyola.
- Boleta (2006). *Ttsss... A grande arte da pichação em São Paulo*. São Paulo: Editora do Bispo.
- Bremond, C. (2008). A lógica dos possíveis narrativos. In R. Barthes et al. (Eds.), *Análise estrutural da narrativa* (pp. 114-141). Petrópolis: Vozes.
- Brik, O. (1976). Ritmo e sintaxe. In B. Eikhenbaum et al. (Eds.), *Teoria da literatura: formalistas russos* (pp. 131-139). Porto Alegre: Editora Globo.
- Campos, H. de (1975). Evolução de formas: poesia concreta. In A. de Campos, D. Pignatari & H. de Campos (Eds.), *Teoria da poesia concreta* (pp. 49-58). São Paulo: Duas Cidades.
- Casseano, P., Domenich, M. & Rocha, J. (2001). *Hip Hop, a periferia grita*. São Paulo: Editora Fundação Perseu Abramo.
- Chastanet, F. (2007). *Pichação: São Paulo signature*. Toulouse: XGpress.
- Chklovski, V. (1976). A arte como procedimento. In B. Eikhenbaum et al. (Eds.), *Teoria da literatura: formalistas russos* (pp. 39-56). Porto Alegre: Globo.
- Descartes, R. (2001). *Discurso do método*. São Paulo: Martins Fontes.
- Ferreira, L. T. (2006). *O traçado das redes: etnografia dos grafiteiros e a sociabilidade na metrópole*. Dissertação de Mestrado, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, Brasil.
- Fideles, N. (Ed.) (2014). *O movimento hip hop no Brasil*. São Paulo: Editora Caros Amigos.
- Fonseca, C. (1981). *A poesia do acaso (na transversal da cidade)*. São Paulo: T. A. Queiroz Editor.

- Franco, S. M. (2009). *Iconografias da metrópole: grafiteiros e pichadores representando o contemporâneo*. Dissertação de Mestrado, Universidade de São Paulo (USP), São Paulo, Brasil.
- Frye, N. (1973). *Anatomia da crítica*. São Paulo: Cultrix.
- Ganz, N. (2010). *O mundo do grafite: arte urbana dos cinco continentes*. São Paulo: Livraria Martins Fontes.
- Gitahy, C. (1999). *O que é graffiti*. São Paulo: Brasiliense.
- Hegel, G. W. F. (2004). *Cursos de estética IV*. São Paulo: Edusp.
- Ivanov, V. V., Toporón, V.N. & Zalizniak, A. A. (1979). Sobre a possibilidade de um estudo tipológico-estrutural de alguns sistemas semióticos modelizantes. In B. Schnaiderman (Ed.), *Semiótica Russa* (pp. 81-96). São Paulo: Perspectiva.
- Jakobson, R. (1983). O dominante. In L. C. Lima (Ed.), *Teoria da literatura em suas fontes* (pp. 485-491). Rio de Janeiro: Francisco Alves.
- Jakobson, R. (2007). Linguística e poética. In R. Jakobson, *Linguística e comunicação* (pp. 118-162). São Paulo: Cultrix.
- Lassala, G. (2010). *Pichação não é pixação: uma introdução à análise de expressões gráficas urbanas*. São Paulo: Altamira Editorial.
- Leite, L. C. M. (2005). *O foco narrativo (ou a polêmica em torno da ilusão)*. São Paulo: Ática.
- Leminski, P. (2001). *Anseios crípticos 2*. Curitiba: Criar Edições.
- Lotman, I. (1978). *A estrutura do texto artístico*. Lisboa: Editorial Estampa.
- Malland, J. S. (2012). *Tropical spray*. São Paulo: Martins Fontes.
- Morin, E. (2013). *O método 1: a natureza da natureza*. Porto Alegre: Sulina.
- Morin, E. (2008). *Introdução ao pensamento complexo*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Pignatari, D. (1975). Poesia concreta: pequena marcação histórico-formal. In A. de Campos, H. de Campos & D. Pignatari (Eds.), *Teoria da poesia concreta* (pp. 62-70). São Paulo: Livraria Duas Cidades.
- Pound, E. (1990). *ABC da literatura*. São Paulo: Cultrix.
- Richter, H. (1973). *Historia del dadaísmo*. Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión.
- Silva, A. (2014). *Atmosferas urbanas: grafite, arte pública, nichos estéticos*. São Paulo: Edições SESC São Paulo.
- Silver, T. (Realizador). (1983). *Style Wars* [Documentário]. Estados Unidos da América: Public Art Productions.
- Staiger, E. (1972). *Conceitos fundamentais de poética*. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro.
- Todorov, T. (1969). *As estruturas narrativas*. São Paulo: Perspectiva.
- Todorov, T. (1971). *Estruturalismo e poética*. São Paulo: Perspectiva.
- Todorov, T. (1980). *Os gêneros do discurso*. São Paulo: Martins Fontes.

NOTA BIOGRÁFICA

Marcos Zibordi é doutor em Ciências da Comunicação, professor substituto do curso de Jornalismo da Universidade de São Paulo (USP). Integrante do grupo de pesquisa Epistemologia do Diálogo Social (ECA-USP). Como jornalista, atua na crítica de conteúdo do portal UOL.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-4818-2117>

Email: mzibordi@hotmail.com

Morada: Escola de Comunicações e Artes (ECA), Campus central, Universidade de São Paulo (USP), Brasil

Submissão: 25/08/2019

Aceitação: 24/11/2019

A PINTURA ARTÍSTICA EM ESPAÇOS URBANOS TOMBADOS NO BRASIL: LIMITES E POSSIBILIDADES

Fabiana Santos Dantas

Universidade Federal de Pernambuco, Brasil

RESUMO

As cidades nascem para possibilitar a convivência das pessoas e o compartilhamento de sua vida cotidiana. Como *habitat*, são palcos para manifestações as mais variadas, inclusive artísticas, reveladas por suas formas arquitetônicas, pelos estilos de vida, e pela percepção e atitudes ambientais daqueles que nelas habitam. Algumas cidades tornam-se monumentos e frações do seu espaço, passam a ser regidas por normas especiais e diferenciadas, mais restritivas. O tombamento estabelece um regime diferenciado de exercício do direito de propriedade, com obrigações para proprietários e vizinhos, que o tornam um espaço de exceção. Neste artigo discute-se como compatibilizar as manifestações artísticas, em especial a pintura em imóveis tombados, com o objetivo de pontuar as principais questões e estabelecer delineamento legal das normas de preservação sobre a matéria. O resultado esperado é contribuir para uma melhor compreensão do tema através de um panorama e da contextualização da discussão, bem como de documentos legislativos e bibliografia pertinente, com foco na compreensão dos limites para a atuação da fiscalização pela Administração Pública brasileira na compatibilização entre a preservação de bens culturais e a efetivação da democracia e exercício de direitos culturais. A metodologia de pesquisa consistiu em pesquisa bibliográfica, realizada através da análise de livros, artigos científicos, de revista e pesquisa documental quanto à legislação específica.

PALAVRAS-CHAVE

Direito Ambiental; patrimônio cultural; preservação

ARTISTIC PAINTING IN PROTECTED URBAN PLACES IN BRAZIL: ITS LIMITS AND POSSIBILITIES

ABSTRACT

Cities exist to make possible human coexistence and daily life sharing. As habitat, cities are the setting for various manifestations, including artistic ones, revealed by their architectural forms, lifestyles, as well as by the perception and attitudes of those who inhabit them. Some cities become monuments and parts of their territories are governed by special, more restrictive laws. A protected historical building requires a different way of exercising property rights, with specific obligations for owners and neighbours, which makes it a unique place. This article is an attempt to understand artistic manifestations, especially paintings, in protected historical buildings, with the goal of highlighting the main issues and establishing a legal outline of preservation laws. The expected result is to contribute to a better understanding of the topic through a panorama and contextualization of the discussion, as well as legislative documents and relevant bibliography, focusing on the understanding of the performance limits of the supervision by the Brazilian Public Administration of the compatibility between the preservation of cultural assets, the realization of democracy, and the exercise of cultural rights. The research methodology consisted of

a literature search, through the analysis of books, scientific articles from magazines and peer-reviewed journals, as well as documental research relative to specific legislation.

KEYWORDS

Environmental Law; cultural heritage; preservation

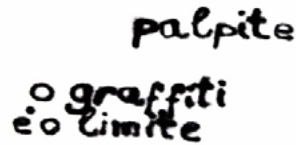


Figura 1: “Sol-te”

Fonte: Leminski, 2013, p. 153

INTRODUÇÃO

O *habitat* humano possui, entre outros, um valor estético capaz de influir na qualidade de vida. Algumas cidades, em diferentes épocas e por diferentes motivos, adotaram estratégias de embelezamento através da construção de lugares públicos aprazíveis, como jardins e praças, do ordenamento, e por serviços públicos como o saneamento e a limpeza urbana.

O poder público também é um importante produtor e promotor da cultura, criando monumentos e investindo recursos na aquisição e exposição de obras de arte que ornamentam as cidades brasileiras. Em algumas delas há até mesmo leis que estabelecem a obrigação jurídica de prover áreas com obras de arte, como se pode ver no artigo 129 da Lei Municipal nº 16.292/97 (Recife), que dispõe: “toda edificação, com área igual ou superior a 1.000m² (um mil metros quadrados), deverá conter, em lugar de destaque, obra de arte executada em escultura, pintura, mural ou relevo escultórico”.

Normas administrativas de tal natureza implicam diversas reflexões interessantes, por exemplo, quanto à necessidade operacional de uma definição legal de obra de arte, quem define a adequação ou não da obra de arte submetida à apreciação do poder público, se há ou não juízos de qualidade sobre a obra, a possibilidade de utilizar réplicas e reproduções e, até mesmo quem é artista apto a executá-la¹. A simples enunciação dessas questões aponta para uma possível inconstitucionalidade das normas que impõem esse tipo de obrigação ou, no mínimo, um vigoroso questionamento quanto à legalidade dos juízos que a administração pública faça sobre o valor artístico.

Além do poder público, a sociedade e o indivíduo também intervêm esteticamente nas cidades, pois viver nelas significa utilizar o espaço comum para o exercício de

¹ Observe-se que a Lei Municipal nº 14.239/80 (Recife) prevê que “somente poderão executar os serviços, de que trata este artigo os artistas plásticos pernambucanos ou radicados na Região Metropolitana do Recife, previamente inscritos na Empresa de Urbanização do Recife – URB”.

diversas liberdades, inclusive de manifestação artística, de variadas formas: nas ruas há dança, música, teatro, pintura, escultura, arquitetura, que dão a cada lugar o seu peculiar modo de existir.

A questão torna-se mais sensível quando se trata de manifestações artísticas materiais em espaços urbanos protegidos. Existem normas jurídicas que restringem ou proíbem determinadas formas de expressão visando a preservação de edificações ou conjuntos urbanos contra mutilações e descaracterizações, como ocorre com o instrumento do tombamento, mas não exclusivamente através dele.

O objetivo deste artigo é fazer uma breve reflexão sobre os limites e possibilidades das intervenções artísticas que têm áreas tombadas como suporte, a partir de uma breve análise sobre os instrumentos legais de preservação do meio ambiente cultural contrapondo o grafite e a pichação e ilustrando a aplicação das normas legais brasileiras por meio de ligeiro estudo de caso em que foi autorizada a realização de uma pintura artística em um imóvel tombado da cidade do Recife. Para tanto, realizou-se a análise da legislação aplicável, focando na discussão da gestão pública e dos critérios adotados para aprovar uma pintura artística ou classificá-la como ilícita, e na necessária compatibilização entre a preservação de bens culturais, a efetivação da democracia e exercício de direitos culturais, com apoio em pesquisa bibliográfica, realizada através da análise de livros, artigos científicos e de revistas.

OS ESPAÇOS URBANOS PROTEGIDOS

Os espaços urbanos podem ser protegidos por muralhas visíveis e invisíveis, criadas para delimitar um perímetro de controle mais direto e sistemático, com finalidades específicas, como a segurança e a proteção e promoção da estética urbana, ou genéricos como preservar uma certa visão de mundo² materializada na cidade.

O *habitat* urbano é capaz de influir na saúde física e mental e inspirar sentimentos de afeição ou repulsa. O indivíduo desenvolve uma relação com o território, de caráter afetivo, por causa das utilidades que lhe proporciona (sustento, satisfação de necessidades), por questões estéticas, religiosas. Esses, dentre outros fatores, levam ao afeiçoamento do indivíduo pelo lugar como resultado das impressões sensoriais (tato, olfato, paladar, audição e visual) e existenciais em relação ao ambiente (Tuan, 1980).

A relação afetiva com um território é manifestada através de intervenções artísticas como a pintura, a literatura, a construção de monumentos intencionais ou não, vestígios materiais (por exemplo, edifícios, sambaquis, lixões) que podem ganhar valor cultural para preservação. Essas intervenções são fundamentais para moldar o ambiente às necessidades dos indivíduos e grupos, que atendidas suficientemente correspondem ao conceito de “qualidade de vida”, e frequentemente são manifestadas na legislação como direitos.

² A importância cosmológica de uma cidade é inferida pela forma, orientação, estrutura hierárquica do espaço, tipos de arquitetura e da manifestação da organização social e das crenças da época (Tuan, 1980, p. 189). Entretanto, essa cosmovisão já não é mais tão concreta como antes no planejamento das cidades: a tradução da ordem social para o espaço não é autoevidente, e as cidades moldam-se e desenvolvem-se pela conveniência e por fatores econômicos.

Dentre essas necessidades, a manutenção de uma estética aprazível transformou-se em um direito na legislação brasileira porque a paisagem pode produzir emoções benéficas ou ansiedade, medo, desprazer, com impacto na qualidade de vida das pessoas, entendida como o bem-estar físico e espiritual associado à dignidade humana (Sanches, 2009, p. 76), ao qual se refere o artigo 182 da Constituição Federal de 1988 ao tratar sobre política urbana³.

Para garantir esse bem-estar, a estética urbana é protegida contra a poluição através de diversos dispositivos legais⁴, podendo ser apontados exemplificativamente alguns elementos que comprometem a paisagem: excesso de publicidade, pichações, falta de conservação da fachada dos imóveis, falta de arborização, proliferação de antenas, fios, e postes de distribuição de energia, cabos telefônicos, porque tal acúmulo impede ou dificulta a percepção (Sanches, 2009, p. 83).

Existem vários instrumentos utilizados para a proteção e preservação material de espaços urbanos, principalmente em razão do regime de competências estabelecido na Constituição Federal para a criação de normas protetivas do patrimônio cultural e natural (legislativas) e para executá-las através de ações administrativas (competência material). Em relação à preservação do patrimônio cultural, o artigo 23 prevê a competência comum entre a União, Estados, Distrito Federal e Municípios, impondo a cooperação em razão da importância do tema para a coletividade.

Entretanto, não existe uma norma geral federal que sistematize a proteção estatal dos bens culturais, prevendo instrumentos, metodologias e procedimentos utilizados na preservação, o que acarreta a existência de normas jurídicas protetivas diversas, e consequentemente critérios e instrumentos diferentes, que podem não favorecer a atuação conjunta das entidades.

O principal instrumento de preservação de imóveis isolados e conjuntos no Brasil é o tombamento, instituído pelo Decreto-Lei nº 25/37. Trata-se de um instrumento administrativo, portanto é manejado principalmente pelo poder executivo, mas há exemplos legislativos e judiciais, que consistem em estabelecer limitações aos poderes inerentes ao direito de propriedade (usar e dispor), através de obrigações de fazer (conservar o bem cultural tombado, notificar a autoridade em caso de roubo ou dano), e de não fazer (não realizar intervenções físicas sem a prévia autorização estatal). A finalidade desse instrumento é impedir que alterações físicas sem controle da administração descaracterizem o objeto material (imóvel isolado ou conjunto), prevenindo ameaças à sua existência, à integridade e à permanência dos seus valores para a coletividade e cuja conservação é de interesse público (Dantas, 2015, pp. 41-42).

Em áreas tombadas, qualquer intervenção artística que utilize suportes materiais, como a pintura ou escultura, depende da prévia autorização do poder público, sob pena

³ Art. 182. "A política de desenvolvimento urbano, executada pelo poder público municipal, conforme diretrizes gerais fixadas em lei, tem por objetivo ordenar o pleno desenvolvimento das funções sociais da cidade e garantir o bem-estar de seus habitantes".

⁴ Sanches (2009, p. 80) destaca diversos dispositivos legais que podem ser citados como exemplos de proteção da paisagem: artigo 3º, I e III da Lei nº 6938/81; artigo 4º, VI da Lei nº 9985/2000, Lei nº 4737/65 (Código Eleitoral, artigo 243, VIII), Lei nº 8078/90 (Código de defesa do consumidor) artigo 37, §2º, lei 9605/98 e Lei nº 106257/2001 (Estatuto da Cidade), artigo 37, VII.

da configuração de ilícitos civil, penal e administrativo, como será visto no próximo item. Já para garantir a visibilidade e a ambiência do bem tombado, a legislação prevê a delimitação de uma área de proteção denominada “vizinhança” ou “entorno”, onde também são estabelecidas certas limitações, por exemplo, quanto à distância, perspectiva e altura de edificações, bem como a proibição de afixar objetos.

Além do tombamento, existem outros instrumentos de preservação que limitam ou proíbem a execução de obras artísticas em bens imóveis e conjuntos para prevenir eventual descaracterização, entre os quais podem ser citadas certas formas de zoneamento urbano, com a criação de zonas do patrimônio que possuem limitações previstas no Plano Diretor (municipal), ou mesmo através de normas específicas para uma tipologia de bens culturais, como ocorre com a Lei nº 11483/2007 (patrimônio ferroviário).

É certo que o poder público pode indicar a viabilidade ou inviabilidade da execução de uma obra de arte em determinado local, proibindo ou permitindo mediante certas condições. Mais difícil é definir se, como e quando, o poder público pode fazer juízos quanto ao valor artístico de determinadas obras, inclusive quanto a questões de moralidade, o que pode significar o exercício abusivo do poder da polícia administrativa e/ou censura.

ÁREAS TOMBADAS VERSUS LIBERDADE DE MANIFESTAÇÃO ARTÍSTICA: GRAFITE E PICHANÇA

Refletir sobre limites e possibilidades das intervenções artísticas em imóveis tombados, considerados como suportes, necessariamente significa considerar que uma política de preservação é uma forma de discurso sobre a cidade, e também estabelece uma forma de uso específico. A cidade vai adquirindo valores, significados e usos que vão sendo construídos e substituídos ao longo do tempo, e o desafio é garantir a permanência dos vestígios materiais para permitir diferentes leituras.

Então, indaga-se: como compatibilizar a proteção das estruturas tombadas como suportes de manifestações artísticas? Se, quando e como é possível permitir alterações nesses suportes sem configurar dano e crime? Qual é o limite da “autorização prévia” do poder público? Pode incidir apenas sobre a forma ou sobre o conteúdo da manifestação artística? Todas essas questões serão objeto de reflexão a partir da análise da legislação federal brasileira relativa à preservação do patrimônio cultural material, inferidas as respostas pela sua interpretação e segundo a praxis administrativa da entidade de preservação nacional, o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN)⁵.

PINTURAS ARTÍSTICAS EM ÁREAS TOMBADAS

O tombamento em nível federal é o instrumento que visa preservar a integridade física de bens materiais móveis e imóveis, mediante o estabelecimento de limitações

⁵ O Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN) é a entidade governamental responsável pela seleção dos bens culturais móveis e imóveis, tangíveis e intangíveis, que compõem o patrimônio cultural nacional tutelado pelo Estado brasileiro e são objeto das políticas públicas de preservação.

administrativas e de obrigações quanto ao que fazer e não fazer, que se encontra disciplinado pelo Decreto-lei nº 25/37.

Ao tombar um bem imóvel, a administração pública pode considerá-lo de forma isolada ou conjunta, o qual gozará de um regime especial do exercício do direito de propriedade. O proprietário de um imóvel tombado tem obrigações diferenciadas, fundadas no princípio da função social da propriedade, e deve adotar em favor do seu imóvel medidas de conservação, e solicitar a autorização para eventuais intervenções. Observe-se o que dispõe o artigo 17 do Decreto-Lei nº 25/37 (Art.º 17)⁶:

as coisas tombadas não poderão, em caso nenhum ser destruídas, demolidas ou mutiladas, nem, sem prévia autorização especial do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, ser reparadas, pintadas ou restauradas, sob pena de multa de cinquenta por cento do dano causado.

Parágrafo único. Tratando-se de bens pertencentes à União, aos Estados ou aos municípios, a autoridade responsável pela infração do presente artigo incorrerá pessoalmente na multa.

A inobservância do dever de autorizar previamente intervenções ou a realização de danos podem ensejar a responsabilização administrativa, cível e criminal, cada uma com consequências jurídicas diferentes e aplicáveis simultaneamente. Por exemplo, o ato de demolir uma parede de imóvel tombado pode configurar ilícito administrativo, com a cobrança de multa, o dever de reparar (responsabilidade civil) e a prática de crime, tal como previsto no artigo 62 ou 63 da Lei nº 9605/98.

Destruir, inutilizar ou deteriorar:

I - bem especialmente protegido por lei, ato administrativo ou decisão judicial;

II - arquivo, registro, museu, biblioteca, pinacoteca, instalação científica ou similar protegido por lei, ato administrativo ou decisão judicial:

Pena - reclusão, de um a três anos, e multa.

Parágrafo único. Se o crime for culposos, a pena é de seis meses a um ano de detenção, sem prejuízo da multa. (Art.º 62)

Alterar o aspecto ou estrutura de edificação ou local especialmente protegido por lei, ato administrativo ou decisão judicial, em razão de seu valor paisagístico, ecológico, turístico, artístico, histórico, cultural, religioso, arqueológico, etnográfico ou monumental, sem autorização da autoridade competente ou em desacordo com a concedida:

Pena - reclusão, de um a três anos, e multa. (Art.º 63)

⁶ Será adotada a redação original do Decreto-Lei nº 25/37, com ortografia da época.

Portanto, até mesmo para realizar a simples pintura do imóvel tombado é necessária a prévia autorização dos órgãos de preservação, sob pena de configuração de ilícitos civil, penal e administrativo.

As restrições em relação à pintura nem sempre são compreendidas e aceites pelos proprietários, que a consideram uma manifestação de sua individualidade e uma forma de valorização e cuidado com o imóvel. Além disso, pintar paredes como forma de expressão⁷ parece ser um impulso atávico, e algumas dessas marcas podem ser elementos identitários importantes e vestígios materiais fundamentais para entender culturas antigas e modernas.

Para refletir sobre o tema escolhido, vamos tomar como exemplo a questão do grafite e da pichação porque quando a Lei nº 9605/98 foi promulgada ambos eram equiparados para fins de configuração de crime ambiental. Entretanto, a palavra “grafitar” foi retirada do artigo 66 da Lei nº 9605/98 através da Lei nº 12408/2011 (Art.º 65), passando a ter a seguinte redação:

pichar ou por outro meio conspurcar edificação ou monumento urbano:

Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, e multa.

§ 1º Se o ato for realizado em monumento ou coisa tombada em virtude do seu valor artístico, arqueológico ou histórico, a pena é de 6 (seis) meses a 1 (um) ano de detenção e multa.

§ 2º Não constitui crime a prática de grafite realizada com o objetivo de valorizar o patrimônio público ou privado mediante manifestação artística, desde que consentida pelo proprietário e, quando couber, pelo locatário ou arrendatário do bem privado e, no caso de bem público, com a autorização do órgão competente e a observância das posturas municipais e das normas editadas pelos órgãos governamentais responsáveis pela preservação e conservação do patrimônio histórico e artístico nacional.

A distinção entre grafite e pichação, portanto, passou a ter relevância jurídica visto que a primeira forma de intervenção pode ser legalmente autorizada e a segunda não. Surge, então, a importante questão do que é considerado “grafite” para o Estado que o autoriza e para aqueles que o praticam, sendo evidente que nesta matéria não há consenso nem quanto à função social, nem quanto à forma, à temática e aos suportes que serão utilizados. Se para o pichador/grafiteiro são marcas distintivas, identitárias, formas de comunicação que consideram o suporte secundário e, como considera Baudrillard (1976, pp. 121-122), insurgências contra os signos da cidade humanizando-a e vivificando-a, para o Estado são o rompimento de uma estética urbana neutralizada e homogênea, estabelecida para os fins de reprodução da ordem e de uma economia representadas no espaço urbano.

A possibilidade legal de controlar essas expressões mediante prévia aprovação estatal aproxima o grafite da arte decorativa, que está intimamente associada à visão de

⁷ Pinturas rupestres estão entre os mais importantes e antigos registros arqueológicos.

cidade, de arte, e da forma e limites aceitáveis em função da estética urbana. Para tanto, e apenas do ponto de vista unilateral do Estado, podem ser adotados dois critérios de diferenciação preliminares entre a pichação e o grafite: a autorização (do proprietário e dos órgãos competentes) e o caráter artístico da intervenção.

Por esses critérios o grafite seria operacionalmente definido como a pintura artística precedida da autorização do proprietário/autoridade competente, enquanto a pichação seria a intervenção desautorizada, com ou sem valor artístico, definida por oposição. Essa caracterização, na prática, é intrínseca à atuação administrativa e se reflete nas normas que permitem o primeiro e proíbem o segundo.

A Portaria IPHAN nº 420/2010 estabelece o procedimento da autorização para realizar a “inserção de pinturas artísticas em muros e fachadas” tombados, estabelecendo como forma de reforma simplificada, que possibilita a análise do pedido sem a apresentação de um projeto, mas de uma mera descrição da intervenção, conforme dispõe o artigo 18, §2º.

Em tese, é legalmente possível a realização do grafite porém, se executado sem a prévia autorização do órgão de preservação ou diferente da concedida, pode ser considerado crime ambiental, independentemente do seu valor artístico. Além disso, a portaria não se refere, e nem admite, a possibilidade de utilizar outros materiais para a realização de obras de arte em fachadas e muros tombados, por exemplo, o revestimento com tecido ou colagem de materiais.

Já a pichação ou outras formas de “conspuração” são percebidas como poluição, tal como definidas pelo artigo 3º da Lei nº 6938/81, pois podem representar uma forma de degradação da qualidade ambiental que direta ou indiretamente prejudique a saúde, a segurança e o bem-estar da população, crie condições adversas às atividades sociais e econômicas e/ou afete as condições estéticas ou sanitárias do meio ambiente.

A ideia de conspurcação observa o aspecto meramente estético da intervenção não autorizada do ponto de vista unilateral da administração pública, não havendo via de regra uma análise do valor comunicativo, que em certos contextos políticos não pode ser ignorado pelo poder público, nem do interesse público em sua manutenção. Essas marcas distintivas tatuadas no território contribuem para conferir identidade e podem ser percebidas como patrimônio cultural, ou serem negadas e apagadas quando consideradas uma violação ao padrão estético e como forma de poluição.

É bastante ilustrativo o caso do Município de São Paulo que, no âmbito de um programa denominado “Cidade Linda”, promoveu dano aos grafites que compunham a estética urbana removendo-os sob o argumento que muitos deles estavam danificados e pichados⁸. Tal atitude motivou a propositura de duas ações populares contra o Município de São Paulo e o seu Prefeito (ações nº 1004533-30.2017.8.26.0053 e 1003969-51.2017.8.26.0053), ambos condenados em 2019 ao pagamento de indenização fixada em R\$782.300,00 (setecentos e oitenta e dois mil e trezentos reais) a ser revertida para o Fundo de Proteção do Patrimônio Cultural e Ambiental Paulistano (FUNCAP).

⁸ Ver <https://www.conjur.com.br/dl/doria-prefeitura-condenados-remocao.pdf>

A sentença ainda não é definitiva, podendo ser reformada pelo Tribunal de Justiça em grau recursal, mas já é um documento jurídico interessante pelo tipo de discussão que levanta, especialmente quanto à caracterização da arte urbana como patrimônio imaterial (forma de expressão) a ser protegida pelo poder público que, no caso, além da omissão do dever de conservá-los ainda praticou dano⁹.

Em que pese recusar um valor cultural ao grafite em si, visto que a sentença destaca a sua efemeridade e a ausência de pretensão ao tombamento, não existe uma impossibilidade jurídica em considerar determinada obra como passível de preservação específica, inclusive com atenção à sua materialidade. Nada impede que determinada pintura – classificada como grafite ou não – seja tombada, inclusive por valores diversos do artístico, como o histórico e paisagístico.

REQUISITOS LEGAIS PARA A AUTORIZAÇÃO

É o fator autorização que diferenciará a pichação do grafite para fins de configuração da sua licitude. Entretanto, se o valor artístico está na base da distinção entre o que é grafite e picho, a dúvida relevante, e preocupante considerando a tradição autoritária no Brasil, é se é possível discutir o mérito artístico, o tema da intervenção e, nos termos da Lei nº 9605/98, se a pintura “valorizou” o imóvel tombado.

A lei está repleta de conceitos indeterminados que deverão ser definidos tecnicamente em cada caso. A autorização prévia é importante porque previne a ocorrência de danos, e garante que o bem imóvel tombado (que é um bem cultural) prevaleça em relação à pintura, que é mero acessório.

Estabelecer parâmetros decisórios gerais que consigam proteger o imóvel tombado e, ao mesmo tempo, garantir a liberdade de manifestação artística através do grafite autorizado não é uma tarefa fácil. O conteúdo do ato de autorização pelas autoridades competentes deve visar a proteção do imóvel (suporte) e da estética urbana, estabelecendo condições para a forma de intervenção, o que será definido caso a caso, porém a partir de critérios gerais tais como sugerimos a partir das normas legais aplicáveis.

Quanto ao local de implantação: imóvel tombado, se isolado ou em conjunto, o lugar de construção de um monumento é um indicador da visão de mundo. Quando se transforma em um símbolo, é um repositório de significados os quais emergem das experiências profundas acumuladas ao longo do tempo (Tuan, 1980, p. 169).

Existe um porquê, um valor pelo qual o imóvel foi considerado bem cultural para fins de tombamento isolado ou em conjunto. Então, a sistemática da preservação legal do patrimônio cultural impõe que a análise da viabilidade de pintura artística em fachada ou muro deve tomar o próprio suporte como principal, sendo a obra de arte acessória e, por isso, secundária.

Segundo tal critério, inferido das normas legais aplicáveis, a autorização para realizar pinturas em imóveis tombados isoladamente será tendencialmente mais rigorosa do que para os que constam de um conjunto, sendo certo que em qualquer caso pode ser

⁹ A sentença referida está disponível em <https://www.conjur.com.br/dl/doria-prefeitura-condenados-remocao.pdf>

proibida se houver justificativa técnica, bem como deverá observar a situação do próprio suporte em relação ao conjunto tombado.

Quanto às características da obra, no caso da pintura artística, especialmente quanto às dimensões, escala relativa ao bem tombado e à forma de implantação no suporte e à cor ou paleta de cores.

Quanto ao material (espécies de tinta admissíveis), visto que a utilização de uma tinta inadequada pode causar dano, e tornar difícil ou excessivamente custosa a sua retirada.

Quanto ao tempo de permanência, pois o poder público deve condicionar a autorização à retirada da pintura. A questão da permanência vincula-se evidentemente à reversibilidade da intervenção, ou seja, dependendo do material utilizado, se será possível reverter o suporte ao estado anterior (*status quo ante*).

Quanto ao valor artístico, como destacado, o poder público deve evitar realizar juízos de qualidade sobre o mérito artístico da obra, sob pena de condicionar a eventual aprovação à subjetividade e às preferências de quem analisa o requerimento.

Entretanto, haverá situações-limite em que a pintura proposta pode prejudicar a leitura e a estética do monumento, configurando-se em uma desvalorização que justificaria a proibição em executá-la, desde que o respectivo ato administrativo seja devidamente motivado e fundado nas normas de preservação.

Quanto à temática da obra, o juízo administrativo sobre o conteúdo ou tema da obra pode ser tão problemático quanto a decisão sobre o seu valor artístico. Quando é encomendada ou patrocinada pelo poder público é claro que, na condição de contratante, pode estabelecer previamente sobre o que a obra de arte versará, mas não no exercício do poder de polícia administrativa.

A proposta da obra pode se revelar incompatível com a dignidade ou a aura do monumento, ou fazer referência a símbolos que são proibidos por lei, por exemplo, a veiculação da suástica como forma de apologia ao Nazismo, como estabelece a Lei nº 7716/89, com a redação da Lei 9459/97 (Art.º 20):

praticar, induzir ou incitar a discriminação ou preconceito de raça, cor, etnia, religião ou procedência nacional.

Pena: reclusão de um a três anos e multa.

§1º Fabricar, comercializar, distribuir ou veicular símbolos, emblemas, ornamentos, distintivos ou propaganda que utilizem a cruz suástica ou gamada, para fins de divulgação do nazismo.

Pena: reclusão de dois a cinco anos e multa.

Por força do princípio da legalidade, o poder público não poderia aprovar a utilização de imagens ilegais, ou que de qualquer forma danifiquem as edificações tombadas, portanto cabe-lhe também agir para retirá-las, adotando medidas administrativas e judiciais.

Os critérios gerais acima sugeridos para autorizar ou não uma pintura artística em bens tombados devem ser tecnicamente motivados, além de observar os princípios da proporcionalidade e da razoabilidade, conforme determina a Lei nº 9784/99.

Finalmente, a Lei nº 9605/98 considera que o grafite pode impactar positivamente a estética dos monumentos e assim contribuir para melhorar a vida das pessoas e dar identidade aos lugares. Há muitos exemplos de cidades que investiram no grafite como estratégia de embelezamento e identificação, como Valparaíso (Chile), que é um sítio considerado Patrimônio da Humanidade (Unesco, 2009, p. 696), e onde o grafite foi promovido por ações governamentais¹⁰.

As intervenções artísticas, por si mesmas, podem tornar-se bens culturais a serem preservados, dependendo da forma e da intensidade da apropriação e da afeição das pessoas. Portanto, quando se trata de grafite, a solução é casuística, e reside no equilíbrio entre o exercício do poder fiscalizatório do Estado para viabilizar a preservação e o direito individual à manifestação artística, e a sua compatibilização com o direito difuso à estética urbana, que deve ser disponível a todos, devendo ser por todos protegido (Santos, 2001, p. 943).

Quanto à posição relativa ao conjunto tombado, uma vez que a paisagem é um dos elementos ambientais a serem protegidos contra o impacto negativo das intervenções, inclusive considerando a eventual relação com outras pinturas e grafites já executados na área.

Embora seja evidente, mas por sua relevância deve ser citada para concluir a questão dos critérios construídos a partir da interpretação das normas legais, observa-se que a análise do projeto de grafite deve recair sobre a obra em si, não se levando em consideração os aspectos subjetivos em relação ao autor.

O PROBLEMA DO ENTORNO

O entorno é um perímetro de proteção da área ou imóvel tombado, ao qual não foi reconhecido um valor cultural específico, razão pela qual os imóveis nele situados não são considerados “especialmente protegidos por ato administrativo” para os fins de configuração de crime ambiental ou dano. Entretanto, apesar de não ser considerado espaço urbano protegido por esse ponto de vista, não significa que nele se pode fazer qualquer coisa, exatamente em razão de sua proximidade (vizinhança) e potencial interferência:

sem prévia autorização do Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, não se poderá, na vizinhança da coisa tombada, fazer construção que lhe impeça ou reduza a visibilidade, nem nela colocar anúncios ou cartazes, sob pena de ser mandada destruir a obra ou retirar o objeto, impondo-se neste caso a multa de cinquenta por cento do valor do mesmo objeto. (Art.º 18 do Decreto-Lei nº 25/37)

O entorno ou vizinhança é a área envolvente do bem ou conjunto tombado cuja finalidade é proteger a visibilidade, e a sua delimitação é uma decisão que reflete uma

¹⁰Ver <https://www.cultura.gob.cl/eventos-actividades/el-arte-urbano-se-extiende-por-los-muros-de-la-region-de-valparaiso/>.

época específica, mas que abrange e ilustra temporalidades diferentes (Art.º 18 do Decreto-Lei nº 25/37). É formado por imóveis que foram sendo dispostos em um arranjo espacial tornado elemento de ambiência (Baudrillard, 2006, p. 37) como invólucro protetivo, mas também tem a função de prover informações sobre a natureza, o significado e a história do bem tombado (Motta & Thompson, 2010, p. 22), ajudando a contar a história do lugar.

A proteção conferida pelo (não ao) entorno evoluiu tecnicamente para a proteção de outros valores além da visibilidade, como ambiência, harmonia, coerência, homogeneidade, escala e, em alguns casos até mesmo a compatibilidade e a respeitabilidade do monumento tombado (Motta & Thompson, 2010, p. 35)¹¹. Essa ampliação permitiu abranger outras hipóteses de violação que não estavam originalmente explícitas no Decreto-Lei nº 25/37: “fazer construção que impeça ou reduza a visibilidade” ou “colocar anúncios ou cartazes” – consagrando-se o conceito amplo de visibilidade (compreensivo da ambiência), principalmente através de normas jurisprudenciais.

A visibilidade e a ambiência não se restringem ao aspecto físico mais imediato do bem tombado, e a sua violação refere-se a aspectos diretos como “a retirada da vista da coisa tombada, a modificação do ambiente circundante, a diferença de estilo arquitetônico, altimetria, volumetria, integração e emolduração”, e tudo que afete a harmonia entre o bem e o contexto, como destaca Miranda (2014, p. 114), englobando também a criação de vazios através de demolição, que exigem a prévia manifestação do órgão de preservação (Miranda, 2014, p. 131). Os aspectos indiretos também podem configurar dano à visibilidade e ambiência, até mesmo uma maior evidência de um edifício, por exemplo, em razão de uma pintura chamativa, que faça desviar o foco do bem tombado¹².

Aplicando essas ideias ao tema específico, conclui-se que a realização de grafites no entorno de áreas tombadas também exige a prévia autorização dos órgãos de preservação porque é possível que haja interferência negativa na visibilidade e na ambiência da área protegida. Os critérios são similares àqueles propostos para as áreas tombadas, porém menos rigorosos, e sem referência na manutenção da integridade do suporte: quanto à forma da pintura, especialmente quanto às dimensões, escala relativa ao bem ou conjunto tombado; quanto à cor ou paleta de cores, tempo de permanência, temática da obra e impacto ambiental.

Para a área de entorno valem as observações já realizadas para a área tombada quanto à necessidade de motivação técnica para a autorização ou não execução da pintura artística.

¹¹ Motta e Thompson (2010, p. 58) destacam que o IPHAN, em certo período da política de preservação, entendeu o entorno como “forma de preservação sem tombamento”, que levou à ideia de tombamento de conjuntos.

¹² Confira-se o julgamento no Recurso Especial nº 1.127.633. Processo 2009/0136547-0, segunda turma do Superior Tribunal de Justiça.

BREVE ESTUDO DE CASO: UMA PINTURA ARTÍSTICA EM IMÓVEL TOMBADO NO BAIRRO DO RECIFE

Não é frequente a solicitação para a realização de pinturas artísticas em imóveis tombados, e não há consenso técnico nos órgãos de preservação nem sobre a sua viabilidade e nem sobre os eventuais critérios para as autorizações. Conforme já explicitado nos itens anteriores, as leis de preservação brasileiras abrangem conceitos indeterminados que devem ser definidos tecnicamente pela análise específica e casuística, não obstante possam partir de conceitos gerais.

Para ilustrar um procedimento de autorização, foi analisado o processo administrativo nº 01498.000555/2018-15¹³, que trata de solicitação para a realização de pintura artística em um imóvel integrante do conjunto tombado do Bairro do Recife, frente à Superintendência do IPHAN em Pernambuco.

A solicitação foi analisada através do Parecer Técnico nº 95/2018¹⁴, obtendo as seguintes conclusões e exigências:

- adotar um painel de fundo numa cor uniforme e neutra (concreto, bege, branco);
- preservar as bordas livres, mantendo 40% do fundo neutro sem pintura artística;
- se possível, tirar partido dos elementos existentes na fachada (exemplo: cercaduras em cantarias), na concepção artística.

Após a análise do esboço encaminhado, verifica-se que os desenhos propostos descolam das bordas e estão desconcentrados ao longo da fachada. Contudo, recomenda-se que o fundo neutro seja monocromático e sem texturas, servindo de pano de fundo para as imagens pintadas. Ressalta-se, ainda, que existem cercaduras em cantaria entaipadas na fachada lateral do imóvel que poderiam ser incorporadas à pintura artística, promovendo uma maior valorização das características arquitetônicas do imóvel.

O juízo administrativo neste caso levou em consideração os critérios relativos ao local de implantação (imóvel tombado no conjunto e sua situação específica) e às características da pintura (dimensões, escala relativa ao bem tombado, forma de implantação no suporte e cores).

Não houve manifestação explícita, neste caso, sobre o tipo de tinta admissível, tempo de permanência e nem quanto ao valor artístico ou temática da obra, embora o esboço das pinturas tenha sido submetido à análise do IPHAN, como se pode observar do processo administrativo nº 01498.000846/2018-03¹⁵.

¹³ O referido processo administrativo pode ser acessado através da consulta pública do sistema eletrônico de Informação do IPHAN (SEI IPHAN), mediante a informação do seu número, através do endereço https://sei.iphan.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_processo_pesquisar.php?acao_externa=protocolo_pesquisar&acao_origem_externa=protocolo_pesquisar&id_orgao_acesso_externo=0

¹⁴ O referido processo administrativo pode ser acessado através da consulta pública do sistema eletrônico de Informação do IPHAN (SEI IPHAN), mediante a informação do seu número, através do endereço https://sei.iphan.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_processo_pesquisar.php?acao_externa=protocolo_pesquisar&acao_origem_externa=protocolo_pesquisar&id_orgao_acesso_externo=0

¹⁵ O referido processo administrativo pode ser acessado através da consulta pública do sistema eletrônico de Informação do IPHAN (SEI IPHAN), mediante a informação do seu número, através do endereço https://sei.iphan.gov.br/sei/modulos/pesquisa/md_pesq_processo_pesquisar.php?acao_externa=protocolo_pesquisar&acao_origem_externa=protocolo_pesquisar&id_orgao_acesso_externo=0

O suporte para a execução foi o muro de um estacionamento, em uma rua estreita, portanto, o potencial de interferência da pintura no conjunto tombado foi minimizado, como se pode observar antes e depois da intervenção.



Figura 2: Rua Barbosa Lima, n. 81. Conjunto tombado do Bairro do Recife

Fonte: Google Maps (06/04/2020)



Figura 3: Rua Barbosa Lima, n. 81. Conjunto tombado do Bairro do Recife, após a intervenção (9/9/2018). Detalhe com aproximação

Créditos: Fabiana Dantas

A temática das ilustrações é compatível com o caráter de bem cultural do conjunto tombado, não implicando nem desvalorização nem dano ao suporte, concluindo-se que a pintura citada atende em suas linhas gerais às recomendações do poder público.



Figura 4: Rua Barbosa Lima, n. 81. Conjunto tombado do Bairro do Recife, após a intervenção (9/9/2018)

Créditos: Marcelo Müller

É importante destacar que a concessão da autorização prévia não exime o autor de ser responsabilizado caso a execute em desconformidade, e obriga as autoridades competentes a verificar a sua adequação mediante fiscalização posterior.

CONCLUSÃO

A legislação ambiental brasileira admite a execução de pinturas artísticas em imóveis tombados, desde que previamente autorizadas pelo proprietário e pelo poder público, e que configurem a melhoria da qualidade ambiental.

As análises realizadas pela administração pública para a concessão dessa autorização são discricionárias, baseadas em normas legais que possuem conceitos indeterminados, os quais serão aplicados conforme a visão de cidade, arte, comunicação, grafite, pichação, beleza vigentes na organização estatal, e em critérios técnicos que serão construídos por meio da prática administrativa.

Neste artigo buscou-se evidenciar alguns critérios técnicos inferidos da interpretação das leis de preservação do patrimônio cultural brasileiro e de sua aplicação, apontando como condições gerais para a execução do grafite em imóveis tombados os aspectos concretos do suporte material que irá sofrer a intervenção, bem como do seu contexto, com o objetivo de subsidiar a prática dos atos administrativos.

Como ilustração, foi realizado um breve estudo de caso de autorização de uma pintura artística em um imóvel tombado do Recife, onde foram destacados critérios relativos ao local de implantação (imóvel tombado no conjunto e sua situação específica) e às características da pintura (dimensões, escala relativa ao bem tombado, forma de implantação no suporte e cores).

Embora não tenha havido uma análise específica quanto ao mérito artístico das pinturas, nem à sua temática, percebe-se uma intenção de embelezamento e promoção de manifestações culturais locais que certamente influenciaram positivamente o juízo administrativo. As pinturas executadas talvez não correspondam ao conceito estabelecido

de “grafite” na comunidade artística, e nem compartilhem da sua função contestatória originária, porém são assim consideradas para os fins de aplicação da legislação brasileira pela administração pública.

Em qualquer caso, vale destacar que a proteção do meio ambiente cultural é um dever de todos – poder público, sociedade e indivíduos – conforme estabelece o artigo 225 da Constituição Federal de 1988, e o objetivo de qualquer intervenção em um bem tombado deve garantir a sua conservação e valorização.

REFERÊNCIAS

- Baudrillard, J. (1976). Kool killer ou l'insurrection par le signs In J. Baudrillard, *L'échange symbolique et la mort* (pp. 118-128). Paris: Gallimard.
- Baudrillard, J. (2006). *O sistema dos objetos*. São Paulo: Perspectiva.
- Constituição da República Federativa do Brasil, Art. 182.
- Dantas, F. S. (2015). O patrimônio cultural protegido pelo Estado Brasileiro. In J. B. Campos, D. R. Preve & I. F. Souza (Eds.), *Patrimônio cultural, direito e meio ambiente: um debate sobre a globalização, cidadania e sustentabilidade* (pp.31-54). Curitiba: Multideia.
- Decreto-Lei nº 25/37, de 30 de novembro, República Federativa do Brasil.
- Lei nº 6938/81, de 31 de agosto, República Federativa do Brasil.
- Lei nº 9605/98, 12 de fevereiro, República Federativa do Brasil.
- Lei nº 9985/2000, 18 de julho, República Federativa do Brasil.
- Lei nº 16292/97, de 29 de janeiro, Município de Recife.
- Lei nº 14239/80, de 17 de dezembro, Município de Recife.
- Leminski, P. (2013). Sol-te. In P. Leminski, *Toda poesia*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Miranda, M. P. de S. (2014). *Lei do tombamento comentada: doutrina, jurisprudência e normas complementares*. Belo Horizonte: Del Rey.
- Motta, L. & Thompson, A. (2010). *Entorno de bens tombados*. Rio de Janeiro: IPHAN.
- Portaria nº 420/2010, de 22 de dezembro, Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.
- Santos, A. S. R. (2001). Proteção jurídica da estética urbana. *Boletim de Direito Administrativo*, 11, 942-943.
- Sanches, L. P. (2009). Paisagem e meio ambiente. In F. Ahmed & R. Coutinho (Eds.), *Patrimônio cultural e sua tutela jurídica* (pp. 71-91). Rio de Janeiro: Lumen Juris.
- Tuan, Y. (1980). *Topofilia: um estudo da percepção, atitudes e valores do meio ambiente*. São Paulo, Rio de Janeiro: Difel.
- Unesco. (2009). *El patrimonio de la Humanidade - descripciones y mapas de localización de los 878 sitios patrimonio da humanidade de la Unesco*. Barcelona: Blume.

NOTA BIOGRÁFICA

Fabiana Santos Dantas possui Doutorado em Direito pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), instituição onde atua como docente do Centro de Ciências Jurídicas, e também exerce o cargo público de procuradora federal junto ao Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), em atividades de consultoria jurídica da Advocacia-Geral da União para a política federal de preservação de bens culturais.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6178-1566>

Email: fabiana.dantas@ufpe.br

Morada: Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)
Av. Prof. Moraes Rego, 1235, Cidade Universitária, Recife, PE, CEP: 50670-901

Submetido: 03/09/2019

Aceite: 28/11/2019

VARIA | VARIA

NARRATIVA DOCUMENTAL PARA UMA NOVA APREENSÃO DE UM ESPAÇO PÚBLICO ESTIGMATIZADO

Natacha Cyrulnik

Laboratório PRISM - Percepção Representações Imagem Som Música, Universidade Aix-Marselha, França

RESUMO

No seguimento de um projeto audiovisual realizado ao longo de quinze anos em cidades do Sul da França, os locais turísticos estão agora a ser filmados como parte de uma nova série de documentários, contando a história numa tentativa de melhor entender a vida cotidiana nessas áreas facilmente estigmatizadas. O objetivo é apreender o espaço público do ponto de vista urbano (Paquot, 2009) e dos média (Habermas, 1978), para tentar entendê-lo melhor (Ninney, 2000). O documentário criativo oferece um dispositivo (Agamben, 2007) e a possibilidade de compartilhar uma experiência através da arte (Dewey, 1915) que incentiva uma abordagem sensível ao território turístico. Requer a narração de um território em imagens e sons, quer seja através das palavras de turistas (Augé, 1997) ou de viajantes (Paquot, 2014) ou através do comportamento em “filmes de família” (Odin, 1995), por exemplo. Essa narrativa de um território baseia-se na relação que o homem estabelece com o local turístico. Assim, de certa forma, este imagina uma realidade afirmando um ponto de vista. Deste modo, permite uma jornada mais ou menos imaginária para a pessoa que a experiência, bem como para o espectador no final.

PALAVRAS-CHAVE

documentário; espaço público; comunicação; turismo

DOCUMENTARY NARRATIVE FOR A NEW UNDERSTANDING OF A STIGMATIZED PUBLIC SPACE

ABSTRACT

Following on from an audiovisual project carried out over fifteen years in cities in the South of France, the tourist sites are now being filmed as part of a new documentary series, in an attempt to better understand daily life in these easily stigmatised areas by telling the story. The aim is both to apprehend the public space from an urban (Paquot, 2009) and media (Habermas, 1978) point of view, in order to try to better understand it (Ninney, 2000). The creative documentary offers both a device (Agamben, 2007) and the possibility of sharing an experience through art (Dewey, 1915) that encourages a sensitive approach to the tourist territory. It requires the narration of a territory in images and sounds, whether through the words of tourists (Augé, 1997) or travellers (Paquot, 2014) or through behaviour in “family films” (Odin, 1995), for example. This narrative of a territory is based on the relationship that man establishes with the tourist site. Thus, in a way, he fictionalises a reality by asserting a point of view. In this way, it allows a more or less imaginary journey for the person who experiences it, as well as for the spectator in the end.

KEYWORDS

documentary; public space; communication; tourism

INTRODUÇÃO

O documentário de criação apresenta-se como um objeto artístico que visa favorecer o conhecimento e a compreensão de uma situação (Niney, 2000, 2002). Se se considerar a construção, por este meio, da representação de determinado território, este oferecerá, então, a possibilidade de fazer dele uma experiência pela arte (Dewey, 1915). Foi isso que tentei realizar durante 15 anos, indo com uma câmara para a rua nas *cités* (subúrbios) do sul de França. Primeiro, no âmbito de workshops para promover o intercâmbio e criar cumplicidade com os habitantes durante os primeiros 10 anos (designadamente, no coração da *cité* Berthe em La Seyne-sur-Mer) e, depois, abrindo-me a outras *cités* para tentar, enquanto documentarista, contextualizar as formas de viver nestes territórios estigmatizados. Com efeito, as *cités* representam, em França, *zonas sem lei* que as reportagens televisivas caricaturam facilmente pelo arremesso de pedras ou pelos carros a arder. Se estas imagens realmente existem, a ideia passava por ir para o meio da população para tentar compreender melhor a vida diária nestes locais a partir de um ponto de vista urbano e social: em ambas as vezes, três vias rodoviárias cercavam as *cités*, isolando-as do resto da cidade como guetos, quando não eram linhas de caminho-de-ferro; a população é muitas vezes de origem imigrante e tem dificuldade em encontrar trabalho, há uma afirmação de códigos comportamentais que contribuem para uma forma de identidade territorial que se torna reivindicativa, etc. Através da realização de um total de nove documentários em quatro *cités* do sul de França¹, as palavras dos habitantes eram contextualizadas para que, no final, o espectador pudesse ter uma experiência sensível desta vida quotidiana nestes territórios específicos. Depois da série documental *Living in the territory* (Cyrulnik, 2011-2015), realizada no coração das *cités*, decido começar agora a série *Sortir de la carte postale*. Mais uma vez, esta volta a focar territórios caricaturados, desta vez turística. Então, ao posicionar-me, sobretudo, como observadora desta vida quotidiana, procuro, a partir do estereótipo do postal bem fotografado, deslocar um pouco a minha câmara para as pessoas que aí vivem todos os dias. Nesta abordagem, tento medir a diferença entre aquilo a que Jean-Didier Urbain (1991) chama de turista para me posicionar e, ao mesmo tempo, propor ao espectador que se coloque na pele do “viajante” (Paquot, 2014) que procura compreender melhor a vida a partir de um ponto de vista mais antropológico dentro daquilo que se tornou um estereótipo turístico.

Tento, assim, compreender de que forma as representações sociais podem evoluir com as representações fílmicas, mas mais em ligação com o desejo de exploração dos primeiros assistentes de câmara. O turismo atual volta a questionar isto. Esta nova série documental *Sortir de la carte postale* inicia esta reflexão que é um prolongamento destes diferentes níveis de representação (fílmica, social e individual) experienciados na série *Habiter le territoire* (Cyrulnik, 2016), mesmo que a forma de abordar o território seja diferente. Trata-se de ultrapassar os estereótipos para obter uma apreensão dos territórios turísticos mais etnográfica e, por isso, mais contextualizada, mais sensível e, também,

¹ Mais informações em www.lacompagniedesembruns.com

mais artística. O postal a partir do qual é preciso sair torna-se um novo objeto de investigação, questionando, em simultâneo, o território e o seu turismo, a sua apreensão, as representações sociais a contextualizar, reivindicando uma abordagem etnográfica questionada artisticamente através das imagens e dos sons que vão contar isso no documentário. O testemunho já não é necessariamente a forma de conhecer e procurar compreender os modos de vida nestes territórios que são sempre caricaturais. Desta vez, são sobretudo representadas as marcas, as pegadas deixadas pelo homem numa paisagem. Os comentários serão apagados para dar lugar à articulação entre as imagens e os sons que vão revelar “paisagens sonoras” (Murray Schafer, 1977), paisagens visuais, ambientes. Estes documentários questionam uma abordagem cinematográfica que é, ao mesmo tempo, estética e retórica (Soulez, 2011).

As formas de apreender estes territórios, aqui caricaturados pelos postais, são questionadas, sendo agora filmadas as diferentes formas de viajar, entre o turista e o viajante mais próximo dos habitantes, que evoca o etnólogo (Augé, 1997; Paquot, 2014, ou mesmo Winkin, 2001, Descola, 2005). Trata-se de *Sortir de la carte postale* (sair do postal) para se abrir melhor ao mundo (Cyrulnik, 2017, pp. 216-217).

APREENDER UM ESPAÇO PÚBLICO PELA ARTE

Jürgen Habermas (1978) descreve um espaço público numa lógica participativa que é, ao mesmo tempo, interacional, deliberativa e política, associando-lhe o poder dos média segundo considerações comunicacionais. Por sua vez, Thierry Paquot (2009) propõe um ponto de vista mais físico e geográfico, numa abordagem filosófica e urbana, referindo-se a espaços públicos, no plural. Mas também considera o jornal como um meio de tornar coletivo um espaço, tal como, por exemplo, um bairro, conferindo-lhe uma dimensão social e pública (Paquot, 2009, p. 92). O poder mediático e, portanto, comunicacional, de um jornal permite explorar a relação espaço público/território. As ligações, os intercâmbios a diferentes níveis, as partilhas, as circulações e as relações que se estabelecem estariam, assim, no centro da definição de todos os espaços públicos, tanto no plural como no singular. Qual é, então

a função sobredeterminada do território para pensar a relação dos cidadãos (habitantes?) com o seu ambiente (económico, político, social, cultural, ...) do quotidiano, para discutir a ideia de “poder instituinte” da territorialidade em reconhecer um espaço público (sem, no entanto, deixar entender que este seria entendido apenas em termos de um território). (Raoul, 2013, p. 75)

De que forma o espaço público é trabalhado pela questão do território e como é que o documentário, enquanto objeto mediático específico, contribui para isso?

De facto, é afirmada uma dimensão política, na medida em que o documentário dá conta de um modo de vida dos habitantes de uma *cit*é no dia a dia. Contribui para uma forma de envolvimento cívico através da participação, das interações, das tomadas de posição, das deliberações, etc. Mas o documentário, enquanto forma de narrativa de

um território, também se envolve na abordagem urbana que propõe através do que é filmado, do que é relacionado, do que é destacado, etc. As deambulações e os encontros nas *cités* dos filmes da série *Habiter le territoire*, associados aos comentários sobre o que é vivido no dia a dia, compõem um discurso sobre este espaço público urbano. Por sua vez, os da série *Sortir de la carte postale* esforçam-se por dar conta de um território turístico e de o tornar mais sensível através da captura das imagens do dia a dia e dos sons que dele emanam. O cruzamento entre estas duas dimensões do espaço público coloca a comunicação e as interações humanas no centro do dispositivo (associado à arte através da forma do documentário de criação) e revela um entrelaçamento que constitui estes territórios.

Os turistas tiram *selfies* na ponte que passa por cima de um canal ou numa praia de areia fina em Martigues, de frente para o Mucem ou à sombra do antigo porto de Marselha, ou em frente a uma igreja medieval ou no mercado provençal de Brignoles. A partir destas fotos tiradas na direção de um monumento, a câmara roda e vai filmar a vida quotidiana que acontece mesmo ali ao lado: um rapaz a pescar com a sua rede, uma mulher que traz da sua loja um expositor cheio de postais e o coloca na rua, um homem com uma pequena mala que atravessa a rua em passo apressado, etc. Surge um retrato de cada um destes espaços específicos destas cidades, indo cada vez mais ao encontro daquilo que constitui a “verdadeira” vida nestas zonas turísticas. A partir de exemplos captados em Martigues, Marselha ou Brignoles, o turista que tirava a fotografia na direção do monumento torna-se cada vez mais um viajante que vai ao encontro dos habitantes, abrindo-o para outros territórios mais distantes. Este segue uma abordagem cada vez mais sociológica e, ao mesmo tempo, artística, o mais próximo possível de uma vida que não via necessariamente à primeira vista. Entra cada vez mais no âmago da cidade para perceber melhor o que está em jogo aí, esta vida do dia a dia, de que se trata afinal... O seu ponto de vista contextualiza-se, começa a compreender de forma sensível a vida neste território. O espectador acabará por viver esta experiência durante o debate no final da projeção destes documentários (Cyrulnik, 2015).

O espaço público contribui para a criação do espaço público político. É acompanhado de formas de expressão sobre a(s) *cité(s)*. E, assim, o espaço público ganha forma. Os comportamentos, as palavras, os lugares e as opiniões que emergem constituem, em termos globais, o espaço público. Jürgen Habermas (1978) estabelece uma ligação direta entre os média e o espaço público. Bernard Miège atualiza esta ideia: “o estado dos média é considerado ipso facto como uma avaliação do espaço público e dos debates que nele ocorrem” (2010, p. 115). O documentário, num ambiente mediático praticamente omnipresente (através da mínima da utilização do telemóvel, quanto mais não seja para tirar fotografias), propõe um dispositivo alternativo.

No caso da série *Habiter le territoire*, o espaço público é interpelado nos filmes em todas as aceções do termo (urbano, político e mediático), na medida em que é dada aos habitantes a oportunidade de falar e estes articulam entre si (na imagem durante a rotação ou através da montagem do filme) as suas reflexões sobre as mutações urbanas e humanas. O espaço público é, portanto, questionado tanto no tema do filme como na

representação que lhe é dada pelo filme. A série *Sortir de la carte postale* baseia-se menos na força do testemunho do que na observação mais ou menos participante (Winkin, 2001, pp. 156-165). O documentário, em todas as suas formas, apresenta-se como uma forma mediática alternativa de experienciar um território específico pela arte, de forma a ter sobre ele um conhecimento mais sensível e, sem dúvida, mais exato e, em todo o caso, mais contextualizado.

Com esta nova representação de territórios por meio do documentário, surgem novas representações sociais. O documentário, enquanto alternativa à reportagem geralmente muito formatada que os média transmitem (quanto mais não seja porque beneficia, na maior parte das vezes, de um tempo de imersão que promove a qualidade dos intercâmbios!), é um género mediático e artístico pertinente para este tipo de territórios estigmatizados:

os média contribuem (portanto) para a estruturação do espaço público fora das formas e dos conteúdos de discurso e informações que nele difundem... As “lacunas” dos média são, então, oportunidades para dar visibilidade a discursos alternativos. Na sua abordagem histórica, Habermas considera que as irrupções dos média, que invadem o espaço público, provocam o seu declínio. As ligações entre territórios e média salientam que estes últimos são suscetíveis de contribuir para uma dinâmica de discussão e argumentação. (Gadras & Palliart, 2013, p. 31)

Estas séries documentais apresentam-se precisamente como uma alternativa para promover isso. O documentário de criação oferece outra forma de visibilidade e, com ela, de reconhecimento (Honneth, 2000) destas especificidades territoriais.

Em geral, os média são mais pensados como meio de divulgar os territórios. No entanto, os jornais locais ou outras formas públicas de expressão dos habitantes nascem de um desejo de reivindicar formas de viver o quotidiano nesses locais. Portanto, são mais as questões associadas ao território que levam à construção de suportes mediáticos (Gadras & Paillart, 2013, p. 33). Por sua vez, Hélène Nez (2011) sublinha os “saberes residentes” ou os “saberes cívicos” como sendo mobilizáveis no urbanismo participativo. Na maior parte das vezes, a ideia consiste em reforçar as especificidades relativas a esta territorialidade. O documentário é uma forma possível e alternativa de tornar visíveis estes territórios e os seus habitantes. A forma discursiva do documentário possibilita esta nova apreensão do território (Cyrulnik, 2017, pp. 154-158).

NARRAR UM TERRITÓRIO

Apesar de o objeto de investigação deste artigo ser o documentário, mais especificamente os territórios, a questão da narrativa pode parecer menos evidente *a priori* do que no caso de um filme de ficção. No entanto, é esta que irá dar origem a uma representação no final. Assim que um filme, e, por conseguinte, uma história, é composto, associado ou não a um espaço, uma perspectiva de realização determina uma narrativa.

O simples facto de escolher um local em vez de outro para colocar a câmara já implica realização; o facto de se optar por fazer um grande plano focado numa pessoa em vez de um plano de conjunto a situar essa pessoa entre as outras, por exemplo, também; etc. A posição do realizador, a sua postura com todo o equipamento técnico, para além daquele que o cinema exige (câmara, microfone, auscultadores, tripé, etc.), já implica fisicamente uma perspetiva de realização, incluindo no caso de um documentário. Quando François Niney tenta circunscrever as diferentes gradações do documentário à ficção, distingue “três níveis interligados do dispositivo fílmico: construção dos planos, orientações de rotação, crença induzida do espectador” (2009, p. 54). Com isto pretende dizer que a forma de filmar, mesmo que o realizador intervenha o menos possível, já influencia o que vai mostrar no final no filme. Até imagens recolhidas com uma câmara oculta dizem muito sobre a perspetiva de realização e o que isso implica para o espectador no final. O mesmo acontece no caso das imagens captadas da forma mais simples possível, que implicam um posicionamento, uma forma de contar a realidade, o início de uma história ou até de um discurso... Não é possível a existência de um grau zero de realização. A neutralidade, ou a objetividade, parece, pois, impossível de alcançar com uma câmara, mesmo que seja isso que os jornalistas geralmente afirmam.

As formas de narrativa documental são muito variadas: da simples observação ao testemunho, à ficção mais ou menos documentada, passando mais especificamente pelo *storytelling* territorial, pelo documentário romanceado ou pelo envolvimento de uma biografia íntima ou social sobre um território. A realização documental possibilita diversas formas de narrativa. A psicologia social “explora o lado subjetivo do que acontece na realidade objetiva. Entenda-se por isto a realidade económica e social” (Moscovici, 1984, p. 12). De certa forma, tal também corresponde ao que o documentário faz, jogando com esta fronteira entre a parte da subjetividade e o desejo de objetivar os temas. Assim, a escolha da composição da narrativa acompanha a escolha do lugar mais ou menos marcado do realizador, tendo em conta o que vai despertar no espectador. O ponto de vista, a perspetiva do realizador que transparece na narrativa composta pela realidade implica não só quem filma, mas também a sua relação com o espectador no final (Niney, 2009, p. 54). A dimensão artística é incontornável, mesmo que a “estética relacional” a que se refere Nicolas Bourriaud (2001) permita valorizar os intercâmbios humanos como uma prioridade artística na realização de um documentário, como é o caso, designadamente, da série documental *Habiter le territoire* e, de uma forma mais próxima da observação, da série *Sortir de la carte postale*. O lugar do autor deve, então, ser reposicionado face ao desejo de objetivar o espaço; a relação que se estabelece entre quem filma e quem é filmado já faz parte do filme. O documentário, que surge necessariamente da realidade, determina-a segundo a sua posição:

[o documentário] encara o seu tema não só como uma investigação pessoal (o que não quer dizer forçosamente subjetiva), mas também como uma realização cinematográfica. Existe envolvimento do autor na pesquisa de e sobre o seu tema, quanto ao seu conteúdo e ao dispositivo de rotação

que lhe será aplicado. Trata-se, em todos os casos, de encontrar as formas fílmicas mais adequadas para orientar os meandros do inquérito, fazer os lugares e os protagonistas falar, apresentar na montagem a complexidade e as contradições da situação. (Niney, 2009, p. 121).

É assumida uma parte de ficção no documentário (Cyrulnik, 2017, pp. 96-99).

FICCIONALIZAR UMA REALIDADE

Quer seja um político, um urbanista, um geógrafo, um realizador, um turista ou o habitante do outro lado da rua, os pontos de vista dão vida a muitas formas diferentes de romancear a realidade. No âmbito do documentário, são precisamente estes mundos possíveis que contam. A crença, a ética, as possibilidades do mundo apresentado convocam uma parte de ficção para definir melhor aquilo que pode ser a realidade.

Pierre Bourdieu contextualiza a realidade e as palavras para a descrever: “alguns etnometodologistas chegam ao ponto de dizer que aquilo que consideramos ser uma realidade é uma ficção, construída nomeadamente através do léxico que recebemos do mundo social para a designar” (1994, p. 135). A ficção compõe a nossa realidade.

O cinema documental, o cinema dedicado ao “real” (...) permite uma invenção ficcional mais forte do que o cinema “de ficção”, facilmente dedicado a uma certa estereotipia de ações e de carateres. (...) Não se trata de dizer que tudo é ficção. Trata-se de constatar que a ficção da idade estética definiu modelos de ligação entre apresentação de factos e formas de inteligibilidade que esbatem a fronteira entre a razão dos factos e a razão da ficção, e que estes modos de ligação foram adotados pelos historiadores e pelos analistas da realidade social. (Rancière, 2010, pp. 60-61)

Não existe uma representação social, mas várias. E os próprios termos que podem ser utilizados para as descrever contribuem para a narrativa que compõe esta realidade. A ficção e o documentário estão ligados. William Guynn, quando decidiu intitular o seu livro *Un cinéma de non-fiction* (2001), quis dizer que não se tratava de opor estes dois géneros mas, pelo contrário, de os definir um em relação ao outro. Christian Metz dizia que “qualquer filme é um filme de ficção” (1975, pp. 31-32). E, por sua vez, Guy Gauthier, mais precisamente sobre a questão dos territórios, evoca inclusive o facto de a ficção geralmente permitir romancear uma realidade para a compreender melhor; mas o documentário apenas teria de se posicionar, portanto, como um exercício da verdade (Gauthier, 2010, p. 12), o que é redutor, denegrindo uma parte da criação. Apesar de o objeto deste artigo ser o cinema documental, é necessário valorizar toda a utopia e o imaginário que a ficção veicula para definir melhor a captura de uma realidade territorial no final. A realidade descrita, inclusive num documentário, é simultaneamente semifísica e semi-imaginária (Moscovici, 1984, p. 7). Como é que uma representação social se torna uma representação fílmica o mais “precisa” possível? (Cyrulnik, 2017, pp. 111-112). A arte apresenta-se como uma experiência diferente do mundo (Dewey, 1915). A dimensão

artística do documentário permite precisamente entrar num mundo que valoriza a experiência vivida, oferecendo, ao mesmo tempo, uma parte de sonho.

UMA VIAGEM MAIS OU MENOS IMAGINÁRIA

Afastada de considerações diretamente associadas ao espaço público, era necessário estudar a composição de uma narrativa e os seus jogos de interação para compreender melhor as diferentes formas de a narrar, realizar e criar o enredo. Nesta lógica, por exemplo, Italo Calvino optou, em *Les villes invisibles* (1984), por descrever espaços sonhados, inventados, ficcionais, etc., abordando as cidades descritas segundo sentimentos. Esta forma marcadamente artística conduz à evocação dos espaços de forma sensível: para cada uma das cidades descritas, conta-nos qualquer coisa sobre nós próprios e sobre os outros... O interesse do documentário num território está presente nesta articulação entre ficção e dicção (Genette, 1991). O que se diz sobre ele e o que se faz com que ele diga relativizam os diferentes níveis de interpretação de um território.

É precisamente isso que se passa num local turístico: as expectativas dos turistas são específicas. Um imaginário coletivo tenderia a dizer o que ver e a partir de onde. Na China, por exemplo, os turistas chineses fazem fila para tirarem todos a mesma fotografia na direção do monumento que deve ser captado com a pessoa amada em primeiro plano². É incontornável! A obra *L'impossible voyage* de Marc Augé (1997) descreve de que forma um etnólogo é confrontado com as imagens dos turistas em determinados locais emblemáticos. Concilia estereótipo e mudança do ponto de vista sobre esses lugares para definir aquilo a que chama “ficção urbana”. Isso faz efetivamente parte do território. É uma forma de o ver e de se apropriar dele que deve ser igualmente considerada, e que é, aliás, muito comum numa lógica económica. As imagens dos turistas invadem um mundo já repleto de imagens. Um alimenta o outro, transformando-se mutuamente. É um encontro diferente daquele que se baseia nas relações humanas, privilegiado pelo documentário. Estas imagens descrevem, à sua maneira, o território fotografado ou filmado. Apesar de Roger Odin (1995) insistir nos “filmes familiares” feitos de forma “amadora” e de esta dimensão ser muito importante a ter em consideração face à relação que o homem estabelece com um local, o que o turista cria, por sua vez, é facilmente um pouco caricatural, pois geralmente faz aquilo que se espera dele (um determinado tipo de turista, obviamente, e não o “viajante” que lhe opõe Thierry Paquot [2014]). É a mistura do imaginário do arquiteto com as reações dos espectadores que leva o visitante a distinguir uma imagem ou uma forma de viver diferente (Augé, 1997, p. 105). É isso que a série *Sortir de la carte postale* questiona.

As expectativas dos turistas também influenciam o que é visto ou visitado; tal como o realizador pensa naquilo que pode ser visto ou re(a)presentado. A linguagem cinematográfica em termos de imagens e sons também “conta” o território. Por exemplo, Michelangelo Antonioni explica que teve de se justificar para poder filmar grandes

² Este exemplo está especialmente presente nas primeiras imagens do filme de Michelangelo Antonioni sobre a China, *Chung kuo, cina* (1972, 220'). Ainda funciona assim hoje, é cultural.

planos na rodagem do seu documentário *Chung Kuo, Cina* (1972, 220'), já que os planos próximos são raros na pintura chinesa, exceto no budismo (Antonioni, 1972)³. Admite também que o seu método de filmagem era, por vezes, ilegal, esperando que isso seja justificado de um ponto de vista ocidental face às dificuldades de filmar na China (mesmo que tenha sido precisamente o governo chinês a convidá-lo para ir lá filmar):

é totalmente verdade que Antonioni, sem dúvida frustrado pelas múltiplas proibições, se gabou no seu filme de ter conseguido enganar a vigilância. O espectador tem tendência para aplaudir: o turista ocidental que visita países que desconfiam de fotógrafos tem sempre uma vontade irresistível de fotografar o que é proibido – mesmo que desprovido de qualquer interesse. Uma questão de civilização, de cultura, de moral, de política: a câmara é, por excelência, nos nossos países um instrumento do viajante, a tal ponto que foi necessário criar toda uma legislação para proteger os direitos do indivíduo. (Gauthier, 2010, p. 119)

O posicionamento do espectador seria, pois, importante no método de descobrir um país através do documentário. Por sua vez, Joris Ivens, figura emblemática do documentário, especialmente para aqueles que abordam o território pois filmou a China durante muitos anos, dá conta da dificuldade de encontrar o seu espaço:

ao longo de toda a minha estadia, mantive-me como um estrangeiro condenado a filmar uma China convencional à distância. Tentei evitar o exotismo: sem muitos campos de arroz, sem muitos bambus e telhados orientais e, nas poucas vezes em que consegui aproximar-me da realidade da vida, não pude parar para a tentar aprofundar. Ainda assim, tinha estado em contacto com a China e ela esteve em contacto comigo. (Destanque & Ivens, 1982, p. 188).

Pretendia, assim, afastar-se de uma abordagem turística, tornando-a o mais sensível e precisa possível. O posicionamento do realizador como homem que chega a um país novo coloca-o enquanto viajante (Paquot, 2014).

Esta distinção entre turista e viajante que propõe Thierry Paquot (2014) apresenta duas formas diferentes de conhecer um território; sugere ainda duas formas de o apreender antes de estar no terreno, de o abordar. O imaginário que prevalece antes de chegar a essas terras longínquas influencia a apreensão do país a descobrir. A ficção dos romances ou dos filmes também faz parte do imaginário das cidades. “Marcel Proust e Thomas Mann fazem parte de Veneza. Muitas cidades italianas terão sempre, para quem as visita, algo de stendhaliano” (Augé, 1997, p. 131). Os poetas e os romancistas

³ Em termos de linguagem cinematográfica influenciada pelo território, Guy Gauthier também explica, sobre Raymond Depardon, que filma muitas vezes o deserto: “o filme ‘entre paredes’ dá conta de uma preocupação oposta: trata-se de filmes discursivos, nos quais a gravação sonora ocupa um lugar preponderante. Os filmes limitados pelo horizonte são, pelo contrário, filmes em que a imagem desdobra todos os seus poderes. Aqui, o discurso é raro, o som resume-se ao ambiente” (Gauthier, 2010, p. 226). O território é aqui abordado em termos sonoros, de uma forma mais afastada da imagem do postal que os turistas evocam muitas vezes. O ambiente sonoro retrata o território (Schafer, 1977).

fazem intercâmbios com o espaço destas cidades. Estes territórios são apreendidos de forma subjetiva e social em simultâneo. O cinema também contribui para isso⁴! “Poesia” vem do grego “poien”: “fazer”, “criar”. A ação criadora é válida tanto para o cineasta como para o espectador ou visitante. A cidade e o seu imaginário desenham um tecido urbano e um espaço social que é relatado pelo mundo fora (Augé, 1997, p. 134). Assim, a enorme quantidade de ecrãs que podem sobrepor-se na Piazza San Marco, em Veneza, por exemplo, ou em milhões de outros locais turísticos emblemáticos, constituem eles próprios outra imagem da cidade, entre o imaginário e o virtual. Esta visão global e imaterial altera uma abordagem mais local destes territórios turísticos. Yves Winkin chega até a falar de “encantamento” do local para o turista:

poder-se-ia sugerir que se a euforia diz respeito à interação, sendo limitada como esta no tempo e no espaço, o encantamento referir-se-ia a locais e paisagens criados com a intenção de induzir um estado de permanência eufórica naqueles que os frequentam. (Winkin, 200, pp. 215-216).

O imaginário associado ao turismo oferece uma forma de ficcionalizar a cidade. Neste contexto, o *storytelling* territorial é uma faceta específica que tem tendência para ir para o marketing territorial. Desta vez, é uma maneira diferente de encarar um território, mais próximo das dimensões económicas e turísticas que também influenciam o seu (re)ordenamento. O *storytelling* aplica “engrenagens narrativas, segundo as quais os indivíduos são conduzidos a identificarem-se com modelos e a cumprirem protocolos” (Salmon, 2007, pp. 16-17). Os entusiastas da comunicação política ou os estrategas do marketing utilizam-nas para catalogar uma visão territorial precisa que deve ser destacada com vista a um ordenamento. Apesar disso, o espírito crítico desenvolve-se com a escrita ou a leitura de qualquer narrativa. É afirmada uma “responsabilidade narrativa”, tão cara a Paul Ricœur (1983), tanto para o autor como para o leitor ou espectador, que decidem acreditar ou não nela. Esta forma de *storytelling* territorial foi demasiado utilizada; contudo, revela realidades comunicacionais para apreender um território. Roland Barthes (1957/2014) já denunciava a dimensão alienadora das narrativas mediáticas. A web 2.0 e as situações participativas que esta multiplica, enquanto novas formas mediáticas, teriam tendência para valorizar a emancipação, quando inibe, ao mesmo tempo, esta abordagem meios de comunicação de massa. Trata-se, portanto, de tentar interpretar e de se distanciar de uma narrativa para humanizar e democratizar o espaço narrativo público, mesmo que este se torne fragmentado.

O modelo de imposição de uma narrativa que impõe a sua visão do mundo, como entendido por Salmon, estaria agora ultrapassado, já que as diversas narrativas circulantes podem ser apresentadas em ambientes diversos por utilizadores habituados a interagir com os fragmentos de narrativas que

⁴ Uma cidade como Arezzo, na região da Úmbria, por exemplo, instalou painéis explicativos em todos os locais em que o filme *La vita é bella* de Roberto Benigni (1997, 116') foi rodado, jogando desta forma com a relação entre cinema, cidade e turismo.

recolhem de forma fragmentada nos suportes multimidiáticos. (Lits, 2015, p. 36).

O *storytelling* territorial, se é uma forma de narrar o espaço de uma maneira muito codificada e caótica em simultâneo, coloca a questão do formato narrativo mais adaptado em função dos territórios e daquilo que se pode (quer) dizer sobre eles.

Gérard Genette definia a noção de narrativa como “a representação de um acontecimento ou de uma série de acontecimentos, reais ou fictícios, por meio da linguagem e, mais especificamente, da linguagem escrita” (Genette, 1966, p. 152). Na lógica desta abordagem de *storytelling* territorial,

propomos que não seja vista uma rutura nas estratégias de comunicação territorial pela passagem do discurso à narrativa, mas antes que a narrativa seja considerada um marcador da recomposição do discurso das coletividades. Com efeito, Gérard Genette sublinha que, apesar destes dois termos serem teoricamente opostos (o discurso é caracterizado pelo facto de estar associado a um emissor, enquanto na narrativa ninguém fala, pelo que o leitor não se questiona sobre quem fala para receber o significado), na maior parte dos textos literários, esta dicotomia não é observada. A inserção de elementos narrativos no discurso não permite, por isso, eliminar qualquer referência a um locutor, que se mantém em segundo plano. (Genette, 1966, p. 161, citado em Le Corf, 2015, p. 148)

A narrativa sobre um território transforma-se antes em discurso através da palavra dos habitantes. Enquanto o *storytelling* valorizou uma forma de narrativa territorial, deve então considerar-se que é o facto de ser usado por uma pessoa num documentário que permite incarnar melhor o espaço descrito. As interações e a afirmação de ponto de vista determinam a abordagem territorial que dele é feita. O exemplo mais específico do turista que se movimenta sustenta isso. O *storytelling* é uma técnica utilizada para promover esta oportunidade económica na qual se baseiam as coletividades territoriais para aumentar o seu orçamento. A definição identitária de quem chega enquanto turista em vez de verdadeiro viajante (Paquot, 2014) contribui para a evolução do território, tanto em termos de ordenamento como em termos de representação social, psicológica, económica, patrimonial, etc.

CONCLUSÃO

A ficção está, portanto, na nossa realidade. Quer revele um imaginário verdadeiro ou ajude a romancear o mundo, contribui para uma melhor compreensão deste. Leva até os turistas, sob a forma de um imaginário muito codificado, a acreditar que podem “viajar pelo mundo”. Da ficção enquanto arte mimética de uma realidade a um imaginário individual ou coletivo que se confina facilmente em representações sociais, a apresentação dos territórios percorridos já conta muitas histórias. Narrar implica realizar e criar o enredo que o documentário vai afirmar. “Qualquer narração, qualquer relato é um

discurso. O que delimita um discurso em relação ao resto do mundo e que, ao mesmo tempo, o opõe ao mundo ‘real’, é que é necessariamente proferido por qualquer pessoa” (Colleyn, 1993, p. 113). Partindo do território, a narração que dele é feita torna-se determinante. O ser humano é o único a poder compor uma narração porque é capaz de fazer uma representação neurológica do tempo e de verbalizar. Compreender uma narração é conceber uma representação do mundo. E formulá-la em grupo contribui ainda mais para essa representação do mundo que será construída em conjunto, quer seja durante a rodagem ou durante o debate no final da projeção do documentário entre todos os espectadores (Cyrulnik, 2015).

Trata-se, portanto, de redefinir constantemente o local da criação (“poïen”), na medida em que falar de um território é sempre ficcionalizá-lo um pouco, nem que seja através da subjetividade das palavras proferidas:

ao seguir o discurso e a sua produção, compreende-se melhor a natureza das relações que mantém com o seu outro, o real. A linguagem não tem como estatuto envolver, embora apresentando-a como outra que não ela, a realidade sobre a qual fala? (De Certeau, 1975, p. 38)

A incarnação da pessoa que faz o discurso sobre o local (verbal ou não), quem é filmado, com todo o seu desejo de descrever da melhor forma possível uma realidade, sugere, portanto, uma distância que transforma o relato em “re(a)presentação” (Bougnoux, 2006, p. 53).

Enquanto a dimensão política era valorizada desde o início com a definição do espaço público, volta agora através da afirmação do participante nesta aventura cinematográfica (quer filme, esteja a ser filmado ou seja espectador). O estatuto de cidadão impõe-se ao lançar um olhar crítico a um local que *a priori* pode parecer um estereótipo, quer sejam as *cités* ou os locais turísticos, e que o documentário ajuda a apreender melhor.

Tradução: A Inovtrad - Tradução, Formação e Serviços Unipessoal, Lda.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020. O Financiamento Plurianual do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (UIDB/00736/2020) apoiou a tradução do artigo para português e a revisão linguística da versão inglesa.

REFERÊNCIAS

Agamben, G. (2007). *Qu'est-ce qu'un dispositif?* Paris: Rivages.

Antonioni, M. (Realizador). (1972). *Chung Kuo, Cina* [Filme]. Itália: RAI.

- Augé, M. (1997). *L'impossible voyage, le tourisme et ses images*. Rivages Poche: Petite bibliothèque.
- Barthes, R. (1957/2014). *Mythologies*. Paris: Seuil.
- Benigni, R. (Realizador). (1997). *La vita é bella* [Filme]. Itália: Melampo Cinematografica.
- Bougnoux, D. (2006). *La crise de la représentation*. Paris: Éd. La Découverte.
- Bourdieu, P. (1994). *Raisons pratiques*. Paris: Seuil.
- Bourriaud, N. (2001). *Esthétique relationnelle*. Paris: Ed. Les presses du réel.
- Calvino, I. (1984). *Les villes invisibles*. Paris: Seuil, Points poche.
- Colleyn, J. P. (1993). *Le regard documentaire*. Paris: Centre Georges Pompidou.
- Cyrulnik, N. (2015). Le documentaire, un espace de liberté pour une nouvelle communauté. *Revue Française des Sciences de l'Information et de la Communication*, 7. <https://doi.org/10.4000/rfsic.1744>
- Cyrulnik, N. (2016). Rénovations urbaines mises en récit pour de nouvelles représentations des cités. *Revue Communication et Organisation*, 50, 111-122. <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.5382>
- Cyrulnik, N. (2017). *Représenter le territoire, filmer la cité*. Université de Bordeaux - Montaigne: Laboratoire MICA.
- Cyrulnik, N. (2018). Visual methods, communication analysis of a documentary method. *Revista Latina de Comunicacìon Social*, 10, 289-305. <https://doi.org/10.4185/cac144>
- Cyrulnik, N. (Realizadora). (2011-2015). *Living in the territory series* [Série de filmes]. La Seyne-sur-mer, Brigonles, La Ciotat, Marselha: La compagnie des Embruns.
- De Certeau, M. (1990). *L'invention du quotidien*. Paris: Gallimard.
- Descola, P. (2005). *Par-delà nature et culture*. Paris: Gallimard.
- Dewey, J. (1915). *L'art comme expérience*. Paris: Gallimard.
- Gadras, S. & Paillart, I. (2013). Les territoires et les médias dans la conception de l'espace public. In J. Noyer, I. Paullart & B. Raoul (Eds.), *Médias et territoires, l'espace public entre communication et imaginaire territorial* (pp. 23-38). Villeneuve-d'Ascq: Septentrion Presses Universitaires.
- Gauthier, G. (2010). *Géographie sentimentale du documentaire*. Paris, Torino, Budapest: L'Harmattan.
- Genette, G. (1966). Frontières du récit. *Communications*, 8(1), 152-163. <https://doi.org/10.3406/comm.1966.1121>
- Genette, G. (1991). *Fiction et diction*. Nova Iorque: Cornell University Press.
- Guynn, W. (2001). *Un cinéma de Non-fiction, Le documentaire classique à l'épreuve de la théorie*. Provence: Publications de l'Université de Provence.
- Habermas, J. (1978). *L'espace public, Archéologie de la publicité comme dimension constitutive de la société bourgeoise*. Paris: Payot.
- Honneth, A. (2000). *La lutte pour la reconnaissance*. Nova Iorque: Cornell University Press.
- Ivens, J. & Destanque, R. (1982). *Joris Ivens ou La mémoire d'un regard*. Paris: Editions BFB.

- Le Corf, J.B. (2015). Le récit métropolitain, composante de la communication touristique. Les cas de Marseille et d'Istanbul face au label "capitale européenne de la culture". *Synergies Mondes Méditerranées*, 5, 145-161. Retirado de https://gerflint.fr/Base/MondeMed5/le_corf.pdf
- Lits, M. (2015). Storytelling: réévaluation d'un succès éditorial. In N. Péliissier & M. Marti (Eds.), *Le storytelling, succès des histoires, histoire d'un succès* (pp. 23-38). Paris: L'Harmattan.
- Metz, C. (1975). Le signifiant imaginaire. *Communications*, 23(1), 3-55. <https://doi.org/10.3406/comm.1975.1347>
- Miège, B. (2010). *L'espace public contemporain. Approche info – communicationnelle*. Grenoble: Presses universitaires de Grenoble.
- Moscovici, S. (1984). *La psychologie sociale*. Paris: PUF, Quadrige Manuels.
- Murray Schafer, R. (1977). *Le paysage sonore, Le monde comme musique*. Marselha: Wildproject Domaine sauvage.
- Nez, H. (2011). Nature et légitimités des savoirs citoyens dans l'urbanisme participatif. *Sociologie*, 4(2). Retirado de <http://sociologie.revues.org/1098>
- Niney, F. (2000). *L'épreuve du réel à l'écran. Essai sur le principe de réalité documentaire*. Bruxelles: De Boeck Université.
- Niney, F. (2002). *La poésie documentaire comme forme de connaissance*. Retirado de http://www.lussasdoc.com/etatsgeneraux/2002/sem_poetique.php4
- Niney, F. (2009). *Le documentaire et ses faux-semblants*. Paris: Klincksieck.
- Odin, R. (1995). *Le film de famille. Usage privé, usage public*. Paris: Klincksieck.
- Paquot, T. (2009). *L'espace public*. Parisera: La découverte.
- Paquot, T. (2014). *Le voyage contre le tourisme*. Paris: Eterotopia.
- Ranciere, J. (2000). *Le partage du sensible, esthétique et politique*. Paris: La Fabrique éditions.
- Raoul, B. (2013). L'espace public (local) aux prises avec la "puissance instituante" de la territorialité. Une approche communicationnelle de journaux de quartier à Roubaix. In J. Noyer, I. Paullart & B. Raoul (Eds.), *Médias et territoires, l'espace public entre communication et imaginaire territorial* (pp. 67-90). Villeneuve-d'Ascq: Septentrion Presses Universitaires.
- Ricœur, P. (1983). *Temps et récit*. Paris: Le Seuil.
- Salmon, C. (2007). *Storytelling: la machine à fabriquer des histoires et à formater les esprits*. Paris: La Découverte.
- Soulez, G. (2011). *Quand le film nous parle, rhétorique, cinéma, télévision*. Paris: Presses universitaires de France/ Lignes d'art.
- Urbain, J.D. (1991). *L'idiot du voyage: histoires de touristes*. Paris: Payot.
- Winkin, Y. (2001). *Anthropologie de la communication – de la théorie au terrain*. Paris: Le Seuil.

NOTA BIOGRÁFICA

Natacha Cyrulnik é documentarista, Professora Associada com Agregação na Universidade Aix-Marseille. Coordenadora do mestrado de Produção e Realização, no departamento de Formação em Ciência, Arte e Técnica da Imagem e Som. Investigadora no Laboratório PRISM – Perceção, Representações, Imagem, Som, Música.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0530-1331>

Email: natacha.cyrulnik@univ-amu.fr

Endereço: Aix-Marseille University – CNRS, UMR 7061 PRISM Perception, Representation, Image, Sound, Music, França

Submetido: 04/09/2019

Aceite: 03/11/2019

SUSCITAR A PALAVRA A PARTIR DE IMAGENS DE FICÇÃO: UMA QUESTÃO DE CIÊNCIA PÚBLICA OU DE ARTE PÚBLICA?

Pascal Cesaro

Laboratório PRISM - Percepção Representações Imagem Som Música, Universidade Aix-Marseille, França

Pierre Fournier

Laboratório LAMES - Laboratório de Sociologia Mediterrânica, Universidade Aix-Marseille, França

RESUMO

Partindo de um dispositivo de entrevistas particular, recentemente testado como parte de um projeto de pesquisa interdisciplinar que associa Sociologia e Cinema, este artigo propõe uma reflexão sobre os problemas envolvidos no uso da vídeo-elicitación, isto é, da condução de entrevistas suscitadas pela visualização de imagens, neste caso imagens de ficção realistas. Primeiro, podemos ver aí um desafio para a pesquisa em Ciências Sociais, quando a vídeo-elicitación tenta superar uma dificuldade conhecida, que está associada ao risco de imposição da problemática aos entrevistados pelo investigador no contexto da pesquisa por entrevista. Segundo, neste caso é possível extrair, de maneira mais ampla, uma questão para a ciência pública, cidadã, que esteja atenta à implicação dos atores sociais nas perguntas e nas suas análises, com respeito pela sua experiência prática para entrar numa forma de co-construção de conhecimento. Finalmente, podemos detetar aí um desafio artístico com a abertura de um novo repertório de expressão pública, combinando, numa forma de arte pública: a produção artística de um tempo passado (o arquivo audiovisual de ficção); a remobilização em escritos multimédia evocando emoção e reação; e o comprometimento por meio de novas mediações tecnológicas numa apropriação estética da fricção da experiência sensível. Nestas condições de reutilização, os arquivos audiovisuais de ficção poderiam encontrar um novo valor que possa ser associado ao movimento de patrimonialização e à busca de raízes que caracterizem as nossas sociedades globalizadas e em mutações permanentes.

PALAVRAS-CHAVE

entrevista; sociologia pública; arquivo; vídeo-elicitación; ficção

RAISING THE WORD FROM IMAGES OF FICTION: A MATTER OF PUBLIC SCIENCE OR PUBLIC ART?

ABSTRACT

Based on a novel approach to interviewing that was recently applied in the context of an interdisciplinary research project combining sociology and cinema, this article proposes a discussion of the stakes involved in the use of video-elicitation, i.e. the conducting of interviews prompted by the viewing of images, and in this case realistic fiction images. One can first see video-elicitation as an opportunity for social science research when it seeks to overcome a well-known difficulty associated with the risk of having the researcher imposing issues on the respondents in the context of an interview survey. On a broader level, one can also see it as an opportunity for a public, citizen-based science that is attentive to the involvement of social actors in their questioning and analysis, and that respects their practical expertise and integrates the latter

into a form of co-construction of knowledge. Finally, it can be seen as an artistic opportunity, with the opening up of a new repertoire of public expression combining artistic productions from the past (fictional audio-visual archives), the renewed use of these productions in multimedia works that stimulate emotions and reactions, and the proposal, through new technological media, of an aesthetic appropriation that is closer to sensory experience, and that takes the form of public art. Under these conditions of use, audio-visual fiction archives could find a renewed value that one could associate with the heritage movement and the search for roots that characterize our globalized and ever-changing societies.

KEYWORDS

interview, public sociology, archive, video-elicitation, fiction

A revolução digital permite hoje aceder facilmente a arquivos de imagens que poderiam encontrar novos usos no movimento patrimonial e na busca de raízes que caracterizam as nossas sociedades globalizadas e em mutações permanentes. Este é o caso das imagens de ficção que foram produzidas pelo cinema e pela televisão para serem compartilhadas por um público amplo¹. A difusão de imagens no passado é uma garantia de que os profissionais do audiovisual consideraram, em seu tempo, que elas atenderam às expectativas da época em termos de entretenimento, o que lhes confere uma segunda dimensão: de fonte de pesquisa para a História Cultural. Por outro lado, as imagens filmadas e montadas com um propósito realista constituem, de fato, uma possível fonte de memória para os lugares que passaram por transformações, para exercícios profissionais que mudaram ou para estilos de vida que podem ter desaparecido. Atualmente, o desenvolvimento da tecnologia digital facilita a indexação dessas imagens para sua identificação. Ela simplifica o uso de ferramentas de montagem e de hibridação em escritas multimídia e torna mais fluido o diálogo com profissionais de imagem, tendo em vista a reutilização dessas fontes numa nova vocação pública. Assim sendo, estas fontes poderiam encontrar um novo valor no movimento de patrimonialização e na busca de raízes que caracterizem as nossas sociedades globalizadas e em permanente mudança? Um tal novo valor situar-se-ia nos planos do conhecimento científico e da criação artística? E que veiculam de específico para esses empreendimentos de ciência ou arte, os trabalhos da mente que foram concebidos para ter uma função de distração a partir de formas de narração realista?

Evidentemente, a ficção realista se distancia do real: ela *joga* com o real. Produzir imagens realistas de um filme de ficção romanesca é jogar com o enquadramento, é escolher frações da realidade e excluir outras. Olhar para o resultado também é buscar prazer em fingir acreditar na realidade das imagens sem perder de vista, é claro, que se está numa sala escura ou em frente a uma tela e no jogo entre um autor e o destinatário da sua obra, o primeiro agindo com o segundo como um gato com um rato para levá-lo a pistas falsas que parecem reais, antes de lhe entregar, *in fine*, a verdade da história

¹ Aqui excluem-se os filmes de inspiração antropológica que exploram a Primavera da ficção para a sua narração, como *Nanook of the North*, por R. Flaherty (1922) ou *Farrebique* por G. Rouquier (1946) e *Biquefarre* também por G. Rouquier (1983).

de personagens que são... imaginários. Eis rapidamente esboçada a forma de “simulação lúdica compartilhada” (Schaeffer, 1999, 146) que caracteriza a ficção no audiovisual: concordar em suspender o seu julgamento da realidade e regozijar-se em pensar que se tem todos os elementos para adivinhar a resolução do enigma ou, em qualquer caso, que temos todos os elementos para avaliar o realismo desta resolução. Este teste de realidade não mobiliza somente os saberes do realizador e dos atores. O intertexto do espectador também entra em jogo. O espectador aproveita as “iniciações miméticas” (Schaeffer, 2002, s. p.) para mobilizar a sua experiência pessoal do mundo em diálogo com aquela que os personagens parecem ter, para avaliar a sua “verdade”, isto é, a veracidade, a plausibilidade, e para comentar a sua justeza, a relevância moral.

Por consequência, a imagem da ficção não é, obviamente, um traço da realidade, mas um traço do trabalho de tradução em realismo que os profissionais podem produzir num certo ambiente de soluções técnicas e com uma certa definição das expectativas do público, em termos de narração realista para benefício do entretenimento. Não se exclui que a ficção audiovisual se apoia na realidade, *a priori*, a ficção cita o real apenas por conveniência: quando é mais simples torná-la realista com a própria realidade, por exemplo usando um elemento de decoração ou no caso de um objeto que é retomado num plano sem alteração. Como este empréstimo do real não é assinalado ou certificado, é incerto e perigoso inferir a realidade a partir da imagem da ficção.

Qualquer possibilidade de conhecimento através da imagem da ficção não deve por isso ser descartada. O prazer do jogo com a realidade vivida pelo espectador de ficção pode constituir a fonte de outra forma de conhecimento quando o quadro de visualização não é um momento de divertimento, mas um momento de vídeo-elicitación em resposta ao convite de um investigador de Ciências Sociais e quando aquele que é convidado a falar a partir das imagens mantém uma relação de proximidade com a ficção: porque compartilha o lugar de vida, a profissão ou o modo de vida dos personagens do filme. A intenção do pesquisador ao envolver o entrevistado num dispositivo de entrevistas geradas a partir de imagens de ficção é de tirar partido dessa proximidade da realidade ficcional com aquela do entrevistado. Trata-se de pedir-lhe para falar sobre a sua experiência pessoal em certas situações, propondo-lhe comentar as ações de personagens de ficção em situações semelhantes. É uma outra maneira de lidar com o virtual do audiovisual e com o real da experiência, diferente da modalidade da simulação lúdica compartilhada que ocorre na projeção do divertimento. É querer, para o pesquisador, aceder ao significado que os entrevistados dão à realidade confrontando-a com as suas próprias trajetórias. É aceitar, para o espectador, dialogar sobre este assunto, falar de si mesmo face ao real, fazendo eco à narrativa virtual que é apresentada no filme. O prazer do espectador torna-se, se ele se envolver na relação de pesquisa, em ajudar o pesquisador a responder a certas perguntas com o seu concurso, numa ciência participativa, colaborativa, particularmente atenta à sua situação simultaneamente singular e inscrita num ambiente coletivo.

É este dispositivo de vídeo-elicitación que os autores do presente artigo experimentaram recentemente no quadro de um projeto interdisciplinar de pesquisa associando a

Sociologia ao Cinema, o qual propomos aqui pormenorizar afim de considerar um deslocamento possível de um assunto da ciência em direção a uma ciência pública e talvez a uma arte pública, a partir da reutilização de arquivos audiovisuais.

UM DISPOSITIVO PARA SUPERAR OS DESAFIOS DA IMPOSIÇÃO DE PROBLEMÁTICA

A reutilização de imagens de arquivos de ficção (neste caso, sequências de uma série de televisão produzida na década de 1960) foi a base de uma investigação sociológica por meio de entrevistas, explorando a vídeo-elicitación no intuito de esclarecer o que significa conviver com a energia nuclear, *fazer com* esta indústria de risco quando se vive muito perto dela, ou mesmo quando se trabalha lá (Cesaro & Fournier, 2015). O recurso a um dispositivo que provoca a palavra a partir de uma projeção de imagens visa superar uma dificuldade de pesquisa. Este é um problema bastante clássico para a Sociologia: podemos lidar com todos os assuntos que interessam aos sociólogos através de entrevistas? Bourdieu, Chamboredon e Passeron mostraram que não se pode investigar tudo com questionários fechados: corre-se efetivamente um risco de “imposição de problemáticas” (1968, p. 65), formulando-se uma pergunta e possíveis respostas ao submetê-las aos entrevistados. Elas orientam o interlocutor para o significado que ele deve dar à questão e coloca-o na obrigação de lhe responder, aceitando certos pressupostos do investigador. Pode-se pensar que, diante dessas limitações do inquérito quantitativo, a pesquisa qualitativa por meio de entrevistas não-diretivas propunha uma escuta mais profunda, mas este não é o caso para todos os assuntos. A polarização do debate público sobre certos temas complica o trabalho do sociólogo. Ele precisa enfrentar situações de fala que podem ser consideradas impedidas, entravadas, parasitadas por posições polarizadas que são formuladas num registro abstrato, às vezes distante da própria experiência das pessoas. Podemos citar exemplos, como falar sobre a colonização francesa ou a guerra da Argélia, a SIDA ou a homossexualidade, fazer críticas à indústria em tempos de desemprego em nome da proteção ambiental... o entrevistado é novamente tentado a responder em termos que não lhe são próprios. Desta vez, não são especialmente os termos do investigador, mas os do debate público, aqueles que o debate público tem constituído em posições legítimas, mesmo que sejam posturas bastante opostas. O problema colocado então é de se perguntar se os propósitos do investigador esclarecem sobre as referências concretas a que o entrevistado se irá referir no momento de decidir quanto à sua abordagem sobre o assunto, ou se esses propósitos lançam luz somente sobre a percepção que os atores têm daquilo que os protege de um julgamento moral injusto sobre si mesmos por parte de um desconhecido, o investigador. O sociólogo interessado na situação particular da pessoa que ele encontra, deve recolher tais palavras abstratas, formuladas nas amplas categorias de debate público, e pode tomá-las como determinantes da conduta prática do entrevistado? Ou deve preferir recolher elementos da prática do entrevistado que realmente esclareçam sobre aquilo que o orienta?

No exemplo da indústria nuclear nos países onde há uma contestação ao princípio desta atividade (por razões ambientais, económicas ou de pacifismo), quando se

pretende questionar as populações que vivem perto das instalações nucleares sobre a sua relação com o território, muitas vezes deparamo-nos com a sua relutância em responder: estão autorizadas a falar livremente sobre isso ou é preferível que se calem? Este silêncio justifica-se, eventualmente, porque trabalham lá e o seu empregador pediu-lhes para não discutirem o assunto com qualquer um (seja por sigilo militar, sigilo industrial, segredo de segurança contra piratagem...). Mas também porque nunca se sabe bem com quem se está a falar: o entrevistador é provavelmente pró-nuclear ou antinuclear, e vai julgá-los com base no que eles vão dizer. Isto obriga-os, por sua vez, a tomar partido, seja pelo pró-nuclear, seja pelo antinuclear, porque é assim que eles pressentem que o mundo é dividido do ponto de vista do entrevistador. E não importa se eles desejam ardentemente continuar a trabalhar na indústria nuclear, desde que seja organizada de forma diferente. Ou se desejam acabar com a energia nuclear no seu território, a fim de poderem envolver-se, com um custo mais baixo, em novas atividades que eles apreciam, mas que são incompatíveis com esta presença industrial e que eles poderiam implementar em outros lugares, sob condição de deslocarem a sua habitação.

A polarização do debate público sobre a energia nuclear, portanto, requer a busca de soluções por parte da etnografia, no sentido de se impregnar da situação dos atores, a fim de evitar esses propósitos, que não se sabe se concernem à análise da situação de vida ou a uma leitura da relação do inquirido com o investigador. Mas a observação *in situ* nem sempre é possível sobre tal assunto. Ela o é para o trabalho quanto à energia nuclear, pelo menos para o trabalho menos qualificado (como o da manutenção, Fournier, 2012) e, para o trabalho altamente qualificado². Essa observação *in situ* é pouco factível no que tange aos trabalhadores que residem perto das instalações nucleares (Girard, 2009). É muito menos óbvia, se não impossível, quando se trata da vida cotidiana, ordinária e familiar a longo prazo. Isso exigiria um investimento muito grande para um conhecimento muito parcial.

UMA EXPERIÊNCIA DE COLABORAÇÃO COM OS INQUIRIDOS

A descoberta, nos fundos dos arquivos do Institut National de l'Audiovisuel, de uma novela romanesca da televisão pública, *Les Atomistes* (Keigel, 1968), facultou uma ideia alternativa. Esta novela, filmada num centro nuclear francês, apresenta o trabalho de uma equipa de investigadores e técnicos desse setor. O processo de a mostrar aos trabalhadores do campo das imagens deste filme, poderia servir de suporte para entrevistas sobre a sua experiência de vida num tal cenário técnico e de gestão e no seu território de instalação? Os testemunhos recolhidos a partir deste dispositivo são surpreendentemente concretos e precisos sobre os elementos da prática. Eles estão longe do discurso estereotipado ou do silêncio atrás do qual os entrevistados muitas vezes se refugiam face a um assunto tão controverso. Esta é uma oportunidade para nos

² Passivlter, programa de Estudos de Ciência e Tecnologia, em curso, sobre a mobilização de uma equipa multidisciplinar de pesquisadores face a um problema de saúde ambiental a ser antecipado no desenvolvimento de um grande equipamento de pesquisa.

perguntarmos sobre as contribuições que a vídeo-elicitación, para além da foto-elicitación introduzida na antropologia por Collier e Collier a partir de fotos tiradas durante o inquérito (1967), pode trazer à investigação sociológica para escapar ao risco de imposição de uma problemática que ameaça os investigadores. E é também uma oportunidade para ver aquilo que o uso de imagens de ficção muda no sentido de integrar os entrevistados na pesquisa e de suscitar neles narrativas sobre as suas próprias experiências de vida, longe dos discursos marcados pelos debates constituídos sobre o tema da energia nuclear. A ficção revela ter qualidades para tornar o questionamento do sociólogo compreensível e apropriado para o interlocutor e para incentivar o sociólogo a entrar numa colaboração profunda com o entrevistado.

A novela *Les Atomistes*, dirigida por Leonardo Keigel a pedido da televisão pública e transmitida em fevereiro-março de 1968 em episódios de 13 minutos entre as 19h45' e as 20h, apresenta as aventuras de um grupo de cientistas e de técnicos em torno de uma atividade de pesquisa sobre o uso da radioatividade com fins civis para o desenvolvimento de um material com novas propriedades. Coproduzido pela Office de Radiodiffusion Télévision Française (ORTF) e pela empresa de produção Paris-Cité, esta novela encarna o surpreendente encontro de uma forma de entretenimento tão marcante como a telenovela que precede o noticiário da noite com um assunto tão grave como a energia nuclear no momento da Guerra Fria. Ao mobilizar esta telenovela no contexto da pesquisa, propõe-se aos entrevistados uma colaboração com o investigador, que pede ajuda para situar a relevância descritiva das imagens do filme, o seu valor de verdade e as falhas e deficiências na narração. Numa parceria entre sociólogo e investigador de cinema, a equipa de investigação construiu um filme de apoio para o dispositivo de vídeo-elicitación a partir dos 26 episódios da telenovela, ou seja, cinco horas de filme de ficção. Era impossível mostrar tudo às pessoas contactadas na investigação. Foi necessário escolher alguns assuntos de acordo com os interesses do investigador. Para além disso, não havia nenhuma dúvida sobre o irrealismo de muitas imagens. Ainda assim, encontravam-se imagens muito precisas de certos lugares, cenas de trabalho e interações no trabalho. Embora a novela remonte à década de 1960, as imagens pareciam muito justas para o sociólogo que realizou observação participante deste universo de trabalho na década de 1980 e 1990. Deste modo, a equipa empreendeu um trabalho de adaptação, de remontagem de extratos da novela para reagrupar várias sequências dos diferentes episódios, a fim de obter um filme de 20 minutos que propõe uma narrativa coerente, com as imagens e vozes da década de 1960, mas no ritmo da televisão dos anos 2000, nomeadamente utilizando elipses que dinamizam a narrativa. Nesta ocasião, a equipa tentou descartar as imagens mais fantasistas da novela. Tais distorções em relação à verdade do trabalho no setor não apresentaram problemas na produção de uma série de televisão para o público em geral, mas provavelmente desacreditariam o nosso pedido de ajuda aos espetadores escolhidos para julgar o valor de verdade de imagens supostamente realistas, e de eco destas imagens na experiência pessoal desses interlocutores.

Em seguida, a equipa entrevistou pessoas a quem sugeriram “vir e ajudar” a determinar a natureza realista do filme. Os investigadores propuseram a essas pessoas verem o filme antes de falarem sobre ele. Depois disso, a equipa trocou impressões com elas e, no final da entrevista, foi realizado um visionamento coletivo, incluindo momentos de paragem em certas cenas onde os espetadores, em princípio, não teriam pensado evocar algo útil para a investigação sobre as ligações entre os sítios nucleares e os seus territórios de implantação. Esta estratégia de pesquisa funcionou.

Primeiro, o dispositivo de vídeo-elicitação de imagens de ficção constitui um bom pretexto para superar certas precauções por parte dos entrevistados face a uma interação temida como dolorosa, ou mesmo embaraçosa com alguém que eles não conhecem e que têm dificuldade em situar, cujas intenções eles lutam por entender, e cujo julgamento às vezes receiam. Na verdade, a equipa do projeto, ao pedir-lhes ajuda no que apresenta como um jogo de decifração de imagens, joga com a curiosidade de pessoas, que se perguntam o que lhes será mostrado (ninguém ouviu falar da novela que nunca foi retransmitida), tanto para aqueles que trabalham no local da central nuclear, quanto para os demais. O que aparece então como um trabalho de especialização em imagens é “seguro” para eles, porque as imagens são totalmente “discutíveis”: a narrativa romanesca de uma novela de televisão é irrealista por definição. Ninguém será surpreendido com isso. Ninguém se sentirá prejudicado pelo que atestarmos. Por outro lado, os entrevistados podem querer salientar que a telenovela é bastante realista sobre um ou outro ponto e esta informação é de primordial importância para o investigador que tem dificuldade para se situar no setor.

Em segundo lugar, o dispositivo de vídeo-elicitação de imagens de ficção permite o acesso a um determinado tipo de palavra, a relatos de práticas diárias que ecoam as ações representadas na ficção sem serem reduzidas a um repertório de lugares-comuns que a pessoa se acostumou a formular em narrativas edificantes para certas circunstâncias do diálogo (como a educação dos seus filhos ou a receção de um novo colega no trabalho). Essas palavras da prática quotidiana que interessam ao investigador, essas observações da prática que o pesquisador delega ao entrevistado, naturalmente ecoam com o que é apresentado no filme. Mas eles também levam a evocar o que não se encontra no filme: o investigador pode, assim, expressar o seu pesar pelo facto de que um dado elemento não é mencionado no filme e a pessoa responde, detalhando a sua prática singular sobre este ponto ausente, sem sentir vergonha de referir elementos sobre a situação pessoal, que não são sintetizados em amplas categorias de abstração, que permanecem próximas da experiência sensível. Assim sendo, a ficção romanesca funciona como uma espécie de retrato filmado do entrevistado que lhe seria mostrado e que ele seria solicitado a corrigir, para comentar a esclarecer ao pesquisador o facto de que, na sua vida ordinária, ele executa regularmente uma tal ação e muito mais raramente outra. A telenovela é entendida assim enquanto um dispositivo fílmico indireto da auto-confrontação³. É uma espécie de observação antecipada dele próprio, que situa o entrevistado no lugar do observador e leva-o a questionar esses dados, dando-lhe a

³ Sobre a clássica auto-confrontação cinematográfica, ver Theureau (2010).

oportunidade de interpretar, à sua própria maneira, o significado produzido pelas imagens. A imagem provoca a formulação de uma palavra que irá redefinir o significado da sua representação, por aproximações sucessivas entre quem filma e quem é filmado.

Não existiria uma contradição entre, de um lado, a tentativa de ser menos impositivo, graças ao dispositivo de elicitación de vídeo, que dá muitas referências ao espectador, e, de outro lado, o fato da equipa escolher as imagens a serem mostradas ou, de alguma maneira, de tê-las selecionado, dentre um acervo limitado, mas maior? Não teríamos imposto às pessoas falarem sobre certos assuntos, colocando-os no filme de 20 minutos que lhes mostramos? E não lhes teríamos imposto deixar de lado outros temas por estarem ausentes do filme? Parece-nos que este risco terá sido evitado com nosso guião de entrevista, que enumerou tanto o que poderia ser mencionado, porque se encontrava no filme da década de 1960, quanto o que poderia ser evocado, dado o espanto da equipa face à sua ausência no filme. Colocámos ao entrevistado a questão de saber se, na sua opinião, essa ausência se deveu à desatenção do realizador da novela para um problema que, no entanto, estava repleto de significado, ou se se referia a uma ausência de importância dessa questão para os atores sociais “verdadeiros”. As reações dos entrevistados referiam-se a essas duas alternativas de forma equivalente. Nestas condições, é possível considerar que o repertório de filmes mobilizáveis para uma pesquisa por elicitación de vídeo é amplo, limitado somente pela presença de imagens demasiado fantasistas, que arruinariam a legitimidade do apelo do investigador para o discernimento do entrevistado em vista a “dizer a verdade” do arquivo fílmico.

UM JOGO COM A IDENTIFICAÇÃO NA FICÇÃO

Naturalmente, a ficção audiovisual inspira-se na arte dramática para promover fenómenos de identificação. Mas a intervenção do investigador no dispositivo da entrevista produz uma espécie de efeito disruptivo, o *Verfremdungseffekt* de que Brecht (2000) falou, um distanciamento para evitar uma simples catarse e para provocar uma reflexão do espetador sobre si próprio. Este efeito mantém no espetador uma consciência crítica que interpela a realidade que o filme dá para ver. Em seguida, a imagem animada e dialogada, sendo indiscutivelmente polissémica, reenvia cada pessoa à sua singularidade enquanto espectador. Conduz cada um à expressão legítima de um intertexto, de um contexto de existência que confere significado à sua receção do filme. E é precisamente essa expressão que o sociólogo etnógrafo pesquisa. A própria forma de escrita cinematográfica, com as suas elipses, promove esta expressão pessoal, recolocando regularmente a sua experiência na mente do interlocutor-espetador. Na verdade, a elipse é útil no cinema tanto para economizar tempo de exposição que o romance pode incluir, quanto para apoiar a atenção do espectador. A elipse dinamiza a atividade cognitiva deste último, que é chamado a imaginar o que aconteceu, e o que pode muito bem ter acontecido entre os dois momentos justapostos. Ele é despertado seja para procurar confirmações, naquilo que se segue, do que acha que aconteceu no intervalo da elipse, seja para que, no caso de indícios que contrariem o seu prognóstico, o espetador reúna

elementos visando recompor a sua compreensão. Para construir essas hipóteses, ele naturalmente mobiliza o seu conhecimento da gramática da ficção, literária ou audiovisual, adquirida na sua experiência como leitor e espectador. Essa gramática serve para descartar certos pressupostos que são demasiado complexos ou, pelo contrário, demasiado óbvios. Mas, acima de tudo, o espectador mobiliza o que ele acha que sabe sobre o mundo apresentado na novela para dissipar algumas hipóteses e para manter as outras como plausíveis. Especialmente quando este mundo se situa perto do seu, social ou profissionalmente. E é precisamente a memorização desta consciência prática (Giddens, 1987), deste conhecimento de experiência, que o pesquisador quer coletar e discutir na entrevista, com base nas questões que a situação apresentada no filme representa para o entrevistado-ator-espectador.

Ao usar a vídeo-elicitación a partir das imagens de ficção, o investigador associa de outra forma os atores sociais à pesquisa. O pesquisador abandona a sua posição dominante como especialista. Inicialmente, ele pede ajuda ao entrevistado para qualificar as imagens selecionadas, e afirma saber pouco sobre o grau de realismo das mesmas. Ele reconhece a capacidade do interlocutor para julgar, uma peritagem plena que deriva da sua experiência direta deste mundo. Não é o entrevistado que está a ser questionado, mas a imagem. Diante dela, o interlocutor encontra-se ao mesmo tempo livre da sua percepção e certo da atenção que o pesquisador lhe confere. Assim, durante a entrevista, ao falar sobre a sua experiência como desenhador num escritório de design envolvido em projetos sobre questões militares, um entrevistado aposentado, parecendo muito reservado na sua relação com o pesquisador, permite-se exclamar sobre a novela: “é realmente cinema, hein!” Esta réplica, que parece desqualificar o dispositivo, encaixa-se perfeitamente nos repertórios que o entrevistado tem permissão para usar face às imagens que o pesquisador lhe mostra. A particularidade destas imagens é a de misturar o real e o falso com cenas filmadas em lugares que os entrevistados reconhecem, nos quais os profissionais se tornam figurantes, o que provoca no espectador uma sensação de continuidade ainda mais forte entre ficção e realidade. O entrevistado pode afastar algumas imagens porque as considera abrandadas. Nesse caso, ele faz isso, a fim de evocar, no processo, uma situação relacional que ele conheceu e que é extremamente próxima daquela que é apresentada na telenovela, e que fala dos seus colegas de trabalho com uma dureza de caráter muito semelhante àquela das personagens. Este distanciamento proporcionado pelo filme é para o entrevistado uma maneira de afirmar solenemente a natureza muito tensa da situação de trabalho que ele experienciou pessoalmente: com chefes engenheiros renomados, como na novela, muito determinados e autoritários, como na novela, envolvido em rivalidades intermináveis, como na série, na qual ele acaba pagando o preço, encontrando-se “deixado de lado”, “esquecido” em algum momento da sua carreira. A referência à novela permite que, ao afastar-se dela, seja possível levar a sério, enfatizar e caracterizar aspetos da experiência que provavelmente seriam perdidos sem isso: pela necessidade de retificar uma imagem considerada injusta e não apenas falsa.

O uso da imagem de ficção como suporte para a manutenção também liberta o entrevistado de uma imagem de extrema seriedade associada à ciência. O início da projeção com uma entrevistada, uma enfermeira aposentada no complexo nuclear, fornece um sinal do desconforto frequentemente gerado pela relação do inquirido com o sociólogo. A sua procura não está claramente ligada a uma experiência já vivida, e a sua curiosidade assenta em grandes hábitos de reserva e discrição sobre si mesma. Este facto é percebido pela maneira como o medo do mal-entendido é revelado e dissipado neste caso. Nos primeiros minutos da visualização, a entrevistada pergunta, “eles são atores, não é?” (Fournier, entrevista pessoal, 13 de julho de 2015). O investigador responde-lhe positivamente e ela continua: “porque eu pensei [que, para verdadeiros engenheiros e técnicos] eles atuam bem” (Fournier, entrevista pessoal, 13 de julho de 2015). Aqui ela testemunha a sua dificuldade em acreditar que o pesquisador lhe mostra uma simples ficção romanesca com personagens fictícios. Ela tem necessidade de que lhe confirmem isso para confirmar que é realmente da sua própria experiência, por mais fútil que ela seja aos seus olhos, que o investigador quer falar, e não apenas da experiência dos seus chefes, nas suas epopeias técnicas. As imagens da novela servem assim como garantia desta expectativa, de certa forma, confusa para ela, desse interesse por práticas ordinárias que a entrevistada pode considerar irrisórias. A partir daí, pode-se rir, gozar certas imagens, enquanto a entrevistada certamente não iria querer rir do investigador, especialmente se ele pertence a um mundo social “superior” ao dela. Quando o investigador sublinha ao entrevistado que um certo plano do filme sobre uma bela residência se refere à habitação construída especialmente para os trabalhadores nucleares, ela não hesita em comentar: “sim. Aquelas ainda são muito boas. Porque algumas delas...” (Fournier, entrevista pessoal, 13 de julho de 2015).

A imagem não tem poder inerente para reduzir a distância social entre o investigador e o entrevistado, mas o seu significado está relacionado com o contexto de visualização e, neste caso, a sua mobilização no dispositivo de investigação sociológica fornece imagens suficientes à entrevistada para dar sentido à relação assimétrica que estabelece com o investigador. Esta situação desloca-se para uma relação de assistência, de atenção cruzada e de coprodução de entendimento sobre situações complexas, em vez do simples fornecimento de informações em resposta a uma solicitação.

CIÊNCIA PÚBLICA E ARTE PÚBLICA

Entramos naquilo que propomos nomear de uma ciência pública na linha do que M. Burawoy chama de sociologia pública (2005). É pública nos seus desafios, pública nas suas modalidades de produção participativa, envolvendo as partes interessadas numa atenção comum, e pública nas suas modalidades de expressão, usando uma linguagem que não vira as costas à linguagem natural e que visa uma ampla partilha de ganhos de compreensão.

A vídeo-elicitación de imagens de ficção pode ser vista como um dispositivo de investigação capaz de interessar outros sectores de pesquisa para além das Ciências

Sociais. Por exemplo, os membros de um comité económico e social de uma empresa poderiam usá-lo quando desejassem produzir uma história social da instituição por ocasião de um aniversário ou de uma reestruturação, ou mesmo de um encerramento, no mesmo espírito que levou o comité económico e social de Sanofi-Romainville a recorrer a um escritor, Sylvain Rossignol, para escrever *Notre usine est un roman* no encerramento do site (2009). Da mesma forma, uma população local poderia encontrar uma maneira de questionar a ação de planeamento dos seus representantes eleitos ao longo do tempo, se dispusesse de imagens de ficção filmadas no seu território e as mostrasse aos seus habitantes. Este empreendimento de valorização dos arquivos de ficção, compartilhados de forma mais intuitiva do que os arquivos de papel, poderia estar na origem de um movimento de patrimonialização de uma paisagem urbana, na mesma linha dos painéis de informação destinados a turistas que se encontram hoje na proximidade de pontos de interesse cultural, apresentando uma antiga fotografia do lugar para mostrar o que resta dele e aquilo que mudou com o tempo e com a atividade dos homens, por forma a contar uma prática passada. Desta vez, não é apenas o lugar-paisagem que se torna o objeto de reflexão. Este não é apenas o objeto da prática, preservado e colocado em contexto pelo eco-museu. É a ação humana ordinária tal como é esboçada por um realizador num projeto de entretenimento, e de exploração da alma humana para este fim, buscando ecos por meio da curiosidade e com a experiência própria do espectador, até fabricar uma realidade de... película e de pixel.

Estes arquivos, hibridizados pelo diálogo com os peritos do ordinário que constituem os atores sociais familiares dos lugares, estimulados por imagens de vídeo e gerados pelo investigador-elicitor, poderiam ser vistos em smartphones, por exemplo, tanto a partir da leitura do *QR-Code*, de alertas virtuais, quanto através de sinalizações nas redes sociais. Esses materiais de uma ciência pública poderiam, assim, ganhar um estatuto de arte pública, a partir de imagens de arte cinematográfica ou televisiva. Seria um modo de impulsionar ainda mais o movimento proposto pelo Museu Gendarmerie em Saint-Tropez para os filmes de Jean Girault, do Château d'If em relação ao romance de Alexandre Dumas e da Villa Malaparte de Capri para Jean-Luc Godard. Por outro lado, a prática contemplativa associada à arte "privada" se redobraría de formas de envolvimento cidadão para alertar sobre os conteúdos, ou mesmo pela expressão de comentários pessoais sobre ficção a propósito da sua dimensão realista, quando nos aproximamos do Outro através do ponto de vista de um artista, aqui multiplicado e compartilhado com atores comuns-especialistas.

Nestas circunstâncias, a ciência pública (vídeo-elicitação) aparece como mediadora de uma nova forma de arte pública, juntamente com as instituições de conservação e disponibilização de arquivos de imagens de ficção, para fornecer novas modalidades de expressão artística que encontrem o interesse de um público adepto a novas tecnologias e o envolvimento na busca de uma autenticidade improvável, ou mesmo na sua própria produção.

Tradução: Pedro Andrade

AGRADECIMENTOS

Esta pesquisa beneficiou de um financiamento da missão para a interdisciplinaridade do CNRS no âmbito do programa “Nucléaire, risques et société” do “Défi Nucléaire, énergie, environnement, déchets et société”, e de um apoio do governo francês para o “Programme Investissements d’Avenir, Initiative d’Excellence d’Aix-Marseille Université - A*MIDEX”.

REFERÊNCIAS

- Bourdieu, P., Chamboredon, J.-C. & Passeron, J.-C. (1968). *Le métier de sociologue*. Paris, La Haye: Mouton.
- Brecht, B. (2000). *Écrits sur le théâtre*. Paris: Gallimard.
- Burawoy, M. (2005). For public Sociology. *American Sociological Review*, 70, 4-28. <https://doi.org/10.1177/000312240507000102>
- Cesaro, P. & Fournier, P. (2015). De la fiction faire science. Mobiliser un feuilleton télévisé des années 1960 pour parler autrement du travail dans le nucléaire. *Images du travail, travail des images*, 1. Retirado de <http://imagesdutravail.edel.univ-poitiers.fr/index.php?id=556>
- Collier, J. Jr. & Collier, M. (1967). *Visual Anthropology: photography as a research method*. Albuquerque: University of New Mexico Press.
- Flaherty, R. (Realizador). (1922). *Nanook of the North* [Filme]. Estados Unidos da América.
- Fournier, P. (2012). *Travailler dans le nucléaire. Enquête au cœur d’un site à risques*. Paris: Colin.
- Girard, V. (2017). *Le vote FN au village. Trajectoires de ménages populaires du périurbain*. Paris: Éditions du Croquant.
- Giddens, A. (1987). *La constitution de la société. Éléments de la théorie de la structuration*. Paris: PUF.
- Keigel, L. (Realizador). (1968). *Les Atomistes* [Série]. França: ORTF.
- Rosignol, S. (2009). *Notre usine est un roman*. Paris: La Découverte.
- Rouquier, G. (Realizador). (1946). *Farrebique* [Filme]. França.
- Rouquier, G. (Realizador). (1983). *Biquefarre* [Filme]. França.
- Schaeffer, J.-M. (1999). *Pourquoi la fiction ?* Paris: Seuil.
- Schaeffer, J.-M. (2002). De l’imagination à la fiction. *Vox poetica. Lettres et sciences humaines*. Retirado de <http://www.vox-poetica.org/t/articles/schaeffer.html>
- Theureau, J. (2010). Les entretiens d’autoconfrontation et de remise en situation par les traces matérielles et le programme de recherche “cours d’action”. *Revue d’anthropologie des connaissances*, 2, 287-322. <https://doi.org/10.3917/rac.010.0287>

NOTAS BIOGRÁFICAS

Pascal Cesaro é Professor Associado de Estudos Cinematográficos na Universidade de Aix-Marseille e realizador de documentários. Ensina a teoria e a prática da realização de documentários. Investigador no Laboratório PRISM - Perceção Representações Imagem Som Música (Universidade Aix-Marselha, França), questiona o uso do filme como ferramenta de pesquisa nas Ciências Humanas e Sociais. A sua atividade desenvolve-se através de projetos de investigação-ação sobre práticas cinematográficas que podem ser qualificadas como colaborativas e acerca de maneiras de filmar o trabalho, nomeadamente no universo da saúde.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3238-2958>

Email: pascal.cesaro@univ-amu.fr

Morada: Laboratoire Perception, Représentations, Image, Son et Musique, Université d'Aix-Marseille, CNRS, Marseille, France

Pierre Fournier é professor de Sociologia na Universidade de Aix-Marseille. Ensina sociologia do trabalho e forma estudantes na pesquisa de terreno em Sociologia. No Laboratório de Sociologia Mediterrânica (Universidade Aix-Marselha, França) realiza pesquisas sobre indústrias de risco (energia, farmácia, química) e os seus territórios e, além disso, acerca de questões relativas a palavras de ordem sobre defesa do ambiente e estratificação social. Publicou *Travailler dans le nucléaire* (2012) e *Les travailleurs du médicament* (2014, coordenado com C. Lomba e S. Muller). As suas pesquisas caracterizam-se pelo uso combinado de vários métodos: observação direta, entrevistas, análise de arquivos, tratamento de dados quantitativos.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8614-4253>

Email: pierre.fournier@univ-amu.fr

Morada: Laboratoire Méditerranéen de Sociologie, Université d'Aix-Marseille, CNRS, Aix-en-Provence, France

Submetido: 04/09/2019

Aceite: 30/11/2019

ENTREVISTA | *INTERVIEW*

UM AUTOR DE ARTE PÚBLICA URBANA: LUIS BALDINI

AN AUTHOR OF URBAN PUBLIC ART: LUIS BALDINI

Pedro Andrade

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Universidade do Minho, Portugal

BIOGRAFIA

Pedro Andrade (P. A.) - Bom dia, Luís Baldini. Olha, antes de começarmos a conversar sobre as tuas obras, gostaria de te colocar algumas perguntas sobre ti, para nos conhecermos melhor. Muitas obras de graffiti são feitas por jovens. Tu és um jovem, mas que idade tens, se não é indiscrição?

Luis Baldini (L. B.) - Um jovem de 41 anos (*risos*).



Figura 1: Luis Baldini

Créditos: Pedro Andrade

P. A. - O nome Baldini não é muito comum em Portugal. Tu és português, brasileiro, de origem italiana, ou de outra origem?

L. B. - Sou aqui uma grande mistura, pronto. Os meus pais são de Moçambique, mas o *background* deles é indiano, é francês, grego e italiano. E... alentejano (*risos*). Pronto, eu, entretanto acabei por nascer cá, em Leiria, em 1978, e vim aqui para Lisboa aos quatro anos, e aos seis anos fui para a margem sul. E na margem sul foi que eu estabeleci a minha base, o meu quartel.

P. A. - Moras em Almada?

L. B. - Sim.

P. A. - E qual é a tua profissão ou ocupação?

L. B. - Sou ilustrador *freelancer*, designer não gosto muito de dizer “designer”, porque eu fujo muito agora de trabalhos de design, porque, pronto, já faço desde 97 ou 96. E a indústria de design agora, pronto, está de uma maneira que não... Antigamente tínhamos uma outra aura, os designers. Agora é um bocado diferente.

P. A. - Tu frequentaste então que cursos e grau de ensino: escola, liceu, ensino técnico ou artístico, universidade ou outro?

L. B. - Tinha um curso de Ciências da Comunicação e da Cultura, na área de audiovisual e multimédia...

P. A. - Onde?

L. B. - ... Que não acabei, na Universidade Lusófona, estava já no último ano no seminário... Coisas da vida (*risos*).

P. A. - Conta-me um pouco da tua história: há quantos anos começaste a criar obras em locais públicos?

L. B. - Em locais públicos isso foi desde 1998, desde que eu vinha cá [a Lisboa] de férias, porque nos anos 90 vivíamos todos em Moçambique. Desde 1988, 89, fui para Moçambique e vivi lá até 2000. E foi lá onde eu comecei também o meu percurso profissional. Mas pronto, eu sempre que vinha cá de férias via aí os graffitis e tal. Como sempre desenhei enfim, engraçado, e tipo eh pá como é que eles fazem isto? Eh pá gostava de fazer, gostava de pôr as minhas cenas aí, também em grande na parede, no espaço público. Até que um dia vim cá de férias para o meu bairro, na Arrentela, vi lá um pessoal que fazia, e eu já era conhecido por desenhar, mas só que uma vez que já não vivia lá, vivia lá mas não vivia, vinha sempre que era férias, lá de Moçambique para cá. Andava lá com o pessoal e tal, e depois nessa altura foi quando houve aí um certo *boom* do graffiti, e lá na minha zona havia lá uma *crew* [equipa de grafiteiros] que aproveitou logo: “eh pá, não, não, não, tens que começar a pintar”, então disseram-me onde é que se comprava latas...

P. A. - Então, em suma, em termos dos principais momentos da tua, pronto, da tua entrada e experiência no mundo dos graffiti, passaste pela fase inicial de te fazer conhecer (que é o *getting up* em inglês, não é?), através da marcação de assinaturas (ou *tags* em inglês) em vários pontos da cidade, e para depois passares a fazer as letras ou graffitis com imagens? Como é que foi a tua evolução?

L. B. - A minha evolução foi porque passei muito pouco por *tags*, e comecei logo a atacar logo aquilo que eu sempre quis, os *characters* ou *bips*, como se costumava dizer na altura. Pronto, comecei muito no figurativo e grafismo, etc., então comecei só a debruçar-me mais por bonecada, porque já havia muita gente das letras, que era mais e na altura a malta da bonecada era má. Havia os conhecidos do costume já na altura, Mo-saik, Exas, Wize, Kreyz, etc. e tal. Isso era malta já das letras, que eram muitos das outras

crews aqui de Lisboa. E pronto, lá na margem sul de bonecos só havia mesmo tipo eu, o Kobac, Klit, Clear, e algum pessoal lá de outras *crews*, pessoal que fazia assim tipo mais *cartoon*, e tal. Mas eu, como tenho um *background* assim um bocado mais clássico, e sempre, pronto, sempre desenhei desde que me conheço, como autodidata neste caso. Sempre tive apetência para os *comics*, filmes, ficção científica, terror, fantasia. E como lia muito, agora já não tanto, mas lia muito da fantasia, mesmo, tipo Tolkien, uma data de coisas, ficção científica, *Alien* (...)

P. A. - Isso é ótimo. Já vamos falar mais das tuas obras com mais pormenor, que é muito interessante. Mas ainda para acabar a parte da tua biografia, deixa-me colocar as questões seguintes: há períodos do ano ou do mês em que fazes menos ou mais trabalhos?

L. B. - Sim.

P. A. - Quais?

L. B. - Pá, pronto, agora está um bocado mais atípico. Nesta altura não devia estar a fazer nada, mas estou com uma data de comissões, *comissions*, à volta, e tenho as acabar até meio deste mês que vem. Depois tenho que ir para Moçambique, ficar lá uma temporada, vou fazer uma coisa artística.

P. A. - Tens comissões regularmente, não é?

L. B. - Sim. Mas nesta altura normalmente estamos assim um bocado, pronto, eu aí debruço-me noutra área que é mesmo *freelancing* de ilustração, e também como estou ligado às tatuagens, tatio já há quinze anos. Mas só que ultimamente tenho estado muito mais no graffiti, porque, o que é que eu posso dizer, é uma coisa que nos faz um bocadinho mais livres. Fazemos um bocado mais de exercício físico, estamos fora de quatro paredes. A não ser que tenhamos uma comissão, num sítio fechado. Mas o ar livre é muitíssimo importante.

P. A. - Olha, diz-me uma coisa, costumavas pintar em que parte do dia, se tens uma parte do dia em que gostas mais de pintar (manhã, tarde ou noite), e em que momento da semana (dias úteis, sábado, domingo)?

L. B. - Em qualquer dia, quanto mais cedo melhor. Mas depende também do grau de complexidade daquilo que eu vou fazer, e quando é que eu quero acabar. Se for uma coisa que eu sei que já tinha tudo cronometrado aqui dentro, posso ir assim depois do almoço, aí para a uma e meia, duas. E depois depende também da altura do ano. Uma vez que agora o pôr-do-sol é por volta das cinco e quarenta e tal, temos que contar com essa altura e vá mais uns vinte minutinhos, quando o sol se põe, porque depois... a não ser que tenhamos uma boa iluminação... mas se estiver a dar assim de tarde não vale a pena estar a fazer detalhes com uma iluminação um bocado errónea, não é? Porque depois uma pessoa chega lá no dia seguinte e não é nada daquilo que estava ali.

P. A. - Outra coisa: em que espaços da cidade costumava fazer essas obras? Em comboios ou paredes em ruas? Ou então num “muro da fama”, por exemplo o de Campolide em Lisboa, ou noutras locais onde se cobre toda uma parede, o que em inglês diz-se *back to back*? Em locais centrais ou não de Lisboa, nos seus arredores, noutras cidades ou locais?

L. B. - Eu pessoalmente prefiro estar o mais *underground* possível, e adoro sítios abandonados. Como gosto de explorar, um sítio abandonado é um sítio especial. Uma pessoa está lá sozinha, e não tem outras pessoas a interagir. Sou só eu, a minha obra e a minha música, que é muito importante, e uns *snacks*, depende do sítio (*risos*).

P. A. - Costumas levar sempre música para inspirar as obras?

L. B. - Sim, isso é muito importante, importantíssimo.

P. A. - E que tipo de *writer* achas que és? Vou dizer alguns, que são os mais comuns:

- *writer* de comboios: aquele que realiza graffitis em carruagens de comboios ou de metro¹;
- *writer* principiante (ou *toy* em inglês) que faz apenas assinaturas (*tags*) para marcar o seu terreno, e realiza os chamados graffiti “vomitados” (*trown up* em inglês);
- *writer* experiente, que realiza graffitis frequentemente, ou por vezes por encomenda, ou participa em concursos nacionais e internacionais;
- *writer* autorizado, que realiza com autorização de uma câmara, comerciante ou outro proprietário; ou o *writer* não-autorizado, que executa sem permissão de outros (a chamada “pichação”, no Brasil);
- *writer* “bombardeiro” (*bomber* em inglês): que pinta em todo o lado que pode;
- *writer* “completo”: que tem obras de muita qualidade, como os chamados *Burneos* (obras consideradas quase perfeitas), ou em lugares de difícil acesso;
- *writer* “retratista”: faz imagens de personagens célebres ou simbólicas, caricaturas, etc.

L. B. - É uma mistura de três que andam por aí. É o experiente, esse (o retratista) e o completo.

OBRAS DE ARTE PÚBLICA

P. A. - Olha, passando mais às tuas obras, por exemplo aquela que eu te vi pintar, *Birds of Prey* [um graffiti inspirado em banda desenhada e filme homónimos]. De um modo geral: quais as razões que te levam a realizar as tuas obras?

¹ Esta foi a primeira forma de graffiti, realizada entre 1969 e 1972, em carruagens e metro em Manhattan, por um jovem americano residente num bairro pobre e de imigrantes de Nova Iorque, e cuja assinatura era *Demetrius*.



Figura 2: Híbridação entre arte erudita e graffiti - esboço

Créditos: Luís Baldini

L. B. - Como todo o graffiter, gosto do reconhecimento. Isso é inegável. O pessoal gosta de sempre fazer mais e melhor, e ter algum *feedback*, geralmente positivo, e também fazer alguns *challenges* internos, não é? Depende da complexidade do trabalho a seguir. Neste caso o *Birds of Pray* teve assim uma certa complexidade, porque são vários *characters*. O *deadline* ali foi focar na cara principal da atriz principal, e as outras não precisavam de ser assim tão parecidas [às personagens originais], desde que estivessem lá ilustradas, e porque elas estão num outro plano mais atrás. Mas só que o foco era mesmo a Harley Quinn [a protagonista do filme].

P. A. - E fazes um planeamento dos teus trabalhos? Se o fazes, como? Por exemplo, através de esboços, pesquisas na internet, fotografias, vídeos, desenhos em miniatura para guia no local, ou outras ações?



Figura 3: Execução prévia no atelier

Créditos: Luís Baldini

L. B. - Sim, normalmente, planeio-os sempre. Faço o desenho, um esquisso primário, só para ver os planos, como é que vai ficar. Se é uma figura única, e depois o resto é um *background* mais clássico, mais abstrato, é diferente. Mas ultimamente as minhas pinturas baseiam-se muito mais, tipo, no figurativo, quer de fotografias, ou minhas ou então as que eu apanho na internet. Porque no fim das contas, não há grandes temáticas que eu uso. Há algumas, depende da altura, depende daquilo que eu sinto, mas só que a maior parte do que eu faço, nos abandonados, ou etc. é treino. Tipo, pego em figuras, retratos, etc. tudo o que é figurativo, e vou inventando, até chegar mesmo àquela parte, até ter um resultado. Ok, vou usar agora isto nesta temporada, tipo figurativo, e depois um elemento gráfico ou abstrato, e tentar fazer uma homogeneidade com aquilo. E uma vez que já há muita gente a pintar, e há, e muita coisa boa por aí, é um bocado... Como é que eu posso dizer... *Tricky*, porque uma pessoa não quer fazer igual ao que anda aí, então está sempre naquela busca do...

P. A. - Original...

L. B. - Original, é aquela coisa do artista...

P. A. - Exatamente...

L. B. - Exatamente, então muitas das coisas que eu faço, normalmente tipo o maior, o grosso antes de ser alguma comissão, é treino, tudo treino. No meio dum treino, às vezes, há uma coisa que vai puxar uma temática mais humanitária, ou ambientalista, ou alguma do género, depende também daquilo que estou a fazer...é pá, hoje vou fazer uma coisa sobre os peixinhos, por exemplo, entre aspas (*risos*). Mas só que a maior parte é mesmo treino. Eu sou um bocado metódico, tenho pela rapidez, nunca se sabe aquilo que pode acontecer, tipo, uma vez que se a gente estiver a pintar na rua pode haver intempéries, etc. E quanto mais rápidos e mais precisos formos, mas com disciplina, podemos suplantarmos uma chuvada que vem daqui a uma hora, por exemplo.

P. A. - Mas que interfere na tua pintura. E pode haver também alguns problemas com outras pessoas, que não gostam da pintura ou que te chateiam, dizendo que isso não pode ser feito nesse lugar?

L. B. - Ah não, isso nunca acontece. Aconteceu agora aqui um bocadinho, mas só que... *Phones*, e focar no trabalho. Eu trabalho por missão, e quando estou em missão, não há atrasos. A não ser que seja uma coisa de maior. Por exemplo, eu agora estive a pintar uma estrutura enorme em Moçambique, a convite lá da galeria do porto de Maputo, em que edifiquei lá um monumento dedicado aos heróis da cultura moçambicana. Uma coisa enorme, tipo, e foi uma tarefa um bocado enorme, porque teve que se levar material de cá, porque uma vez que a África do Sul estava sem *stock*, tive que levar 140 quilos de material de cá para lá. E correu tudo bem como eu planeei. Só estive um dia a mais lá, a dar uns retoques. Mas isso é sempre, reservo sempre um dia a mais, porque há umas coisas que, quando o trabalho é finalizado, há coisas que eu descubro que, pá, vou dar ali mais um bocadinho. Mas estamos a falar de África, onde pode acontecer

tudo e mais alguma coisa. E longe, 10.000 e tal km daqui. E correu tudo bem, isto porque houve estudo, planeamento, metodologia, disciplina, e um à vontade, isso é muito importante.

P. A. - Isso é ótimo. Olha, e qual o teu estilo preferido: *graffitis*, *stênceis*, *stickers*, murais, cartazes, ou outros?

L. B. - É o graffiti e murais também. Mas graffiti.

P. A. - Porquê? Quais as razões das tuas preferências?

L. B. - Acho que fui habituado assim, não é? Mas isto no que diz respeito à pintura de rua, na cena urbana toda que anda aí. Sim, gosto de graffiti, letras, gosto de ver grandes *letterings*, vários estilos arrojados, *characters*, figurativos e tudo. A parte do *stencil*, pronto, há uma coisa e outra, mas não me chama muito a atenção. Mas eu respeito muito [as obras em *stencil*]...

P. A. - Como sabes, artistas de arte pública como o Banksy em Inglaterra e o Le Rat em França, às vezes misturam graffiti e *stênceis*, embora prefiram os *stênceis*... E que estilo ou sub-estilo preferes mais agora? Já disseste que é o graffiti, mas tiveste alguma evolução dentro desse estilo, em termos de imagens, letras, cores, etc., desde o início até agora?



Figura 4: Arte pública híbrida: cultura erudita e cultura do graffiti no espaço público-privado da galeria de arte

Créditos: Luis Baldini

L. B. - Sim, sim, por exemplo, no que diz respeito ao realismo e hiperrealismo. Há muita gente aí a fazer hiperrealismo, que realmente não se via quando eu comecei. Via-se uma cara ali a preto e branco, tipo, o pessoal fazia ali um retrato e tal, mas havia sempre uma parte ali que não estava tão precisa. Eu também na altura não fazia isso, fazia no carvão, no papel, etc. Mas só que o pessoal quando via assim uns retratos, nessas

alturas, até 2000 e poucos, tinha ali os olhos, se calhar ficavam bem, e depois chegávamos à boca (...) mas só que o pessoal, eh pá, o graffiti é difícil, mas está ali a essência, só que agora uma pessoa vê o pessoal fazer mesmo autênticas fotografias ali na parede.



Figura 5: Etapas de execução da obra: fundo, marcação, enchimento, etc.

Créditos: Pedro Andrade

P. A. - Por exemplo, o fundo (ou *background* em inglês), muitas vezes prepara-se com uma pintura branca que cobre a superfície prevista da obra. Tu pintas isso, um fundo? Com quê, com pintura branca ou com outra coisa?

L. B. - Sim, depende do que está na base do *background*.

P. A. - Na parede...

L. B. - Mais vale fazer um branco. E depois os espaços que estão em branco e não deviam, pinta-se com a cor do *foreground*, não é? Mas normalmente, nós pintamos com a cor que domina mais o *background*. Eu uso mais cores tipo preto, ou então lilases, mais ou menos por aí por esse espetro, ou então o verde, assim mais escuro.

P. A. - Até para poupar, de alguma forma, tinta, em parte...

L. B. - Sim, exatamente.

P. A. - E depois há a marcação: esboço (ou *outline* em inglês) dos contornos da obra. E para isso, normalmente usa-se um *spray* ou marcador, a partir de um desenho em miniatura ou em folha A4. Como é que fazes isso?

L. B. - Quando estou a projetar a imagem, o primeiro esboço da arquitetura, vá, um figurativo com plano americano, faço aquela minha grelha normal, anatómica, que é só as formas, e depois é que começo a esculpir a partir daí. Posso marcar isso só com lata, depende da rugosidade da parede. Se for uma parede assim um bocado lisa, que

me permita, até se eu quiser poupar um bocado de tempo, uso um marcador, poster por exemplo, e vou logo diretamente às linhas que eu quero. E depois a partir daí com o *spray*, começo a aplicar camadas. E com os escuros começo logo a esculpir as sombras, e depois daí é que eu começo a pôr *blues* (...). Mas também depende do meu *mood*.



Figura 6: Etapas de execução da obra: enchimento, sombreado

Créditos: Luís Baldini

P. A. - E depois passamos ao enchimento (que é o *fill* em inglês), em que se colocam as cores principais, às vezes pratas, há pessoas que põem tons prateados, etc.. Como é que fazes o teu preenchimento das obras?

L. B. - Como a maior parte das vezes eu faço mais figurativos, então o meu enchimento é assim um bocado, é como se tivesse a modelar a pintura, e não é tão carregado ou contrastado, porque tem que levar tonalidades *degradés*, sombras de caras, etc.. A não ser que haja sombras muito mais vincadas, e então aí eu vinco essas sombras primeiro, e depois vou metendo por cima tons mais claros, até fazer uma homogeneização da coisa. Nas letras, o pessoal pinta logo é tudo a bloco (...). E depois com um bocado da outra cor por cima é que faz o *degradé* para onde quer.

P. A. - Ia agora perguntar-te o sombreado das imagens ou das letras, mas já respondeste em parte. E decorações? Por exemplo, às vezes colocam-se adornos vários, como efeitos de borbulhas. Ou, como se vê em alguns graffitis, partes figurativas, mas que representam objetos, e não tanto as personagens. Ou então os efeitos especiais das bandas desenhadas do estilo “mangas”.

L. B. - Sim, depende daquilo que for desenhado, ou projetado ou pedido, mas não uso muito.



Figura 7: Etapas de execução da obra: retoques finais

Créditos: Luis Baldini

P. A. - Outra coisa: em termos de mensagens, às vezes colocam-se datas, avisos, dedicatórias, inscrições, citações até. Usas alguns destes elementos?

L. B. - Normalmente, nunca meto nada, é como se fosse um quadro por si só. É um figurativo. No máximo, ponho uma assinatura muito pequenina.

P. A. - A propósito de assinaturas (ou *tags* em calão dos graffiti): assinas em nome individual ou de grupos de *writers* [autores de graffiti]?

L. B. - Não, não, é só mesmo no *tag*, como não tenho um grupo de *writers*.

P. A. - E por último, nesta sequência da obra de arte pública, fazes os retoques finais, de que já falámos atrás.

L. B. - Sim, sim, depois faço os retoques finais.

P. A. - Que estilo de letras utilizas (*blockbuster*, por computador, ponta de flecha, *bubble*, sobreposta, *wild style*, ou outras)?

L. B. - Não, não sou muito de letras. Quando faço, é talvez assim mais para o *wild style*.

P. A. - Qual a relação entre as letras e as imagens, nas tuas obras? Completam-se, ou entram em conflito?

L. B. - Elas complementam-se, não entram em conflito. A não ser que sejam letras muito feias. E, mesmo assim, depende da imagem que estiver ao lado.

P. A. - E que estilo de assinaturas usas (ponta de flecha, Paris, Nova Iorque, ou outras)?

L. B. - Nunca uso, quando assino basicamente é o signo normal, *free way*. Ou então agora tenho estado lá com um *stencilzinho* meu, a dizer “fraemo1”. E pronto é mais fácil, e meto-o logo, e fica com uma outra estética, assim um bocado mais limpa.

P. A. - E, relacionado com isto, como comentas esta frase, dita por alguns *writers*: “toda a gente me conhece, mas ninguém sabe quem eu sou”?

L. B. - É o típico *writer* antigo. Mas agora toda a gente, a maior parte do pessoal já se sabe quem é. Há aqueles tipo Bansky, o pessoal dos comboios e *bombers*, esses continuam com essa linha de pensamento. E também porque o que fazem é extremamente ilegal. E não convém andar aí aos quatro ventos a dizer: olha, sou eu que fiz isto, e tal. Mas pronto, é aquela coisa do *advertising*. Toda a gente, o cidadão comum, está habituado a ver o nome deles a passar, sem saberem quem é, não associarem a uma cara, ou a uma pessoa. Mas toda a gente acaba por ver esse tipo de publicidade pessoal, seja nos comboios, paredes, *tags*...

P. A. - Tiras fotografias das tuas obras, o que em inglês chama-se *flicks*?

L. B. - Sim.

P. A. - Tens um arquivo organizado, com datas, lugares e temas das tuas obras de arte pública, que normalmente os *writers* chamam *Black Book*? Se sim, como o organizas?

L. B. - Já tive. Às vezes não tenho muita sorte com a tecnologia, e volta e meia há um disco que se queima e coisas assim. Aconteceu há pouco tempo.

P. A. - Quanto a este teu graffiti sobre *Birds of Prey*, realizado em Março de 2020, é inspirado na banda desenhada original, e talvez no recente filme de 2020 com este título que desde há semanas está em exibição nas salas de cinema, por exemplo nas Amoreiras. Para ti, quais são os significados das partes deste graffiti: imagens de pessoas e objetos, letras, etc.?



Figura 8: Conteúdos, média, personagens, lettering

Créditos: Pedro Andrade

L. B. - Isto basicamente é um poster que alguém fez nos Estados Unidos, lá da Time Warner, da Warner Brothers, e basicamente isto é para a gente que quer isto na parede, podes modificar algumas coisas, porque eu disse depende da parede que é. Havia aqui uns elementos, uns prédios, etc. Só que eu disse olha aqui estes elementos não vão ficar bem. É melhor fazer uma coisa tipo uma explosão atrás, ou mesmo uma envolvência, tipo o verde da noite que estava nesse poster. E o *placing* aqui das letras, neste caso isto é um logotipo, o *Birds of Prey*. E depois aqui o chavão, e as personagens. As personagens, cada uma acho que tem uma arma, eu não vi o filme...

P. A. - Esta é a protagonista, não é?

L. B. - Esta é a protagonista, a Harley Quinn, mais conhecida pela namorada ou ex-namorada do Joker. O Joker é aquela personagem *master* da DC. E até há pouco tempo ela contracenou com ele num outro filme que era o *Suicide Squad*, em que o Joker era o Jared Leto, era uma outra interpretação do Joker, porque isto da DC, de banda desenhada tem muito que se lhe diga...

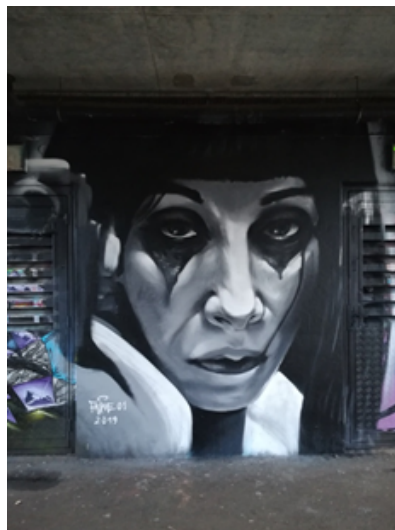


Figura 9: Universos mediáticos: banda desenhada, cinema, graffiti

Créditos: Luís Baldini

P. A. - Que relação achas que existe entre os vários média ou formas de divulgação dessa obra, ou seja, a banda desenhada, o filme e este teu graffiti?

L. B. - Uma história nunca é linear, porque nestas DC e Marvel, agora elas dividem-se em universos. Antigamente a história do Homem Aranha era o Peter Parker que foi mordido por uma aranha, e depois tinha a tia May que era a velhinha e o Ben que morreu, etc. Isto agora nos filmes é outra coisa, é sempre adaptado à altura em que estamos, etc.. E depois eles como desculpa: “- Ai não, isto é o Homem Aranha do universo Marvel cinematográfico, nada a ver com aquele Homem Aranha que a gente lia na Banda desenhada em 81”, por exemplo. Tipo eu, comecei a ler banda desenhada em 85, para aí. Folheava em 81, não percebia nada do que é que ia ali, via as bonecadas, em

bebé, tipo, que giro! E pronto, em 85, desde que comecei a aprender a ler e escrever, comecei a colecionar. Aquelas histórias dos heróis que nós conhecemos agora são completamente diferentes, ou mudam de personagens. O que era um homem agora é uma mulher, agora é um *gay* ou uma lésbica, ou então muda de cor também. Faz um bocado de confusão ao pessoal da minha geração. Porque nós fomos criados a ler esses livros, e de repente, vamos ver cá um filme da Marvel ou da DC que vai sair, em que aparece lá um personagem que no fundo nós até gostávamos. Eh pá, como é que eles vão fazer este personagem no filme, no cinema? Vais ter uma armadura, assim e assado, não sei quê, quais são os efeitos? Não, isto agora é um chinês. Então o homem era negro, então agora é um chinês? Por exemplo. Agora já se cai no ridículo de misturarem tudo.

P. A. - É que muitas vezes também os públicos são diferentes, da banda desenhada, dos filmes e dos graffitis. E, portanto, estas artes, se calhar, vão-se adaptando aos gostos das audiências. E até muda não só o próprio enredo, como também as próprias personagens, não é? E a relação entre elas, isso acho que é muito interessante.

L. B. - E não só, depois têm que inventar um outro universo. Ah não, porque isto é, sei lá, o Homem-Árvore (*risos*). Isto estou a inventar agora. Isto é o Homem-Árvore, do universo que é só para os filmes. E o pessoal: “- Ah, OK, então não tem... Ou tem algumas parecenças com o que tu lias na banda desenhada, não sei quantos?” O básico. Mas não, mas agora é do universo cinematográfico. E a gente: “- Oh, está bem!” (*risos*).

P. A. - Achas que os jogos digitais influenciaram estas personagens, e a forma como se desenham, ou não? Porque há uma influência muito grande dos jogos digitais, por exemplo no cinema. Achas que isso também acontece nos graffitis?

L. B. - Hum, não. O graffiti tenta acompanhar tudo, não é? Então, por algum lado, até que sim, por outro lado, não sei...

P. A. - Passemos a outro aspeto, as tuas relações com outros *writers*. Embora faças normalmente os teus trabalhos de modo individual e não tenhas um grupo de *writers* fixo, trabalhas às vezes com outros *graffiters*?

L. B. - Existem várias colaborações, com o pessoal conhecido. Neste caso, esta última [pintura] foi uma colaboração, ele [o segundo pintor de graffiti] é que arranjou este trabalho, era um contato dele, convidou-me, apresentou-me lá a malta da ordem, etc. E fomos lá [ao “muro da fama” onde o graffiti *Bird of Prey* foi feito], em Lisboa, Campolide. Eu fui fazer o figurativo todo, basicamente fiz o projeto todo, o desenho porque ele não é um *writer* antigo, mas já não faz isto [desenhos]. E queria pintar à mesma, então ele ficou com a tarefa das letras, arranjou umas coisas no *background*, mas prontos, trabalhámos, houve ali uma sinergia, o normal, porque fui ter com ele há uns anos atrás. Mas eu normalmente tenho um grupo, só sou eu e mais um e outro, fazemos os nossos *fames*, outras vezes participamos em comissões juntos, um arranja um trabalho a outro, e por aí. Como já estamos habituados, então a coisa é automática. Há um projeto, sim senhor, é aonde? Vamos, fazes isto, eu faço aquilo...

P. A. - Têm uma espécie de divisão das tarefas. Outra coisa: inspiras-te em obras de outros autores (fotos, esboços, desenhos), que servem, em parte, de modelos das tuas obras (o que, em inglês, chama-se *piecebooks*)?

L. B. - Sim, sim, muito.



Figura 10: Heróis da arte pública urbana

Créditos: Luís Baldini

P. A. - Usas o quê, fotos e esboços, desenhos ou outro material?

L. B. - Fotos e esboços basicamente. Para ser sincero, ultimamente é muito raro eu estar a utilizar material originalmente, tipo esboço, uma cara que eu invente, assim. A não ser que se passe por desenho, mas normalmente o graffiti tem esta coisa: pode ir-se diretamente de uma foto logo para a parede. Não é preciso haver um *sketch*, um esquisso prévio, ou algo do género. E depois também depende do grau de *skill*, como se diz...

P. A. - De talento...

L. B. - Exatamente, se se tem mais facilidade ou não. Porque depois há técnicas, não é, há técnicas da grelha, e há os *doubles*, que é fazer uma data de bonequinhos e depois tira-se uma fotografia, e depois põem-se lá uns truques, etc. com o telemóvel e não sei quê. Não tenho tempo para nada disso, nem as grelhas nos desenhos. A única coisa que eu faço é mesmo desenho anatómico, tipo aquele esquisso. Mesmo as figuras geométricas.

P. A. - Depois da obra acabada, mostras os teus trabalhos a outros *writers*, por exemplo, no local onde essa foi feita, ou através de fotografias, vídeos, etc.?

L. B. - Isto agora é tudo pelas redes sociais, Instagram por exemplo. Mete-se ali o boneco no Instagram. Além do pessoal que não é o *writer*, que vão lá meter o *like*. E depois aparecem uns quantos *writers*, uns dão tipo aquele apoio, outros metem o *like* do costume, por aí.

P. A. - Já interferiste no trabalho de outros *writers*? Por exemplo, através do tachar, que recebe o sentido de “qualificar” ou “censurar”, ou seja, apagar partes do graffiti de outro autor sem a sua autorização?

L. B. - Acontece nos *wall of fame*, por exemplo. Não nas letras, que aí as regras são diferentes. Num espaço que é dedicado ao *wall of fame*, não pode estar limitado àquelas pinturas que fiquem por lá durante décadas, tem que haver uma renovação, sempre. Ou pelos mesmos artistas, ou por outros. Porque a quantidade de paredes legais para fazer um trabalho assim mais complexo, tipo por nós, é escassa. Então uma pessoa tem que, ou faz trabalhos [comissões], porque não é sempre, ou então arranja uma parede ao pé de casa que seja legalizada lá pela vizinhança, ou algo do género. Mas, tipo, estes *wall of fame*, por ex., têm que ser renovados. Eu por ex. como ando sempre lá fora por esses *wall of fame*, uma pessoa quando acaba de pintar, se não tira a fotografia, no dia seguinte já não está lá. Já está lá um alemão, ou alguém que veio não sei de aonde, que está lá a fazer a sua obra, e também tira a fotografia. Isto agora é tudo redes sociais, não é, o pessoal quer fazer aqueles brilharetos todos nas redes sociais, tira a fotografia, vai para a net, e no dia seguinte já está outra pessoa a dar uma argolada e a fazer tudo na minha cara.

P. A. - Aliás, faz-se por vezes o *going over*, um termo do jargão do graffiti que significa pintar o teu nome sobre outro nome. Já fizeste isso?

L. B. - Não. Quando uma pessoa tem umas letras e há uma pessoa que põe lá o nome em cima, isso é sinal de desrespeito.

P. A. - Conhecês *writers* que se copiam uns aos outros, ação que, em inglês, é chamada *bite* (morder)? Como o fazem?

L. B. - A gente conhece vários. No fundo, acho que toda a gente se copia uns aos outros. Mas isso fazia mais sentido quando o graffiti começou tipo *boom*, não é? Há malta aqui que já pinta desde 89, os antigos. E nessa altura de 89 para 90 até 2004, via-se só quem andava a fazer isso. Porque não havia um espetro tão grande de *graffiters*.

P. A. - E porque fazem isso?

L. B. - Agora há uma data de informação, redes sociais e contra-redes sociais, há uma data de disseminação dessa informação visual. Há muita gente que começa agora, outros começaram há pouco tempo, outros começaram há cinco anos. E toda a gente bebe dos mesmos estilos, até que há um e outro que consegue, sei lá, ser mais original, e quem consegue ser original acaba sempre por ser copiado.



Figura 11: Hiperealismo na arte pública urbana

Créditos: Luís Baldini

PÚBLICOS DA ARTE PÚBLICA E EVENTOS CULTURAIS URBANOS

P. A. - Recolhes alguma informação sobre o teu público (em conversas, entrevistas, fotografias, vídeos, etc.)?

L. B. - Não.

P. A. - Ou tens alguma perceção daquilo que são as características principais do teu público, de um modo geral, por exemplo, quanto à idade, sexo, profissão ou grau de instrução?

L. B. - Não, eu normalmente quando embarco numa pintura é: vou pintar e vou fazer o meu ofício...

P. A. - Não tens *feedback* das pessoas que passam por ali e dizem: gosto disto, etc.?

L. B. - Ah sim, o *feedback* é sempre unânime, seja a idade, o género...

P. A. - Mas são mais jovens, adultos?

L. B. - Toda a gente, dá a sua opinião, e acaba por ser unânime, sempre...

P. A. - E mais homens, mulheres?

L. B. - Não, toda a gente, é quem estiver a passar, neste caso que aconteceu. Estávamos aqui na rua, e pronto era quem aparecia, até polícias e tudo, ficavam a falar comigo na galhofa um bocado, e depois iam-se embora...

P. A. - Tiravam fotografias?

L. B. - Sim, uns polícias que estavam em patrulha no final até disseram: eh pá se houver alguma cena, a gente está por aqui, não sei quantos, avisa. Porreiro.

P. A. - Já falaste há bocadinho, mas retomando agora, tens um site ou participas em redes sociais onde expões ou conversas sobre as tuas obras? Se sim, tens muitos seguidores?

L. B. - A única rede social que uso é, tipo, o que é que é? O Facebook e o Instagram. Tenho uma página, que é o Behance (www.fraemo1.com), que vai ligar...

P. A. - Uma página de site, não é? Ou uma página no Facebook?

L. B. - Não, é mesmo site, *online portfolio*. Está assim um bocado ao abandono, tenho que... Não está ao abandono, está desorganizado...

P. A. - E vês os teus seguidores, vês quantos são, isso preocupa-te ou não?

L. B. - Não, nem tanto.



Figura 12: Arte pública para públicos diversos: cidadãos, turistas e migrantes

Créditos: Luís Baldini

P. A. - Então, nesse caso, não sabes muito bem o que eles dizem dos teus trabalhos...

L. B. - Neste caso, no Instagram e Facebook é logo ali, e quem tiver a dizer alguma coisa diz logo ali, a maior parte é coisas que dão mais motivação... É sempre um bom feedback.

P. A. - Agora há o WhatsApp, é mais visual.

L. B. - O WhatsApp é só para trabalhos de grupo. Neste caso, eu falo muito pouco, só preciso de saber algumas diretrizes, e datas, etc., só no aspeto mesmo da organização.

P. A. - E já expuseste em galerias de arte, museus ou outros espaços culturais? Se sim, quais?

L. B. - Já tive várias coletivas, tive uma em nome individual, que foi na Casa da Cultura do Miratejo, no Laranjeiro, já foi há mais de uns 10 anos. E depois tive umas

quantas coletivas em Almada, uma no Braço de Prata. Essa do Braço de Prata foi excelente, gostei muito, era o Fabrik 01, de que fizemos duas edições. Estávamos a tentar suscitar isso agora outra vez. Mas na altura tínhamos lá o Fabrice, que era o que estava à frente do [projeto] Braço de Prata, uma pessoa excelente que nos ajudou imenso. Tínhamos um coletivo nessa altura, mas agora cada um faz coisas diferentes.

P. A. - E vendeste alguma obra?

L. B. - Ah, na altura, pouco. Acho que no todo só vendi duas ou três peças. Na primeira exposição, essa da Casa da Cultura, as obras não eram para a venda. Eu decidi que não, vai ser mesmo só *showcase*, e não se vende nada. Porque eu nessa altura tinha um estúdio enorme, então eu queria mesmo as obras lá, para fazer um bocado de decoração no meu estúdio.

P. A. - E pode-se perguntar por quanto as vendas, em média? Dá para viver, ou não?

L. B. - Depende do valor do artista, neste caso, ser consagrado ou não. Eu dou-me com malta que diz que é consagrada, que vendem peças por 10.000€, 5.000€, 3.000 €, por aí. Eu também sou um bocado cerebral nestas coisas, como eu não faço muita coisa para vender. As minhas coisas vendem pelas comissões, é já um preço. Vamos pintar esta sala, é um x, é por aí, por convites. Eu agora vou fazer uma exposição, individual sim senhor, mas não é cá. Vou fazer em Moçambique. Vou fazer lá uma residência artística, tenho lá um mercado, e depois logo se vai ver quanto é que vai valer.

P. A. - Frequentas ou expões em alguma galeria ou museu que só mostra arte pública, como os graffiti?

L. B. - Sim, existe a *Underdogs* [um grupo organizado de grafiteiros] por exemplo, ali em Marvila. A *Underdogs*, pronto é a *Underdogs*, que está mesmo dentro disso tudo.

P. A. - Conheces certamente a cultura urbana *hip hop*, que inclui várias manifestações de arte pública, como os graffiti, a música *rap*, a *break dance*, o *DJing* (performances de *disk jockeys*), etc. Integras-te nela, de alguma forma?

L. B. - Nem por isso, eu sou mais do rock. Mas tenho alguma afinidade com o *hip hop*, alguns artistas que eu gosto, desde há muito tempo, mas não no geral, não me identifico muito.



Figura 13: A rua é uma galeria de arte dos graffiti

Créditos: Luís Baldini

P. A. - E que achas da moda das tatuagens? Falaste há pouco disso. Tens pintado tatuagens ou figuras características das tatuagens nos teus graffiti?

L. B. - Depende do desenho que eu fizer. As tatuagens é o meu *day by day*, o meu trabalho diário. É um trabalho gratificante, tem os seus senãos, tem os seus pontos bons também. Tem que estar ligado aos graffiti, porque muita malta do graffiti acaba por se tornar tatuador.

P. A. - Porque é que as pessoas as fazem, as tatuagens?

L. B. - A maior parte é por causa da estética. Muitos é mais por uma catarse, uma memória do que foi, e há malta que faz só mesmo por colecionar os diferentes artistas que eles gostam, que seguem, nas revistas, etc... Então, há malta que não se importa de viajar pelo mundo para ir ter uma tatuagem de não sei quem, que está não sei aonde...



Figura 14: Tatuagem - esboço no estúdio

Créditos: Luís Baldini



Figura 15: Tatuagem - aplicação no corpo

Créditos: Luís Baldini

P. A. - O que pensas da prática do *buff*, que em inglês é o ato de apagar graffitis por parte de elementos de algumas câmaras municipais?

L. B. - A arte é efémera, e ainda por cima a arte num local público está à mercê seja do que for. Por exemplo, isto onde a gente pintou, ouvi dizer que este muro [a *wall of fame* de Campolide] vai abaixo no final deste ano.

P. A. - Também já ouvi dizer isso...

L. B. - Parece que vão lá fazer uma urbanização. Isto deve ser do Exército, tem lá aquelas torrezinhas.

P. A. - Qual a tua opinião sobre qual deve ser o papel das câmaras municipais das cidades, em relação aos graffitis e a outras formas de arte urbana? Proibir completamente a arte urbana em locais públicos? Autorizar alguns estilos de arte urbana, mas não outros e, neste caso, quais autorizar? Autorizar os vários estilos de arte urbana em locais reservados pelas câmaras? Financiar a arte pública como um elemento do património cultural urbano?

L. B. - As duas últimas, sem dúvida.

P. A. - Oh pá, Luís, agradeço-te muito, aprendi muito contigo, acho que se aprende muito com o graffiti, agradeço a tua cooperação.

L. B. - Eu também agradeço muito, foi um espetáculo...

P. A. - Uma última pergunta: achas que é útil fazer este tipo de entrevistas, para que, em locais como universidades e centros de pesquisa, investigadores, professores e estudantes, se interessem mais, não apenas pelo património cultural urbano mais legitimado, mas igualmente pelo património das culturas urbanas e das artes públicas menos reconhecido, em diálogo com os cidadãos, turistas e migrantes?

L. B. - Com certeza, acho que sim, é muito importante, estamos a ensinar e aprender ao mesmo tempo, sempre, não é? Isto vai ajudar para que as pessoas possam olhar para este tipo de arte de outra maneira.

AGRADECIMENTOS

Este trabalho é apoiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do Financiamento Plurianual do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade 2020-2023 (que integra as parcelas de financiamento base, com a referência UIDB/00736/2020, e financiamento programático, com a referência UIDP/00736/2020).

NOTA BIOGRÁFICA

Pedro Andrade é sociólogo e investigador na Universidade do Minho, CECS. Ensinou, nas Universidades de Coimbra e Lisboa, Sociologia da Cultura, Comunicação, Métodos Sociológicos, Humanidades Digitais. Investigação em culturas urbanas, comunicação artística, museus de arte/ciência, literacias, redes sociais digitais (web 2.0/3.0), metodologias/hibrimédia. Coordenador de projetos internacionais, como “Literacia científico-tecnológica e opinião pública” (2005, sobre públicos de museus de Ciência) e “Comunicação pública da arte” (2011, sobre museus de arte e suas relações com audiências, turismo, metodologias digitais/virtuais, interação hibrimédia, jogos sociológicos/culturais, redes sociais, realidade virtual/aumentada), ambos financiados pela FCT. Participação em redes universitárias internacionais, como Virginia Commonwealth University, EUA; membro do projeto “Manifesto Art and Social Inclusion in Urban Communities” (Reino Unido). Autor de vários livros e artigos científicos publicados em revistas internacionais e nacionais com revisão por pares, indexadas em bases de dados bibliográficas globais (Web of Science, etc.). Diretor da primeira revista científica luso-francesa, *Atalaia-Intermundos* (desde 1995).

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4550-0562>

Email: pjoandrade@gmail.com

Morada: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Campus de Gualtar, 4710-057 Braga, Portugal

Submetido: 15/04/2020

Aceite: 31/04/2020

LEITURAS | *BOOK REVIEWS*

HUEBENER, P., O'BRIEN, S., PORTER, T., STOCKDALE, L. & ZHOU, Y. (EDS.) (2017). *TIME, GLOBALIZATION AND HUMAN EXPERIENCE*. LONDRES: ROUTLEDGE.

HUEBENER, P., O'BRIEN, S., PORTER, T., STOCKDALE, L. & ZHOU, Y. (EDS.) (2017). *TIME, GLOBALIZATION AND HUMAN EXPERIENCE*. LONDON: ROUTLEDGE.

Emília Araújo

Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais, Universidade do Minho, Portugal

Esta recensão versa sobre o livro *Time, globalization and human experience*, publicado em 2017. Na obra participam autores, cujas trajetórias académicas estão ligadas aos Estudos Culturais, Estudos Sociais da Ciência e da Tecnologia e Estudos dos Média. É um livro de grande atualidade e que contribui para o exercício da política na contemporaneidade. A sua leitura oferece uma análise da globalização, suas implicações e efeitos, a partir do conceito de tempo. Os diversos capítulos revisitam autores como David Harvey e escavam alguns detalhes do tempo no espaço mundial.

A tese principal do livro é a de que a globalização produz tipos singulares de tempo que moldam a forma como países e grupos se relacionam e estabelecem relações de dependência e de poder, condicionando as vidas individuais.

Assim, o livro debruça-se sobre a difícil sincronia entre os tempos dominantes da globalização e os tempos das comunidades e dos indivíduos, concluindo ser imperativa a análise aos processos que concorrem para a construção da globalização. Entre estes, está o desenvolvimento do sistema de tempo mecânico, arbitrário e socialmente construído que se autonomizou e consolidou a partir do século XVII. Os autores desconstruem a existência de um ritmo/tempo mundial sistémico e introduzem a imperatividade de pensar os desajustes temporais entre comunidades e o que estes podem significar, do ponto de vista ideológico sobre a capacidade de as comunidades se poderem manter no tempo histórico (sobreviverem/existirem).

O livro é, nessa perspetiva, bastante atual. Não põe em causa a ideia desenvolvida por Nicklas Luhmann sobre o tempo-mundo (1982), ou seja, a existência de planos de tempo comuns que sugerem aos vários atores (comunidades, países e indivíduos), a experiência da partilha do mesmo tempo histórico e sociológico. Antes, pelo contrário, avança na análise sobre as discrepâncias de tempo cultural e ideologicamente construídas e performativas no modo como provocam “disjunturas” temporais que condicionam e determinam a experiência humana (do tempo).

Destacando a importância do nível político, Huebener, O'Brien, Porter, Stockdale e Zhou afirmam que:

embora as discussões acerca do tempo e da globalização no início do século XXI possam ter enfatizado a ideia de um presente global originado pelas

redes eletrônicas sublinhando as disjunturas e as relações de poder entre esta temporalidade global única e as múltiplas temporalidades locais, as visões complexas e contestadas de temporalidades globais não são de forma alguma uma invenção da era do computador. (p. 3)

A atual situação que atravessa hoje o mundo marcada por sucessivas crises é um revelador (no sentido heurístico e metodológico do termo), da simultaneidade entre a compressão do tempo e do espaço e a sintonia/partilha do mesmo tempo. Trata-se de uma realidade que poder ser perspetivada à escala da relação entre conjuntos de países – como entre a Europa e o resto do mundo; como no interior da Europa. Destaquemos, a este respeito, os trabalhos de LaGro (2007) precisamente sobre a relevância do tempo, no modo de relacionamento entre países do Norte e países do Sul da Europa e os efeitos destas representações na efetivação da política e integração europeias.

Huebener, O'Brien, Porter, Stockdale e Zhou estão empenhados em mostrar o interesse em conceber os meandros e os efeitos da política de tempos. Nesta linha, destaque-se a discussão que elaboram a partir dos trabalhos de Fabian, nomeadamente em *The time and the other* (2012). Nesta obra, o autor critica o modo como, especialmente no mundo ocidental, se tende a dispor os povos e países em escalas temporais diferenciais e de tipo evolucionista (o mesmo nos parece ser plausível considerar para a análise na Europa).

A análise sobre “novas” e “velhas” formas de colonização, inscritas na globalização, é exemplificada por duas vias. Por um lado, buscando mostrar a persistência de classificações evolucionistas das sociedades colocadas umas à frente das outras que ficam para trás e acompanham menos o progresso:

muitas vezes dizem que as sociedades mais pobres “ficaram para trás”, uma metáfora de distanciamento temporal que implica assumir uma falha por parte de alguém em “acompanhar” o progresso da sociedade. (p. 7)

Por outro, analisando a amplificação da aceleração social que, na mesma linha, marca o modo de vida dominante e desejável da sociedade pós-moderna, mas que inscreve um conjunto de atrocidades aos ritmos e temporalidades de outros povos e sociedades.

A aceleração é, em grande parte, irrevogável e, em redor dela, giram os tempos e as temporalidades mundiais. Um dos paradoxos para o qual Huebener, O'Brien, Porter, Stockdale e Zhou chamam a atenção, prende-se com o modo como a aceleração coexiste de forma oportunista, com a valorização de processos e tempos de antecipação e redução dos riscos, no futuro e com o híper investimento no tempo curto, em prejuízo da “saúde e segurança a longo prazo de atores humanos e não humanos que suportam as consequências do rápido desenvolvimento”, descurando “diferentes níveis biológicos e ecológicos” (p. 7).

No capítulo “Accelerated contagion: understanding the relationships among globalization, time, and disease”, os autores (Yanqiu Zhou e William Coleman), demonstram

aquela tese. Num texto de grande relevância para entendermos o papel da política de tempos e da gestão de tempos face a pandemias globais, os autores insistem na necessidade de distinguir claramente, e do ponto de vista da intervenção, o tempo global da disseminação das doenças e de tomada de decisão à escala mundial, daquele que é o tempo de preparação e reação dos diferentes sistemas de tempo nacionais e regionais:

embora a infraestrutura técnica das redes globais tenha proporcionado uma condição promissora para acelerar a vigilância e a partilha de informações a nível global, outras temporalidades – desafios relacionados – como capacidades diferenciais dos países afetados para responder simultaneamente à crise – ainda estão precisam de ser equacionadas. (p. 20)

Esta ideia sobre o modo como a globalização inscreve promessas sobre “futuros comuns”, ao mesmo tempo que fragiliza de modo inescapável a real possibilidade de virem a ser alcançados, é uma constante nos outros capítulos que integram a obra e deixam-nos a refletir sobre algumas das discussões políticas, a propósito da (falta de) “independência” dos estados-nação, face aos tempos globais.

O livro permite conferir substância a todas as ideias expostas, propondo a leitura de vários capítulos aos quais nos referimos anteriormente. Destacamos, para o efeito, a forma como cada um deles aprofunda o olhar sobre o tempo e a temporalidade na globalização, focando um objeto de análise concreto. Robert Hassan analisa, justamente, este último tópico mencionado questionando a soberania nos tempos da globalização e as relações de poder que se servem, entre os Estados, do tempo enquanto instrumento gerador de conexões e de dependências. Wayne Hope debruça-se sobre a exploração do trabalho no tempo da globalização e a produção de temporalidades em dessincronia no mundo global, que se arrisca a perder o tempo da experiência humana. A relevância dos mercados financeiros na produção do tempo na sociedade globalizada é o ponto central da análise proposta por Simon Orpana. Numa análise cínica e irónica à forma como os mercados financeiros e as suas temporalidades esgotadas são transpostas para os ecrãs, o autor apresenta um conselho:

o que é necessário é uma nova solidariedade do trabalho global, bioinclusivo, uma colaboração dos trabalhadores nos registos afetivo e industrial que possam abordar o presente e o futuro de nossa vida coletiva. (p. 84).

Liam Stockdale debate a relação entre tempo, segurança e política, perante a globalização. Comenta a lógica ardilosa da política ganhar aos eleitorados, procedendo ao que designa ser *pre-empting the future* – a busca da segurança, perante a incerteza que se assume como inevitável, embora se saiba que esta se produz dentro e com a colaboração da globalização:

espera-se, portanto, que, além de melhorar os entendimentos académicos da lógica da prevenção na sua capacidade para ser uma racionalidade global influente sobre a segurança, as considerações conceituais desenvolvidas

aqui possam ter como efeito mais prático o de dar uma pausa ao número crescente de decisores políticos que vêem a chave para a segurança global não apenas no esforço de controle sobre o espaço, mas na própria governança do tempo. (p. 104)

“While the west sleeps” [“Enquanto o ocidente dorme”] é o título do capítulo de Kevin Birth. O autor analisa fenómenos de desajuste temporal à escala global. Por exemplo, diz que nos Jogos Olímpicos de Atenas, certas modalidades foram calendarizadas para decorrer durante o período mais quente em Atenas, de modo a captar mais audiência no mundo. Enfatiza, assim, as discrepâncias de tempo e por que razão a globalização não está a produzir temporalidades homogêneas.

Brent Ryan Bellamy analisa as crises da energia. Citando o futuro encapsulado no livro *The collapse of western civilization* (2014), de Naomi Oreskes e Erik M. Conway, o autor desenvolve a tese, segundo a qual os tempos da globalização continuam a caraterizar-se pela frenética exploração de recursos fósseis, um caminho que desencadeia, no contexto dos desequilíbrios temporais que marcam a globalização, ainda mais discrepâncias e escassez de tempo para repensar outras alternativas.

Este é genericamente um livro de exercício de imaginação sociológica tão necessária à capacitação da política atual.

AGRADECIMENTO

Este trabalho é financiado por fundos nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00736/2020. O Financiamento Plurianual do Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (UIDB/00736/2020) apoiou a tradução deste trabalho.

REFERÊNCIAS

Fabian, J. (2012). *Time and the other: how Anthropology makes its object unknown*. Columbia: Columbia University Press.

LaGro, E. (2007, maio). *The temporality of enlargement: comparing East Central Europe and Turkey*. Comunicação preparada para a Biennial Conference of the European Studies Association (EUSA), Montreal. Retirado de <http://aei.pitt.edu/7944/1/lagro-e-04h.pdf>

Luhmann, N. (1982). *The differentiation of society*. Nova Iorque: Columbia University Press.

Oreskes, N. & Conway, E. (2014). *The collapse of western civilization*. Nova Iorque: Columbia University Press.

NOTA BIOGRÁFICA

Emília Rodrigues Araújo é Professora Auxiliar no Instituto de Ciências Sociais, Departamento de Sociologia e investigadora no Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade. Tem participado em diversos projetos de investigação nas temáticas do

tempo, cultura e mobilidades na ciência e na investigação. Participa em várias associações científicas, tendo diversas publicações nacionais e internacionais sobre as temáticas mencionadas.

ORCID: <http://orcid.org/0000-0003-3600-3310>

Email: emiliararaujo@gmail.com

Morada: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade, Instituto de Ciências Sociais Universidade do Minho, 4710-057 Gualtar, Braga, Portugal

Submetido: 02/09/2019

Aceite: 30/11/2019

HILLAIRE, N. (2019). *LA RÉPARATION DANS L'ART*. PARIS: NOUVELLES ÉDITIONS SCALA.

Dina Germanos Besson

Investigadora independente (psicanalista)

O que dizer sobre este livro? Que não é um livro, mas um monumento (no sentido de um *teatro de memória* ou teatro da memória), ou melhor, um arquipélago. Ele é estonteante. O que Norbert Hillaire empresta da abordagem arquipelágica (mesmo que a expressão não tenha sido usada pelo autor) é a postura do artista que, estrangeiro ou exilado em si mesmo, afasta-se da essência, para olhar o mundo como uma diferença – uma lacuna que constitui um novo significado. Consequentemente, a estrutura é modelada na descontinuidade do tempo, ou melhor, na sua fragilidade, libertando-se de todas as pretensões demiúrgicas, curvando-se sobre “as mais pequenas expressões dos dias seguintes aos dias” (pp. 342-343).

O leitor então compreende o ritmo da obra: cada parte é um encerramento. Mas uma cerca imperfeita que, clandestinamente, sinaliza para a parte que a segue. A obra também é labiríntica, tecida com múltiplas ramificações, onde cada labirinto é separado do seguinte por um desvio, um interstício, um hiato, ocultando um ato artístico. Entre cada *ato* – ou seja, esse evento único que se afasta de qualquer norma estabelecida – e o próximo, o universo esboçado é destruído e renasce: logo que levantados, os fragmentos são destruídos, permanecendo como inacabados (*work in progress*), assim como obras artesanais de artistas que, por serem vulneráveis, quebradas ou justamente feridas, participam de um novo sentido, desregulado e inesgotável, tornando-se obras *abertas*.

Assim, nós caímos de surpresa em surpresa, à imagem desta oportunidade sempre perdida: *um encontro casual entre uma máquina de costura e um guarda-chuva*. O leitor então visita o universo de Ponge, esse poeta que teve apenas um curto intervalo para rastrear o objeto via um inventário poético do léxico, sem delimitá-lo; os estilhaços das palavras de Artaud, “nunca irreconciliáveis e irreconciliados consigo mesmos e com o mundo” (p. 47); o Kintsugi que, em vez de a reparação, tenta, pelo contrário, mostrá-lo, deixar um rastro, redescobrimo a história do objeto, mas um objeto que “se bifurca” ou que não coincide consigo mesmo, inscrevendo-se numa “estética do defeito”. Graças a essa linguagem desviante, ele torna-se um “objeto mais belo”.

De fato, com este livro, assistimos ao colapso do sistema, ou seja, o colapso de todos os dados figurativos ou *clichês*, para ver o surgimento de fragmentos, “uma estética do acidente”, do híbrido, dos trabalhos manuais efêmeros, “de que só nos lembraremos da beleza do gesto que o apoia, e não o objetivo que visa” (p. 116), novas expressões que desconstróem o militantismo e as certezas, o “coeficiente de arte” de Duchamp (p. 88), esta dimensão que foge do alcance de todos, do jogo contínuo que desequilibra as escalas, distorce o excesso ou que recorre à astúcia, ao *métis* e a outras estratégias de

deslocamento: disfarce, travestimento, colagem, logotipo, ornamento e assim por diante... O desaparecimento do “e” de Perec, finalmente, que, evocando “o desaparecimento erigido como um princípio monstruoso” (p. 281), anuncia, por essa falta, o surgimento de uma nova literatura. O livro termina então com um hino à linguagem: um convite para a sua renovação. Cabe ao leitor descobrir isso.

Como classificar este trabalho, tão bem organizado sob a sua aparente desordem, tão humano, tão enigmático? Não podemos dizer que é um livro sobre a arte, ou pelo menos não pode ser reduzido a isto. Também não podemos chamá-lo de “ensaio”, no sentido de uma obra que supõe uma construção, um devir, a tecelagem da irreversibilidade do tempo. Diferentemente, trata-se de migalhas artísticas, onde o tempo redescoberto é concebido como um futuro anterior, como “uma percolação do passado no presente”, como um “passado reinventado” ou como o farfalhar de dois tempos onde um deles já não existe, e o outro ainda não. E dessa fenda surgirá a figura, para usar uma expressão de Deleuze e Bacon (2002, pp. 66-67), à imagem da irrupção involuntária de Combray numa chávena de chá.

A propósito desta obra vertiginosa, portanto, e com um sotaque de Borges, direi: os meus olhos terão visto esse objeto profano e acidental, do qual os homens usurpam o nome, mas que nenhum escritor até então conseguiu abraçar; a reparação impossível. Através dos artistas mencionados, o autor dá forma a esse impossível. E é a maneira singular de apreender o impossível, o seu fracasso, que fará o ato reparador, ou seja, também o estilo do artista.

E qual é o impossível (e não a impotência) que tenta dizer-se ao longo da obra: esse universo inconcebível?

Preso no turbilhão de uma aparente obscenidade que nos impede de acreditar na nossa existência real – à imagem do “patrão” de Robbe-Grillet que se dissolve na decoração ou à imagem desse ilimitado que o autor fala, que visa eliminar o resto, loucuratranshumanista, se houver uma – podemos livrar-nos desse estupor nauseante em que a atmosfera neoliberal nos mergulha, essa mesma experiência do mundo contemporâneo? O obstáculo em que parecemos estar murados não leva nem ao tédio nem ao desespero; não mais do que à revolta – sem dúvida acabada. O resultado virá de um “ar de jazz”, como o outro disse, um ar de jazz como uma arte de viver.

A urgência é de fato abandonar a promessa formatada, objeto pré-fabricado, degradante ao impudor, produto triste e decaído da modernidade. Essa renúncia será acompanhada de outro ganho: uma poética que não existe apenas na poesia. A sua potência, a sua criatividade exerce o seu poder em outro lugar, na vida, sobre a vida. É o gesto artístico que sempre parece estar à espera da sua unidade; e é precisamente essa instabilidade, essa precariedade, que contribuem para tornar a vida um teste permanente de lirismo, condição necessária para a invenção de uma palavra singular, aquela que está em busca de algo, de um objeto que foge, vacilante e improvável; e que coloca a sua interrogação inquieta, à imagem de um íntimo a circunscrever. É este desconhecido do sujeito que as palavras e o ato artístico, nas suas próprias hesitações, nos seus próprios fracassos, tentam definir. O musical surge como o Outro da língua: um *jene sais quoi*

que proclama a nomeação impossível, enquanto glorifica esse ar, fugitivo e volátil, que zomba da sua fuga. Só podemos saudar a caneta do autor que conseguiu introduzir essa música na prosa escrita, um ar que triunfa na sua Veneza e um ar que apenas uma música trémula pode fazer ouvir fugazmente.

Assim, a face obscena das coisas não prevalecerá; e o poder da arte vem da sua capacidade de se dissimular como arte. Caberá a nós decifrar os caminhos difíceis da desalienação, da poesia silenciosa, da pintura falante, albergando a polifonia conflituosa e indizível – como *A Biblioteca de Babel* (Borges, 1993), com uma estrutura cabalística, secretamente trabalhando em todos nós e neste livro. Porque o problema deste drama humano é para sempre sem solução, é, enquanto drama, a própria possibilidade de renovação. Nunca trancado numa linguagem, sempre pronto para a obra, enigma para si mesmo. Incansavelmente.

Tradução: Pedro Andrade

REFERÊNCIAS

Borges, J. (1993). *La Bibliothèque de Babel*. Paris: Gallimard.

Deleuze, G. & Bacon, F. (2002). *Logique de la sensation*. Paris: Seuil.

NOTA BIOGRÁFICA

Dina Germanos Besson é psicanalista em Toulouse, França. Membro de Espace Analytique. Doutora em Psicologia e professora de Literatura Moderna. Autora de livros e artigos publicados em periódicos nacionais e internacionais. Os seus temas de pesquisa tratam dos efeitos do discurso (vínculos sociais) sobre o sujeito e as instituições simbólicas.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-6999-2672>

Email: dina.besson@gmail.com

Morada: 29 rue de Metz, 31000 Toulouse, France

Submetido: 10/09/2019

Aceite: 30/11/2019

**STALDER, F. (2018). *THE DIGITAL CONDITION*.
CAMBRIDGE: POLITY PRESS.**

Helena Barranha

Instituto Superior Técnico, Universidade de Lisboa, Portugal/
Instituto de História da Arte, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa, Portugal

Ao longo das últimas décadas, a palavra “digital” tornou-se recorrente nos mais diversos discursos e meios de comunicação. Usada tanto como substantivo como para qualificar diferentes ações, produtos e experiências, passou a fazer parte do léxico quotidiano surgindo, ao mesmo tempo, como palavra-chave em inúmeros projetos e artigos científicos. Em conjunto, estas distintas abordagens contribuíram para um consenso generalizado em torno da ideia de que as tecnologias digitais condicionam todas as esferas da vida contemporânea. Mas o que caracteriza, exatamente, a “condição digital” em que vivemos? Se a questão era já pertinente em 2016, quando a primeira edição do livro de Felix Stalder foi lançada, a sua relevância é hoje ainda mais evidente.

Num registo e num ritmo sem precedentes, a pandemia de Covid-19 obrigou uma larga percentagem da população mundial a transferir, para meios digitais e em rede, muitas das atividades profissionais, sociais e familiares que, até aqui, decorriam sobretudo em contextos presenciais. Pessoas, instituições e empresas tiveram assim de adaptar-se, num período extraordinariamente curto, a rotinas de teletrabalho, métodos ensino à distância e dinâmicas de socialização por videoconferência. Neste cenário, cujos contornos e impactos estão ainda por apurar, *The digital condition* fornece várias referências que nos permitem compreender melhor a situação em que nos encontramos, assim como refletir sobre os respetivos antecedentes e possíveis desenvolvimentos.

Esta obra reflete o percurso profissional e académico do autor e o trabalho de investigação que tem vindo a realizar, desde os anos 1990, numa área de cruzamento entre a cultura, a política e a tecnologia. A par da sua atividade como professor de cultura digital na Universidade de Artes de Zurich, Felix Stalder colabora com o Institute for New Cultural Technologies e com o Technopolitics Group de Viena, dedicando-se a temas como os novos modos de produção colaborativa (*commons*), a sociedade de controlo, os direitos de autor e a transformação da subjetividade¹.

A estrutura do livro, assente em apenas três capítulos intitulados “evolução”, “formas” e “política”, espelha a clareza com que o autor elabora todo o seu discurso. Na introdução, Stalder apresenta brevemente o conteúdo de cada um destes tópicos e revela também os pressupostos e os objetivos deste estudo, focado nos “desenvolvimentos culturais do Ocidente (transatlântico)” (p. 4) e em “dinâmicas abertas que podem ainda ser influenciadas” (p. 6).

¹ Ver autobiografia do autor, disponível em <http://felix.openflows.com/node/4>

Em linha com textos de referência, no campo da teoria e da história da cultura contemporânea – bastaria pensar em *A condição pós-moderna* de Lyotard (1979) – Stalder constrói a sua reflexão a partir da identificação de um sistema unitário, um novo quadro socio-cultural que descreve como “condição”. Colocar o problema no singular implica, desde logo, reconhecer um conjunto de formas ou características comuns ao amplo espectro de transformações e manifestações culturais ocorridas nas últimas décadas. Ao longo do livro, o autor demonstra, de modo convincente, esta hipótese interpretativa. Nas primeiras páginas, Stalder discute também o conceito de “digital”, notando que os novos média são tecnologias relacionais cuja evolução e alcance ultrapassa a estrita dimensão tecnológica:

por conseguinte, o “digital” denota o conjunto de relações que, com base nas infraestruturas das redes digitais, afeta hoje a produção, o uso e a transformação de bens materiais e imateriais, assim como a constituição e a coordenação de atividades pessoais e coletivas. Nesse sentido, o foco está menos no domínio de um certo tipo de artefactos tecnológicos – o computador, por exemplo – e ainda menos na distinção entre “digital” e “analógico”, “material” e “imaterial”. Mesmo na condição digital, o analógico não desapareceu. Pelo contrário, foi reavaliado e até parcialmente atualizado. Além disso, o imaterial nunca existe inteiramente sem materialidade. (pp. 8-9)

Para além de evidenciar a crescente hibridização entre digital e analógico, material e imaterial, o autor considera que os atributos geralmente associados ao digital – imaterialidade, perfeição e virtualidade – perderam validade (p. 9). Stalder aproxima-se aqui do conceito de “pós-digital”, citando autores como Kim Cascone e Florian Cramer (p. 9). Curiosamente, não é referida Marisa Olson, artista, curadora e crítica de arte que, desde 2006, contribuiu decisivamente para cunhar o termo “pós-internet”, entendido como “um momento, uma condição, uma propriedade e uma qualidade que abrange e transcende os novos média” (Olson, 2011/2015, p. 133).

A globalização dos meios de comunicação de massa está em foco no primeiro capítulo do livro – “Evolution” – no qual Stalder defende que a “Galáxia Gutemberg”, teorizada por Marshall McLuhan na década de 1960, foi substituída por uma nova realidade, marcada pela crise das formas e instituições culturais previamente estabelecidas e pela sua gradual substituição por novas vias, que têm contribuído para “novas dinâmicas políticas contraditórias e conflituais” (p. 4). Nesta síntese histórica, analisa-se a emergência da economia do conhecimento, sucessivamente associada a noções como “sociedade pós-industrial” (anos 1970), “sociedade da informação” (anos 1980) e “sociedade em rede” (anos 1990) (p. 17).

Todavia, importa notar novamente que, segundo o autor, a atual “condição digital” não deve ser vista como uma mera consequência de avanços tecnológicos. Contrariando os discursos tecnocráticos dominantes, o autor parece subscrever a ideia de que “os sistemas tecnológicos produzem-se socialmente e a produção social é determinada pela

cultura” (Castells, 2001/2004, p. 55). Esta visão tem vindo a ser corroborada por vários investigadores, como Charlie Gere que, no livro *Digital culture*, defende que “o digital não diz apenas respeito aos efeitos e às possibilidades de uma tecnologia específica. Engloba e define formas de pensar e de fazer que estão incorporadas nessa tecnologia e que tornam o seu desenvolvimento possível” (Gere, 2002/2008, p. 17). Stalder volta, aliás, a este assunto no final do segundo capítulo, acrescentando que:

em rigor, é impossível sustentar uma distinção categórica entre processos sociais que ocorrem dentro e através de infraestruturas tecnológicas e processos técnicos que são socialmente construídos. Em ambos os casos, os atores sociais tentam concretizar seus próprios interesses com os recursos à sua disposição. Os métodos (ou tentativas) de concretização, os recursos disponíveis e a formulação de interesses influenciam-se mutuamente. Os recursos tecnológicos estão inscritos na formulação de objetivos. Estes abrem campos de imaginação e desejo, que por sua vez inspiram o desenvolvimento técnico. (p. 103)

Outro ponto particularmente interessante na primeira parte do livro diz respeito à “culturalização do mundo”, destacando-se a forma como a sociedade de consumo evoluiu em direção a uma crescente valorização e exploração comercial das dimensões culturais e afetivas (p. 35). Paralelamente, a digitalização e as dinâmicas potenciadas pelas redes criaram uma quantidade infinita de novos conteúdos (“matéria-prima”) e abriram caminho para que a apropriação e a recomposição se tornassem “métodos gerais de produção cultural” (p. 40).

Ao apresentar a “condição digital” como uma “constelação cultural que determina todas as áreas da vida” contemporânea (p. 57), Stalder identifica um conjunto de três características preponderantes e ubíquas: *referentiality*, *communality* e *algorithmicity*, que poderíamos traduzir como referencialidade, comunalidade e algoritmidade, analisados detalhadamente no segundo capítulo, com o título “Forms”.

Referencialidade, comunalidade e algoritmidade tornaram-se as formas características da condição digital porque cada vez mais pessoas – em cada vez mais segmentos da vida e através de tecnologias cada vez mais complexas – participam ativamente (ou obrigatoriamente) na negociação do significado social. Elas reagem, desta forma, às solicitações de uma esfera de informações caótica e avassaladora, acabando por contribuir, assim, para acentuar a sua expansão. (p. 125)

O facto de os públicos terem passado a assumir um papel cada vez mais ativo nos processos de produção e difusão cultural criou também novos desafios para as estruturas institucionais. Para além de digitalizarem e disponibilizarem online os seus acervos, museus, arquivos e outras instituições culturais investem hoje em atividades orientadas para um maior envolvimento criativo dos públicos, como sucede, por exemplo, com a iniciativa “Rijksstudio”, promovida pelo Rijksmuseum de Amesterdão (pp. 76-77).

Por outro lado, as práticas culturais baseadas na auto-referenciação, que constituem um dos principais catalisadores das redes sociais, são indissociáveis de novas dinâmicas de grupo, baseadas num modelo de cooperação flexível. De acordo com o autor, mais do que os indivíduos, são as novas formações comunitárias que assumem e dinamizam três funções essenciais para a “condição digital” – seleção, interpretação e capacidade constitutiva de agir – sendo, portanto, determinantes para a cultura contemporânea (pp. 80-81, 93).

Transversal a este contexto, a algoritmidade surge como resposta à incapacidade humana para gerir as quantidades incomensuráveis de dados que circulam hoje, nas redes, e que são diariamente produzidas por pessoas e máquinas.

Na base ou à frente dos mecanismos sociais da produção cultural descentralizada e em rede, existem processos algorítmicos que pré-classificam volumes imensuravelmente grandes de dados e os convertem em formatos que podem ser apreendidos por indivíduos, avaliados por comunidades e investidos de significado. (p. 103)

Nos últimos anos, vários autores têm problematizado o papel da inteligência artificial e, em particular, o poder dos algoritmos, “o método através do qual acedemos a conteúdos na web e que colonizou quase todos os aspetos da nossa vida quotidiana” (Pepi, 2011, s. p.). Felix Stalder salienta que os algoritmos se têm tornado progressivamente mais complexos e dinâmicos e adverte que, ao incorporarem elementos de personalização e contextualização, estes processos automáticos são cada vez mais instáveis, opacos e ambivalentes. Entre os exemplos apontados, destaca-se o algoritmo de pesquisa do Google, sujeito a permanente revisão e adaptado ao perfil de cada utilizador. Consequentemente, constata-se que estes algoritmos já não visam representar o mundo, mas sim gerar uma realidade que é filtrada e apresentada de modo personalizado (p. 116).

Este poder tendencialmente ilimitado que é conferido aos mecanismos automáticos para organizarem o mundo em que vivemos comporta, obviamente, muitos riscos, sobretudo quando se verifica que as principais plataformas digitais que utilizamos – nomeadamente o Google, o Facebook, o Twitter ou o Instagram – são tuteladas por um grupo restrito de agentes económicos privados que atuam à escala global. Neste contexto, o funcionamento das redes está intimamente ligado ao efeito de monopólio (p. 143), um sistema detido por quem controla não só os dados, mas também os algoritmos que os extraem, ordenam e revelam.

O facto de estes problemas serem ainda insuficientemente debatidos e sujeitos a escrutínio público confere uma especial importância ao terceiro e último capítulo do livro, dedicado à dimensão política da “condição digital”. Nesta parte final, Felix Stalder confronta duas tendências opostas e já amplamente disseminadas, a nível mundial: pós-democracia e *commons*². Segundo ao autor, estamos perante duas vias alternativas que sugerem uma superação da atual crise da democracia liberal e que podem representar novos projetos políticos (p. 7).

² Opta-se, aqui por deixar a palavra na versão inglesa por não existir, em português, um termo rigorosamente equivalente.

A primeira [pós-democracia] move-se em direção a uma sociedade essencialmente autoritária, enquanto a segunda [*commons*] se move em direção a uma renovação radical da democracia, ampliando o âmbito da tomada de decisão coletiva. Ambos os casos envolvem mais do que algumas pequenas alterações na ordem existente. Verifica-se, sobretudo, que ambos estão a conduzir a uma nova constelação política que ultrapassa a democracia representativa liberal. (p. 127)

No ponto dedicado à pós-democracia, Stalder alerta para a inevitabilidade de as desigualdades no acesso à informação gerarem desequilíbrios de poder (p. 135). Este desequilíbrio reflete-se, desde logo, no modo como os utilizadores das plataformas digitais têm acesso apenas a uma pequena parte dos dados que lhes dizem respeito, enquanto os programadores e analistas informáticos ao serviço dos grandes operadores multinacionais têm acesso a toda a informação (p. 135). Neste cenário, existem vários indícios que as redes sociais têm capacidade (e frequentemente exercem-na) para manipular os utilizadores, designadamente para fins políticos e comerciais. O argumento tecnocrático (e antidemocrático) de que “não existe alternativa” para esta manipulação apoia-se normalmente na ideia falaciosa que o ambiente informacional em que nos movemos deve ser otimizado através de mecanismos de controlo que nos são alheios (p. 149). Simultaneamente:

[o termo] “pós-democracia» refere-se a estratégias que neutralizam a capacidade enormemente expandida de comunicação social, desconectando a possibilidade de participar em algo da capacidade de tomar decisões sobre isso. Todos podem expressar sua opinião, mas as decisões são tomadas por um pequeno número de pessoas. (p. 6)

Apesar destas ameaças, Stalder lembra que “todas as formas de poder motivam correspondentes formas de resistência” (p. 149) e aponta os projetos colaborativos em torno de interesses e objetivos comuns (*commons*) como a prova de que existem, efetivamente, alternativas. O autor começa por referir que esta via não é nova nem especificamente ocidental explicando que, embora o termo *commons* só tenha sido aplicado a partir da segunda metade da década de 1990, este conceito estava já implícito nas experiências pioneiras de criação de software livre, desde os anos 1980 (p. 156). Para ilustrar e discutir esta noção, o autor examina exemplos mais recentes, como a Wikipedia, a organização não-governamental Creative Commons ou o projeto colaborativo OpenStreetMap.

As práticas socioculturais baseadas na partilha e na construção colaborativa ganharam um novo significado em tempos de pandemia global. Mais do nunca, verifica-se que as redes não se limitam a representar a realidade; elas condicionam e modelam a realidade individual e coletiva em que vivemos. A par da dimensão informativa das redes, durante o encerramento temporário dos seus espaços físicos, as instituições culturais reforçaram a sua presença online, difundindo digitalmente o seu património e as suas

produções. Concertos, peças de teatro, visitas guiadas, exposições, conferências, programas educativos e muitas outras atividades passaram a estar disponíveis na internet. À semelhança das instituições, também os próprios artistas passaram, cada vez mais, a utilizar as redes como espaço criativo, performativo e comunicativo. Neste contexto, as redes assumiram todo o seu potencial como palco preferencial para o desenvolvimento e apresentação de propostas artísticas diversas, um lugar de encontro preferencial entre os criadores e os seus públicos.

No entanto, e apesar da inevitabilidade de recorrermos mais às redes num tempo em que a nossa liberdade é limitada pela ameaça do coronavírus, importa manter algum distanciamento crítico. Torna-se, agora, particularmente oportuno trazer para o debate algumas das questões formuladas no livro *The digital condition*, nomeadamente: poderão as redes detidas pelos grandes monopólios ser verdadeiramente reconhecidas e apropriadas como espaço público? Conclui-se, assim, que a problematização em torno da “condição digital” constitui um campo ainda aberto para novas pesquisas e reflexões. O livro de Felix Sadler é, sem dúvida, um estimulante e sólido ponto de partida para essa discussão que, desejavelmente, deverá mobilizar os mais diversos sectores da sociedade.

REFERÊNCIAS

Castells, M. (2001/2004). *A galáxia internet. Reflexões sobre internet, negócios e sociedade*. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Gere, C. (2002/2008). *Digital culture*. Londres: Reaktion Books.

Lyotard, J.-F. (1979). *A condição pós-moderna*. Paris: Les Éditions de Minuit.

Olson, M. (2011/2015). Pós-internet: a arte depois da internet. In H. Barranha, S. S. Martins & A. P. Ribeiro (Eds.), *Museus sem lugar: ensaios, manifestos e diálogos em rede* (pp. 123-136). Lisboa: Instituto de História da Arte, FCSH Universidade Nova de Lisboa. Retirado de http://unplace.org/sites/default/files/museus_sem_lugar.pdf

Pepi, M. (2011) Iconology in the age of the algorithm. *Artwrit*, VI. Retirado de <http://www.artwrit.com/article/iconology-in-the-age-of-the-algorithm/>

NOTA BIOGRÁFICA

Helena Barranha é doutorada em Arquitetura (Faculdade de Arquitetura – Universidade do Porto) e Mestre em Gestão do Património Cultural (Universidade do Algarve). É Professora Auxiliar no Instituto Superior Técnico, Universidade de Lisboa e investigadora no Instituto de História da Arte, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa. Foi diretora do Museu Nacional de Arte Contemporânea – Museu do Chiado, de 2009 a 2012, e coordenadora do projeto “unplace: Um Museu sem Lugar”, entre 2014 e 2015. As suas atividades de investigação centram-se atualmente no património cultural, na arquitetura de museus e nas culturas digitais, temas sobre os

quais tem realizado várias conferências e publicações, tanto em Portugal como noutros países. É membro da Associação Acesso Cultura, do ICOM-Portugal e da European Network Association.

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0250-1020>

Email: helenabarranha@tecnico.ulisboa.pt

Morada: Instituto Superior Técnico, DECivil - Arquitectura, Av. Rovisco Pais, 1, 1049-001, Lisboa, Portugal

Submetido: 05/04/2020

Aceite: 06/05/2020