

Arte pública digital e publicidade: um novo espaço relacional?

Helena PIRES, João Martinho MOURA, Ana MELO, Sara BALONAS
Universidade do Minho, Portugal

Palavras-chave: Semiótica do espaço, publicidade exterior, arte digital interactiva, espaço público, espaço relacional

Resumo:

Transitar hoje pelo designado espaço físico é já uma experiência de desligação ao espaço situacional, o que quer dizer uma experiência de desprendimento em relação ao outro, mas também aos objetos, bem como a todos os elementos, de diversa natureza, que compõem a tessitura fenomenológica do quotidiano. A “ecrânização global” (Lipovetsky & Serroy), que é hoje condição da vida urbana, possibilitando o aparelhamento permanente ao ciberespaço, parece anular qualquer vínculo ao espaço territorial. Em particular nas grandes cidades, a ligação simbiótica com os dispositivos tecnológicos, por um lado, e a transformação das múltiplas estruturas físicas numa espécie de “arquitetura de superfície” (Goller), ao dispor da inscrição do simbólico (Highmore), mas também da passagem ao digital, por outro, tornam-nos cada vez mais desatentos e insensíveis à possibilidade do comunicacional acontecer no lugar onde o corpo, o aqui e o agora se encontram.

A publicidade exterior, inserida na paisagem e na experiência urbanas, não deixa assim de ser entendida no seu papel desterritorializante, tal como as expressões ecrã publicitário (ecrã pub) ou hiperpublicidade, usadas por diversos autores, denotam. Porém, a publicidade, aqui entendida num sentido lato, procura hoje novas modalidades de inscrição no espaço e no tempo. Transformadas em espaços “líquidos” (McQuire) de configuração paisagística “difusa” (Mons), as cidades são ao mesmo tempo um desafio à reinvenção de novas formas de socialização e de experienciação. É neste quadro que anunciantes e publicitários procuram “agarrar” os seus públicos-alvo, adotando novos paradigmas comunicacionais. Visando estimular uma experiência emocional e estética por meio de um diálogo entre o corpo, os objetos e a tecnologia, a publicidade aspira a inscrever-se num novo modelo relacional.

A fim de ilustrarmos esta tendência mais recente e de reflectirmos sobre as transformações, ao nível da percepção, da significação e da experienciação do espaço-tempo, que a articulação entre a publicidade exterior e as novas potencialidades tecnológicas operam ao nível tanto individual como vivencial, no espaço público, é nossa intenção basearmo-nos na análise de um caso. B/Side é uma obra de arte digital interactiva da autoria de João Martinho Moura, comissionada pelo Município de Braga, em 2012, ano em que a cidade foi Capital Europeia da Juventude, no contexto do Plano de Regeneração Urbana do Centro Histórico de Braga. Destinada, segundo o artista, a estimular a “experiência pública”, esta obra não deixa de servir simultaneamente o propósito de publicitar, mesmo que de forma indirecta, a própria cidade. O «B» escultórico que serve de interface à referida instalação de arte digital interactiva representa o símbolo do Município de Braga, no quadro de uma estratégia de comunicação institucional, sendo que o público foi convidado a interagir ao ar livre com essa mesma estrutura, precisamente numa das praças mais emblemáticas da cidade, entretanto renovada no quadro de um projeto de reconstrução do centro histórico.

É objetivo desta comunicação dar conta do modo como, neste caso em particular, se reinventam novas formas de experienciação espacio-temporal. A publicidade, seja comercial

ou institucional, por natureza impulsionadora do desenvolvimento de renovadas estratégias comunicacionais, serve aqui de paradigma expressivo da fusão que hoje intertextura a técnica com a estética. Procurar-se-á assim analisar, numa perspectiva inter-semiótica e mesmo interdisciplinar, o modo como os diferentes elementos que participam do fenómeno em estudo interagem entre si, proporcionando-se a uma experiência estética recriadora da própria percepção do espaço público.

Bibliografia

- Sansot, Pierre, 1973. *Poétique de La Ville*, Paris, Méridiens Klincksieck.
- Bachelard, Gaston, 1981. *La Poétique de L'Espace*, Paris, PUF.
- Sennett, Richard, 1994. *Flesh and Stone : The Body and The City in Western Civilization*, New York, Norton.
- Simmel, Georges, 1986. *La Sociologie et L'Expérience du Monde Moderne*, Paris, Méridiens Klincksieck.