

PM

Arch'Art (Heart) - Sítio Artístico e Cultural **Construção de Um Protótipo**

PROJETO DE MESTRADO

Luís Alberto de Vasconcelos

MESTRADO EM GESTÃO CULTURAL



UNIVERSIDADE da MADEIRA

A Nossa Universidade

www.uma.pt

setembro | 2019

Arch'Art (Heart) - Sítio Artístico e Cultural **Construção de Um Protótipo**

PROJETO DE MESTRADO

Luís Alberto de Vasconcelos

MESTRADO EM GESTÃO CULTURAL

ORIENTAÇÃO

Ana Isabel Torres Garcia Portugal

Maria Teresa Duarte de Jesus Gonçalves do Nascimento



Faculdade de Artes e Humanidades

Mestrado em Gestão Cultural

***Arch Art (Heart)* – sítio artístico e cultural: construção de um Protótipo**

Por:

Luís Alberto de Vasconcelos

Relatório para a obtenção de Grau de Mestre em Gestão Cultural

Funchal, 2019

DEDICATÓRIA

Em Memória do Meu Pai António de Vasconcelos

AGRADECIMENTOS

Começo por agradecer a Deus Todo Poderoso. Agradeço de seguida às minhas orientadoras, Professora Doutora Ana Isabel Portugal, e Professora Doutora Teresa Nascimento, pelas suas disponibilidades em me acompanharem neste momento significativo do meu percurso pessoal. Agradeço também o seu alto nível de comprometimento pessoal e científico pela partilha das suas visões e ensinamentos no meu doutrinamento. A salientar, uma profunda dedicação, paciência e estímulos encorajantes sentidos em momentos de crise produtiva, intuindo que para além da cordialidade, uma amizade empática subjaz assomando um grau de proximidade mútuo, sério e elegante.

Agradeço profundamente ao Escultor António Rodrigues por me ter ensinado *a ver*.

Agradeço também à minha mãe Alda Câmara, pelo amor infindável e pela rede de segurança emocional, aos meus irmãos Bernardo Vasconcelos e Dina de Vasconcelos e à minha sobrinha Mariana de Vasconcelos, o meu núcleo familiar íntimo, pelas profundas amizades e ombros de apoio, pois são informalmente das pessoas que mais proximidade têm com este projeto, desde a sua génese conceptual e que muito me impulsionam para que o leve a bom porto quando o desespero aponta.

Agradeço à Elsa Marques e ao Rúben Santos, amigos eternos que me apoiam incondicionalmente em todos os momentos de perto ou de longe.

Agradeço por fim ao Carlos Gouveia, meu sócio empresarial e companheiro de vida, pelo apoio constante e pelo amor demonstrado.

Luís de Vasconcelos

The most beautiful thing we can experience is the mysterious. It is the source of all true art and science.

Albert Einstein (1879-1955)

RESUMO

A questão da Educação Artística na perspectiva da ciência cognitiva é premente para o desenvolvimento equilibrado da espécie humana. Assim sendo, como readequar a apresentação da arte, face às novas exigências tecnológicas e socio culturais?

Este projeto edificar-se-á através do uso das Tecnologias da Informação e Comunicação. Planearemos a criação dum protótipo de sítio a partir de dois pontos: recolha da opinião dos artistas locais, através de um inquérito avaliador das necessidades sentidas pela nossa sociedade relativamente à divulgação da cultura regional e análise de sítios online, com os mesmos objetivos do sítio protótipo, onde a comercialização e a divulgação artística existam.

A questão é: como gerir eficazmente a cultura e a arte, divulgando esta última e promovendo-a através de um sítio acessível à distância de um clique, onde uma fruição e uma aprendizagem educacional estética se efetivem no mundo virtual? Abordaremos esta questão desde a especificidade da gestão cultural, às problemáticas da educação estética e de como a internet e a telepresença podem promover a divulgação e interatividade entre a arte e as pessoas.

Acreditamos que a arte pode alavancar a economia regional se tiver uma divulgação adequada através da educação e do turismo. Analisaremos o “Fenómeno Cultural Islandês” e o “Efeito Bilbao”, extraindo desses exemplos aprendizagens que nos norteiem de futuro.

Creemos que com estes objetivos gerais do projeto possamos divulgar a arte num repositório, num banco patrimonial e interativo. Mas que permita a um artista desenvolver-se, ser autossuficiente na divulgação do seu trabalho e granjear reconhecimento público.

Palavras-chave: Arte, Cultura, Educação, Estética, Internet, Redes Sociais.

ABSTRACT

The issue of Artistic Education, from the perspective of cognitive science, is pressing for the balanced development of the human species. If this is so, how do we readjust the presentation of art in the face of new technological and socio-cultural demands?

This project will be construed through the use of Information and Communication Technologies. We will plan the creation of a site prototype from two points: the collection of the opinion of local artists, obtained through a survey which will seek to assess the needs felt in our society around the dissemination of regional culture and the analysis of existing online sites that meet the same objectives of the prototype site, where marketing and artistic dissemination are present.

The question is: how does one effectively manage culture and art by disseminating it and promoting it through a one-click accessible site, where enjoyment and aesthetic educational learning takes place in the virtual world? We will address this issue from the specificity of cultural management, to the issues of aesthetic education and how the internet and telepresence can promote the dissemination and interactivity between art and people.

We believe that art can leverage the regional economy if it is adequately disseminated through education and tourism. We will analyse the “Icelandic Cultural Phenomenon” and the “Bilbao Effect”, drawing on learnings from those examples to guide us in the future.

We believe that with these general objectives of the project we can disseminate art in a repository, in a heritage and interactive bank. But that allows *an artist* to develop, to be self-reliant in publicizing his/her work and garnering public recognition.

Keywords: Art, Culture, Education, Aesthetics, Internet, Social Media.

Índice de Figuras

| | |
|---|----|
| <i>Figura 1 - A Adoração dos Magos</i> | 19 |
| <i>Figura 2 – RGB/CMYK</i> | 33 |
| <i>Figura 3 – ComingOut</i> | 34 |
| <i>Figura 4 – Parlamento Alemão Embrulhado por Christo e Jeanne Claude</i> | 36 |
| <i>Figura 5 – Impressão Sol Nascente</i> | 36 |
| <i>Figura 6 – Vídeo: Motion Silhouette</i> | 38 |
| <i>Figura 7 – Victor Vasarely, 1906-1997 / Veja-Nor, 1969 / Óleo sobre Tela</i> | 38 |
| <i>Figura 8 – Mobile e Alexander Calder</i> | 39 |
| <i>Figura 9 – Imersão</i> | 55 |
| <i>Figura 10 – Cinema 4D</i> | 55 |
| <i>Figura 11 – A Telepresença</i> | 56 |
| <i>Figura 12 - A Realidade Aumentada</i> | 56 |
| <i>Figura 13 - “Colouring in Disney's augmented reality drawings”</i> | 57 |
| <i>Figura 14 - "OLED build the dreams of the world"</i> | 57 |

| | |
|--|----|
| <i>Figura 15 - "E3: 'How HoloLens will change your world'"</i> | 58 |
| <i>Figura 16 - "O melhor anúncio de sempre numa paragem de autocarro"</i> | 58 |
| <i>Figura 17 - "Reproduções de exposições que podem ser baixadas para equipamentos pessoais;"</i> | 59 |
| <i>Figura 18 – "Mapas de localização quer interna, referente a objectos e serviços expostos, quer externa do edifício, na cidade;"</i> | 59 |
| <i>Figura 19 - "Jogos, cujo conteúdo está relacionado com os objectos expostos, que permitem situá-los num outro espaço e tempo;"</i> | 60 |
| <i>Figura 20 - "Bases de dados de objectos que permitem a visita pessoal ou o estudo personalizado à distância;"</i> | 60 |
| <i>Figura 21 - "Foruns, Twiters, Facebooks, etc, de discussão e informação que criam comunidades de inteligência conectiva."</i> | 61 |
| <i>Figura 22 - Guggenheim de Bilbao</i> | 75 |
| <i>Figura 23 - Gráfico Amostra por Idade</i> | 84 |
| <i>Figura 24 - Gráfico Amostra por Género</i> | 85 |
| <i>Figura 25 - Gráfico Amostra por Profissões</i> | 85 |
| <i>Figura 26 - Gráfico Amostra por Habilitações</i> | 86 |
| <i>Figura 27 - Gráfico Amostra por Localidade</i> | 86 |

| | |
|--|-----------|
| <i>Figura 28 - Gráfico Amostra Uso Habitual da Divulgação na Net.....</i> | <i>87</i> |
| <i>Figura 29 - Gráfico Pergunta sobre a Comercialização do Trabalho</i> | <i>88</i> |
| <i>Figura 30 - Pergunta sobre se tem Agente Promotor</i> | <i>88</i> |
| <i>Figura 31 - Pergunta sobre a Pertinência do Sítio</i> | <i>89</i> |
| <i>Figura 32 - Pergunta sobre o Interesse em Participar numa Rede Social Artística.....</i> | <i>89</i> |
| <i>Figura 33 - Pergunta sobre se Exporia os seus Trabalhos Virtualmente</i> | <i>90</i> |
| <i>Figura 34 - Pergunta sobre a Submissão dos Trabalhos a um Call For Papers com Referee</i> | <i>90</i> |
| <i>Figura 35 - Pergunta sobre a Ponderação de Comercializar os Trabalhos no Sítio</i> | <i>91</i> |
| <i>Figura 36 - Pergunta sobre se Aceitaria a Assessoria de um Manager</i> | <i>91</i> |
| <i>Figura 37 - Pergunta sobre se Sente Confortável no Domínio das Tecnologias da Informação e Comunicação na Ótica do Utilizador</i> | <i>92</i> |
| <i>Figura 38 - Pergunta sobre a Utilização de Programas e Apps para Aceder no Telemóvel</i> | <i>92</i> |
| <i>Figura 39 – 1- ArtPal - https://www.artpal.com/buy/ : ArtPal / Buy Art / Sell Art / Login / Cart/ Search Art 03:20 18/04/19.....</i> | <i>96</i> |
| <i>Figura 40 - 55 - Yessi - https://www.yessy.com/ : Yessy Art Gallery / Buy Art / Sell Art / Your Account / Help / Cart / Search For art All Categories 03:57 18/04/19</i> | <i>97</i> |

| | |
|--|------------|
| <i>Figura 41 - 15 - Artmajeur - https://www.artmajeur.com/en/ : Artmajeur / Buy Art / Sell Art / About / Search/ My Cart / Sign In / Sign Up / Sign Up For Free / Printer / Facebook / Twitter / Share / ? 04:14 18/04/19</i> | <i>97</i> |
| <i>Figura 42 - 46 – Saatchi Art - https://www.saatchiart.com/ : Saatchi Art / Limited Edition Art Prints / The Other Art Fair / Sign In / Register / <3 Sig In with Facebook – Sign In with Google / Cart / Saatchi Art / Paintings / Photography / Drawings / Sculpture / Prints / Limited / Features / Blog / Art Advisory / Art Search / See More 04:39 18/04/19</i> | <i>98</i> |
| <i>Figura 43 - 56 – Zatista - https://www.zatista.com/ : WHY BUY ORIGINAL ART FROM ZATISTA? We'll tell you here / Sign In or Register / Help / Phone / Zatista the Premiere Source of Original Art / Search / All Art / Paintings / Mixed Media / Art Explorer / Inspiration / Let Us Help You / Favourites / Cart / Join Now 04:55 18/04/19.....</i> | <i>98</i> |
| <i>Figura 44 – Arch'Art (Heart) – https://helenadosramos.wixsite.com/archartheart: Arch'Art <3 / Buy Art / Sell Art / About / Heart Magazine / Blog / Search / My Cart / Notificações (Campanha) / Log In / Facebook / Twitter / Youtube / Pinterest / Tumblr / Instagram ..</i> | <i>100</i> |
| <i>Figura 45 - Aqui a Árvore do Menu Principal com os Submenus</i> | <i>100</i> |
| <i>Figura 46 - O sítio a desenhar enquanto protótipo tem como segundas pastas (ao Clicarmos) da Pasta Buy Art: Desenho & Ilustração; Pintura; Fotografia & Impressão; Escultura; Design.....</i> | <i>101</i> |
| <i>Figura 47 - Esquema da Arquitetura do Sítio</i> | <i>101</i> |
| <i>Figura 48 - Preço, Tamanho, Original / Impressão, Assinatura, Tela Esticada</i> | <i>103</i> |
| <i>Figura 49 - Quando Clicamos na Pasta - Sell Art</i> | <i>103</i> |
| <i>Figura 50 - Quando Clicamos na Pasta - About Us</i> | <i>104</i> |

| | |
|---|------------|
| <i>Figura 51 - Quando Clicamos na Pasta – Heart Magazine.....</i> | <i>104</i> |
| <i>Figura 52 - Quando Clicamos na Pasta Blog</i> | <i>105</i> |
| <i>Figura 53 - Quando Clicamos na Pasta Pesquisa</i> | <i>105</i> |
| <i>Figura 54 - A Pasta – Log In.....</i> | <i>106</i> |
| <i>Figura 55 - A Pasta - My Cart</i> | <i>106</i> |
| <i>Figura 56 - Quando Clicamos no Ícone Facebook.....</i> | <i>107</i> |
| <i>Figura 57 - Quando Clicamos no Ícone Instagram</i> | <i>107</i> |
| <i>Figura 58 - Logotipo Final do Sítio</i> | <i>109</i> |

Índice de Matérias

| | |
|---|-----------|
| 1. Introdução | 14 |
| 1.1 Organização do Trabalho | 20 |
| Parte I – EDUCAÇÃO ARTÍSTICA E EDUCAÇÃO ESTÉTICA | 22 |
| 2. Análise da Arte na Atualidade enquanto Processo Cognitivo e Emocional da Formação do Indivíduo: A Integridade Moral assente na Dicotomia da Razão e da Emoção. | 23 |
| 3. O Lugar da Estética na Educação do Indivíduo..... | 27 |
| Parte II – ARTE E TECNOLOGIA / A INTERNET E O VIRTUAL | 32 |
| 4. Devir da Arte mediante as Transformações Tecnológicas e Científicas Comunicacionais do Agora: A Reprodutibilidade da Obra de Arte em Massa - Ícone Cultural | 33 |
| 5. A Arte e a Internet. A Internet como Meio e enquanto Mediadora entre a Obra de Arte e o Fruidor | 42 |
| Parte III – A Cultura e A Gestão Cultural..... | 64 |
| 6. O Fenómeno Cultural Islandês versus o Fenómeno Cultural Regional | 65 |
| 7. A Gestão Cultural como Participação Social e Cultural. | 69 |
| 8. A Gestão Cultural – “Efeito Bilbao”. | 73 |
| Parte IV – O SÍTIO COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO ENTRE A ARTE E O PÚBLICO..... | 76 |
| 9. A Gestão Cultural como Participação Social e Cultural: Plano e Projeto do Protótipo do Sítio Artístico e Cultural..... | 77 |
| 10. O Sítio enquanto Projeto e as Tecnologias da Informação e Comunicação..... | 79 |
| 11. O Inquérito..... | 80 |
| 11.1 Descrição da Organização Escolhida para o Inquérito | 80 |
| 11.2 Metodologia Seguida para a Definição e Implementação do Inquérito..... | 80 |
| 11.3 Justificação das Perguntas Efetuadas..... | 84 |
| 11.4 Análise do Inquérito..... | 84 |
| 12. Estudo dos Sítios Divulgadores de Arte..... | 94 |
| 12.1 Sítios Analisados e Porquê?..... | 94 |
| 12.2 Os 56 Sítios analisados à luz de que Requisitos? | 94 |

| | | |
|------------|--|------------|
| 12.3 | Requisitos provenientes dos Objetivos para o Sítio Protótipo..... | 95 |
| 12.4 | Listagem e Análise dos 5 Sítios selecionados para inspirar a estrutura do Sítio final com a visualização das Pastas do Primeiro Nível..... | 96 |
| 12.5 | Protótipo do Sítio a Desenvolver | 99 |
| 13. | Conclusões | 110 |
| 14. | Bibliografia..... | 113 |
| 15. | Webgrafia | 116 |
| 16. | Fontes das Figuras:..... | 130 |
| 17. | Anexos..... | 134 |

1. Introdução

Este projeto, acalentado pela ação conceptual fomentada pelo Mestrado em Gestão Cultural, norteia-se pela necessidade de criar uma nova dinâmica cultural a nível regional, junto de fruidores de arte, sejam eles artistas, curadores, galeristas ou demais interessados.

O projeto tem como objetivos:

- a) Refletir sobre o modo como a educação artística e a educação estética potenciam o desenvolvimento humano racional, emocional e eticamente.
- b) Analisar a relação que a arte estabelece com a tecnologia e como a arte na internet e no virtual interagem com o social.
- c) Entender como a Gestão Cultural ajuda a conceber um plano dinâmico participativo socialmente.
- d) Percecionar como a arte pode impulsionar a economia.
- e) Auscultar as opiniões dos potenciais utilizadores do sítio através de um inquérito para uma assertividade na edificação da proposta do protótipo.
- f) Avaliar sítios similares ao que se pretende desenvolver.
- g) Propor um protótipo que divulgue a arte e a cultura.

Para uma melhor contextualização da problemática, far-se-á uma breve abordagem do estado da arte, num aspeto específico, como é o da relevância das ciências humanas e da cultura e o papel que a educação estética pode ter na formação do ser humano. Numa época pejada de tanta fealdade oriunda de uma crise económica quase crónica, a arte, o belo, o bem e o bom podem exercer um efeito salvífico.

Sabemos que a arte pode fazer as pessoas *felizes*! Queremos entender como a arte na internet o pode fazer melhor. Podemos assim fazer muito mais pessoas felizes!

A este propósito, um estudo (Stellar et al., 2015) desenvolvido pela universidade de Berkeley na Califórnia apurou que fruir experimentando emoções positivas, onde a admiração ou o espanto estão presentes faz com que os níveis de citocina sejam baixos. Quando estes níveis são mais elevados, esta glicoproteína bloqueia os neurotransmissores como a serotonina (substância que melhora o humor) e a dopamina (substância que melhora a boa disposição e responsável pelo aumento do nível de energia). Recordamos, por exemplo, que o filósofo Espinoza (2009), refere que a “*potência de agir é aumentada ou diminuída*”. A alta energia é natureza positiva que conhecemos como *alegria* e a sua contrária, a baixa, caracteriza a *tristeza*.

É nosso propósito proceder à criação de um protótipo de sítio em que se percecione

em que moldes, através da utilização da internet, se poderá contribuir para a concretização duma dinâmica entre a arte e as pessoas tendo o sítio como mediador virtual. Preocupações essenciais são ainda a compreensão do papel tecnológico, científico e comunicacional que o sítio tem sobre a arte enquanto transformação. Também se equacionará que impacto tem e terá a internet na divulgação artística e cultural. Analisaremos, ainda, como, sem querermos substituir os objetos de arte originais, cuja reprodutibilidade evocará a sua “aura”, segundo Benjamin (1992), podemos propiciar a sua fruição, partilha e comercialização através de um mundo virtual. Teremos como base a produção artística regional almejando no futuro, transpor as fronteiras a uma escala global.

Na Madeira, ainda há muito a fazer no que diz respeito à criação de novas formas de interação artística em termos de dinâmica da gestão cultural. Este sítio oferecer-se-á como uma oportunidade que trará naturalmente algum alento. Os artistas encontram-se fragilizados pelo estado a que a cultura chegou – lembramos aqui o desaparecimento das galerias privadas devido à diminuição do poder de compra e ao descomprometimento cultural político que deixaram a arte ao abandono.

Afirma Chevrier (2003, p.66):

Há um problema quando sentimos a necessidade de preencher o desvio entre uma situação de partida insatisfatória e uma situação de chegada desejável [...] problema de investigação concebe-se como um desvio consciente que se pretende anular entre o que sabemos, julgado insatisfatório, e o que deveríamos saber, julgado desejável.

Porquê este e não um outro problema?

Chevrier (2003, p.67) elenca duas grandes razões pertinentes: A Pertinência Social e a Pertinência Científica.

- a) A *Pertinência Social*, onde a escolha da temática obedece à influência dos valores pessoais daquele que investiga, e em que também se consideram os valores da sociedade onde o investigador se insere. De entre estes valores contam-se: “maior bem-estar pessoal, melhores relações humanas, melhor vida de grupo, trabalho mais eficaz, nível socioeconómico mais elevado, etc.”

Deste modo, a pertinência social pode estabelecer-se espelhando de que forma esta investigação pode facultar respostas às preocupações dos decisores envolvidos na problemática da investigação.

b) A *Pertinência Científica*, que se pode constatar mostrando de que forma ela se integra nas preocupações de quem investiga, e como pode acrescentar novos conhecimentos ao universo epistemológico.

Também Dulce Critelli (12 de Julho de 2004, para. 7) reflete, assim, a ação do investigador enquanto promotor do valor de bem-estar: “Hoje não importa mais se sou diferente dos outros, mas se faço alguma diferença neste mundo.”

Passaram-se sete anos desde que decidimos empreender e liderar um projeto cultural denominado *Heart Magazine*. Serviu de esboço. Está em *standby* e parece-me que ficará assim por ora. O tempo se pronunciará em termos de devir.

Mas ficou assim, suspenso, justamente o contrário do que queríamos na realidade. Assumimos que precisávamos de enveredar por um outro caminho, um percurso académico que nos permitisse uma reestruturação pessoal e profissional. Aspirámos a uma compreensão mais lata e científica que nos dotasse de ferramentas que não possuíamos até então.

Qual a validade de um projeto cultural num contexto político social como aquele em que se vive presentemente no país, mormente a nível regional, onde a cultura é violentamente espezinhada, nada acarinhada e enaltecida?

O psiquiatra José C. Ferraz Salles (1982, p. 116) refere:

Existe entretanto, outro tipo de homem, que sem ser obrigatoriamente um gênio, inegavelmente é sempre um ser excepcional e que, como aquele, é uma soma bem equilibrada, é “animus” e “anima”. É o artista. [...] Mas justamente porque todo o artista é espírito e alma, inteligência e coração, lógica e intuição, observação e sensibilidade, tudo isso e mais uma capacidade de amar que tanto pode ser grandeza como sua fraqueza, por isto mesmo, ele está sujeito muito mais do que o homem comum a não se encontrar, a não se realizar plenamente. O artista sofre da doença da “doença do amor”, conforme ouvi de um deles, ao se queixar de sua dificuldade de ajustamento na sociedade dos ditos seres “normais”. Geralmente as

criaturas comuns dificilmente sabem amar, a não ser a si próprias. O artista é um poço de amor, ama generosamente, incondicionalmente, mas exige muito amor também.

A propriedade comutativa do nosso crescimento pessoal é indissociável da nossa interação com os outros ao nível comunicacional, pois dessa relação que se estabelece, surge o amor que *um artista* exige de outrem. Este estado afetivo está assente numa premissa enunciada por Goethe (citado em Salles, 1982, p.117): “O Homem precisa de ser visto como ele deveria ser e não como ele é, pois assim, poderemos ajudá-lo a ser o que deverá tornar-se.” Para concluir este raciocínio, lembramos o Nobel Albert Schweitzer (Citado em 15 prémios Nobel, 1978, p. 213) num contacto de leitura de um tempo juvenil, que de forma indelével nos marcou: “Não podemos repelir esta responsabilidade. Aliás, a nossa vida não tem sentido se não estiver ao serviço dos outros. É unicamente pelo altruísmo que se pode fazer avançar o Mundo.”

Inegavelmente somos fruto de um processo civilizacional chamado de “O Ocidente”, onde as suas matrizes culturais nos norteiam. A Revolução Papal dos séculos XI-XIII trouxe ao conhecimento um cunho sistémico chamado de *Imitatio Christi*, como “programa moral” onde um caminho vertical direcionado à salvação estaria parcialmente à mão da humanidade através da sua natureza e vontade próprias. Posteriormente Martinho Lutero vem sublinhar esta postura pela afirmação de que é através de uma ocupação profissional que o homem é chamado a cooperar com Deus de forma a concluir a criação divina. O trabalho deixa assim de ser uma maldição, já que liberta o homem. Como diz Phillippe Nemo (2005, p. 72): “Aquilo a que Deus apela ao povo dos seus eleitos não é apenas a contemplar, nem mesmo a pregar, é a transformar o mundo pela ação humana.”

Contudo, muito mais do que um pretexto religioso, a proatividade é um imperativo categórico e ético, sobre o que importa evocar o sociólogo Manuel Castells (1999, p.39) ao afirmar que: “Acontecimentos de importância histórica transformaram o cenário social da vida humana. Uma revolução tecnológica concentrada nas tecnologias da informação começou a remodelar a base material da sociedade.” O ensaio de Castells, a “Sociedade em Rede”, equaciona uma nova forma de organização do social em rede que é muito mais do que um simples fenómeno tecnológico. Utilizando a internet e um sítio construído procuraremos divulgar a arte com o

auxílio das Tecnologias da Informação e Comunicação, em que se estabelecerá uma relação tripla entre sociedade, tecnologia e rede.

Porquê criar este protótipo de sítio? É nossa preocupação dar a fruir a arte de modo a que se resgate a importância que a cultura tem no seio da sociedade e de como influi na sua prossecução evolutiva. Educar para o consumo das expressões artísticas é indispensável, uma educação estética contribuí para um desenvolvimento pessoal emocionalmente equilibrado, que dote as pessoas de um sentido moral e participativo na sociedade.

Socorrendo-nos do relatório de Lupwishi Mbuyamba (2007) a propósito da intervenção de António Damásio na Sessão de encerramento da Conferência Mundial sobre Educação Artística, afirmamos que desenvolver as capacidades criativas para o século XXI é fundamental. Sabemos que o mundo muda constantemente a uma velocidade crescente. Verifiquemos as profundas transformações sofridas, através das tecnologias de informação e comunicação do progresso e da difusão do conhecimento. Estas mudanças de carácter rápido e abrangente alteraram a fisionomia comunicacional Real/Virtual e com elas operaram-se várias transformações significativas na educação e na sociedade em geral. As progressões científicas e tecnológicas recentemente nascidas colocam às sociedades de hoje novos desafios. A construção formativa dos cidadãos quer-se cada vez mais apurada. Solicitam-se pessoas instruídas, competentes, inovadoras e criativas; paradoxalmente aposta-se cada vez mais nas ciências exatas, isto sem contarmos que, em tempos de crise acentuada, as artes e as humanidades parecem desaparecer num contexto cultural, onde não abundam receitas para fomentar a cultura. As artes enquanto produto das ciências humanas, bem como as outras ciências humanas devem ser resgatadas.

António Damásio (como citado em Mbuyamba, 2007) refere que as disciplinas artísticas não são um luxo, mas antes uma necessidade, pois, além de contribuírem para formar cidadãos capazes de inovar, constituem um elemento fundamental no desenvolvimento da capacidade emocional indispensável a um comportamento moral íntegro. Acrescentou ainda que é necessário e urgente voltar a ligar os processos cognitivo e emocional, uma vez que opções morais íntegras exigem a participação simultânea da razão e da emoção.

O objetivo do sítio visa justamente concatenar as pessoas à volta de um propósito comum, que é o de fruir e partilhar a arte e a respetiva produção a uma escala global. Cremos na sua viabilidade. Exemplificamos com uma ainda recente experiência, levada a cabo pelo Museu Nacional de Arte Antiga (MNAA), intitulada “*Vamos Pôr o Sequeira no Lugar Certo*” (2015) que procurava adquirir um quadro de Domingos Sequeira através de uma interatividade

virtual, onde se compram pixéis, cujas receitas arrecadadas visam a aquisição do quadro original. Esta ação demonstrou notoriamente uma adesão crescente por parte das pessoas. Esta dinâmica massiva do social por *crowdfunding*, amplamente difundida pelo virtual e não só, revela-nos que as pessoas não são indiferentes e alheias ao mundo da arte. Aqui entende-se como o Diretor, António Filipe Pimentel, inspirado em outras experiências semelhantes levou a cabo uma atividade que mexeu com Portugal inteiro, promovendo uma sensação de contributo e partilha no pessoal e no coletivo.



Figura 1 - A Adoração dos Magos

Fonte: “Vamos pôr o Sequeira”

A utilização de ferramentas informáticas permitirá às pessoas uma maior acessibilidade ao mundo das artes e da sua produção através de um sítio que as promova através da internet e em rede. A escolha deste tema visa uma partilha global, pois parece-nos claro que a internet é hoje o meio mais assertivo de aglutinar um maior número de pessoas em torno de um foco em particular, neste caso, o da arte e também da cientificidade que dela provém. Obviamente que esta ideia obedecerá a uma pesquisa em que procuraremos entender de que forma as obras poderão serão exibidas, de como a internet é vista como um meio, de como as relações que se estabelecem em rede influenciam as pessoas e o seu pensamento através das linguagens tecnológicas da informação e comunicação que servirão de instrumentos para a construção do sítio.

Tendo como objetivo a concepção de um projeto de sítio, faremos um estudo sobre os vários sítios com propósitos similares, para constatarmos como esses mesmos sítios se relacionam com as pessoas e que tipo de dinâmicas estabelecem. Ainda com esta preocupação promoveremos um inquérito para analisar que anseios e necessidades artístico sociais existem de modo a que, talvez, futuramente sejam plasmadas no nosso sítio artístico e cultural.

1.1 Organização do Trabalho

A apresentação da estrutura do trabalho que de seguida elencamos parte de uma reflexão que ponderou o contexto social, cultural, artístico e educacional a nível regional. Procurámos organizar os conteúdos, de maneira que os mesmos possam contribuir para a validação de um projeto que encoraje e influencie novas atitudes e posturas no que diz respeito à divulgação da produção artística. Também é tida em conta a forma como a representação e apresentação do sítio pode incrementar essa mesma produção e o respetivo consumo através da divulgação artística cultural. Naturalmente, que o desenvolvimento do projeto obedecerá a uma contextualização científica que o valide conceptualmente, bem como contribuirá para o produto do protótipo, onde seja passível a construção de novos dinamismos artístico-culturais, sociais e educativos.

Na primeira parte, acerca da Educação Artística e a Educação Estética, demos importância às questões das ciências humanas, donde a arte é por excelência uma forma imprescindível de educar o ser humano contribuindo para o seu desenvolvimento enquanto pessoa através da razão e da emoção promotoras de uma moral e ética saudável. De forma indissociável contemplou-se a educação estética, a qual tem como objetivo o desenvolvimento máximo e harmónico no todo das nossas faculdades sensíveis e espirituais.

Já na segunda parte, relativamente às relações entre a Arte e a Tecnologia e a Internet e o Virtual, pensámos como a arte se transformou sob a influência tecnológica e que novos caminhos pode trilhar sobre as linhas orientadoras das linguagens das Tecnologias da informação e Comunicação. Abordámos também sob que formas o mundo virtual configurado na internet pode interagir com as pessoas em rede. Procurou-se também compreender a internet como *meio* de comunicação e enquanto mediadora entre a Obra de Arte e o Fruidor.

No que diz respeito à terceira parte, a Cultura e a Gestão Cultural, debruçámo-nos sobre O Fenómeno Cultural Islandês *versus* o Fenómeno Cultural Regional e A Gestão Cultural como Participação Social e Cultural e ainda o “Efeito Bilbao”. Procurámos compreender como estes

fenómenos podem contribuir para influenciar e reformular a realidade regional, no que se refere à produção e divulgação cultural promovendo-a globalmente.

Já na quarta parte, *O Sítio Como Instrumento de Gestão Entre a Arte e o Público*, preocupamo-nos com *A Gestão Cultural como Participação Social e Cultural: Plano e Projeto do Protótipo do Sítio Artístico e Cultural*. Procuramos entender o modo como a gestão cultural pode empreender novas concepções e ações de natureza cultural. Procederemos ainda à análise do inquérito realizado previamente sobre as necessidades culturais e artísticas sentidas junto dos inquiridos e que será tratado estatisticamente; e ainda, *A Mediação Entre o Público e o Sítio*, onde se apresentará a proposta do protótipo do sítio através de imagens.

Parte I – EDUCAÇÃO ARTÍSTICA E EDUCAÇÃO ESTÉTICA

"As emoções qualificam as ideias e as acções, sem elas não reflectiríamos", explica, acrescentando que a investigação actual defende que o desenvolvimento moral e ético se baseia em emoções. A poesia, a dança, o teatro ou as artes visuais podem ser usados para formar e treinar o espírito reflexivo, "o único que vale a pena ter".

Lucinda Canelas (2006), sobre António Damásio, durante a Conferência Mundial de Educação Artística, que a UNESCO promoveu em Lisboa no ano de 2006.

2. Análise da Arte na Atualidade enquanto Processo Cognitivo e Emocional da Formação do Indivíduo: A Integridade Moral assente na Dicotomia da Razão e da Emoção.

¿Qué pensaría un extraterrestre?

Pongámonos en la piel de un habitante de otro planeta que, en su exploración de otras galaxias, llegase a la Tierra, propone Wilson. Sin ninguna duda, se quedaría prendado de un gran número de nuestras obras y expresiones, pero estas probablemente no serían la ciencia ni la tecnología, sino lo que llamamos humanidades, es decir, la cultura, el arte, el pensamiento, la lengua... ¿Por qué debería mostrar interés en nuestra tecnología un ser que ha llegado hasta el punto de poder viajar a otros planetas? ¿Le interesaría el último modelo de iPhone? ¿Acaso la última aplicación para compartir coche? No, es la respuesta obvia. “No tenemos nada que enseñarles”, recuerda el biólogo. “Tened en cuenta que casi todo lo que puede llamarse ciencia tiene menos de cinco siglos”. Probablemente, todos nuestros adelantos les parecerían **obsoletos**. (Barnés, 2014, ¿Qué pensaría un extraterrestre?, para. 1, destaques do autor)

Conjeturar o futuro pode ser pernicioso. Existem muitas questões acima das quais discordamos. A arqueologia trata de *obsoletos* e interessa imenso sobre o ponto de vista cultural. Contudo para um ser muito mais avançado do que nós, nos entender, possivelmente não lhe interessaria ver o *Iphone* ou outros *Gadgets* como meio/media de entendimento? Estará este parágrafo realmente fora do contexto? No entanto compreendemos também o ponto de vista e aonde pretende chegar Wilson: acreditamos que a Cultura e a Arte, o Pensamento e as Línguas, ou seja, as ciências humanas, seriam naturalmente as primeiras fontes de conhecimento que refletem a nossa humanidade.

Se o nosso património cultural é único enquanto espécie é porque reside na procura incessante do belo, do prazer e daquilo que é bom. A Ciência também o procura, mas o mau

uso das ciências exatas e o desenvolvimento tecnológico desembocaram num retrocesso que coloca em perigo as expressões da humanidade e a sua evolução natural quando usa exclusivamente a razão e se deixa limitar pelos meios tecnológicos para se exprimir. Com isto, não queremos de forma alguma menosprezar a cientificidade tecnológica que permitiu nos dias de hoje beneficiar de uma qualidade de vida sem precedentes. No entanto, é claro e distinto que esta racionalidade tem tendência a imperar, visto que em termos de lideranças governamentais, a promoção e propulsão do empreendedorismo competitivo, assente numa mercantilização economicista e consumista, são tendências político-estratégicas de afirmação das nações no planeta em que vivemos.

De forma resiliente e em pequenos nichos, tanto educacionais, de mercado e de produção artística, no singular ou em coletividade continuamos a produzir arte, onde a estética, o belo e o prazer são uma consequência da emotividade, da criatividade, do ato reflexivo de pensar a humanidade e a realidade na qual se inscrevem as ações humanas.

A eterna dicotomia entre a razão e a emoção, sempre presentes como faculdades mentais, dificilmente são vistas como complementares. Veicula-se comumente que pensar com o *Cérebro* logicamente é mais assertivo enquanto garantia de uma melhor forma de vida. Da mesma forma que *Pensar com o Coração* é visto muitas vezes, como uma atitude pouco útil, quando na verdade, as questões emocionais são essenciais ao desenvolvimento do ser humano e por conseguinte da espécie. É desta emocionalidade que nasce a conceptualidade estética de fenómeno transversal, a qual forma pessoas mais completas, cidadãos mais interventivos. Desta forma é claro que educacionalmente separar o processo racional do emocional é um erro crasso para a possibilidade de aprendizagem, pois as capacidades racionais por si só não são suficientemente capazes de promover um processo mental evolutivo, sustentável, completo e eficaz, pois da emotividade intuitiva, decorrente das artes e das humanidades nasce o novo.

Ainda que sabendo que o processo emocional não se desenvolve num compasso idêntico ao cognitivo, segundo António Damásio (como citado em Canela, 2006), não podemos abdicar da educação artística pela limitação de recursos e de tempo. É justamente nesta educação artística que se trabalham as emoções, as quais qualificam as ideias e as ações, num sistema de corpo espelho, em que são dadas a refletir a condição humana. A apatia a que se assiste em tempos de crise ao nível da intervenção cívica é assim agudizada pela escassez cultural. As investigações mais recentes apontam que o devir reivindicativo moral e ético assenta nas emoções.

Voltando à questão das ciências exatas *versus* ciências humanas (a nossa especificidade de professor do ensino das artes visuais), compreendemos e defendemos que a imaginação e a criatividade são absolutamente imprescindíveis na formação de um indivíduo, independentemente da escolha formativa que decidir empreender. A emotividade é coadjuvada pela faculdade da imaginação e pela criatividade enquanto *atitude* de fazer algo sobre alguma coisa. São transversais e comuns em qualquer pessoa. Podem sim ser potenciadas, alargadas, onde novas concepções cosmogónicas possam brotar por efeito da educação *estética*. A validação da relação complementar entre as ciências exatas e humanas demonstra-se no ato criador, onde estudiosos e cientistas são necessariamente intuitivos e criativos. A faculdade da imaginação e a criatividade são responsáveis pelas novas descobertas científicas. A forma de as validar consiste num processo científico demonstrativo, mas com isto não quer dizer que a emoção criadora não esteja presente de forma subjacente ou que não lidere a esperança da descoberta. Para Ken Robinson (como citado em Canela, 2006), especialista britânico em educação artística e criatividade, não faz qualquer sentido esta cisão científica. Mas, curiosamente, defende que as artes têm de ser encaradas metodologicamente como geratrizes impulsionadoras de uma transformação no ensino: “Gastamos muito tempo e energia a tentar fazer com que o actual sistema de ensino assimile as artes, quando devíamos era pensar em formas de criar, através delas, um sistema novo” (para. 3).

Desta forma, o Projeto de Investigação “*Arch Art (Heart)* – sítio artístico e cultural: construção de um Protótipo”, procura criar um sistema visual gráfico com características interativas, usando os domínios científicos e tecnológicos, sociais, artísticos e culturais que promovam a *educação artística*. A ciência e a tecnologia ao nível da construção e da interatividade tecnológica servirão como ferramenta universal, de livre acesso, onde aquilo que se desdobra infinitamente através de um clique são os conteúdos artísticos das ciências humanas e sociais.

Os conteúdos facultados podem ser usados para treinar o espírito reflexivo. Através das emoções desenvolve-se uma consciência moral e ética nos fruidores. Pensar a arte neste domínio comunicacional como um recurso contemplativo e formativo da condição humana é um dos objetivos prementes, pois a sobreposição científica e tecnológica pode levar-nos por caminhos duvidosos, onde uma fragilidade deontológica colocará em causa um livre arbítrio em que a moral e a ética possam não ter lugar. É crucial para o entendimento sociopolítico: para que nas chefias de topo, nos governantes, a virulenta corrupção nos mais diversos quadrantes não grasse, para que se devolvam de forma digna e vertical direitos consagrados na

constituição portuguesa, e plasmados na carta internacional dos direitos do homem. As artes podem contribuir para que essa desertificação de valores não ocorra. Inquestionável é o desenvolvimento das ciências humanas, que são o nosso código genético cultural, onde as artes se promovam, se dignifiquem e sejam reverenciadas como um espólio, um banco de sementes conceptuais, capazes de fazerem germinar a emotividade reflexiva que contribui para a consistência robusta de uma moral e ética que serão definitivamente e brevemente convocadas a definir a prossecução evolucionária da nossa espécie. Acresce ainda, como já foi dito, sendo estes meios os massivamente usados na comunicação atual, se deles nos arredássemos, a divulgação estaria muito limitada.

E para concluir este raciocínio, evocamos as palavras de Sampaio da Nóvoa a propósito de uma intervenção acerca da guerra contra as artes, as ciências humanas e sociais, que não é de agora, e torna a voltar, precisamente, num momento de crise, pois é-lhe atribuída uma utilidade não imediata, tornando-as desinteressantes e descartáveis:

Utilidade imediata? Mas para quê? E para quem? Repita-se: a poesia é a única prova concreta da existência do homem. Ninguém decretou a existência da literatura, das artes e da criação. Ninguém decretará a sua extinção, o seu desaparecimento, a sua inutilidade. Temos um dever de resistência perante esta visão empobrecida do mundo, do conhecimento e da ciência. Não há culturas dispensáveis. (ULisboa, 2014)

3. O Lugar da Estética na Educação do Indivíduo.

A arte como categoria funcional

As obras de arte, tal como as piadas, têm uma função dominante. São objectos de interesse estético. Podem desempenhar esta função de uma forma compensadora se enriquecerem o pensamento e proporcionarem elevação espiritual, garantindo assim um público fiel que a elas sempre volta por forma a encontrar consolo ou inspiração. Podem desempenhar a sua função de um modo que pode ser julgado ofensivo ou degradante. Podem mesmo não ser capazes de fazer despertar o interesse estético que reclamam. As obras de arte que recordamos incluem-se nas duas primeiras categorias: as que elevam e as que degradam. Os completos falhanços desaparecem da memória pública. E é deveras importante o tipo de arte a que aderimos, aquele que incluímos no nosso tesouro de símbolos e alusões, aquele que transportamos no coração. O bom gosto é tão importante na estética como no humor. Mais: o gosto é tudo o que interessa. Se os cursos universitários não começarem com essa premissa, os estudantes terminarão os seus estudos de arte e cultura tão ignorantes como quando começaram. Quando se trata de arte, o juízo estético diz respeito ao que devemos gostar, e (defenderei) o «deve» tem aqui um peso moral, mesmo que não seja exactamente um imperativo moral.” (Scrunton, 2009, p. 94)

Desde a Antiguidade clássica que se estuda e procura entender o Belo. Neste diálogo escrito por Platão (1980), entre Hípias e Sócrates, depois de Sócrates haver rejeitado todas as definições sofisticadas de Hípias, este filósofo define o Belo como algo útil, sendo o inútil por contraponto ao Feio. Para Sócrates, o Belo é aquilo que tem potencialidade, um sentido de energia constante. Relaciona ainda o Belo com aquilo que é ético, justamente quando essa energia é conduzida para o bem, sendo o feio dotado da má utilização dessa energia constante e potencial ou da ausência dela. O Belo é assim conceptualmente percebido como algo que é Bom, de natureza vantajosa e Bem, enquanto proveitoso. O Belo permite ao homem

experimental o prazer advindo da visão e da audição, em suma, dos sentidos, faculdades sensoriais que permitem estruturar esse conhecimento. E quando expectativamente esperamos encontrar uma formulação clara a respeito do Belo, o diálogo acaba com a célebre frase: “O que é belo é difícil” (Platão, 1980, p. 20). Fica assim em aberto uma questão a que vários filósofos procurarão dar sentido através de uma resposta límpida e nada dúbia.

É justamente com o filósofo Schiller (1989) no século XVIII que é criado o conceito de educação estética que sem qualquer hesitação tem uma profunda importância na formação humana. Por muito mais que se escreva acerca deste tema complexo, o qual sofreu várias transformações conceptuais que se somaram posteriormente, importa aqui abordar de forma simples a essência desta *problemática* do Belo e compreender as consequências que a mesma tem sobre a produção cultural e artística da humanidade.

Filosoficamente compreende-se que a resposta a esta temática reside na compreensão do ser humano enquanto sujeito *vivendis*. A Educação Estética permite a um indivíduo encontrar-se e conhecer-se enquanto pessoa, construir psicologicamente a sua relação com o mundo e nele participar. Ou seja, é muito mais do que uma ciência do Belo, de uma ciência de como experienciamos os sentidos. A palavra estética, que “deriva do grego (*aisthesis*) e significa sensação, sentido, sensibilidade” (Isse, 2007, p. 11, itálicos do autor), para Schiller, ganha uma outra complexidade ao conferir-lhe uma sistematização educativa advinda da influência formal de como o homem age para que nasça a beleza e em que contornos essa aprendizagem daquilo que é belo, bem como das respetivas transformações que esse mesmo ato de aprendizagem desencadeia, podem formar um indivíduo. Para ele a noção de beleza existe simplesmente devido à relação equilibrada que se estabelece entre o sentimento e o entendimento chamado de impulso sensível que “parte da existência física do homem ou de sua natureza sensível” (Schiller, 1989, p. 63) Também harmónica é para ele a relação entre a forma e a matéria que denomina de impulso formal que “parte da existência absoluta do homem ou da sua natureza racional e está empenhado a mantê-lo em liberdade” (Schiller, 1989, p. 64).

Ele refere que em conformidade com a utilização de cada um destes impulsos que não são inconscientes, mas sim, frutos de uma educação apreendida, utilizando em primeira instância a emoção ou a racionalidade no momento da fruição, isso condiciona desequilibradamente a fruição. O impulso sensível vai promover a emoção como protagonista do acto de contemplação, já o impulso formal usará predominantemente a razão para justificar com explicações lógicas. Logo, para Schiller, é da maior importância conseguir-se estabelecer um equilíbrio onde no momento do contacto com a obra de arte, se possa efetivamente partir

destes dois impulsos, onde nenhum detém a supremacia sobre o outro. Só desta maneira é que o entendimento do Belo pode ser íntegro e despoluto. Assim se inicia o estudo da Educação Estética que pode ser aprendida respeitando esta premissa equilibrada. E quando tudo parece colocado de forma ordeira, há a constatar que esta aprendizagem tem de considerar ainda, a obrigatoriedade de um terceiro impulso, visto que, o sensível pela sua natureza mutável exige a mudança e o impulso formal de natureza imutável procura a inalterabilidade; e como estes dois impulsos são contrários limitam-se mutuamente, anulam-se reciprocamente. Então não são a razão e a emoção que de forma global caracterizam a natureza humana? Transcendendo este imbróglio dual, Schiller refere que o terceiro impulso a que chama de impulso lúdico é o responsável por uma aquisição equilibrada do valor ideal do belo. O impulso lúdico confere assim uma liberdade que permite ao fruidor desembaraçar-se das limitações racionais e emocionais existentes anteriormente. Este impulso, também aprendido e não inconsciente, permite ao homem apreciar a beleza, pois age como elo entre um estado passivo e sensível e um estado activo e racional. É daqui que resulta a revelação da construção de um homem equilibrado e sensível, onde mais do que uma formação do homem, falamos da evolução da existência humana em termos formativos. E acerca do Homem, Schiller explana:

Sem que tomemos em consideração alguma lei ou fim, ele pode aprazer-nos na mera contemplação e apenas por seu modo de aparecer. Nesta última qualidade, julgamo-lo esteticamente. Existe, assim, uma educação para a saúde, uma educação do pensamento, uma educação para a moralidade, uma educação para o gosto e a beleza. Esta tem por fim desenvolver em máxima harmonia o todo de nossas faculdades sensíveis e espirituais. (Schiller, 1989, p. 103)

Paulo Freire (1975), um educador, pedagogo e filósofo brasileiro inspirado em Schiller, mas pensando a educação enquanto conceito do século vinte, propõe que a verdadeira Educação Estética está mais relacionada com a educação do que propriamente com a fruição de uma obra de arte, embora não anule este pressuposto. Há uma apropriação do conceito. Para Freire, a educação é uma obra de arte enquanto processo criador. Por o ser humano ser inacabado e encontrar-se em constante devir, resulta que, a formação, a procura do

conhecimento e o crescer advindo da necessidade de aprender são uma educação estética. Se a estética lhe confere a liberdade que a ética rege, o homem tem o livre arbítrio de se educar. Contrapõe-se aqui a “Educação Bancária”; conceito criado por Freire, onde a repetição, a transferência conceptual e factual não promove o crescimento de algo novo, de Belo. Esta é para Paulo Freire a Educação Estética enquanto formadora do homem, pois em todos os aspetos vivenciais da existência a autoformação e a formação ministrada têm de ter o impulso lúdico de Schiller que foi trazido para o quotidiano, ultrapassando a mera fruição estética. Este impulso lúdico é capaz de suprimir tudo aquilo que é nefasto ao crescimento natural e sadio de uma pessoa, como os preconceitos morais e éticos, pejados de fealdade, e que atentam à liberdade pessoal de qualquer ser vivente.

Com base nos raciocínios acima elencados, a educação estética de Schiller (1989) e a educação estética de Freire complementam-se. A criação de um sítio, que é um novo recurso educativo, mostra que o impulso lúdico está presente, quer na conceção do projeto em si, quer nas suas diferentes dimensões inerentes à sua construção. A Educação Estética está presente na autoformação educativa do agente cultural e dos atores constituintes e usufrutuários desse objeto de multimédia. Está implícita no ato estético da fruição aquando da seleção da curadoria dos trabalhos artísticos a apresentar, bem como das fruições estéticas dos utilizadores, artistas ou não. Conclui-se que a Educação Estética tem um papel preponderante, onde inevitavelmente a procura daquilo que é ludicamente Belo subjaz de forma tão intrincadamente universal em todos nós.

Para terminar, citamos Frankl (2012, p. 113), o psicoterapeuta sobrevivente a Auschwitz que escreveu que o sentido da existência pode ter três formas diferentes: “1) Criando uma obra ou praticando uma façanha; 2) vivendo uma experiência ou encontrando alguém; e 3) por meio da atitude que assumimos ante um sofrimento inevitável.”

Se a Educação Estética visa a procura incessante do Belo por oposição à estética do Feio, em todas estas três formas de sentido da existência humana, O Belo, o Bem e o Bom devem estar omnipresentes de modo a se efetivarem. São valores que importam à Arte, os quais podem criar uma *aura clarividente* e natural em todos os seres humanos que de forma equilibrada e livre almejem uma evolução harmónica. Como o artista ama incontidamente, uma Educação Estética universal está na base da sua personalidade. Seja amor-próprio ou autoestima, o amor pelo próximo é uma forma real do belo. Frankl (2012, p. 113) afirma que:

O amor é a única maneira de compreender outro ser humano no fulcro mais íntimo da sua personalidade. Ninguém pode ter um conhecimento profundo e completo da essência de outro ser humano a menos que o ame. Por meio do seu amor, fica capacitado para ver os traços e características essenciais na pessoa amada; mais ainda, vê aquilo que há em potência nela, ainda não efectivado mas que deveria sê-lo. Para além disso, por meio do amor, a pessoa que ama, permite àquela que é amada a efetivação dessas potencialidades. Ao torná-la consciente daquilo que pode ser e daquilo em que deveria transformar-se, torna essas possibilidades reais.

Embora o autor se reporte a um amor exclusivo entre dois seres, parece-nos que nos mais diversos tipos de amor, como o de uma mãe, de um pai, de um irmão, de um amigo, de um professor, de um psicoterapeuta, pessoas que de algum modo *amamos* e cujas presenças fazem sentido na nossa vida, todas elas sabem, de uma forma ou de outra pela proximidade, das mudanças significativas que temos a operar em nós próprios.

Os artistas criam ludicamente para comunicar uma forma de amor através da arte, um amor que dá conta das singularidades da cultura humana, nas suas diferentes formas de expressão. Seja uma canção, um poema, um filme, uma pintura, é isso que a humanidade tem de mais *sui generis*, de mais próximo do divino, porque é da continuidade da criação e do convite da co autoria da obra pelo outro que a interpreta e aprecia, que espelha fora de nós as nossas circunstâncias existenciais pessoais e coletivas. Todas estas experiências são uma forma inequívoca de conhecimento e de autoconhecimento, de transformação e de aperfeiçoamento. Acreditamos piamente que Deus tem uma linguagem única para comunicar connosco, através da qual expressa cristalinaamente o seu amor por todos nós. Também é no campo da arte que Ele faz luzir a centelha divina que existe em cada um de nós. E a Arte é também Amor Pelo Próximo.

Parte II – ARTE E TECNOLOGIA / A INTERNET E O VIRTUAL

“a obra pode neste caso, ser comparada a um monstruoso cérebro electrónico que produz estímulos e respostas em virtude de uma série tão complexa de ligações que torna impossível a verificação de todas as suas possibilidades”

Umberto Eco (1932 - 2016)

4. **Devir da Arte mediante as Transformações Tecnológicas e Científicas Comunicacionais do Agora: A Reprodutibilidade da Obra de Arte em Massa - Ícone Cultural**

Os Estudos Culturais devem muito ao crítico cultural, também filósofo e sociólogo Walter Benjamin. Para este autor (2018) a reprodutibilidade tecnológica provocou uma deterioração daquilo a que ele chama de “aura” da obra de arte. Três pressupostos conceptuais elencam-se para a definição da mesma: A “unicidade”, a “singularidade” e a “autenticidade” do objeto artístico. Deixando de parte o original, a reprodução nascida da indústria tecnológica é a responsável por esta decomposição da fruição do objeto real. As reproduções, sejam elas de que natureza forem, obedecem a uma mercantilização exaustiva, tendo em vista permitir adquirir uma reprodução de um original, por um preço simbólico. Reproduções, serigrafias, litografias e outras formas de impressão, não esquecendo o papel predominante da imagem fotográfica, seja em catálogos, panfletos, postais, *t-shirts*, por exemplo, abundantes em *Souvenir / Gift Shops* dos Museus, bem como em livros didáticos de história da arte, que promovem o conhecimento. Recordemo-nos ainda das reproduções a preto e branco ao início, depois com ilustrações sumptuosas que se veicularam para milhares de pessoas que não têm ou tiveram acesso à visita de uma obra de arte patente no seu país de origem ou outro, em que é mais difícil a fruição do objeto real.

Analisemos: a reprodução digital massificada, também deteriora a aura da obra de arte? Que fatores físicos podemos enunciar entre uma obra de arte original e a sua reprodução? A Matéria de que é composta? A presença física? A percepção da escala?

A matéria varia conforme o suporte, papel e tinta - CMYK, monitor / ecrã e luz – RGB, plásticos, cerâmicas, têxteis, etc (Andrade, 2016).

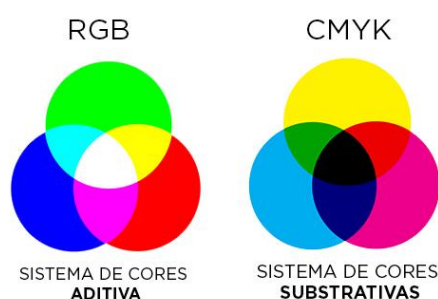


Figura 2 – RGB/CMYK

Fonte: Andrade, 2016

A presença física, *in loco* é talvez o fator físico que se demarca. E a percepção da escala? Nem sempre as reproduções são mais pequenas que as obras, como de hábito. Falando das cópias de pequeno formato, entendemos que mesmo a proporção sendo idêntica, mesmo que com uma legenda onde estão descritas as medidas do objeto a escala da afeta a visualização. A escala reduzida das reproduções deteriora a aura original? E se a escala for igual? Exemplifico com a Exposição *ComingOut* (2015), onde no Bairro Alto as reproduções dos originais obedeciam à mesma escala dos originais, mas onde só um exemplar copiado foi feito.



Figura 3 – ComingOut

Fonte: ComingOut

Levantam-se outras questões: o número de reproduções também influencia a deterioração da aura? No outro extremo? Os cartazes ou papel de parede impresso dos dedos do Criador e de Adão de Miguel Ângelo na Capela Sistina vendidos para cobrir uma parede de apartamento, onde a escala é superior ao original também deterioram a aura? Nem a matéria, nem o tamanho da reprodução deterioram a aura. Tão pouco o número de reproduções comercializadas ou gratuitas. Veremos adiante. Mas antes de explicitarmos estas considerações convém traçar um raciocínio acerca da presença física numa relação direta entre o fruidor e o objeto. Sem qualquer sombra de dúvida, estarmos perante uma matriz primeira num Museu,

onde todo o ambiente museológico cria uma contextualização mística, realizada quer pela arquitetura do espaço, quer pela luz, ou ainda pela cor da parede, a qual é uma experiência ímpar. Logo, perante a visualização da fruição de um ícone de massas, nesse contacto, a aura dilui-se por não termos presente o primeiro objeto? Pode parecer absurdo o raciocínio, mas um imitador de Elvis Presley ou de Marilyn Monroe, figuras icónicas (termo aplicado na aceção de uma pessoa importante, popular), é sempre um imitador, por mais exímia que seja a imagem visual fabricada. Sabemos sempre que são cópias. Esta intuitividade de não estarmos perante o original está bem presente. No entanto fruímos o original por interposição. A não ser que estejamos perante cópias tão magníficas e tecnicamente elaboradas do ponto de vista material em que é precisa uma peritagem para se detetar a autenticidade de um quadro original como acontece no mundo subterrâneo da arte, um mercado negro, onde falsificações habilmente técnicas (e obviamente que não estamos a falar de reproduções impressas) são comercializadas. O que fica diferente na fruição da obra de arte?

Outra questão diametralmente oposta tem a ver com evolução do mundo da arte. A partir da 2ª Guerra Mundial e adentro da segunda metade do século vinte com o Informalismo / Arte Gestual (Arias, s.d) , nasceu uma arte abstrata para expressar sentimentos e impressões tão intensos, que a arte representativa do real não conseguia traduzir. Pense-se, por exemplo, numa pessoa muda, em estado de choque, que gestualiza para se expressar. O objeto artístico não é uma cópia visual da realidade. Perdeu o seu carácter mimético, mas como se faz a ligação à realidade que leva à fruição desse objeto pelo fruidor? Conceptualmente. Consequentemente, com a pujança afirmativa da Arte Conceptual (Conceptual Art International, ca. 1966) na década de sessenta, onde a obra nem tem de existir, sendo o que lhe subjaz é a ideia, assiste-se ao facto de que a obra poderá nunca se materializar definitivamente. Para além disso, as Instalações Artísticas (Portal Vírgula) que proliferam, algumas efémeras, por vezes perecíveis, assiste-se a uma desmaterialização da arte, em que o objeto desaparece ficando somente enquanto documento uma imagem, uma cópia que ateste esse evento. Aí já estamos mais perto do que pretendemos analisar: já estamos a fruir através de uma imagem de memória ou de uma imagem de uma recriação de um objeto de que ficou apenas, não o objecto mas a forma de o construir e recriar quando é necessário. Exemplo disso são os artistas Christo e Jeanne-Claude (Christo and Jeanne-Claude), que embrulharam o parlamento alemão.



Figura 4 – Parlamento Alemão Embrulhado por Christo e Jeanne Claude

Fonte: Sekina, 2019

Quem não viu *in loco* tem o acesso documental através da reprodução. A ideia instala-se no universo artístico como mais importante do que a obra, pois é a gênese da própria obra. Isto terá repercussões impressionantes na forma como percebemos a arte. A deixar como nota, outras formas de expressão artística como a arquitetura e o design, em que a ideia surge primeiro. Depois de muita sistematização conceptual deparamo-nos com o objeto final que esse sim é materializável, ou não. Será Único? Depende das materializações.

Antes de continuarmos, importa recordar que uma obra de arte é um objeto artístico que traz algo de novo ao nível da linguagem plástica, icónica, semântica, etc. São objetos artísticos “charneira”, como se fossem uma peça articulada a um eixo vertical no tempo e no espaço que marcam um fim e um princípio conceptual.



Figura 5 – Impressão Sol Nascente

Fonte: “Conheça Impression, Sol Nascente”

Lembramos, por exemplo, os “ismos” onde novas linguagens se configuram, exemplificamos com o famoso quadro *Impressão Sol Nascente de Claude Monet*. Em 1872 que deu origem ao movimento Impressionista não são as mesmas que aqui o conceito obra de arte abrange em Walter Benjamin (2018).

Aqui, a obra de arte, na nossa perspectiva é empregue no sentido do original que cada objeto tem, o seu valor de culto, único, irrepetível. Mas ironicamente, Benjamin, judeu alemão, sofreu uma influência profunda e politicamente marxista. A politização do acesso universal e democrático pela reprodutibilidade vem combater o elitismo artístico e educar as massas, mas onde a arte fica refém do sistema político em que a propaganda ideológica assume contornos até antes nunca vistos pela reprodução imagética e textual. Donde, a arte como alienação do pensamento, como manipuladora. No entanto, é o sistema capitalista que ganha com esta explosão icónica, economicamente acessível a qualquer bolsa, o que permite a homogeneização da sociedade relativamente a um acesso cultural universal, pois dificilmente e de forma comum é rara a aquisição de objetos artísticos originais. Mas isso não impede, que não se louve a disseminação do conhecimento sobre a arte e a cientificidade posterior que daí adveio. Hoje em dia, com a internet, essa reprodutibilidade é sobejamente bem-vinda, acrescentam-se formatos dinâmicos e interativos para reproduzir o mais fielmente um original, ou para adequá-lo ao sentido da fruição em contextos culturais diferentes e possibilitar uma melhor fruição; que no fundo são cópias de cópias. O mais recente exemplo com que nos deparámos é de um vídeo dentro de um sítio na rede: Motion Silhouette¹ um livro diferente pela interação intensamente ativa na fruição.

¹ Sobre o livro em questão, encontrámos apenas artigos, vídeos e imagens, que nos conferem apenas a seguinte informação, que depositamos em forma de referência, se bem que incompleta:

KAJIWARA, Megumi. NIJIMA, Tathuhiko. (s.d). *Motion Silhouette*. s.l: s.e

A escassez de informação deve-se, provavelmente, ao facto de a publicação não ser recente: todos os artigos publicados datam de 2014. A isto acresce que a única ligação que promete mais informação e que encontramos consistentemente em todos os textos não apresenta qualquer conteúdo (à data de 13 de setembro de 2019): <https://motion-silhouette.tumblr.com/>. Para além disso, o livro é de fabrico manual, como indicam as fontes consultadas. A ligação fornecida para fazer uma encomenda existe, mas mudou de dono, dedicando-se a vários assuntos relacionados com direito: <https://silhouette-about.tumblr.com/>. Tudo isto justifica, portanto, a nossa dificuldade em encontrar o próprio livro, e, por conseguinte, uma referência mais completa. Deixamos abaixo alguns escritos que se referem ao livro em questão:

MAZATL, Néstor. (s.d). *El Libro Japonés de las Siluetas Intercativas de Luz*. Consultado a 23 de Janeiro de 2016, de Alternópolis: <http://alternopolis.com/motion-silhouette/#.VqCJOFrpjH8.facebook>

DOVILAS. (2014). *Interactive 'Motion Silhouette' Book Uses Light And Shadows To Bring Stories To Life*. Consultado a 13 de setembro de 2019 de deMilked: <https://www.demilked.com/shadow-book-motion-silhouette/Motion-Silhouette-|An-Interactive-Shadow-Picture-Book>. (17 de Julho de 2014). Consultado a 13 de setembro de 2019 de feeldesain: <https://www.feeldesain.com/motion-silhouette-an-interactive-shadow-picture-book.html>

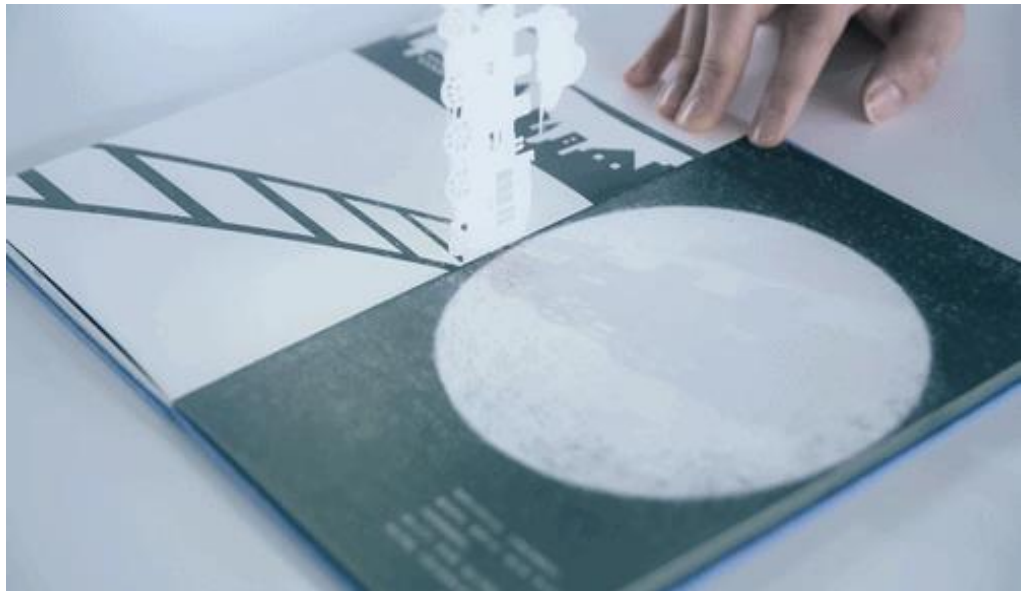


Figura 6 – Vídeo: Motion Silhouette

Fonte: Mazatl, "El libro Japonés"

Lembramos também por exemplo obras Optical Art (Vasarely):

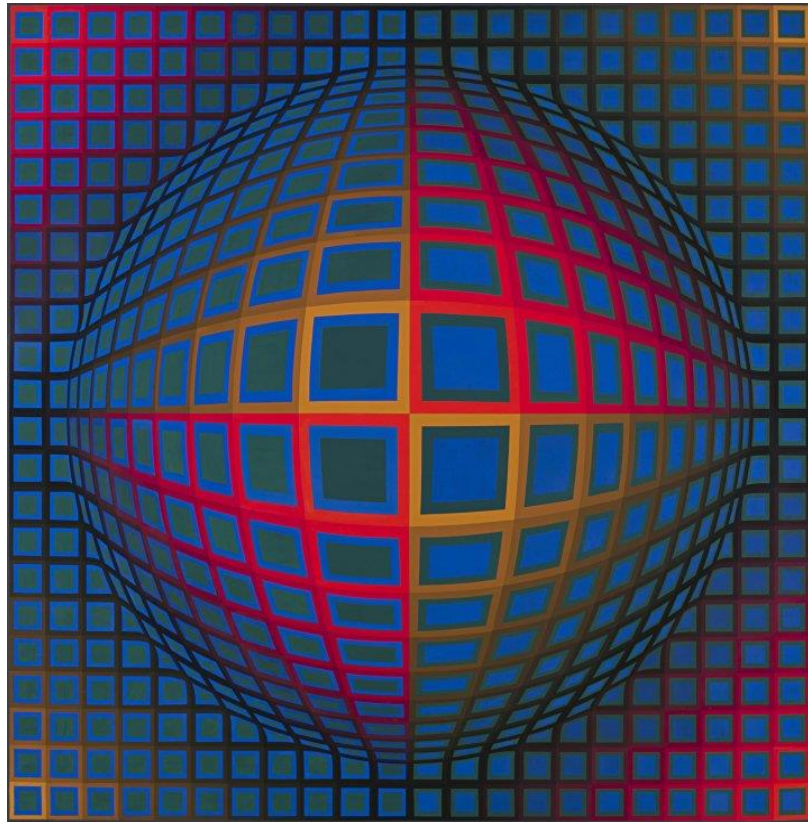


Figura 7 – Victor Vasarely, 1906-1997 / Veja-Nor, 1969 / Óleo sobre Tela

Fonte: Albright-Knox

JOBSON, Christopher. (14 de Julho de 2014). *Motion Silhouette: An Interactive Shadow Picture Book*. Consultado a 13 de setembro de 2019 de Colossal: <https://www.thisiscoolossal.com/2014/07/motion-silhouette-an-interactive-shadow-picture-book/>

e do artista *Alexander Calder* com as suas esculturas onde pela primeira vez o movimento é adicionado à escultura estática pelo ar: *Os Mobiles*. (Lamb, 18 de Janeiro de 2019).

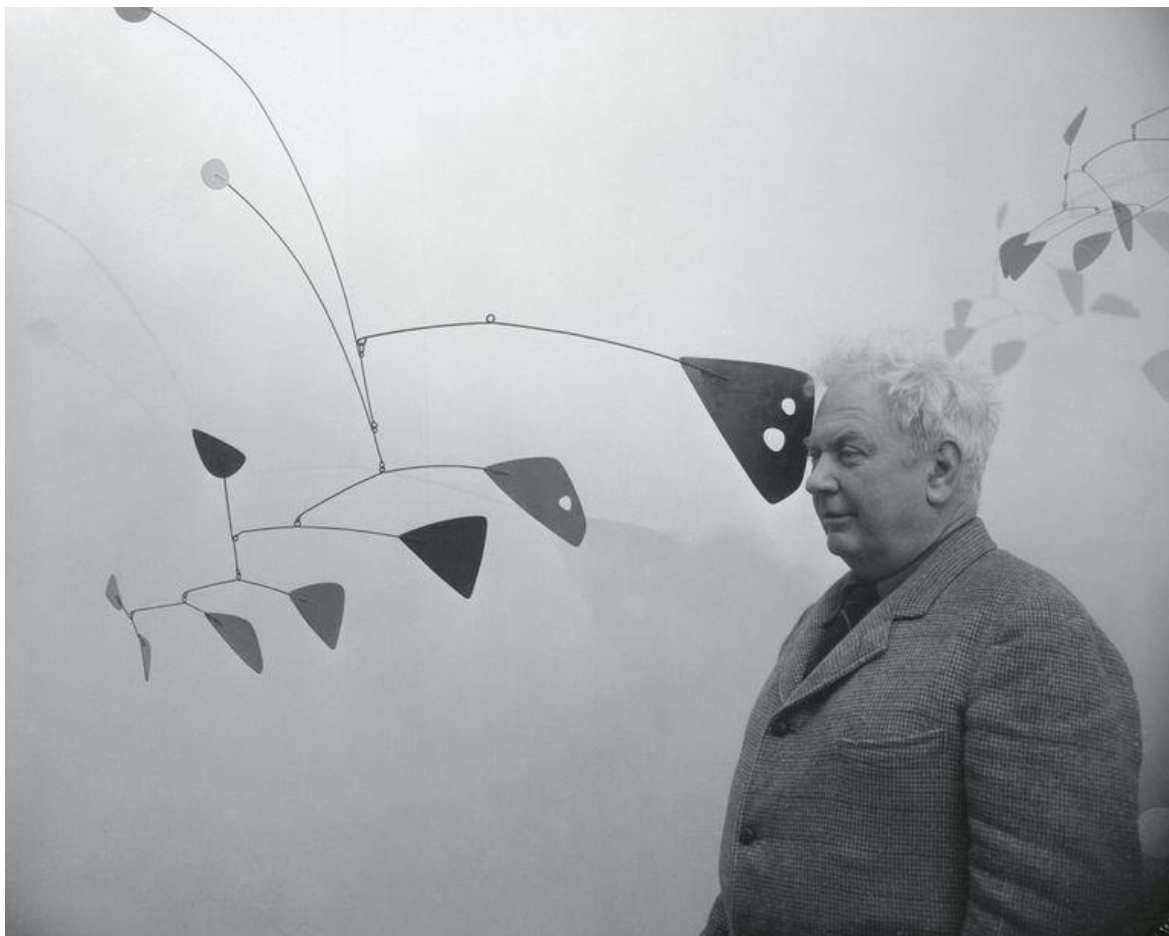


Figura 8 – Mobile e Alexander Calder

Fonte: ThoughtCo.

Aqui a reprodução da arte cinética é conseguida através do vídeo, forma de reprodução bastante mais recente. Benjamin, largos anos antes, também demonstra interesse por esta forma de reprodução. Procura entender a hipnose que a imagem da fotografia animada do cinema e do vídeo detêm sobre o homem. Esta forma mágica permite aos fruidores conceber outras realidades do mundo onde a sua consciência não possuía uma noção anterior de pertença.

Retomemos Benjamin. Em suma, mesmo que a reprodutibilidade tenha alterado substancialmente a relação da produção cultural, e mesmo a da sua reprodução cultural, a obra de arte sempre foi passível de ser copiada. O que irá ser diferente é que o valor de culto prestado a uma obra é na essência o oposto do valor de exposição. Pois bem, se a aura através da reprodução técnica parece, que implicações tem isso na fruição da cópia? Para Benjamin, é justamente na ausência dessa aura que ela se revela. A reprodução, ao invadir o espaço da aura e ao destruí-la, permite-lhe de forma visivelmente renascida para um olhar moderno. A perda

da aura está na origem da própria criação da obra. A morte da aura não implica o seu desaparecimento. Falamos de Morte e Ressurreição.

Avançemos no tempo até aos escritos de *Marshall McLuhan*, acompanhados de Ilharco (2005), em torno das ciências da comunicação. Desde “A Aldeia Global”, “O Meio É a Mensagem” e “Surfar”, são preconizadores dos tempos modernos, onde a tecnologia é um veículo de informação premente e indispensável. A ideia de *Go Global* é McLuhiana, e ainda hoje não entendemos por inteiro o seu espírito visionário à volta do estudo dos media, da comunicação e da tecnologia. Extremamente atual, McLuhan defende que a transformação da nossa espécie assentou sempre mais nas formas tecnológicas da comunicação do que nos conteúdos das mesmas. Numa aceção alargada dos media, estes, porque continuamente ampliam as formas de perceção do ser humano são capazes de transformar o meio envolvente, desencadeando novos equilíbrios de perceção únicos. Sendo o meio a mensagem, ou seja, toda a tecnologia comunicacional do mundo e mais recentemente a internet; e tendo em mente as condições existentes nesse meio, entende-se que somos nós os agentes transformados pela *World Wide Web*. Não pela natureza do seu conteúdo específico, mas em última instância pela sua forma de veicular.

Como consequência da Era Eletrónica para McLuhan, o mundo digital de hoje é permeável à mudança instantânea connosco à procura do equilíbrio numa correria febril em nada pausada como se estivéssemos todos ligados por um sistema nervoso tentacular, onde *surfamos numa onda* carregada de informação eletrónica.

Sendo determinante para a comunicação que se estabelece hoje e no futuro, e das possíveis formas em que se pode configurar e reconfigurar num tempo líquido e moderno, segundo Bauman (2001), o mundo eletrónico e digital é indispensável. O projeto do sítio em desenvolvimento visa adequar-se às necessidades humanas, provocadas pelas tendências tecnológicas e procura *surf* e seguir a fluidez da corrente. De certeza que as transformações vindouras serão muitas. Em termos artísticos, a contribuição do digital tem mudado drasticamente a forma de entender a arte.

Pensemos, então nas “Obras Abertas” do sítio a existir, e lembremo-nos de Umberto Eco a propósito da sua reflexão do Problema da Obra Aberta:

Trata-se, pois, de ver que alteração da sensibilidade estética (ou mesmo da sensibilidade cultural em geral) tais fenómenos implicam, e em que medida podem

ser facilmente definidos pelas categorias estéticas actualmente usadas. (...) Na noção de «obra de arte» estão geralmente implícitos dois aspectos: a) o autor realiza um objecto acabado e definido, segundo uma intenção bem precisa, aspirando a uma fruição que o reinterprete tal como o autor pensou e quis; b) o objecto é fruído por uma pluralidade de fruidores, cada um dos quais sofrerá a acção, no acto da fruição, das próprias características psicológicas e fisiológicas, da própria formação ambiental e cultural, das especificações da sensibilidade que as contingências imediatas e a situação histórica implicam; portanto, por mais honesto e total que seja o empenho de fidelidade à obra que se frui, cada fruição será inevitavelmente pessoal e verá a obra num dos seus aspectos possíveis. O autor não ignora geralmente esta condição da situacionalidade de cada fruição; mas produz a obra como «abertura» a estas possibilidades, abertura que, no entanto, oriente tais possibilidades, no sentido de as provocar como respostas diferentes mas conforme um estímulo em si. A defesa desta dialética de «definitude» e «abertura» parece-nos ser essencial a uma noção de arte como facto comunicativo e diálogo interpessoal.” (Eco, 2000, p. 159)

No sítio que vamos montar tentaremos proporcionar uma experiência estética através das reproduções que não substituem as peças originais, justamente porque para elas remetem. Presentes no sítio, conforme a vontade e o livre arbítrio de cada um na partilha, o objetivo é abrir as portas à influência que a interatividade tem entre os objetos e as pessoas, bem como entre estas, ao nível de um diálogo nas redes sociais.

O sítio terá uma revista de âmbito artístico e um blog, sustentados por um sistema de *referee*. A componente científica contemplará, entre outras, a discussão do que é arte, da sua utilidade e da pertinência do que é educativo ou deseducativo, abrindo-se a artigos sobre artistas emergentes ou consagrados.

5. A Arte e a Internet. A Internet como Meio e enquanto Mediadora entre a Obra de Arte e o Fruidor

Partamos de uma reflexão que se prende com a relação que a internet pode ter com e nos museus.

Em primeiro lugar, interessa destrinçar dois conceitos que podem suscitar alguma confusão conceptualmente. A arte na internet não pode ser confundida com a *net art*. Esta última é uma forma de expressão criativa que aparece com o desenvolvimento das tecnologias e é concebida para o *meio* internet. Não obstante, uma e outra são importantes e complementam-se. O sítio, que veicula a arte na internet pode ser, ele próprio, uma obra de arte. Os vários tipos de *designs*, gráfico e de comunicação desenvolveram-se através de uma cientificidade tecnológica e sistemática erigida a partir de uma matriz conceptual, que comporta os elementos estruturais da linguagem plástica, como o ponto, a linha, a textura, a forma, a composição, a cor, os valores (claro-escuro), entre outros. São estes mesmos elementos que dão origem às mais variadas formas de expressão artística como o desenho, a pintura, a escultura, a arquitetura, o cinema, a banda desenhada (entre outras). Em suma, são linguagens visuográficas, de natureza vária, independentemente de serem mais ou menos *desenhadas* (*cosa mentale*²) (Costa, 2009) expressiva e ou rigorosamente técnicas sem sequer termos em linha de conta a produção analógica e/ou a digital dos dias de hoje. A internet é edificada com base nesta linguagem, independentemente das programações informáticas pois o belo e o funcional são também contemplados. O que interessa aqui é sobretudo compreender como a internet divulga a produção cultural. Este excerto de um texto de Inês Albuquerque é explícito:

De facto a Internet é hoje em dia um dos meios de comunicação mais estruturantes do nosso contexto social e cultural. Influencia, entre outras, áreas como a política, a economia e os negócios, as comunicações, as relações pessoais, e claro, a arte. Transformou a nossa relação com as noções pré-concebidas de espaço, tempo, fronteiras. Tornou o mundo acessível de forma imediata e global,

² Leonardo da Vinci atribuiu esta classificação à pintura. No entanto, o que subjaz a qualquer expressão artística é o desenho, desígnio como ideia.

possibilitando a divulgação de informação a velocidade instantânea, ignorando fronteiras geográficas, fusos horários e até idiomas. Deu origem a uma forma de organização social que pretende ser não hierárquica, baseada na democracia de acesso, e na qual os indivíduos se relacionam de acordo com interesses comuns, formando comunidades de elementos localizados em qualquer ponto do globo. Aproximou pessoas e lugares e possibilitou uma nova forma de existência: a existência virtual. (Albuquerque, 2009)³

Levanta-se uma questão pertinente, a existência virtual é capaz de eclipsar a real? Estaremos a entrar numa esfera onde a socialização e também a fruição serão cada vez mais virtuais? No caso da arte, o virtual substituirá os museus e as galerias? Embora esta seja uma questão do nosso tempo, na verdade, e talvez por estarmos num período de inovação tecnologicamente juvenil e com contornos ainda não inteiramente nítidos, onde nem estudos sociológicos profundos foram fundamentados, como lidar com esta dualidade em termos socioculturais?

O que está efetivamente a acontecer é que cada vez mais temos as páginas de sítios das galerias, dos museus, de centros artísticos privados ou estatais, assim como os sítios dos artistas onde eles se dão a conhecer mundialmente. Todos estes agentes produzem e divulgam arte e remetem para o original. A internet, ou o virtual passa a ser um recurso mediático quer enquanto

³ Relativamente à referência, temos que deixar uma nota. O Artigo original, que referenciamos, foi consultado e citado a 15 de Janeiro de 2016, através da ligação seguinte: <http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/lusocom/8lusocom09/paper/viewFile/190/166>. Dada a longevidade da elaboração do trabalho (um período de aproximadamente de 3 anos), enfrentámos o problema de muitas hiperligações ficarem indisponíveis. Esta foi uma delas, o que justifica o facto de não termos indicado a localização paginal da citação. Apercebendo-nos atempadamente do problema e foi possível contorná-lo através da única outra fonte encontrada na internet. Aproveitamos para denunciar o plágio, visto que encontrámos este texto também na seguinte ligação: <http://artesdaivarrah.blogspot.com/2015/01/a-arte-e-internet.html>, e foi a partir dele que confirmámos que a citação existe.

Este apresenta uma cópia do artigo, sem indicar a devida autoria. Citamo-lo tendo a certeza deste facto, produto da nossa memória da leitura do primeiro artigo, pela ligação fornecida. Em todo o caso, sabemos que o artigo original pode ser consultado pela seguinte referência:

ALBUQUERQUE, Inês Mécia de. (2009). A arte de Internet: na fronteira entre Arte e Tecnologia. VIII LUSOCOM. Anais do VIII Congresso LUSOCOM. Lisboa

elemento catalisador de novas experiências e elemento aglutinador de pessoas para usufruírem dessas experiências. Na Região Autónoma da Madeira, o virtual ainda é incipiente. Na verdade, flagrantemente a maior parte dos museus não tem um sítio, e, dos poucos que existem, alguns não funcionam ou abrem, ou estão em constante manutenção. Apercebemo-nos que, quando muito, aquilo de que se dispõe resume-se a uma página única pouco dinâmica.

De modo a podermos validar as afirmações acima descritas, procurámos afincadamente provar que dos órgãos competentes, tais como a Direção Regional do Turismo e Cultura, e a Direção Regional de Cultura, pouco investem em criarem sítios mais dinâmicos e interativos de modo a cativarem o público e os turistas, gerando, assim, maiores receitas que se traduzam numa Madeira que tem para oferecer muito mais do que natureza. Só desta forma é que poderá nascer na ilha um polo cultural e artístico visível e anímico.

Os seguintes sítios foram retirados do sítio na web “Visit Madeira” (Museus, Visit Madeira) dedicado aos Museus na Madeira, no dia 14 de Setembro de 2019, cuja tutela é da Direção Regional de Turismo e Cultura e da Madeira Cultura (Museus, Madeira Cultura) (doravante referida como MC (DRC)), que são páginas que oferecem a opção de dispor o seu conteúdo em mais do que uma língua. Houve também alguns sítios que encontramos, os quais nos orientaram diretamente para páginas do Facebook:

1. Casa Museu Frederico de Freitas: Sem Website, mas tem página na Madeira Cultura (DRC):

<http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/CasaMuseuFredericodeFreitas/tabid/188/language/pt-PT/Default.aspx>

2. Casa Colombo Museu do Porto Santo: <http://www.museucolombo-portosanto.com/home.html> (em funcionamento). Possui também página na MC (DRC):

<http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/CasaColomboMuseudoPortoSanto/tabid/189/language/pt-PT/Default.aspx>

3. Mudas. Museu de Arte Contemporânea da Madeira: Sem Website, mas tem página na MC (DRC): <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/MudasMuseudeArteContempor%C3%A2neadaMadeira>
4. Museu de Arte Sacra: <http://www.masf.pt/homepage.html> (em funcionamento).
Contém página na MC (DRC): <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/MuseudeArteSacradoFunchal/tabid/187/language/pt-PT/Default.aspx>
5. Museu da Baleia: <http://www.museudabaleia.org/pt/> (em funcionamento). Tem também página na MC (DRC): <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/MuseudaBaleia/tabid/184/language/pt-PT/Default.aspx>.
Facebook: <https://www.facebook.com/museu.baleia.madeira>
6. Museu do Bordado e do Artesanato: Sem Website, mas tem página na Madeira Cultura (DRC): <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/NuacutecleoMuseoloacutegicodoIVBAM/tabid/192/language/pt-PT/Default.aspx> , cujo nome é Núcleo Museológico do Instituto do Vinho, Bordado e Artesanato da Madeira.
7. Museu do Brinquedo: Existe um site que não é do Museu, embora o refira. O Museu do Brinquedo está num espaço dentro do Armazém do Mercado, cuja página na web é: www.armazemdomercado.com . Tem página na MC (DRC): <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/MuseudoBrinquedodaMadeira/tabid/195/language/pt-PT/Default.aspx>
8. Museu CR7: <https://museucr7.com/> (em funcionamento). Não tem página na MC (DRC).
9. Museu A Cidade do Açúcar: Não tem página na web. Tem página na MC (DRC): <http://cultura.madeira->

edu.pt/museus/Museus/MuseuACidadedoA231250car/tabid/194/language/pt-PT/Default.aspx%20 (em funcionamento). Tem Facebook: <https://www.facebook.com/pages/category/Contemporary-Art-Museum/Museu-A-Cidade-do-A%C3%A7%C3%BAcar-265758260456891/>

10. Museu Engenho da Cana de Açúcar: Não abre o website e remete-nos para o Facebook: <https://www.facebook.com/sociedadedosenhenhosdacalheta/>
11. Museu Etnográfico da Madeira: Não tem página na web. Tem página na MC (DRC) <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/MuseuEtnogr225ficodaMadeira/tabid/186/language/pt-PT/Default.aspx>
12. Museu do Farol da Ponta do Pargo: Não tem Website nem está presente na página da MC (DRC).
13. Museu Henrique e Francisco Franco: A página do Visit Madeira indica que existe um website, que se encontra no domínio da Câmara Municipal do Funchal, mas ao entrar na página é-se informado de que “Não foi possível encontrar a página solicitada”. A ligação é : http://www.cm-funchal.pt/pt/?option=com_content&view=article&id=340&Itemid=282 .Tem página na MC (DRC): <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/MuseuHenriqueeFranciscoFranco/tabid/197/language/pt-PT/Default.aspx>
14. Museu de História Natural: O Visit Madeira indica a existência de um Website, mas o website para o qual o utilizador é remetido é para a página de uma revista online do Brasil SRA – Recursos Naturais e Meio Ambiente: <http://www.sra.pt/jarbot/> . Não tem página na MC (DRC). Este e o seguinte têm nomes semelhantes. Não temos a certeza quanto ao facto de se referirem a entidades diferentes. O que é certo que os contactos indicados são diferentes.

15. Museu de História Natural do Funchal: Na Opção “Abrir Website”, somos remetidos para uma página da MC (DRC): <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museums/FunchalMunicipalMuseumNaturalHistory/tabid/239/language/en-US/Default.aspx> . Está encerrado para obras de remodelação.
16. Museu da Imprensa da Madeira: : Na Opção “Abrir Website”, somos remetidos para uma página no Facebook: <https://www.facebook.com/museuimpresmadeira?fref=photo> . Não tem página na MC (DRC).
17. Museu da Madeira Wine: Tem website: <http://www.blandyswinelodge.com/pt/> (em funcionamento). Tem página na MC (DRC): <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/MadeiraWineCompany/tabid/289/language/pt-PT/Default.aspx>
18. Museu Militar da Madeira: Remete para uma página da MC (DRC): Sem Website. Tem página na MC (DRC)<http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/MuseuMilitardaMadeira/tabid/805/language/pt-PT/Default.aspx>
19. Museu Monte Palace: Tem website: <https://montepalacemadeira.com/desktop/> (em funcionamento). Existe também uma página na MC (DRC): <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/FundaccedilatildeoBerardo/tabid/295/language/pt-PT/Default.aspx> , cujo nome é Fundação Berardo.
20. Museu de Óptica da Madeira: Contém um website, que não funciona: <http://www.madeiraopticsmuseum.com/> (14 de Setembro de 2019).
21. Museu de Fotografia da Madeira – Atelier Vicente’s: A ligação fornecida é problemática: <http://photographiamuseuvicentes.gov-madeira.pt/> . Após 5 anos de

encerramento para trabalhos de requalificação reabre a 29 de Julho de 2019. Conjecturamos que o website estará em atualização.

22. Madeira Story Center: Contém um website: <http://www.madeirastorycentre.com/pt/>
Tem página na MC (DRC), se bem que vazia de informação: <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/MadeiraStoryCentre/tabid/204/language/pt-PT/Default.aspx>
23. Núcleo Museológico do Palácio de São Lourenço: Ao Clicarmos na opção “Abrir Website” somos remetidos para uma página da MC (DRC): <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/Pal225ciodeS227oLouren231o/tabid/297/language/pt-PT/Default.aspx>
24. Museu da Quinta das Cruzes: O Website não abre: <http://www.museuquintadascruzes.com/>. Há uma página na MC (DRC): <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/MuseuQuintadasCruzes/tabid/182/language/pt-PT/Default.aspx>
25. Núcleo Museológico Rota da Cal: <https://sites.google.com/site/rotadacal/> (em funcionamento). Tem página na MC (DRC), com uma gralha no título “ Núcleo Museológico da Rota do Cal”: <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/N250cleoMuseol243gicoRotadoCal/tabid/293/language/pt-PT/Default.aspx>
26. Núcleo Museológico Solar do Ribeirinho: Ao Clicarmos no “Abrir website” somos remetidos para uma página web da Câmara Municipal de Machico: https://www.cm-machico.pt/index.php?pag=nucleo_museologico . Tem página na MC (DRC): <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/N250cleoMuseol243gicodeMachico/tabid/205/language/pt-PT/Default.aspx>

27. Museu da Vinha e do Vinho: Ao clicarmos na opção “ Abrir website, somos remetidos para uma página da MC (DRC): <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/MuseudoVinhoedaVinha/tabid/196/language/pt-PT/Default.aspx> . Aparentemente, na página da MC (DRC), o título do museu é “Museu do Vinho e da Vinha”, embora no texto da página se faça referência ao museu como “ Museu da Vinha e do Vinho”.

A partir daqui são páginas somente encontradas na lista de museus disponibilizada pela MC (DRC):

28. Fortaleza de São Tiago: <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/FortalezadeS%C3%A3oTiago/tabid/185/language/pt-PT/Default.aspx>

29. Núcleo Histórico de Santo Amaro – Torre do Capitão: <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/NuacutecleoHistoacutericodeSantoAmaro/tabid/199/language/pt-PT/Default.aspx>

30. Museu da Eletricidade – Casa da Luz: <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/MuseudaElectricidadeCasadaLuz/tabid/183/language/pt-PT/Default.aspx>

31. Fortaleza de São João Batista do Pico: <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/FortalezadeS%C3%A3oJo%C3%A3oBaptistadoPico/tabid/1190/language/pt-PT/Default.aspx>

32. Centro Cívico e Cultural de Santa Clara – Universo de Memórias de João Carlos Abreu: <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/UniversodeMem243riasJo227oCarlosAbreu/tabid/203/language/pt-PT/Default.aspx>

33. Núcleo Arqueológico da Junta de Freguesia de Machico: <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/N%C3%BAcleoArqueol%C3%B3gicoJuntadeFreguesiadeMachico/tabid/291/language/pt-PT/Default.aspx> Com a informação de estar em construção.
34. Núcleo Museológico da Casa do Povo do Caniço: <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/N%C3%BAcleoMuseol%C3%B3gicodaCasadoPovodoCani%C3%A7o/tabid/1173/language/pt-PT/Default.aspx>
35. Núcleo Museológico Mary Jane Wilson: <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/FortalezadeS%C3%A3oJo%C3%A3oBaptistadoPico/tabid/1190/language/pt-PT/Default.aspx>
36. Parque Temático da Madeira: <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/ParqueTemaacuteticodaMadeira/tabid/287/language/pt-PT/Default.aspx>

O sítio da MC (DRG) indica a existência das seguintes Casas da Cultura:

37. Casa da Cultura da Câmara Municipal de Câmara De Lobos: O sítio remete-nos para a página da Câmara Municipal: <http://www.cm-camaradelobos.pt/>
38. Casa da Cultura da Câmara Municipal de Santa Cruz: O sítio remete para uma página não existente dentro do sítio da Câmara Municipal: <http://www.cm-santacruz.pt/cultura>
39. Casa da Cultura Da Câmara Municipal de Santana: O sítio remete para uma página não existente dentro do sítio da Câmara Municipal: <https://www.cm-santana.com/pt/cmsantana>

40. Centro de Promoção Cultural de São Vicente: O sítio remete-nos para a página da Câmara Municipal: <http://www.cm-saovicente.pt/>

O sítio da MC (DRG) indica a existência das seguintes Galerias de arte:

41. GALERIA DOS PRAZERES: <http://galeriadosprazeres.com> , em não funcionamento

42. INFOART – Galeria da Secretaria Regional do Turismo e Transportes: Outrora existia a “Galeria de Arte do Turismo”: <http://srtt.gov-madeira.pt/> , em não Funcionamento

43. MOURARIA – GALERIA DE ARTE : Temporariamente Encerrada

44. PORTA 33 – GALERIA DE ARTE: <https://www.porta33.com/> (em funcionamento)
2019

Não encontramos na Visit Madeira e na MC (DRC) os seguintes espaços de galeria, que sabemos existirem:

45. Design Center - Nini Andrade Silva, cujo sítio na web é:
<http://www.niniandradesilva.com/pt/design-centre/> (em funcionamento)

46. Quinta Magnólia: Esta quinta já abriu ao público com um Centro de Artes nas mãos de Ana Teresa Klut. Podemos dizer que esta galeria veio suprimir a falta da antiga Galeria de Arte do Turismo. Congratulamo-nos pelo novo centro de artes no Funchal:

Requalificada, a Quinta Magnólia está agora aberta ao público, que já pode usufruir dos jardins, espaços infantis, do circuito desportivo, dos cinco campos de ténis e três de padel (pagos) e da nova galeria de arte dedicada à arte contemporânea, encaixada na Casa Mãe -

edifício igualmente requalificado, e que se estreia com a exposição ‘em viagem...’, que contou com a curadoria de Márcia Sousa e Rita Rodrigues. A mostra de arte compõe-se com obras de 22 artistas madeirenses – alguns a trabalhar fora da ilha – e estará patente até 31 de Janeiro de 2020. O novo Centro de Artes Plásticas da cidade, fica sob orientação de Ana Teresa Klut. (Nunes, 31 de Julho de 2019)

Não entendemos como a Secretaria Regional do Turismo e Cultura em concertação com a Secretaria da Educação não visa criar mecanismos de fomento de receitas aproveitando o turismo da ilha, “vendendo”, para além da natureza, a arte e a cultura. Os recursos humanos existem. Pessoas com formação superior nas mais diversas áreas podiam ser requisitadas com o intuito de resolver este marasmo instalado. Aliás, existem professores das artes, destacados para criarem atividades lúdico-pedagógicas em museus, sobretudo para um público estudantil. Os Mestrados em Museografia, Museologia e em Gestão Cultural têm sido algumas das muito poucas apostas feitas até aqui, tendo em conta o número de edições dos mestrados. Mas a ressalvar é o facto de que a internet nos museus não funciona, nem como sítio nem como serviço facultado com a criação de aplicações móveis (App) a serem usadas nos telefones de quem visita. Irónica e paradoxalmente lemos num relatório da Direção Geral do Património Cultural que para o triénio 2017-20, o plano de formação de pessoal da DGPC define seis objetivos estratégicos: “I. melhorar a comunicação; II. estimular uma cultura de qualidade; III. incrementar a participação; IV. desenvolver parcerias; V. promover a sustentabilidade; VI. potenciar o capital humano” (Direção Geral de Património e Cultura, p. 7).

Outra questão que se prende com a cristalização de pessoas dirigentes de vários museus e outras instituições de essência artística é o fator idade. Embora possa ser discutível esta afirmação, o meio regional não prima por uma revitalização dos corpos dirigentes de modo a impulsionar uma maior dinâmica cultural.

Mas voltemos à dinâmica dos museus em torno da fruição estética. Numa versão clássica, a fruição é feita diretamente entre a parede que suporta o objeto e o fruidor. Mas como já vimos, a forma mais atual é a de que a internet funciona como mediador, onde a relação espaço-tempo coloca o fruidor e a obra em lugares diferentes. A internet, no entanto, não é autónoma, o sítio e as Apps existem enquanto criação de uma terceira pessoa ou mais pessoas, que fazem a produção e gestão desse mesmo sítio. A universalidade do acesso à internet, que

se tornou obrigatória redefiniram novas concepções do espaço e do tempo. Os museus estão a investir tempo e dinheiro em novas formas de melhorar as experiências culturais e acrescentar um desenvolvimento crescente no acesso à cultura através das novas tecnologias. Mike Bloomberg refere:

Everyone should have the opportunity to experience all that the arts have to offer, and technology can help make that possible by putting so much information right at our fingertips (Museums and More Go Digital with Support from Bloomberg Connects).

É claro que esta corrida aos recursos tecnológicos e da internet tem crescido exponencialmente. Se num primeiro tempo, os telefones ficavam fora dos museus, nos dias de hoje tornaram-se uma necessidade. Os dispositivos móveis enquanto objetos cada vez mais complexos, permitem acrescentar informação quer dentro quer fora dos museus, em qualquer instante. Permite uma exploração conceptual muito mais rica, onde o poder do virtual não elimina o espaço físico e as obras expostas, mas dignifica-as e valoriza-as. Os computadores fixos e a internet ADSL em casa são realidades cada vez mais distantes, na medida em que marcam uma época e geração, fazendo 20 anos. Hoje, Portáteis, *Tablets*, Telemóveis, *IPads* e *IPods* têm uma internet móvel de banda larga ou de *Wi-Fi*. As novas audiências são sobretudo jovens, habilmente versáteis na manipulação do digital. É necessária a cativação de novas formas de apresentação. Existe toda uma reestruturação da sociedade para acompanhar o digital. E a tendência é esta, como diz Paola Antonelli (como citado em Lohr, 2014) curadora sénior do Museu de Arte Moderna: “We live not in the digital, not in the physical, but in the kind of minestrone that our mind makes of the two.”

Posto isto, é óbvio que importa questionar como é que os museus vão cumprir com as suas responsabilidades legais que incidem na investigação, inventariação, interpretação e divulgação, entre outras responsabilidades, na valorização de bens culturais? A facultação da acessibilidade regular ao público, a fomentação da democratização cultural, a promoção da pessoa e o desenvolvimento da sociedade, valores consagrados constitucionais de um museu, também não serão responsabilidades transversais das galerias e dos centros artísticos?

Assertivamente, estas funções têm de ser levadas a sério. Para melhor surtirem efeito é imprescindível o recurso às linguagens computacionais. As novas linguagens advindas das Tecnologias da Informação e da Comunicação são omnipresentes, geradoras e geratrizes de novos instrumentos de conhecimento onde a diferença consiste na forma como a informação é

transmitida. O tempo presente consiste exatamente agora nesta premissa. Ainda que porventura efémera, pois novas formas podem se desenhar no futuro.

Os utilizadores dos museus físicos segundo o *Institute for the Future* procuram nas suas experiências: divertirem-se; terem acesso a informações exibidas ou em reserva; terem acesso a informações a partir de qualquer local do planeta; terem acesso de forma personalizada às informações; terem facilidade de a partilhar com outras pessoas; serem capazes de criar memória com base na visita. Estas necessidades terão de ser alvo de estratégias de um marketing profundo. Os museus e demais organizações culturais terão de considerar que estes objetivos, que revelam anseios, somente serão satisfeitos e alcançados através do mundo virtual, quer em rede quer na utilização dos mais diversos dispositivos de comunicação virtuais e pessoais.

Um fenómeno crescente é a indústria tecnológica que se debruça mundo fora em torno da criação das realidades virtuais. São estas novas realidades que sendo virtuais têm uma verosimilhança com o mundo real. O cinema com os seus efeitos especiais outrora impensáveis tem crescido meteoricamente. Com uma realidade virtual gerada por um software somos levados a uma presença aparentemente do real. Por exemplo, uma simulação do dia do armagedão leva-nos a uma relação empática para com a existência. Se virmos esse filme com

uns óculos 3D e num ecrã curvo assistimos a uma imersão, que nos leva a crer que estamos dentro da realidade.



Figura 9 – Imersão

Fonte: Benq

O cinema do futuro (Absolute Cinema Experience) ainda pondera a exploração sensorial dos cheiros e onde também os assentos possam oscilar, contribuindo ainda mais para essa imersão numa hiper realidade em 4D.



Figura 10 – Cinema 4D

Fonte: Rádio Regional

Existem duas formas distintas de Imersão: a Telepresença e a Realidade Aumentada



Figura 11 – A Telepresença
Fonte: “Cisco lança nova”



Figura 12 - A Realidade Aumentada
Fonte: “Realidade aumentada”

Quanto à Telepresença, a dinâmica que se estabelece entre a interatividade e a imersão, ela, vem revolucionar a forma como percebemos a realidade híbrida (virtual / real) com os nossos sentidos. Relativamente à Realidade Aumentada, ambiente gerado artificialmente em que da fusão entre objetos reais e virtuais se compõe uma nova realidade conferindo interatividade com os objetos. São várias as aplicações (BBC News, Colouring in Disney's augmented reality drawings ; Vamos lá Portugal, O melhor anúncio de sempre numa paragem

de Autocarro ; GI Gadgets, OLED build the dreams of the world. ; BBC News, E3: 'How HoloLens will change your world') a surgir utilizando estas forma distintas de Imersão.



Figura 13 - "Colouring in Disney's augmented reality drawings"

Fonte: "Colouring in Disney's"

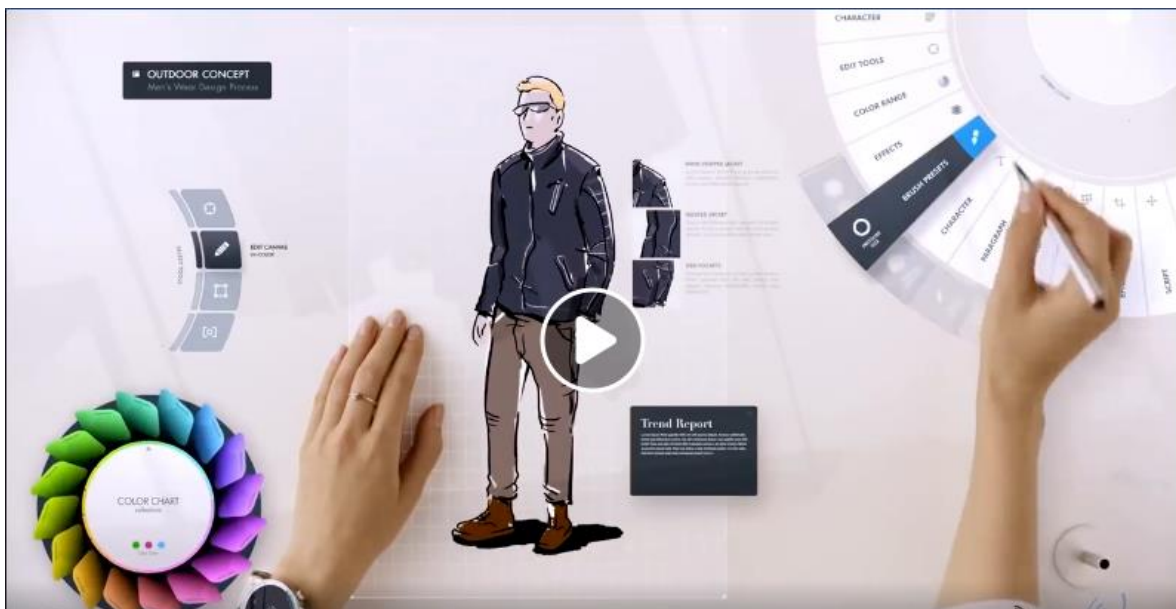


Figura 14 - "OLED build the dreams of the world"

Fonte: "GI Gadgets"

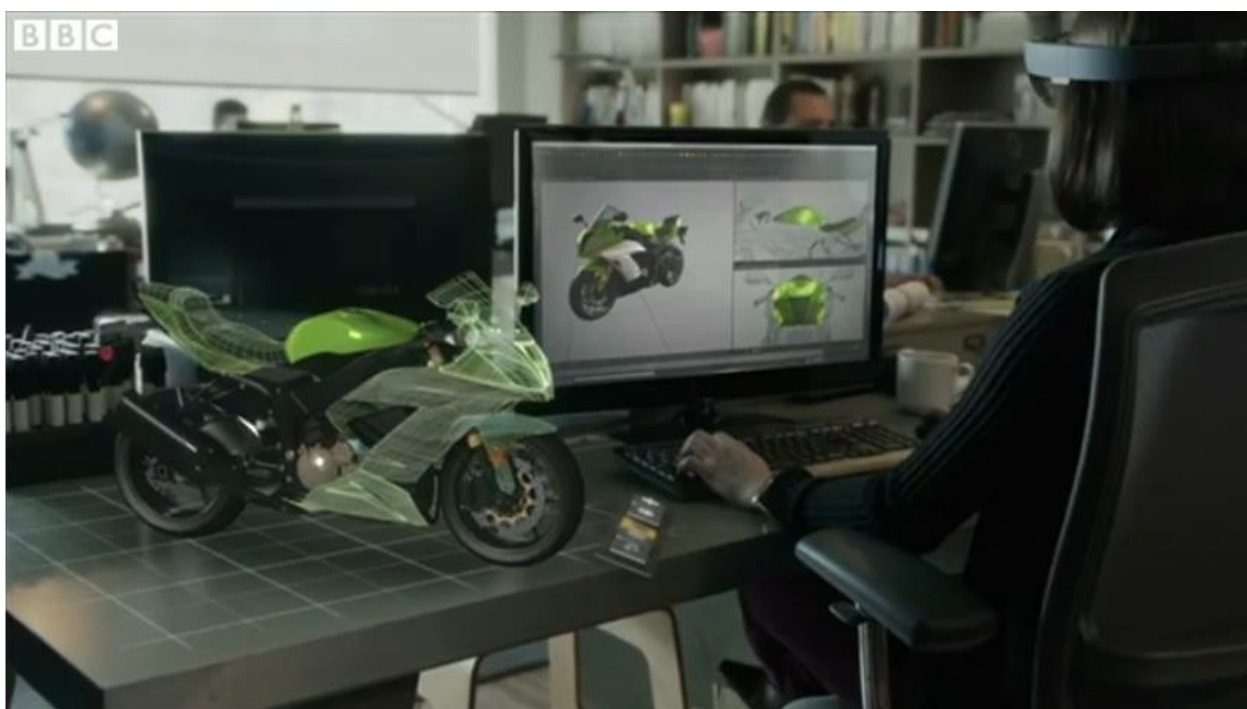


Figura 15 - "E3: 'How HoloLens will change your world'"

Fonte: "E3: How Hololens"

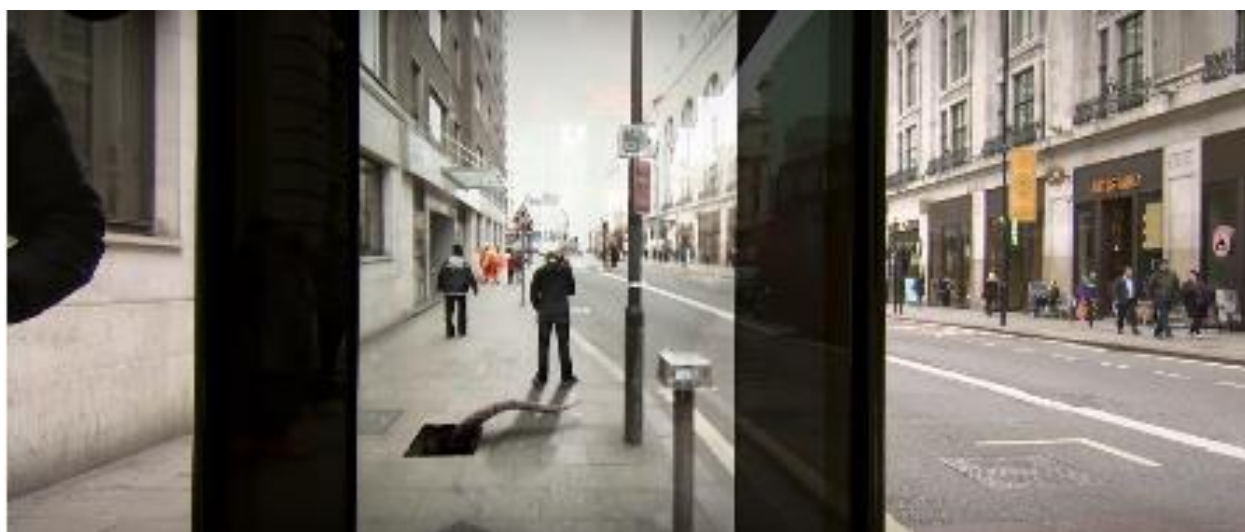


Figura 16 - "O melhor anúncio de sempre numa paragem de autocarro"

Fonte: Vamos lá Portugal

Podem-se apresentar alguns exemplos imprescindíveis a uma dinâmica cultural no mundo da arte:

Reproduções de exposições que podem ser baixadas para equipamentos pessoais; Mapas de localização quer interna, referente a objetos e serviços expostos, quer externa do edifício, na cidade; Jogos, cujo conteúdo está relacionado com os objetos expostos, que

permitem situá-los num outro espaço e tempo; Bases de dados de objetos que permitem a visita pessoal ou o estudo personalizado à distância; *Foruns, Twiters, Facebooks*, etc, de discussão e informação que criam comunidades de inteligência conectiva. (Ana Maria Portugal, Comunicação pessoal, Janeiro de 2016)

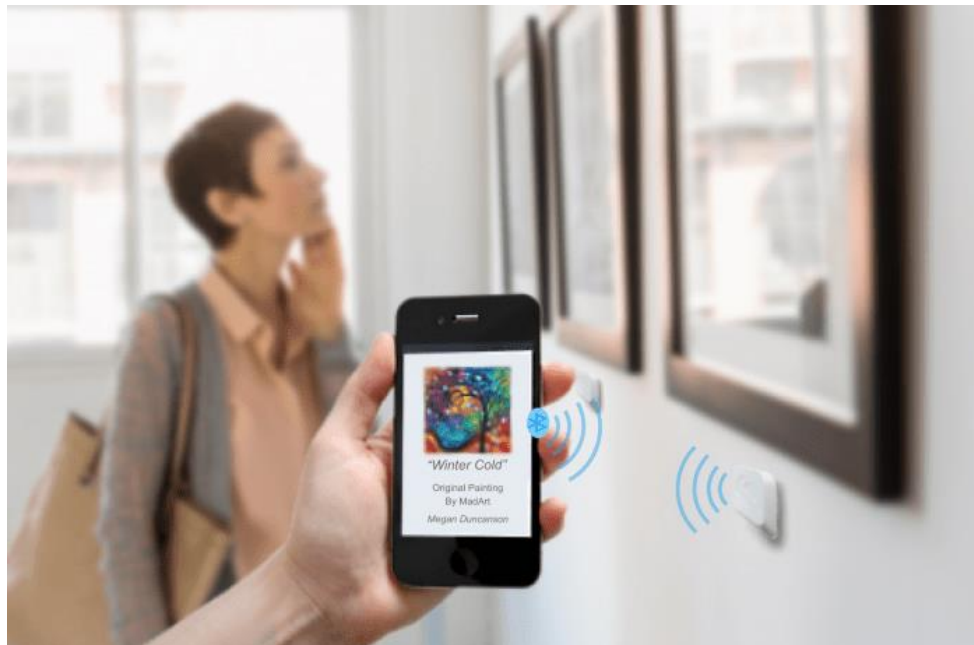


Figura 17 - “Reproduções de exposições que podem ser baixadas para equipamentos pessoais;”

Fonte: Girou, 2017

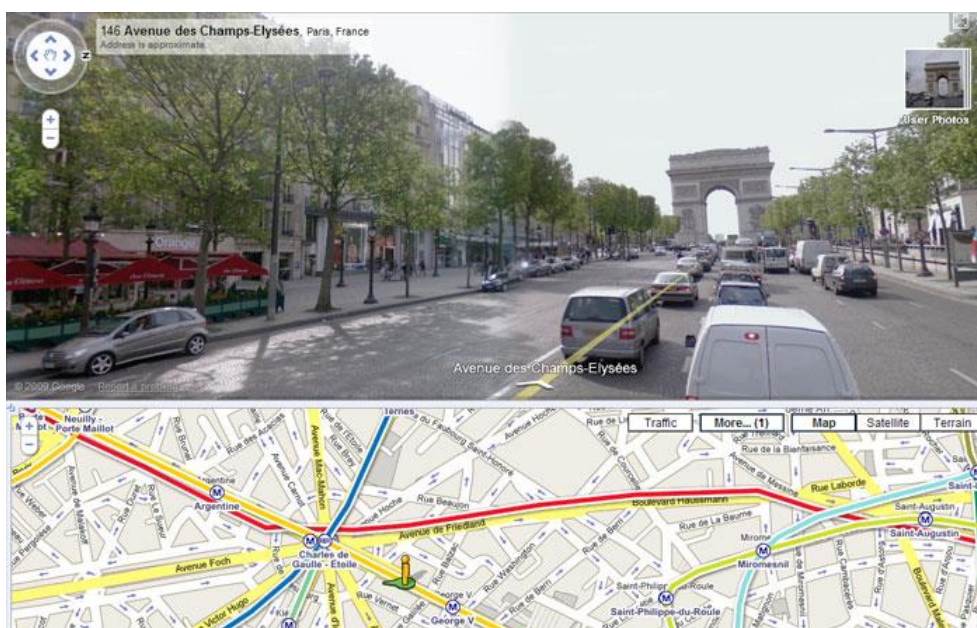


Figura 18 – “Mapas de localização quer interna, referente a objectos e serviços expostos, quer externa do edifício, na cidade;”

Fonte: Pearson, 2009

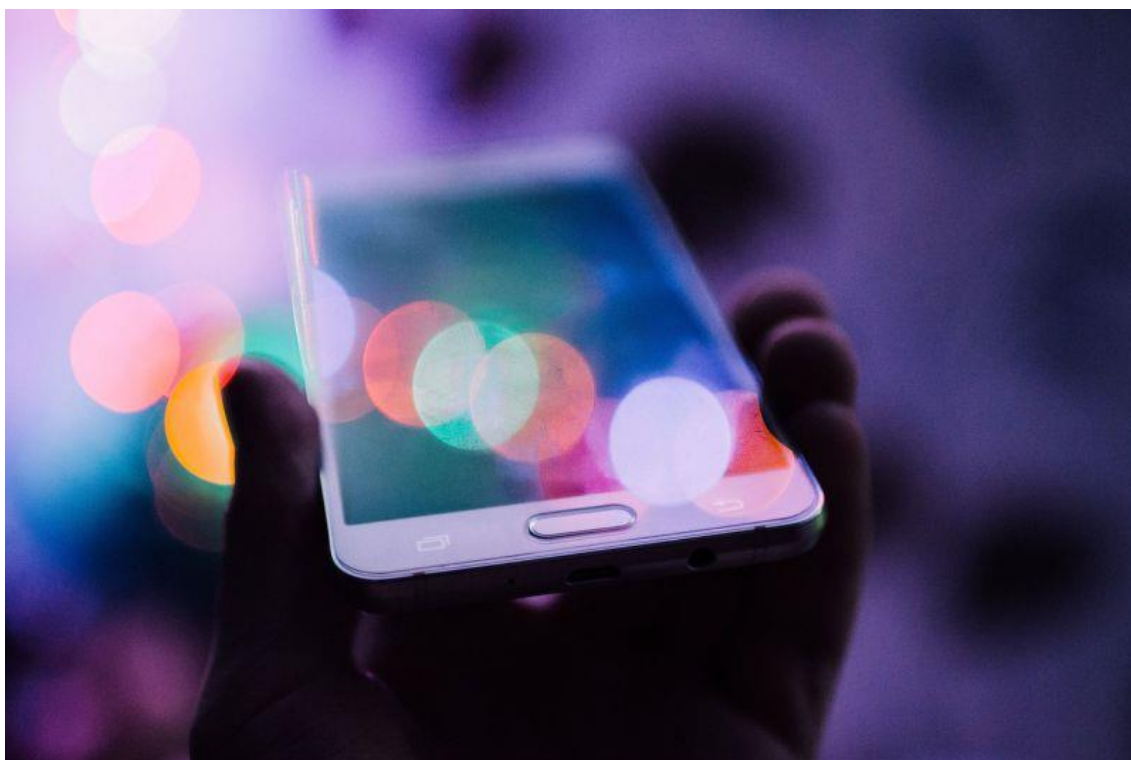


Figura 19 - “Jogos, cujo conteúdo está relacionado com os objectos expostos, que permitem situá-los num outro espaço e tempo;”

Fonte: “Jogos e utilitários”



Figura 20 - “Bases de dados de objectos que permitem a visita pessoal ou o estudo personalizado à distância;”

Fonte: Pinto, 2018



Figura 21 - “Foruns, Twiters, Facebooks, etc, de discussão e informação que criam comunidades de inteligência conectiva.”

Fonte: jzajakala26, 2014

Estamos a presenciar mudanças profundas e rápidas na forma como interagimos com a tecnologia e a realidade. Talvez seja prematuro retirar conclusões sobre eventos que ainda não foram completamente teorizados dada a sua recentidade.

De qualquer modo, no mundo da arte virtual, tendo como meio a internet, esta evolui significativamente. A fruição já não se faz só com um olhar passivo. Através de um telemóvel é possível obter mais informação sobre uma exposição, por exemplo, e interagir com ela aprendendo novas informações num jogo lúdico.

Abaixo coloco dois excertos de um livro muito interessante sob o ponto de vista da fruição artística. Trata-se de um fruidor e de um guia eletrónico que interagem no Museu de Bilbao:

_ Professor Langdon? – A voz ecoou no interior da sua cabeça. _ Está a ouvir-me? Os seus auscultadores estão a funcionar?

Langdon foi bruscamente arrancado dos seus pensamentos.

_ Desculpe... Como? Está?

_ Sim. Estou aqui - replicou a voz - Acho que já fizemos as apresentações. Estava a só a ver se me ouvia bem.

_ De... desculpe – gaguejou Langdon, afastando-se da obra e olhando para o átrio – Pensei que era uma gravação! Não tinha percebido que havia uma pessoa em linha. – Imaginou um pavilhão de cubículos, cheios de guias armados com auscultadores e catálogos do museu.

_ Não se preocupe. Eu sou o seu guia pessoal esta noite. Os seus auscultadores também estão equipados com microfone. Este programa foi concebido para ser uma experiência interativa em que possamos ter um diálogo sobre arte.

Pôde ver então como outros convidados também estavam a falar para os auscultadores. Até os que tinham vindo juntos pareciam ter-se separado um pouco, trocando olhares divertidos enquanto tinham conversas privadas com os seus guias pessoais.

_ Cada convidado tem um guia pessoal?

_ Efetivamente. Esta noite estamos a fazer visitas personalizadas a trezentos e dezoito convidados.

_ Incrível. (Brown, 2016, p. 38)

A voz cordial de Winston reverberava pelos auscultadores de Langdon.

_ Diretamente à sua frente, professor Langdon verá a maior pintura da nossa coleção, embora a maior parte dos nossos visitantes não a descubra imediatamente.

Langdon olhou para o átrio do museu à sua frente e não viu nada, exceto uma parede de vidro que se abria por cima da lagoa.

_ Desculpe, mas neste caso parece que me vou juntar à maioria. Não vejo pintura nenhuma.

_ Bem, a verdade é que é apresentada de uma forma muito pouco convencional – respondeu Winston com uma gargalhada. – O quadro não está colocado na parede, mas no chão.

Devia ter adivinhado, pensou, baixando o olhar e avançando até ver a tela retangular esticada em cima da pedra aos seus pés.

O enorme quadro consistia numa única cor, um campo monocromático de um azul profundo, e os visitantes encontravam-se à sua volta, olhando para a superfície como se se tratasse de um pequeno lago.

_ Este quadro tem praticamente quinhentos e quarenta metros quadrados – informou Winston.

Langdon compreendeu que era dez vezes maior do que o seu primeiro apartamento em Cambridge.

_ É uma obra de Ives Klein e tornou-se carinhosamente conhecida como A Piscina.

Teve de admitir que a cativante profundidade daquele tom de azul lhe dava a sensação de que podia mergulhar diretamente na tela.

_ Esta cor foi inventada por Klein – continuou Winston – Denomina-se Azul Klein Internacional, e o autor considerava que a sua profundidade evocava a imaterialidade e a imensidão da sua visão utópica do mundo. (Brown, 2016, pp. 48-49)

Parte III – A Cultura e A Gestão Cultural

“Sem a cultura, e a liberdade relativa que ela pressupõe, a sociedade, por mais perfeita que seja, não passa de uma selva. É por isso que toda a criação autêntica é um dom para o futuro.”

Albert Camus (1913-1960)

6. O Fenómeno Cultural Islandês versus o Fenómeno Cultural Regional

Como é que chegámos aqui? A pergunta é pertinente tendo em conta duas realidades insulares distintas que em termos culturais obtêm resultados díspares. Independentemente da cronologia das referências e das citações, as mesmas não comprometem o paralelismo ideológico subjacente, referente ao trato para com a cultura, do qual resultam dois fenómenos tão antagónicos.

Nas duas citações abaixo, datadas de 2013, onde se começa a teorizar com a devida distância os acontecimentos históricos ocorridos durante a crise, tornam-se extremamente claras as diferenças concetuais no que diz respeito à cultura enquanto promotora de riqueza.

O colapso financeiro que a Islândia sofreu em 2008 costuma ser interpretado como um laboratório de perguntas e respostas sobre a crise, sendo, pois, conveniente tomar nota de algumas soluções. Ao contrário do Sul da Europa, onde os cortes e a subida de impostos incidiram especialmente na cultura, desde 2008 que este país de 320 mil habitantes e do tamanho de Portugal se voltou para o setor das indústrias criativas. O impacto económico dessa atividade (cerca de €1000 milhões) duplica o da agricultura e vem logo a seguir ao da lendária máquina de exportação de bacalhau (e outros produtos do mar) para o mundo continental, sendo esta a primeira indústria da ilha. Tudo isto graças, em parte, a uma mulher franzina de 37 anos - a ministra da Cultura - que assumiu uma postura firme nos quatro anos de Governo e não permitiu que lhe dissessem: "Para que serve dar dinheiro aos artistas?". Pelo contrário, transformou os artistas em protagonistas do recente êxito económico. (Verdú, 3 de Março de 2013, para. 1)⁴

⁴ A Tradução não é nossa, mas sim de Karólína Thorarensen, que traduziu o artigo para o sítio na web VoxEurop, como se pode ver seguindo esta ligação: <https://voxeurop.eu/pt/content/article/3576901-cultura-para-sair-da-crise>

A cultura não pode ser somente uma consequência das verbas estatais previstas em orçamento. Existem pro atividades de gestão cultural que poderão surtir efeito devido a este projeto, as quais permitirão um alavancamento humano e cultural, tecnológico e científico que promova a educação do e no universo artístico, bem como, a sua produção. Estudando ainda a exportação cultural Islandesa enquanto decisão política:

É certo que a Islândia não é Portugal e também é certo que aqui aconteceu exatamente o contrário no que à vida cultural diz respeito. Desapareceu o Ministério da Cultura e o apoio ao trabalho dos criadores e artistas, desde logo patente na falta de legislação que os proteja e dignifique. É como se o gelo islandês nos tivesse congelado e paralisado, também a nível cultural, embora floresçam a criatividade e a vontade e a convicção, por parte dos agentes culturais, de que Portugal precisa deles como nunca, também no que se refere à recuperação económica, para já não falar da anímica, sempre decisiva para o equilíbrio emocional de um povo. (Letria, 26 de Março de 2013, para. 6)

Tal como em Portugal Continental, (referindo-nos à citação acima), na Ilha da Madeira, a crise também ceifou a Cultura, relegando-a para último plano numa cabimentação orçamental que ditava cortes monetários brutos, atitude que em nada favorece uma ilha onde o Turismo é a principal fonte de receita.

Já em 1990, o antigo Secretário do Turismo e Cultura e Emigração da Região Autónoma da Madeira, João Carlos Abreu, refere num seu discurso em Paris, no Salão Internacional de Turismo o seguinte:

É importante que se use a nossa imaginação e na limitação do espaço geográfico que somos se construa a sociedade justa, diríamos ideal, na concretização dos sonhos, na dignificação dos Homens.

Que façamos do turismo um veículo da cultura e desta um chamariz que sensibilize os povos e os atraia, com a certeza se tal suceder haverá um entendimento lógico e uma esperança renovada de paz. (Abreu, 1990, p.9)

A cultura continua a ser no país que vivemos a mais descuidada das áreas, daí o estado degradante e degradado de um património artístico que se vai lentamente desmoronando. As verbas para recuperação dos monumentos, a política seguida na cultura lava-nos a não acreditar que em Portugal se desenrole com raciocínio e inteligência, o diálogo da Europa, uma vez que esta Europa unida, tão desejada, só ganhará a sua verdadeira expressão quando forem convenientemente tratadas as questões do espírito. Não existem avanços, nem se projetarão os números (e porque não somos só uma sociedade de números) sem que se cuide dos espíritos. (Abreu, 1990, p.53)

Consideramos que na década de 90, João Carlos Abreu já dava conta da realidade do nosso país, antevendo que a falta de raciocínio e inteligência não criaria avanços significativos na área da cultura.

As reflexões de João Carlos Abreu são reconhecidas na Nota Introdutória por Eugénio Leal, Secretário Regional do Turismo e Ambiente dos Açores, marcando-o como um homem de cultura cujas preocupações eram sentidas:

É ele que, sendo elemento ativo da Comissão dos Itinerários Culturais da Europa, foi desde a primeira hora, um dos principais apologistas da criação destes tão importantes roteiros para o incremento do turismo cultural. É também ele que, publicamente e em diversas conferências e debates tem explicitado a importância da cultura como aliciante turístico – “O turismo profundamente humano não resiste

se não se cuidar da cultura” – como afirma inúmeras vezes o autor deste livro –
Turismo das Culturas. (Leal in Abreu, 1990, p.10)

A vontade de mudar culturalmente esta ilha está implícita ao folhearmos este livro impresso em 1990. E muito há para fazer ainda, se somarmos 29 anos até ao ano de publicação desta prova. Estas ideias foram defendidas, mas só muito parcialmente implementadas.

Em verdade, quando se questiona o que aparentemente é prioritário, a resposta da tutela é cristalina: a cultura será a primeira a sucumbir devido às restrições económicas. Para a grande maioria das pessoas, o pensamento é de contração, as verbas são canalizadas para os bens essenciais. De uma forma e de outra, com a insistência de uma visão redutora também se hipoteca o desenvolvimento cultural de uma sociedade e de cada indivíduo, pois os cortes incidem sobre a cultura, como se de algo dispensável e supérfluo se tratasse. A resiliência de alguns artistas é deveras notável, investem por amor às artes e pontualmente alguns bares ou cafés dinamizam exposições como forma de chamar novas audiências. Deste modo, eis-nos chegados a um impasse real, onde várias estratégias pessoais e particulares não parecem surtir efeito em termos de uma conjuntura mais lata.

7. A Gestão Cultural como Participação Social e Cultural.

Nos finais dos anos 60, Edgar Morin afirmaria que na sociedade atual, a palavra cultura oscila entre um sentido totalizante e um sentido residual, entre um sentido antropológico-etnográfico e um sentido ético-estético, sendo a primeira corrente inerente ou derivada do estruturalismo, e a segunda fundamentada no plasma existencial. (Ferin, 2010, p. 45)

A propósito destas questões acerca da palavra cultura, numa Edição da Universidade da Madeira intitulada “e depois? Sobre a cultura na Madeira”, Miguel Albuquerque no seu texto “Gostos discutem-se!” conclui com quatro perguntas para que o leitor reflita:

1º. Até que ponto é que um juízo sobre as obras de arte e sobre a cultura é um juízo objetivo? Nunca é.

2º. Até que ponto o relativismo, o niilismo, tem um efeito pernicioso na hierarquização da chamada cultura superior?

3º Como é que a cultura deve ser utilizada, desmistificando-a como instrumento de promoção fundamental de emprego, de mais valias económicas numa cidade ou num país?

4º Até que ponto, e como, deve ser gerida em termos financeiros a própria cultura? (Albuquerque in Moniz, Pimentel, Santos, 2005, pp. 132-133)

Enviámos estas mesmas perguntas por mail ao gabinete/secretariado do Dr. Miguel Albuquerque, contextualizando que se tratava de um trabalho académico – projeto de mestrado. Propúnhamos uma entrevista com estas questões e ou resposta escrita acaso não houvesse agenda. Não obtivemos qualquer resposta.

Ainda a ler, “e depois?” preferimos manter o discurso original para termos uma leitura de opinião sem interferências.

Numa intervenção de João Henrique Silva, é afirmado que:

Assim, e sendo esta porventura a mais transversal das áreas governativas, é possível equacionar, na cultura, um conjunto de matérias e de deveres de que é suposto o estado cuidar em relação aos cidadãos. Aqui eu acentuaria, sobretudo, esta perspectiva institucional, ou seja, entendo, que em primeiro lugar, compete ao Estado – e, portanto, ao departamento que na sociedade politicamente organizada, gere a Cultura – fazer, digamos assim, aquilo que mais ninguém pode fazer. E o que é isso? É aquilo que tem a ver com o que é mais precioso, mais duradouro, aquilo que fundamenta a nossa identidade cultural, a memória histórica que nos define e caracteriza, plasmada em arte, documentos, monumentos, etc., enfim tudo aquilo que contribui para definir a identidade de uma comunidade ou de uma nação. A relação do Estado com a Cultura teria, assim, a ver com a promoção e salvaguarda de um universo de valores e de referências simbólicas que constituem e estruturam uma dada sociedade. (Silva in Moniz et al. 2005, pp. 136-137)

Aqui assiste-se ao real papel do Estado, que depois, não quer assumir a responsabilidade total pela gestão cultural, deixando ao privado essa tarefa como se pode ler abaixo:

Muito concretamente, não penso que seja tarefa principal e primeira da Direção Regional de Assuntos Culturais, enquanto departamento público da e para a Cultura, a promoção direta e assídua de concertos e exposições, ou de vários outros eventos do género, tornando-se numa espécie de empresa das artes, com a suposta vantagem de dinheiro disponível... Também aqui, a tarefa que pode caber ao empresário deve ser deixada a quem sabe realizá-la. O Estado, normalmente não

é grande empresário. A Cultura tem hoje, necessariamente, sabe-se uma dimensão cada vez mais “empresarial”. Portanto, defendemos essa perspectiva da gestão cultural feita com critérios que, hoje em dia, devem ser cada vez mais rigorosos e bem articulados, tanto em termos de gestão financeira como de recursos humanos. É necessário preparar os melhores, e os mais qualificados, quanto à capacidade técnica para executar determinados serviços na área da oferta cultural. Aí o Estado deve fazê-lo em ligação com aqueles que na sociedade desenvolvam essas competências. Daí decorre, naturalmente, o diálogo institucional mediado juridicamente por recursos legais (como os contratos programas) que suportam essa relação de parceria com grupos e associações, para que determinados eventos, sejam, efectivamente, concretizados ao longo do ano nos vários campos da cultura, das artes à edição, do património à investigação. (Silva in Moniz et al. 2005, pp. 139)

Achamos que a desculpabilização de que o Estado não é um grande empresário, demonstra não ter a preocupação em ser de dentro para fora e de raiz proactiva. É muito cioso dos seus recursos monetários que sabemos serem ínfimos, pois para a cultura as verbas são diminutas. No entanto, pela recente ocasião da celebração dos 600 anos da descoberta do arquipélago da Madeira, a Quinta Magnólia foi reaberta e tem uma galeria de arte estatal a visitar. Mas não podemos só viver de efemérides, pois a Cultura tem um calendário ou agenda anual. Também deveria ser independente na sua existência livre de poderes políticos e respetivos programas eleitorais. De resto, está visto que cabe então aos criadores serem empreendedores e empresários das suas atividades culturais que supostamente são ouvidas num diálogo institucional de que não temos conhecimento, salvo melhor informação. Consideramos irónica a frase de que temos de preparar os melhores e os mais qualificados, com capacidade técnica, para executarem determinados serviços na área da oferta cultural com o apoio estatal. A Universidade da Madeira nas suas diferentes opções de educação e formação tem preparado pessoas capazes de empreender novas visões através de projetos válidos. Já é muito bom que a

Universidade da Madeira tenha realizado uma parceria com a DRC de modo a que os alunos possam fazer estágios e desenvolver ciência e cultura.

8. A Gestão Cultural – “Efeito Bilbao”.

A propósito de ciência e cultura, é muito interessante constatar, pela leitura do artigo que parafraseamos, “Clássicos da Arquitetura: Museu Guggenheim de Bilbao / Gehry Partners” (Pagnotta, 2016) da página Arch Daily o seguinte:

Com mais de dez milhões de visitantes e mais de uma centena de exposições (dados obtidos até 2016), o Museu Guggenheim de Bilbao na Espanha, à beira do Rio Nervión é muito característico pelas formas complexas curvilíneas construídas em titânio, calcário e vidro que chamam à atenção e se destacam no meio envolvente de natureza industrial. Desenhado especificamente para esse espaço pelo arquiteto Frank Gehry, o Museu mudou a forma como pensamos sobre os mesmos, para além de ter impulsionado a economia com um surpreendente sucesso que deu origem ao título de “Efeito Bilbao”. É preciso frisar que o impacto económico do museu tem sido espantoso. A transformação da cidade foi de tal ordem que já nos três primeiros anos de operacionalidade, quase 4 milhões de visitantes visitaram Bilbao, cujas receitas geradas ascenderam aos 500 milhões de dólares em lucro. Para além disso, os gastos dos visitantes em transportes, lojas, restaurantes e hotéis traduziram-se em mais de 100 milhões em impostos, tendo compensado largamente a construção do edifício. Vinte e dois anos depois, o Museu continua a ser uma referência e um *case study* acerca das dinâmicas produzidas na sociedade de Bilbao. Além disso, o Museu mantém-se como um ícone ao nível da sua estrutura arquitetónica, desafiando as conexões entre a arte e a arquitetura.

Fundado a pedido do Governo do País Basco pela Fundação Solomon R. Guggenheim, o museu foi construído na degradada zona portuária de Bilbao, fundamental no plano diretor da cidade, e peça chave da renovação e modernização da área industrial. Após sua inauguração, em 1997, só nos primeiros três anos, mais de 4 milhões de turistas visitaram a cidade para conhecer a edificação, gerando cerca de 500 milhões de dólares em lucros, um retorno para a economia local seis vezes maior que o valor investido em sua construção. Desde 2001, Bilbao

recebe em média 100 mil visitantes por mês. O Guggenheim além de marco da arquitetura contemporânea se tornou atração turística e um dos cases mais emblemáticos de como um museu pode ser catalisador de transformação. (Finnoti, 12 de Janeiro de 2018, para. 5).

Quanto aos animadores e promotores culturais podemos ler abaixo:

La noción de animadores y promotores culturales posee una importante tradición en España. Parte del presupuesto de la necesidad de animar lo inanimado y del constante riesgo de la cultura caiga en lo inanimado. Intenta aportar herramientas de conocimiento y de educación artística para enriquecer la creatividad personal y de las comunidades. Otorga a la actividad cultural la función de incrementar y fortalecer la mediación entre los productores y los receptores de cultura. Sus tesis principales son el incremento de las comunidades y el necesario apoyo a la intermediación, que conlleva una gran importancia de lo pedagógico. (Samper, Trujillo, Tabares, 1998, p. 9)

Los buenos gestores culturales son aquellos que hacen valer sus opiniones, que explican bien sus estrategias y programas y que son capaces de apoyar estas estrategias sumando a otros intérpretes, sabiendo que son estos, eso sí, los definitivos hacedores y protagonistas de la obra. (Martinez, 2007, pp. 18-19)

Os nossos irmãos espanhóis detêm uma grande tradição enquanto animadores e promotores culturais e são estes que efetivamente são os fazedores e protagonistas da obra cultural.

Finalizando a breve análise do “Efeito Bilbao”, será da maior pertinência entender como promover o espaço insular da Madeira além-fronteiras, pela exploração de outros cartazes turísticos ao nível das artes, independentemente das festividades turísticas conhecidas mundialmente, pode criar fluidez comercial, ao mesmo tempo que dignifica a produção artística, onde se dissemina um *código genético* e cultural particular.

Também em tempos na zona portuária do Funchal, houve um sonho, o de se construir um Museu de Arte Contemporânea desenhado pelo mesmo arquiteto, Frank Gehry, que albergaria o espólio do Museu de Arte Contemporânea do Forte de São Tiago, juntamente com a tão cobiçada coleção da arte privada de Joe Berardo. Nunca aconteceu. Achemos que teria sido extraordinário ver a dinâmica que a partir daí surgiria culturalmente, como aquela descrita acima em Bilbao. Mas nós não somos Espanhóis. A Madeira não tem a noção da importância que em Espanha têm os agentes culturais. É uma tradição cultural. Animar o inanimado é uma tarefa para a qual se requerem bons gestores culturais, que saibam defender os seus propósitos/projetos juntamente com outras pessoas, entidades e parcerias, sendo estes todos os fazedores e protagonistas da obra.



Figura 22 - Guggenheim de Bilbao

Fonte: Pagnotta, 2016

Parte IV – O SÍTIO COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO ENTRE A ARTE E O PÚBLICO

“A cultura é o modo avançado de se estar no Mundo, ou seja, a capacidade de se dialogar com ele.”

Vergílio Ferreira (1916 – 1996)

9. A Gestão Cultural como Participação Social e Cultural: Plano e Projeto do Protótipo do Sítio Artístico e Cultural

Nas citações abaixo compreendemos como os empreendedores através da internet criaram uma dimensão cultural significativa, e com isso alteraram o mundo empresarial, formando-se assim uma nova economia:

Este fenómeno só surgiu nos anos 90, mas a sua progressão tem sido vertiginosa. Como as empresas têm sido a força motriz desta expansão, a Internet foi-se configurando fundamentalmente de acordo com estes estudos comerciais. Não obstante, como estes usos comerciais dependiam de formas e processos inventados pela cultura comunitária, os hackers e as elites tecnológicas, o resultado final é que a Internet não é nem mais nem menos mercantil que outros âmbitos da vida nas nossas sociedades. De facto, mais importante que o domínio da Internet por parte da empresa neste início de século, é o tipo de empresa que a Internet permitiu desenvolver. Não seria exagerado dizer que a Internet transformou o mundo da empresa, tanto como este transformou a internet.

A Internet foi o meio indispensável e o motor da formação da nova economia, fundada em torno de novas regras e processos de produção, gestão e cálculo económico. (...) quero centrar-me na dimensão cultural dos empreendedores da Internet, já que a cultura é a fonte de significado. Sem o significado, as pessoas não interagem, e sem a acção desses empreendedores orientada por um conjunto de valores específicos, não existiria a nova economia e, além disso a Internet ter-se-ia difundido a um ritmo muito mais lento e com um campo de aplicações muito diferente. (Castells, 2007, p. 77)

A cultura empreendedora, como dimensão essencial da cultura Internet, tem uma característica histórica nova: faz dinheiro das ideias, e mercadoria do dinheiro, de modo que tanto a produção material como o capital dependem do poder da mente. Os empreendedores da Internet são mais criadores que os homens de negócios, e estão mais próximos da cultura dos artistas que da cultura empresarial tradicional. (Castells, 2007, pp. 81-82)

A participação de um Gestor Cultural consiste em trabalhar por algo e para algo que se definem como Arte e Sociedade. A resolução e transformação de necessidades sociais, mesmo com a melhor das intenções, sem um planejamento devido, pode estar votada ao fracasso. Abaixo elencam-se os pontos necessários a esta planificação de acordo com Baguero e Quintero (1990):

1. Resumo Executivo.
2. Entidade Solicitante.
3. Porquê?
 - Antecedentes.
 - Marco Referencial (experiências anteriores desenvolvidas com projetos semelhantes pelos proponentes ou por outras instituições).
 - O Problema.
 - Justificação.
4. O Quê?
 - Propósitos Gerais.
 - Propósitos Específicos.
5. Onde?
 - Localização.
 - Infraestrutura.
6. Quem?
 - Beneficiários (Para quem?).
 - Participantes (Com quem?).
7. Como?
 - Atividades e Estratégias.

8. Quando?
 - Cronograma
9. Com o Quê?
 - Custos;
 - Desembolsos;
 - Ingressos;
 - Fluxo de Fundos.
10. Continuidade?
11. Resultados Anteriores (Projetados e Esperados).
12. Resultados Posteriores (Resultados Reais).
13. Anexos.

Estes pontos justificam e sistematizam os conteúdos do sítio. É a sua clarificação interior, já feita nas seções anteriores deste trabalho, que permitiu desenvolver e fundamentar a organização do sítio.

10.O Sítio enquanto Projeto e as Tecnologias da Informação e Comunicação

Em primeiro lugar, o sítio é um repositório de Imagens de Objetos de Arte, por agora limitados a Desenho e Ilustração, Pintura, Fotografia e Impressão, Escultura e Arte Design.

Também ponderamos que o sítio deva ser um recurso educativo entre docentes e outros especialistas, no qual uma revista científica iria ser editada virtualmente. Existem outras aspirações que podem ser acrescentadas mais tarde, como outros campos de expressão artísticos, que constarão de desenvolvimentos futuros.

11.O Inquérito

11.1 Descrição da Organização Escolhida para o Inquérito

Para validar este inquérito relembramos um dos objetivos do nosso projeto: auscultar as opiniões dos potenciais utilizadores do sítio através de um inquérito para uma assertividade na edificação da proposta do protótipo.

Este inquérito foi organizado com o propósito de obtermos dados que traduzam como os futuros utilizadores do sítio poderiam interagir com o mesmo. Ainda se pretendeu avaliar do interesse que poderiam ter numa utilização num projeto deste tipo.

A população "alvo" deste inquérito por questionário são os Artistas Regionais, muitos deles Docentes dos 2º e 3º Ciclos do Grupo das Artes Visuais que lecionam na RAM, com formação superior no Ensino Artístico, os Educadores de Infância, os Professores do 1º Ciclo do Ensino Básico e do Ensino Superior Artístico. Faz parte também enquanto população alvo os Artistas Nacionais e Internacionais.

O estudo de investigação e as questões estão diretamente relacionadas com a atividade pessoal artística e as Tecnologias de Informação e Comunicação.

Procura-se entender se, para além da docência, existe uma produção artística paralela e se ela é partilhada publicamente em exposições reais em galerias ou virtualmente.

Inquire-se acerca da pertinência da existência de um sítio que congregue e dinamize as artes na região, quer a nível individual, quer a nível coletivo.

Os dados fornecidos são absolutamente confidenciais e anónimos e serão exclusivamente utilizados para fins de investigação científica.

11.2 Metodologia Seguida para a Definição e Implementação do Inquérito

Para avaliar do interesse que poderiam ter na utilização dum projeto deste tipo procedeu-se à elaboração de um Inquérito. Com recurso ao *Google Forms*, não só porque é a metodologia normalmente utilizada na Universidade da Madeira, a qual nos permite obter com maior rapidez os dados advindos das respostas que espelham a realidade, mas também porque é um método muito eficaz na disseminação dos pedidos de resposta. Também a análise das respostas é muito facilitada.

Abaixo incluímos a imagem do inquérito colocado no *Google Forms*:



Sobre a Existência de Um Site de Arte na Ilha da Madeira Arch'Art<3

Sou o Luís de Vasconcelos, mestrando em Gestão Cultural na Universidade da Madeira, e estou atualmente a desenvolver um projeto intitulado: Projeto de Investigação: Arch Art (Heart) - sítio artístico e cultural: construção de um Protótipo", com a orientação das Professoras Doutoras Ana Isabel Portugal e Maria Teresa Nascimento.

O Inquérito está validado pelas mesmas e é imprescindível para a realização deste trabalho. Não lhe demorará mais do que dois minutos a preencher, agradecendo-lhe desde já o seu tempo de preenchimento, que muito me ajudará a bem organizar e concluir o Projeto de Mestrado.

Os dados fornecidos são absolutamente confidenciais e anónimos e serão exclusivamente utilizados para fins de investigação científica.

Peço-lhe, assim, que seja o mais rigoroso possível no seu preenchimento. Obrigado pelo seu contributo!

***Obrigatório**

Endereço de email *

O seu email

Parte I - Dados Específicos

1. Idade: *

A sua resposta

2. Género:

Masculino

Feminino

3. Profissão:

A sua resposta

4. Habilitações:

A sua resposta

5. Distrito onde Vive:

A sua resposta

6. País onde Reside:

A sua resposta

SEGUINTE

Página 1 de 2

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#)

Google Formulários

Parte II - Dados Gerais

7. Tem por hábito divulgar os seus trabalhos artísticos na internet?

- Sim
- Não

8. Redes Sociais? Facebook? Sítio Próprio? Blog?

Especifique:

A sua resposta

9. Comercializa os seus trabalhos?

- Sim
- Não

10. Tem um agente mediador e promotor?

- Sim
- Não

11. Considera pertinente a criação de um sítio artístico e cultural para divulgação de trabalhos artísticos na RAM?

- Sim
- Não
- Não Sei

12. Teria interesse em participar ativamente numa rede virtual e social artística onde haveria partilha de conhecimento entre os seus pares?

- Sim
- Não
- Não Sei

13. Exporia os seus trabalhos virtualmente, devidamente protegidos em termos de direitos de autor?

- Sim
- Não
- Não Sei

14. Ponderaria submeter os seus trabalhos a um call for papers para uma exposição numa galeria virtual, ou para uma revista da especialidade artística considerando a legitimidade de um referee?

- Sim
- Não
- Não Sei

15. Ponderaria comercializar os seus trabalhos?

- Sim
- Não
- Não Sei

16. Aceitaria a assessoria de um manager que promovesse e divulgasse o seu trabalho?

- Sim
- Não
- Não Sei

17. Sente-se confortável no domínio das Tecnologias da Informação e Comunicação, na ótica do utilizador?

- Sim
- Não
- Não Sei

18. Utiliza programas e apps para aceder rapidamente a serviços específicos confortavelmente no seu telemóvel?

- Sim
- Não
- Não Sei

ANTERIOR

SUBMITER

Página 2 de 2

Nunca envie palavras-passe através dos Google Forms.

Este conteúdo não foi criado nem aprovado pela Google. [Denunciar abuso](#) - [Termos de Utilização](#)

Google Formulários

11.3 Justificação das Perguntas Efetuadas

Como foi referido na seção 1.1: O objetivo do sítio visa justamente concatenar as pessoas à volta de um propósito comum, que é o de fruir e partilhar a arte e a respetiva produção a uma escala global. Assim, pretendemos obter uma amostra significativa estratificável por Idade e Género, Distrito e o País de Residência do público alvo. Questionámos sobre a Profissão para tentar entender a maneira como os artistas conseguiram obter os proventos necessários à sua vida. As Habilitações eram importantes para entender o percurso de formação dos Artistas. Essa informação condicionará os conteúdos e os links de formação que possam ser indicados no Sítio. As perguntas de 7 a 18 dar-nos-ão informações sobre o que habitualmente usam na divulgação do seu trabalho e da importância do *Sítio* que queremos criar.

11.4 Análise do Inquérito

A amostra obtida tem a dimensão de 88 pessoas.

Abaixo consegue-se ver que o número de respostas ultrapassou as 88 pessoas, o que quer dizer que considerámos algumas respostas como inválidas.

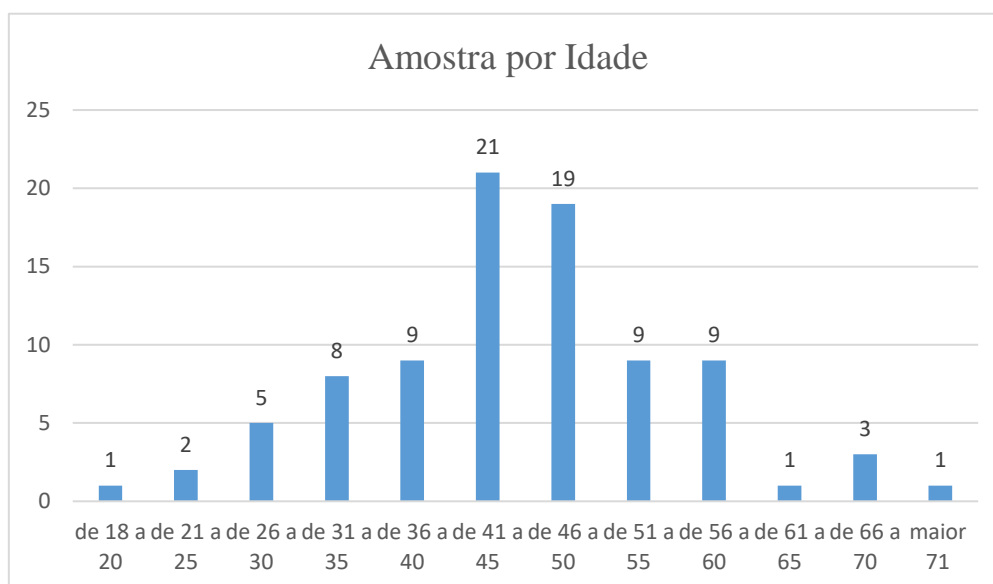


Figura 23 - Gráfico Amostra por Idade

No Gráfico Amostra por Idade entre os 26 e 55 anos contabilizam-se 81 pessoas; 92,0% dos inquiridos. Entre os 41 e os 65 anos contabilizam-se 58 pessoas; 66,0% da população.

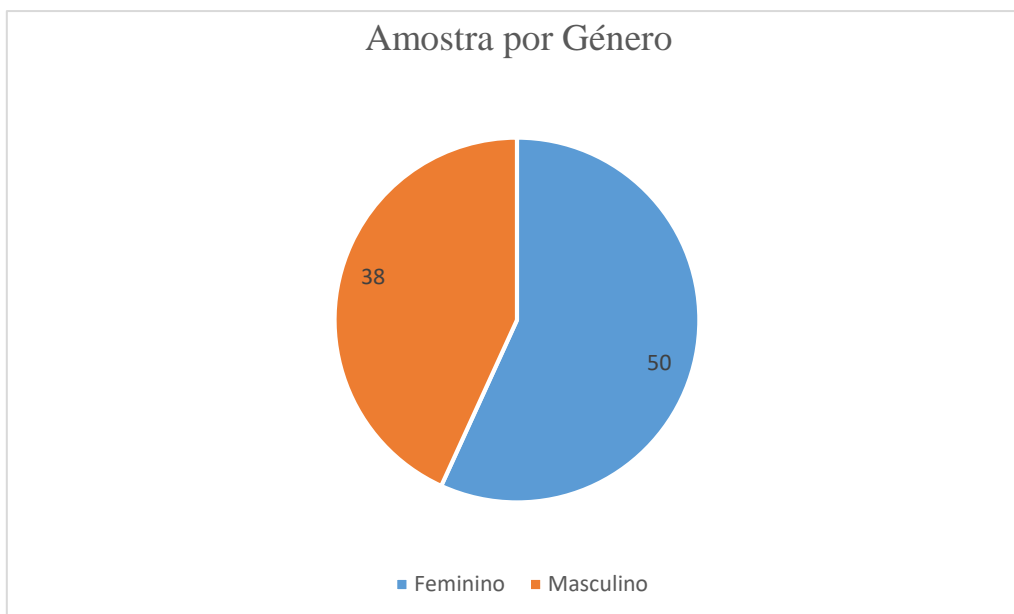


Figura 24 - Gráfico Amostra por Género

Dos 88 indivíduos que responderam, 57,0 % são do Género Feminino e 43,0% do Género Masculino.

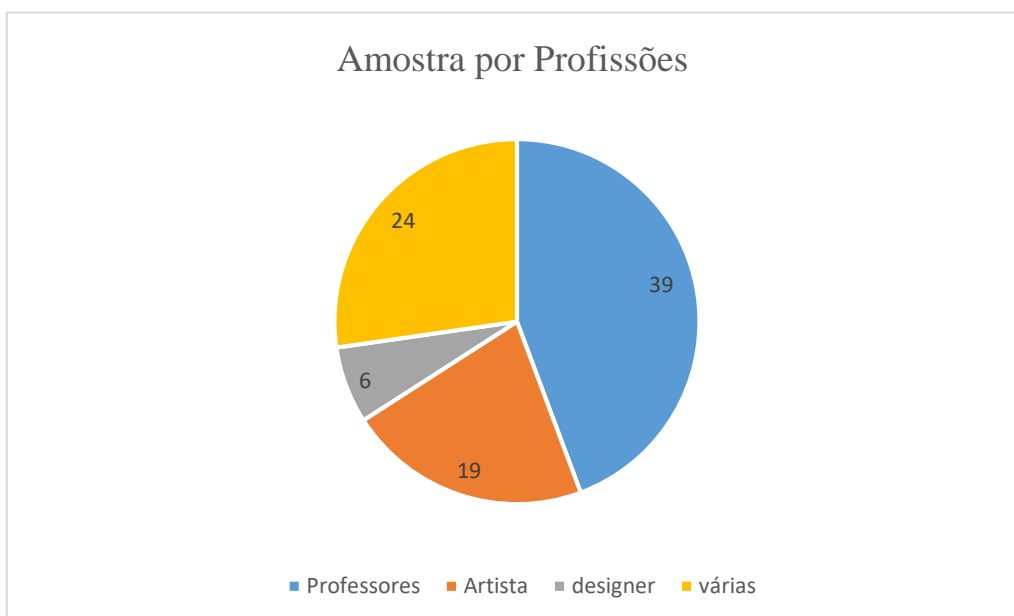


Figura 25 - Gráfico Amostra por Profissões

Todos os inquiridos estão ligados de uma forma ou de outra com a prática das artes visuais. Nesta Amostra tão heterogénea salientam-se 39 Professores, 19 Artistas e 6 Designers, cujo total representa 73% da amostra. Os restantes distribuem-se por profissões tão díspares

como Gestores, Engenheiros, Vendedores, Funcionários Públicos, Atores, Estudantes e similares. Note-se que três não quiseram declarar a profissão.

O objetivo de incluir na amostra os Educadores de Infância não foi atingido visto não termos tido nenhuma resposta obtida desses profissionais.

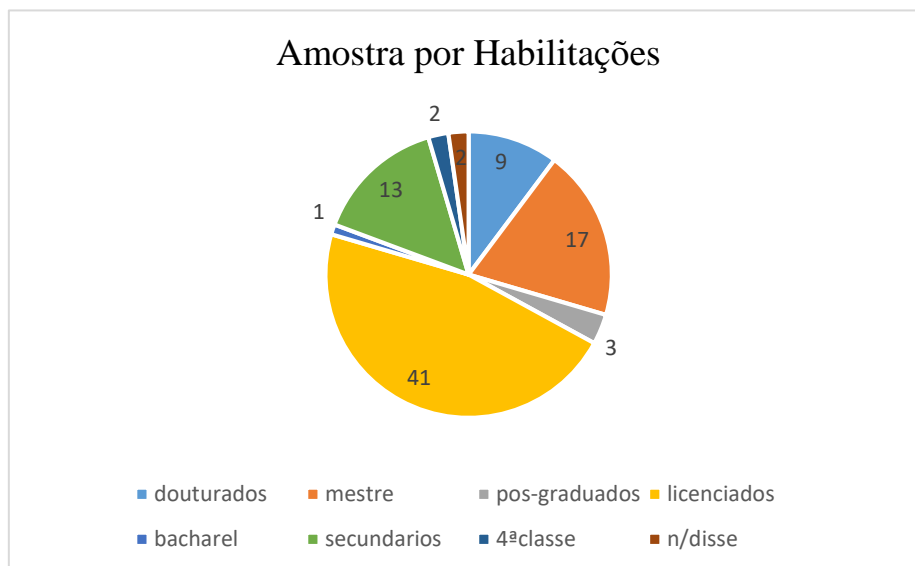


Figura 26 - Gráfico Amostra por Habilitações

A análise do gráfico mostra que maioritariamente, com 79% dos inquiridos, estes possuem Licenciatura ou maior grau. Destes, 19% são Mestres e 10% são Doutores. Os restantes 15% têm o Curso Secundário.

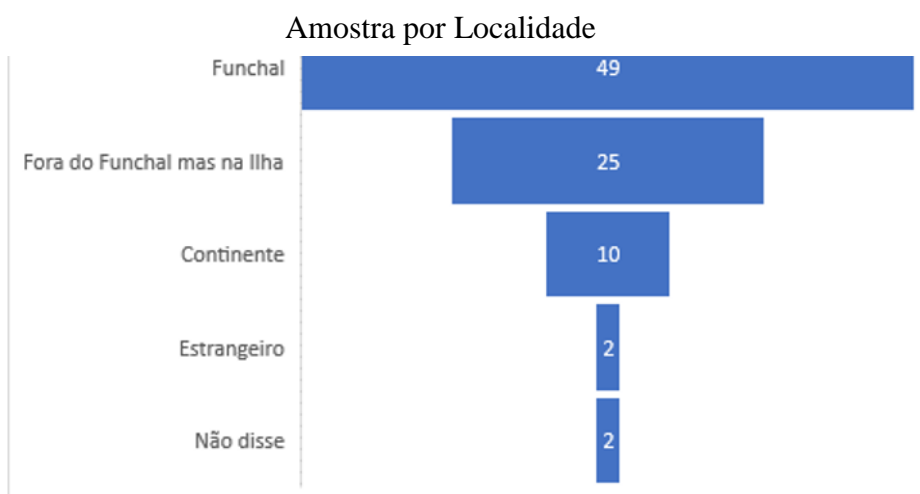


Figura 27 - Gráfico Amostra por Localidade

A maior parte dos inquiridos, 56%, habitam no Funchal. Nos Concelhos limítrofes, habita cerca de 25% da amostra. De Portugal Continental, apenas responderam 10% dos inquiridos. Esta amostra, não é, pois, representativa da população habitante fora de Portugal, e pouco representativa de habitantes do Continente.

Relativamente ao Gráfico acerca do País onde Vive, só dois dos inquiridos vivem fora de Portugal, pelo que optamos por não tratar essa estatística, dado que o gráfico coloca maioritariamente os inquiridos em Terras Lusas.

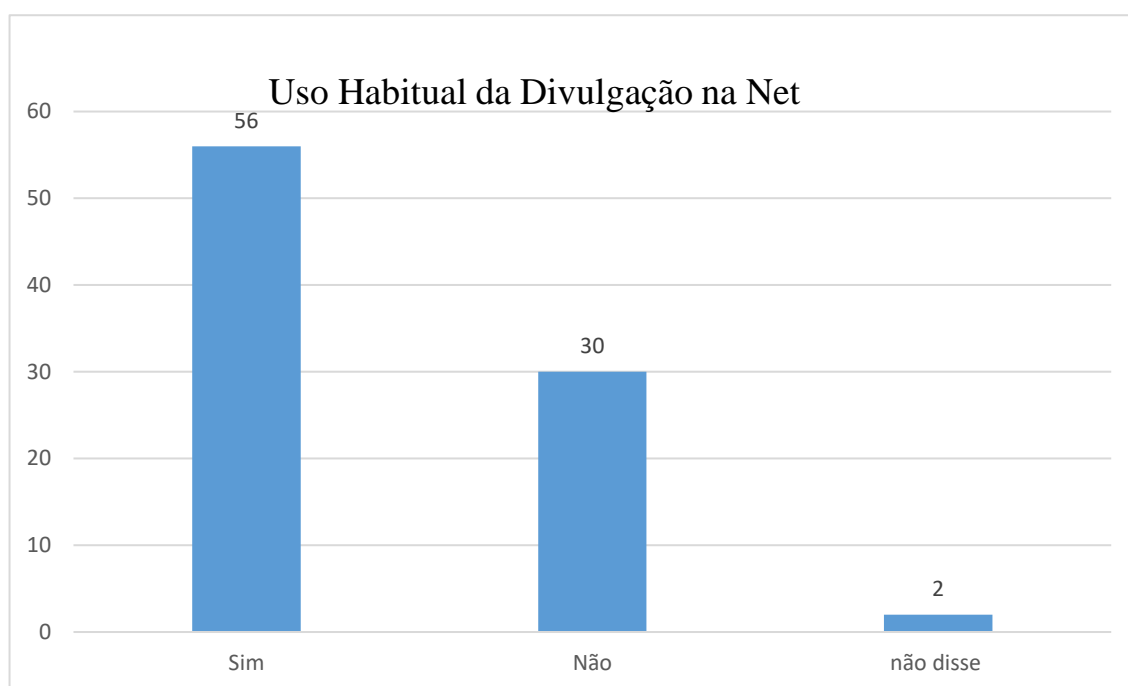


Figura 28 - Gráfico Amostra Uso Habitual da Divulgação na Net

Esta Amostra demonstra que 64% dos inquiridos tem por hábito divulgar os seus trabalhos. É um bom prognóstico da usabilidade do Protótipo que pretendemos construir. Posteriormente teremos que entender as causas que estão subjacentes à não publicitação dos trabalhos artísticos.

Quando questionados quanto ao uso das redes sociais e a sua especificação, fomos conduzidos à conclusão que são utilizadas pela grande maioria à exceção de 17 dos inquiridos que não especificaram. As duas redes mais utilizadas são o *Facebook* e o *Instagram*, embora dois dos inquiridos tenham referido especificamente redes sociais próprias de artistas.

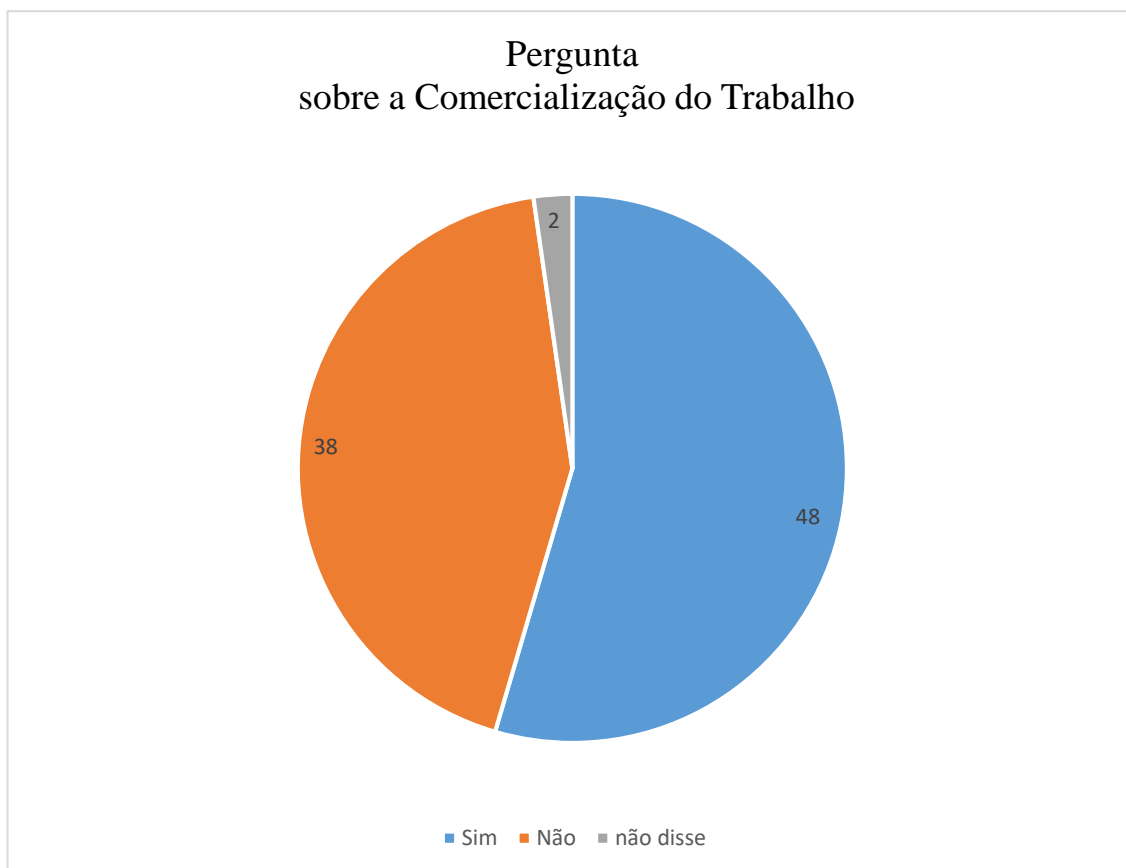


Figura 29 - Gráfico Pergunta sobre a Comercialização do Trabalho

Nesta Amostra temos cerca de 55% dos inquiridos a responder que comercializam os seus trabalhos na internet. Uma vez que 43% não o fazem, são um público potencial para o sítio que estamos a conceber.

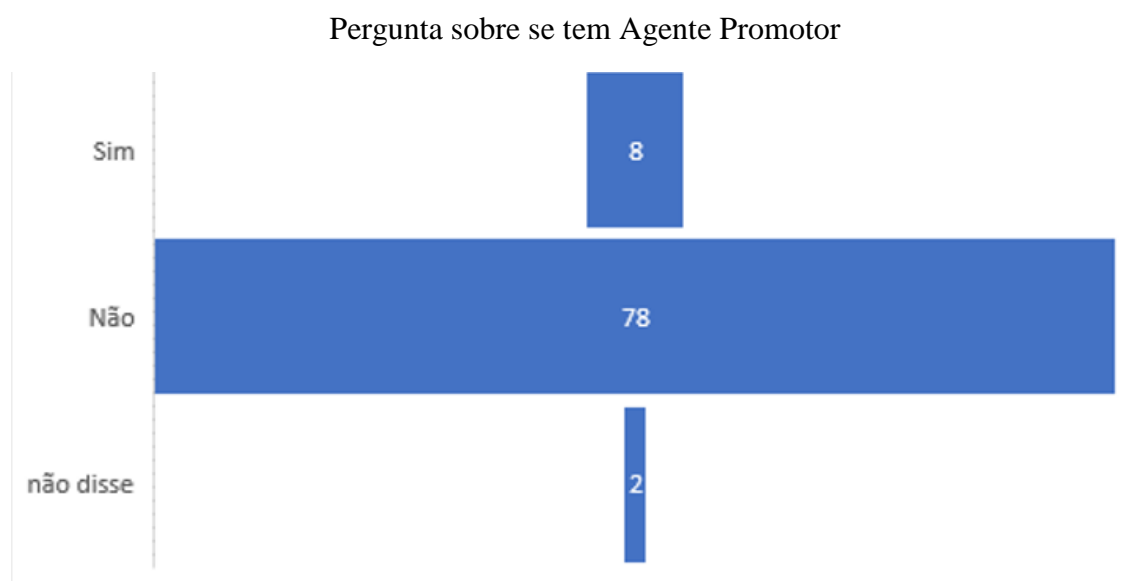


Figura 30 - Pergunta sobre se tem Agente Promotor

78% dos inquiridos revelam não terem um promotor ou mediador, o que reforça aquilo que havíamos referimos acima, pois revelam-se um público potencial para a conceção do sítio a desenvolver.

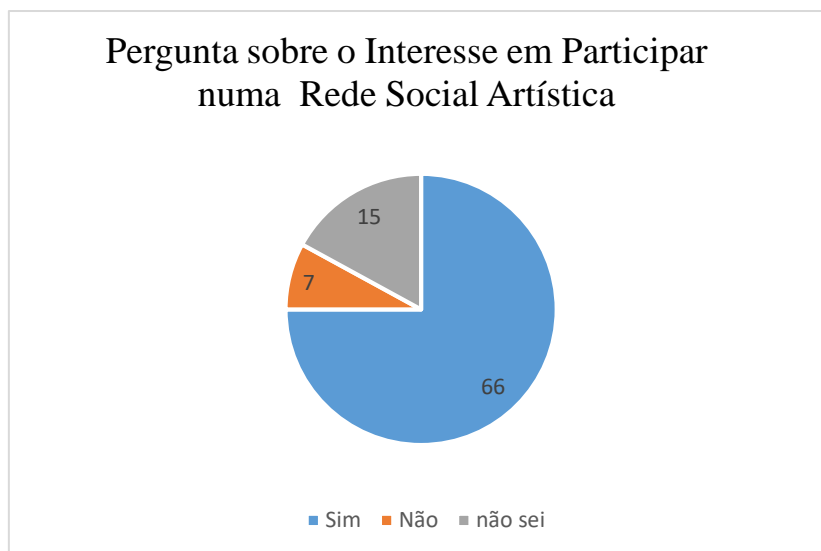


Figura 31 - Pergunta sobre a Pertinência do Sítio

Igualmente, 78% dos inquiridos acharam pertinente a existência do sítio que gostaríamos de concretizar, contudo somente e apenas 5% dos inquiridos não o acharam pertinente, e 16% dizem não saber.

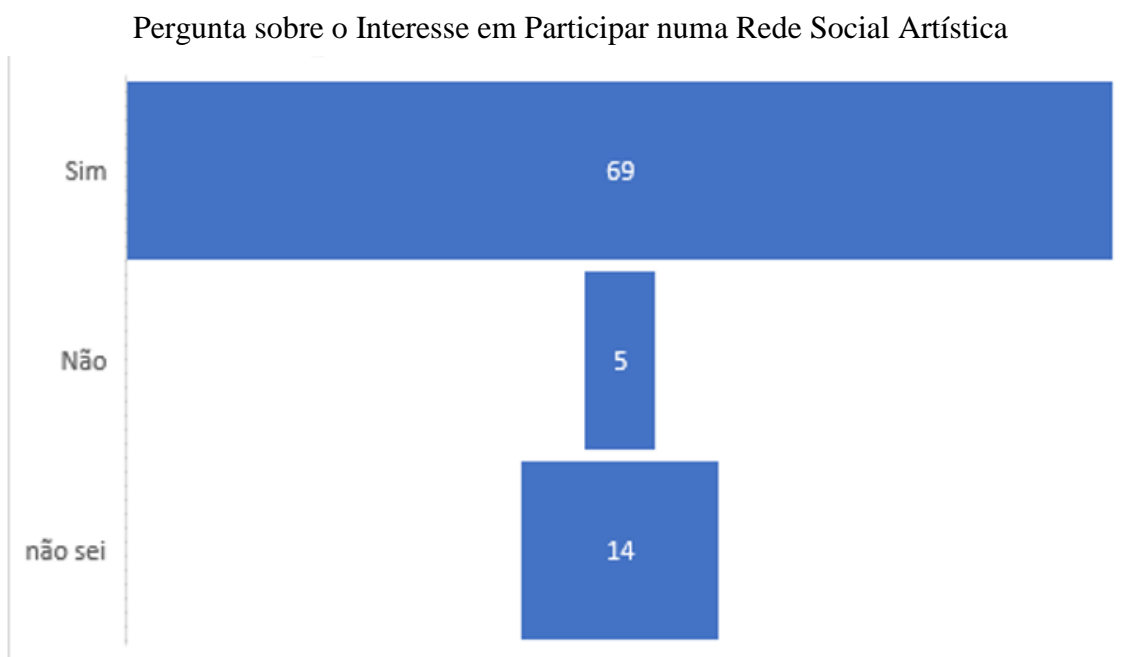


Figura 32 - Pergunta sobre o Interesse em Participar numa Rede Social Artística.

Não surpreende que 75% dos inquiridos tenham respondido favoravelmente à interação social no media virtual internet, sempre que a grande maioria é utilizadora sistemática desse meio. Apenas 0,08% refere a não pertinência interativa e 17% refere que não sabe.

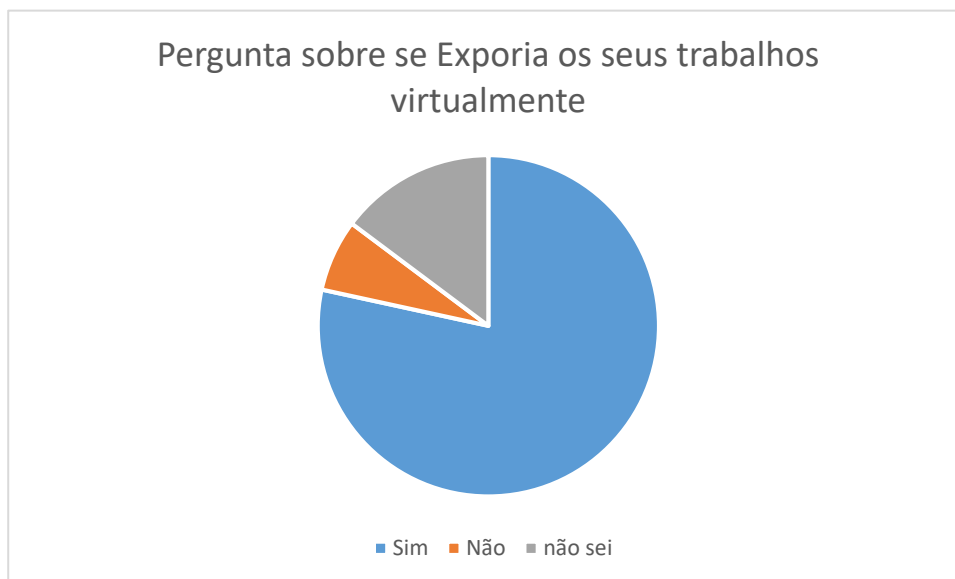


Figura 33 - Pergunta sobre se Exporia os seus Trabalhos Virtualmente

De forma continuada repetimos os resultados altamente positivos, pois 78% dos inquiridos respondem que exporiam os seus trabalhos na internet. Mais uma vez, reforçamos que o nosso entendimento acerca da viabilidade do sítio protótipo, o qual manifesta na realidade uma grande aderência da ideia em expor-se virtualmente no sítio.

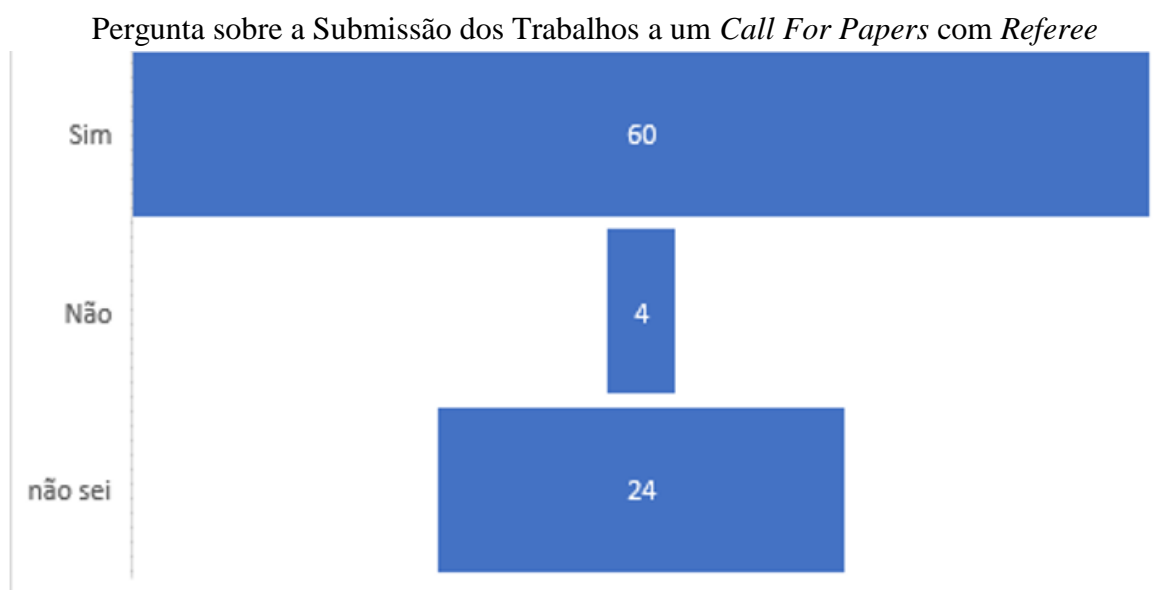


Figura 34 - Pergunta sobre a Submissão dos Trabalhos a um Call For Papers com Referee

Aqui imediatamente a menção do *referee* aumentou a percentagem dos que disseram que não sabiam se o fariam ou não, traduzidos em 68%, pois o *referee* pode ser inibidor. Logo a partir daqui, procuraremos oportunamente divulgar que o controle e qualidade dos trabalhos são fundamentais para a educação estética, sendo que a aprendizagem se faz muitas vezes através da superação dos erros cometidos.

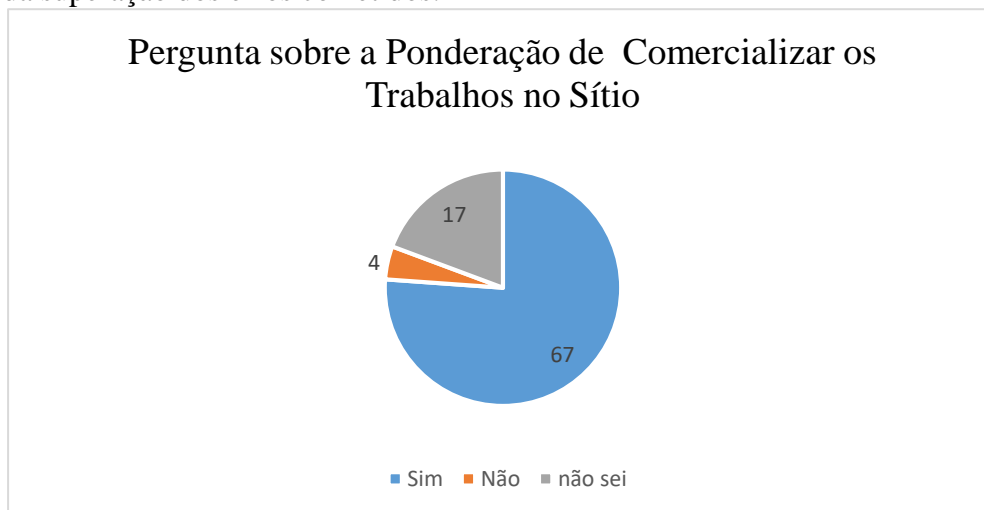


Figura 35 - Pergunta sobre a Ponderação de Comercializar os Trabalhos no Sítio

Podemos dizer que houve uma boa adesão à ideia, com 76% das respostas positivas, embora houvesse ainda uma percentagem de 19% de indecisos e note-se que a percentagem dos que recusam liminarmente é de apenas 5%.

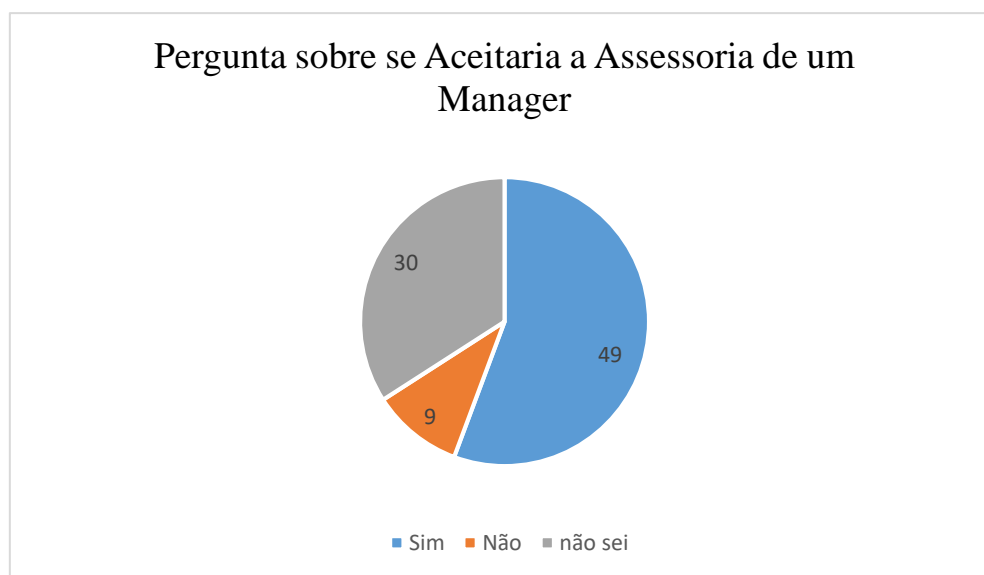


Figura 36 - Pergunta sobre se Aceitaria a Assessoria de um Manager

Cerca de 34% dos inquiridos não adere à ideia de trabalhar com *manager* de forma imediata, contudo os 56% que o aceitam, revelam uma boa predisposição em fazê-lo. Isto traz-nos a possibilidade de demonstrar como será importante o trabalho do sítio nesse âmbito.

Pergunta sobre se Sente Confortável no Domínio das Tecnologias da Informação e Comunicação na ótica do Utilizador

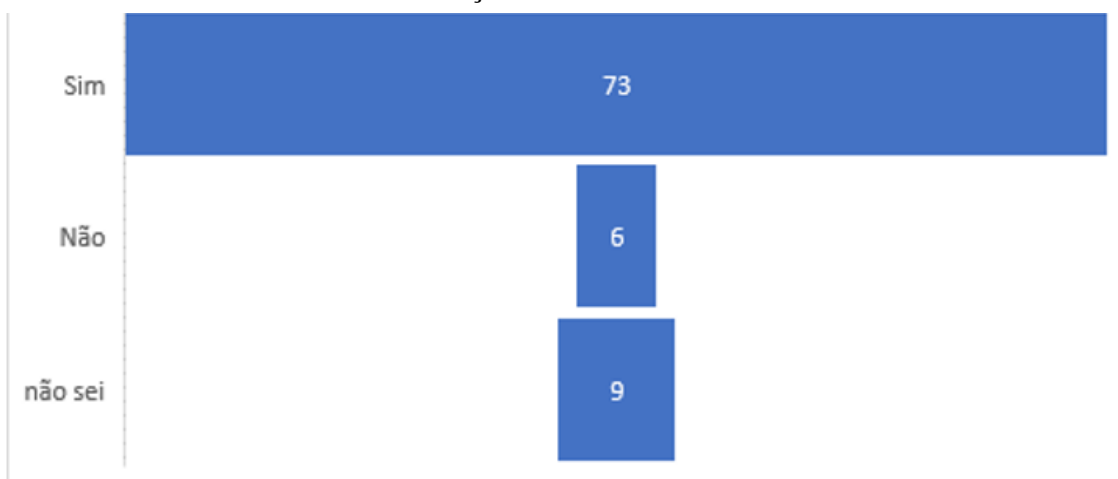


Figura 37 - Pergunta sobre se Sente Confortável no Domínio das Tecnologias da Informação e Comunicação na Ótica do Utilizador

Cerca de 73% dos inquiridos demonstram conforto perante as TIC na ótica do Utilizador.

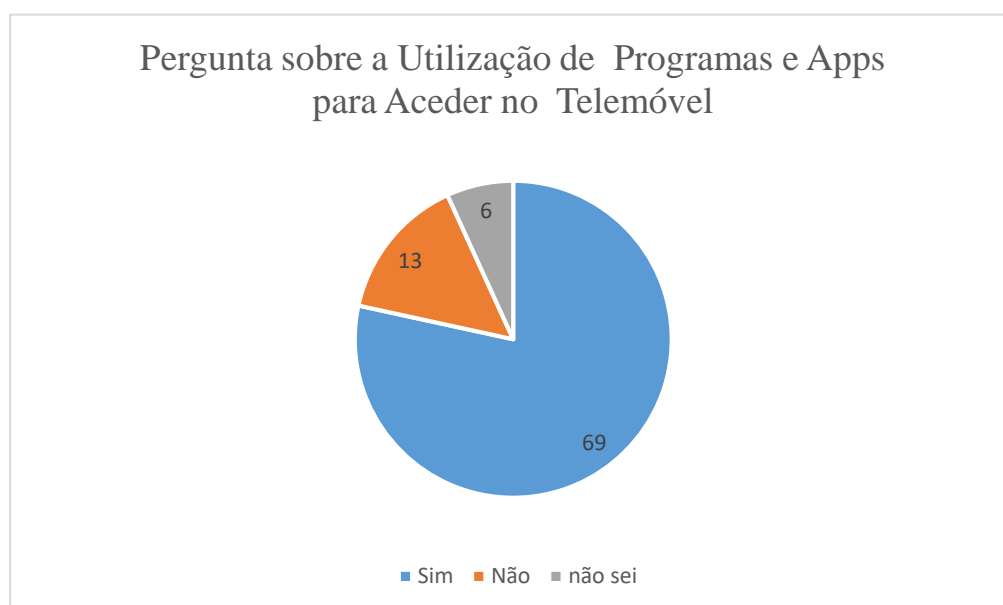


Figura 38 - Pergunta sobre a Utilização de Programas e Apps para Aceder no Telemóvel

Não nos surpreende que 78% dos inquiridos considere importante a utilização do telemóvel para esse efeito, atendendo a que quase a totalidade dos Portugueses utiliza o dispositivos móveis diariamente. Assim, um dos requisitos deste sítio é a sua visibilidade para telemóvel.

Em modo de conclusão acerca dos resultados gerais deste inquérito, é aprazível constatar que uma ideia embrionária nascida há sete anos, esteja agora em vias de ser alavancada, uma vez que finalmente existem condições e circunstâncias que possibilitam a sua implementação real no mundo virtual. Como Gestores Culturais que pretendem Animar o Inanimado, acreditamos que este Sítio pode ser um Sucesso. A reatividade das 88 pessoas que responderam espelha proporcionalmente um número maior, como se este inquérito também fosse uma sondagem onde se toma o pulso do momento.

Acredito num futuro próximo mais interativo à distância de um clique, onde uma janela nos oferece milhentas possibilidades de crescer artisticamente. A dimensão desta ilha já não se restringe aos horizontes do mar nem aos barcos de vapor. O ar é agora a forma de comunicação que veio substituir a água que por uma era fundou cidades nos seus cursos. A aprendizagem e a comercialização do futuro será aérea, via satélite, *Wi-Fi* e telemóvel, e com um computador cresceremos e expandir-nos-emos culturalmente.

12. Estudo dos Sítios Divulgadores de Arte

12.1 Sítios Analisados e Porquê?

Os sítios analisados correspondem a uma amostra significativa de cerca de trezentos sítios cuja busca incidu em “+ 250 places to sell your art or craft online”, cujo resultado⁵ é: o artigo “250+ Places To Sell Art Online”, acessível pela ligação <https://www.artsyshark.com/sell-art-online-directory/> - Disponível em anexo (Anexo I).

Os trezentos e poucos sítios foram analisados um a um, de modo a filtrar aqueles que, divulgando as “artes”, as comercializavam. Foram suprimidas as hiperligações desativadas, as que não eram seguras, os sítios em atualização, fechados ou em novo devir, os morosos em abrir, e assim foi sendo reduzida a lista conforme se pode ver do Anexo I para o Anexo II, cujo resultado final são de 56 sítios (Anexo II).

12.2 Os 56 Sítios analisados à luz de que Requisitos?

Analisamos os 56 sítios à luz dos requisitos enunciados nos objetivos anteriormente explicitados (Anexo III).

Também consideramos que um bom sítio deve ter as seguintes propriedades: Legibilidade, Navegabilidade, Rapidez, Manutenção Constante, Foco no Cliente, Interatividade e Funcionalidade. Embora estes requisitos sejam generalistas para qualquer campo de ação servem perfeitamente para explicar como é que a internet e a telepresença podem promover a divulgação e interatividade entre a arte e as pessoas. Foram escolhidos os sítios que, no nosso ver, acumulavam um maior número dessas qualidades.

Antes de nos expandirmos na exploração do subtópico, gostaríamos de deixar uma observação. Já na finalização do projeto, deparámo-nos com um sítio chamado Galeria Shairart, sítio nacional nascido em 2014. Quando tivemos a ideia embrionária de criar um sítio de arte em 2012 até aí, eventualmente, o *Arch'Art* seria o primeiro sítio do género no país.

Esta galeria não constava do diretório dos mais de 250 sítios analisados.

Como não foi analisado atempadamente junto dos 56 sítios, deixamos abaixo uma citação que consta do sítio Shairart e duas hiperligações para conhecimento geral, dada a

⁵ O Anexo I contém o resultado da primeira pesquisa, de 26 de Março de 2019. Entretanto, a ligação deixou de funcionar. Pesquisando, em 14 de Abril de 2019, “+ 250 places to sell your art or craft online” apareceu a ligação acima mencionada. Muito similar porque aparece modificada, no entanto os mesmos sítios encontram-se lá.

importância da mesma, que não nos permite omiti-la: <https://zet.gallery/galeria/galeria-shairart-dst-10454> ; <http://gallery.shairart.com/>

Inaugurada em 2014, a Galeria shairart dst é o projeto que materializa a shairart, plataforma online de arte contemporânea, bem como a relação do grupo dst com a cultura, a arte e a cidade de Braga. Procura ser um espaço de capitalização da obra de artistas cujo trabalho tem marcado e virá a marcar a linguagem artística contemporânea. Expõe arte contemporânea, de vanguarda, em evolução e com potencial de valorização, revelando o que de novo se produz em pintura, escultura, fotografia, arte digital, instalação e multimédia. A sua orientação curatorial pautar-se-á pelos seguintes princípios orientadores: expor e acompanhar artistas emergentes; fomentar o diálogo entre múltiplas gerações de artistas, assim como disciplinas e linguagens; facilitar o acesso dos artistas a coleções públicas e privadas, assim como a eventos nacionais e internacionais de referência (feiras de arte, bienais, etc.); entregar aos nossos colecionadores o que de melhor se produz na contemporaneidade; mediar a relação dos públicos e a arte contemporânea. Considerando estes princípios orientadores, a Galeria shairart dst organiza os seus trabalhos entre programação expositiva, programação cultural e educação artística. (Galeria shairart dst)

12.3 Requisitos provenientes dos Objetivos para o Sítio Protótipo.

Os Requisitos do sítio que pretendemos implementar são deduzidos dos objetivos que estabelecemos para este projeto:

1. Ter uma funcionalidade legível que permita aceder ao trabalho do artista de forma intuitiva;
2. Ser bem cotado pelos utilizadores no que corresponde à Manutenção Constante e Foco no Cliente;
3. Ser bem cotado no que concerne à interatividade e Funcionalidade do Sítio;

4. O sítio deverá ser rápido a responder, bem como ao abrir pastas, prevendo-se não mais que cinco segundos pela ação.

5. Ser um sítio passível de crescimento contínuo;

Os objetivos 3, 4 e 5 justificam-se pelas leis de Lehman (Anexo IV) que genericamente revelam que qualquer sistema *vivo* aumenta de complexidade, morrendo se tal não acontecer, por outro lado, se a dita complexidade não é controlada, ele igualmente deixa de ser útil. Logo é necessária a boa cotação numa manutenção Constante e Foco no Cliente.

No que diz respeito à interatividade e funcionalidade do sítio e ao facto de ele ser passível de crescimento contínuo, controlam-se pelo trabalho de um programador, dum designer e de um gestor do próprio sítio, cientes das possibilidades da introdução de novos requisitos e da gestão e reorganização do sítio quando tal é necessário.

E claro que os utilizadores têm de estar satisfeitos na medida em que o sítio responda às suas necessidades.

12.4 Listagem e Análise dos 5 Sítios selecionados para inspirar a estrutura do Sítio final com a visualização das Pastas do Primeiro Nível

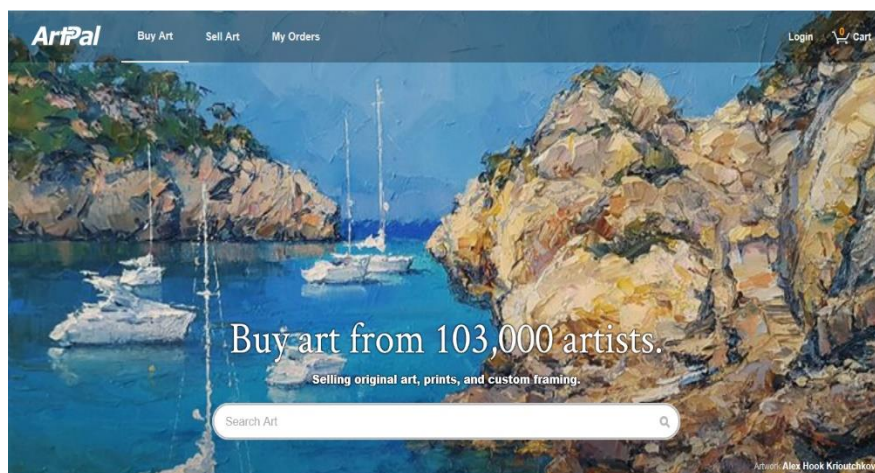


Figura 39 – 1- ArtPal - <https://www.artpal.com/buy/> : ArtPal / Buy Art / Sell Art / Login / Cart/ Search Art 03:20 18/04/19

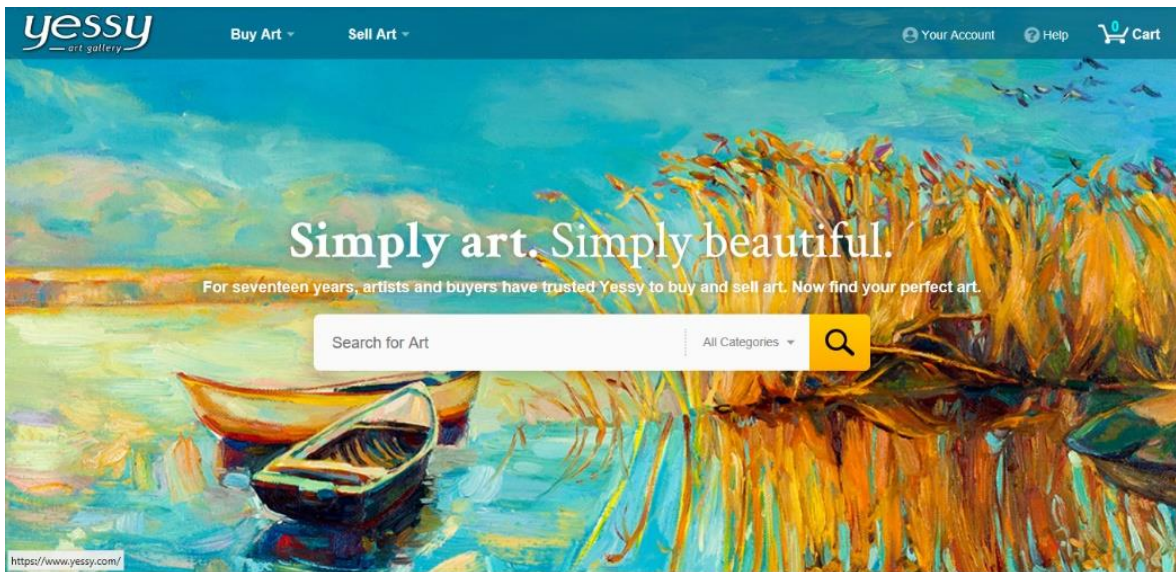


Figura 40 - 55 - Yessi - <https://www.yessy.com/> : Yessy Art Gallery / Buy Art / Sell Art / Your Account / Help / Cart / Search For art All Categories 03:57 18/04/19

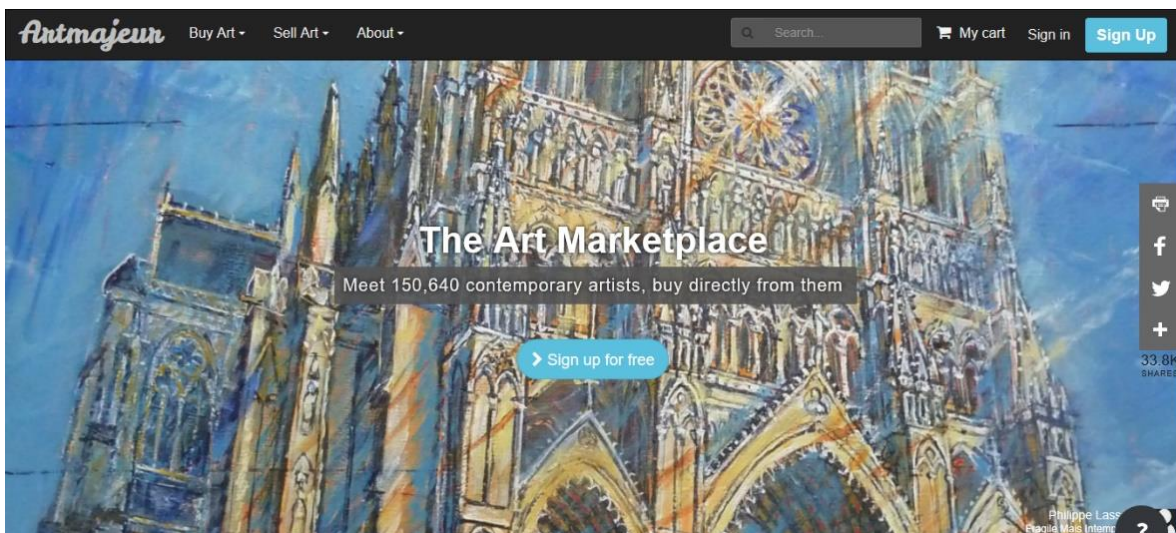


Figura 41 - 15 - Artmajeur - <https://www.artmajeur.com/en/> : Artmajeur / Buy Art / Sell Art / About / Search/ My Cart / Sign In / Sign Up / Sign Up For Free / Printer / Facebook / Twitter / Share / ? 04:14 18/04/19

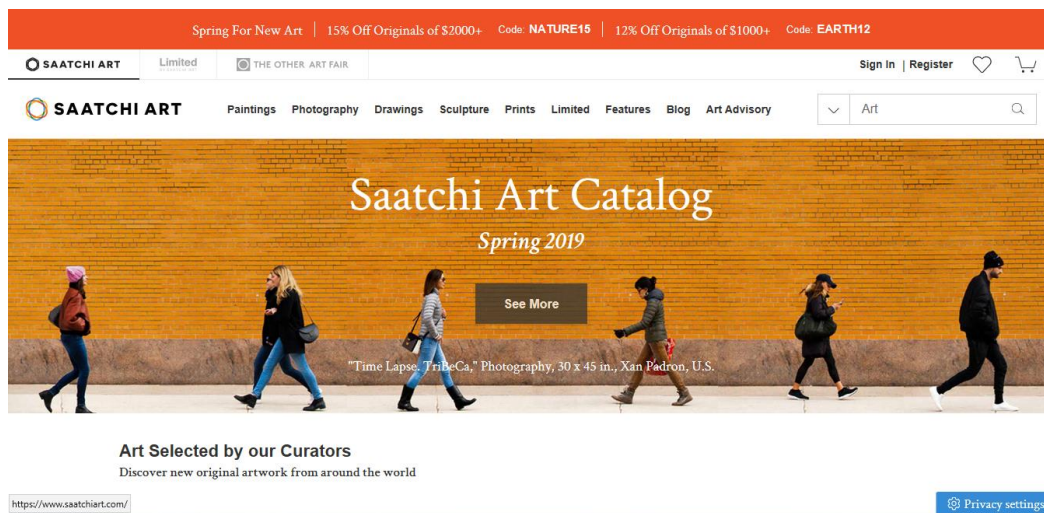


Figura 42 - 46 – Saatchi Art - <https://www.saatchiart.com/> : Saatchi Art / Limited Edition Art Prints / The Other Art Fair / Sign In / Register / <3 Sig In with Facebook – Sign In with Google / Cart / Saatchi Art / Paintings / Photography / Drawings / Sculpture / Prints / Limited / Features / Blog / Art Advisory / Art Search / See More 04:39 18/04/19

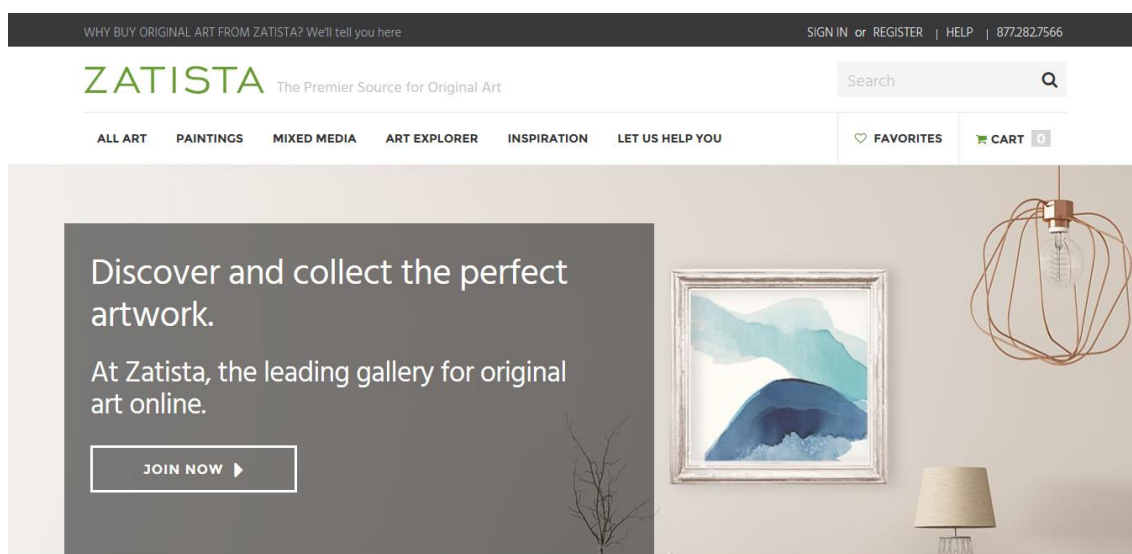


Figura 43 - 56 – Zatista - <https://www.zatista.com/> : WHY BUY ORIGINAL ART FROM ZATISTA? We'll tell you here / Sign In or Register / Help / Phone / Zatista the Premiere Source of Original Art / Search / All Art / Paintings / Mixed Media / Art Explorer / Inspiration / Let Us Help You / Favourites / Cart / Join Now 04:55 18/04/19

Estes cinco últimos sítios selecionados dividem-se em duas categorias: Os mais simples como o 1 - ArtPal , o 15 - Artmajeur e o 55 – Yessi, quer ao nível visual quer do ponto de vista

do operador, exibem uma grande depuração conceptual e características que nos chamaram à atenção e que passamos a destacar: Crescimento rápido, alegação de ser a maior galeria de arte mundialmente e a possibilidade da criação de uma galeria online por parte do utilizador.

Têm estas características enunciadas nas suas descrições:

1 - ArtPal – Fast-growing FREE gallery to **sell art** and **buy art**. No membership fees. You receive 95%-100% when they sell your art. ArtPal earns money only when they sell your art. Sell any type of art. ArtPal also has a free Print-on-Demand service.

15 - Artmajeur – (European site) Claims to be the world’s largest fine art gallery. Upload your art to this site, and handle any online art sales directly with the buyers. Monthly fees apply, no commission is taken.

55. Yessy – Create your online art gallery, no limit on number of images. \$59 annual fee. They do not take commissions, but have a transaction fee. (250+ Places to sell Art Online)

Os mais complexos são o 46 - SaatchiOnline e o 56 - Zatisa. Estes estão cotados como excelentes, segundo os utilizadores e também têm características relevantes, como o operador poder carregar imagens no sítio e vender originais e reproduções dos mesmos. O sítio Zatisa direccionou um alvo específico para designers e arquitetos também como consumidores.

46. SaatchiOnline – Upload your images, sell originals and prints. Artist retains 70% of purchase price.

56. Zatisa – This site is for selling original 2D art only. They target interior designers and architects as well as consumers. All work is juried. They do not have a monthly or listing fee, but take 45% commission. (250+ Places to sell Art Online)

12.5 Protótipo do Sítio a Desenvolver

O nosso sítio deve ter os seguintes menus de acordo com a inspiração que encontramos nos 5 sítios referenciados atrás.

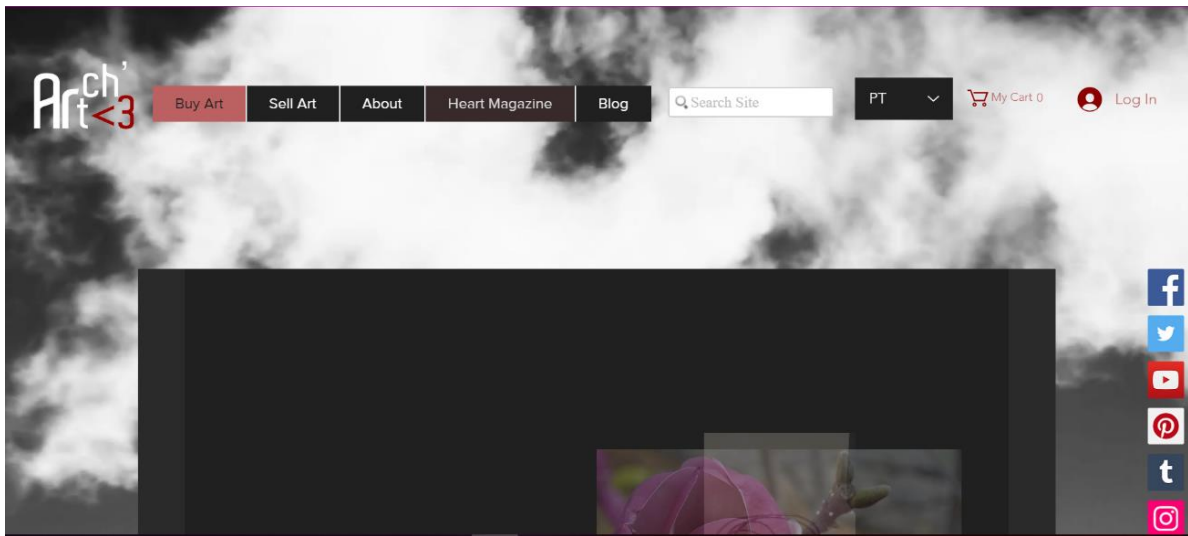


Figura 44 – Arch'Art (Heart) – <https://helenadosramos.wixsite.com/archartheart>: Arch'Art <3 / Buy Art / Sell Art / About / Heart Magazine / Blog / Search / My Cart / Notificações (Campanha) / Log In / Facebook / Twitter / Youtube / Pinterest / Tumblr / Instagram

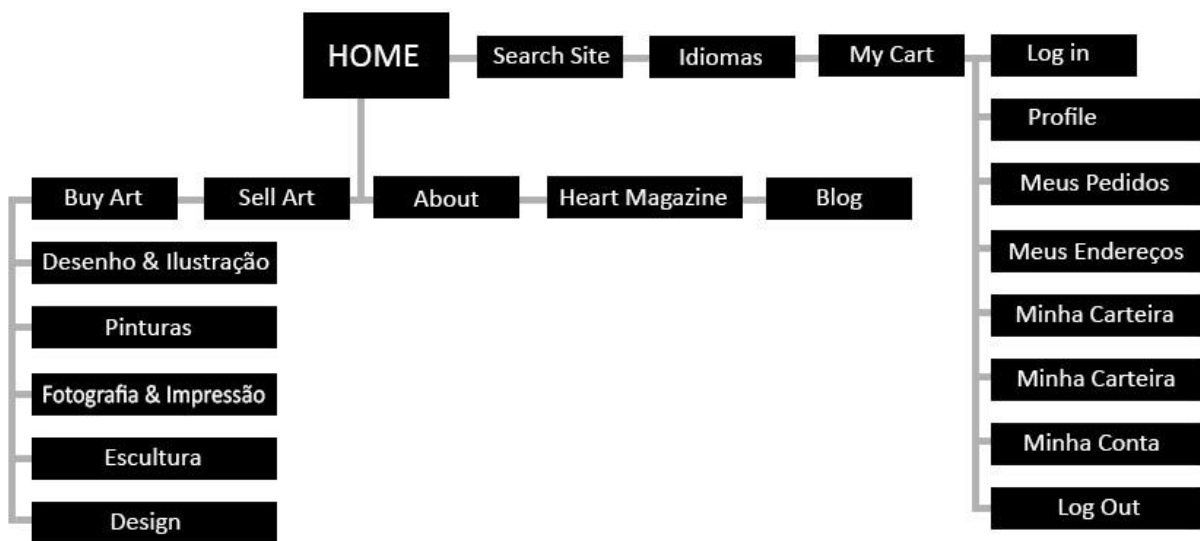


Figura 45 - Árvore do Menu Principal com os Submenus

Temos de ter, pelos menos, as seguintes funções de acordo com o objetivo de ser uma plataforma de divulgação de trabalhos e de artistas madeirenses a residir na Região Autónoma da Madeira ou não, indo depois para o mundo global, isto quer dizer que o objetivo é começar de forma simples, e depois em termos de devir, modificar conforme a necessidade, tornando o sítio em algo mais completo e complexo.

Assim o menu do Sítio terá a Árvore ou Arquitetura do Sítio-representada na figura 45.

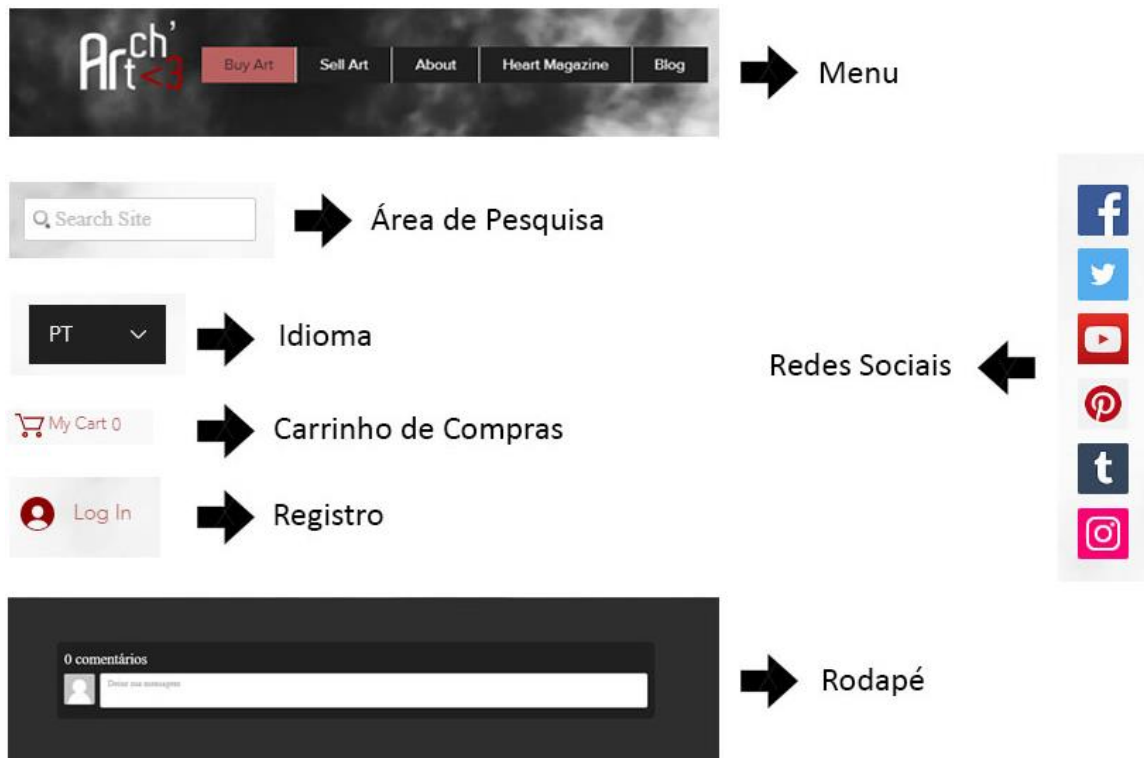


Figura 47 - Esquema da Arquitetura do Sítio

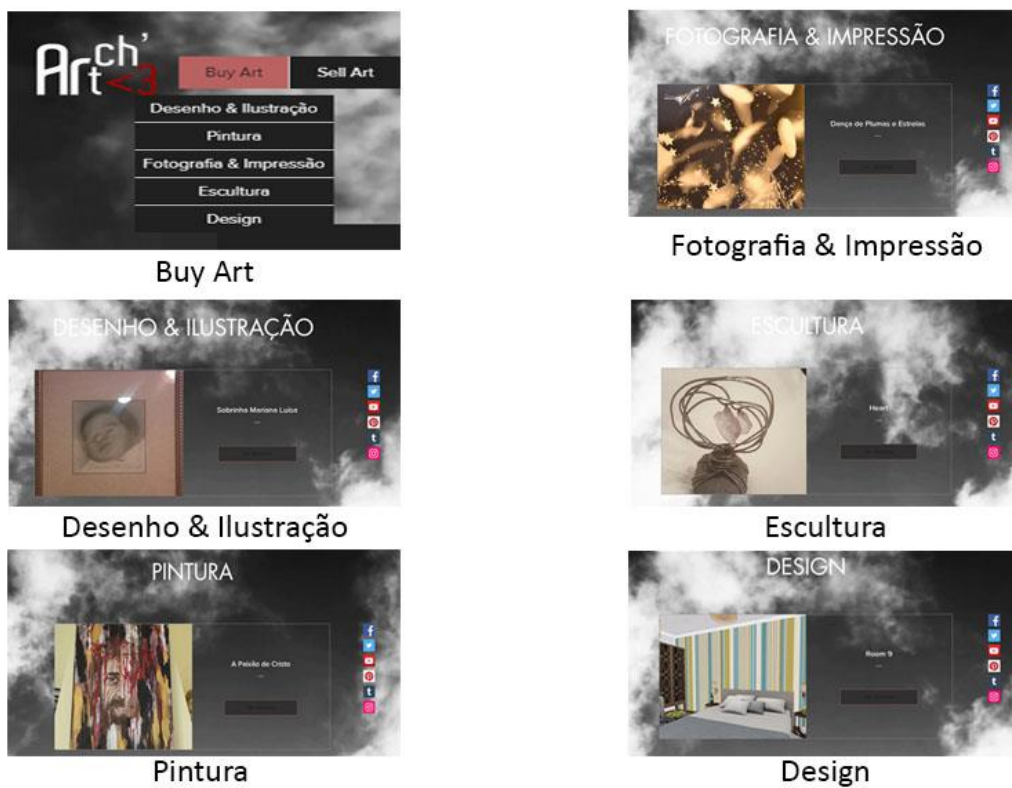


Figura 46 - O sítio a desenhar enquanto protótipo tem como segundas pastas (ao Clicarmos) na Pasta Buy Art: Desenho & Ilustração; Pintura; Fotografia & Impressão; Escultura; Design

Falta, depois, descrever o Preço das Obras, as Dimensões, se são Originais ou Impressões, Assinada ou não, Emolduradas ou não, Modo Físico da Tela Esticada ou não e, por fim, a Quantidade Disponível.

Price

- Any
- \$0 to \$25
- \$25 to \$50
- \$50 to \$100
- \$100 to \$200
- \$200 to \$500
- \$500+

Size

- Any
- Small (up to 15")
- Medium (up to 30")
- Large (more than 30")

Original/Print

- Any
- Original
- Print
- Unknown

Signed

- Any
- Signed
- Unsigned

Framing

- Any
- Framed
- Unframed

Stretched Canvas

- Any
- Stretched
- Unstretched
- Not Applicable

Apply

[Reset](#)

Figura 48 - Preço, Tamanho, Original / Impressão, Assinatura, Tela Esticada



Figura 49 - Quando Clicamos na Pasta - Sell Art

Nesta segunda pasta, o artista cria a sua galeria e pode comercializar os seus objetos artísticos.

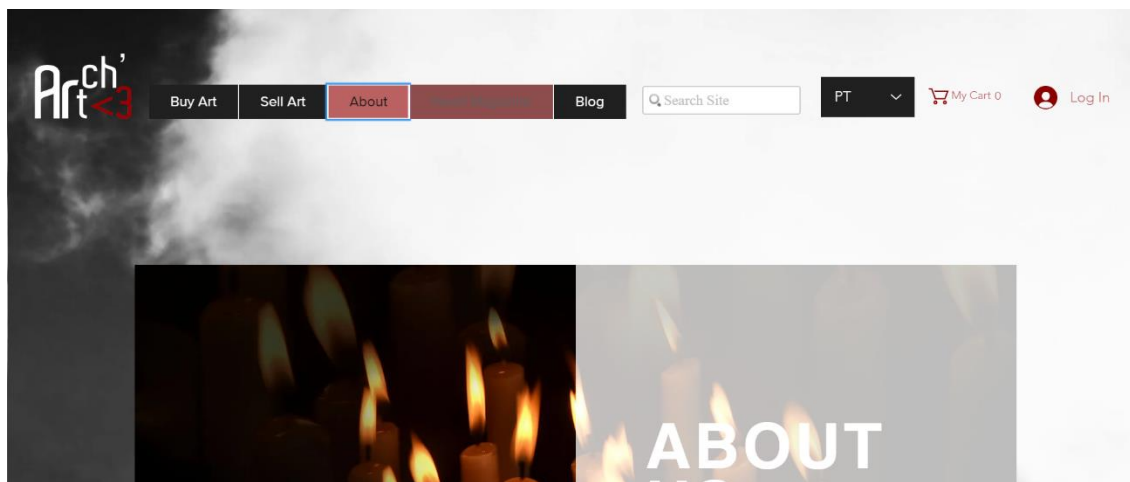


Figura 50 - Quando Clicamos na Pasta - About Us

Nesta Pasta existirá um breve texto, como segue, de apresentação de quem somos, o que fazemos e para onde queremos ir, enquanto Sítio:

Somos um Sítio onde Artistas podem divulgar a sua arte e comercializá-la. É nosso propósito criar um espaço virtual onde os artistas interajam entre si facilmente e com o Mundo através de redes sociais. Somos uma plataforma de congregação artística. Procuramos o enriquecimento cultural regional, nacional e internacional através da educação artística e estética. Precisamos da tua presença para conseguir estes objetivos. Contacta-nos, fala-nos de ti.

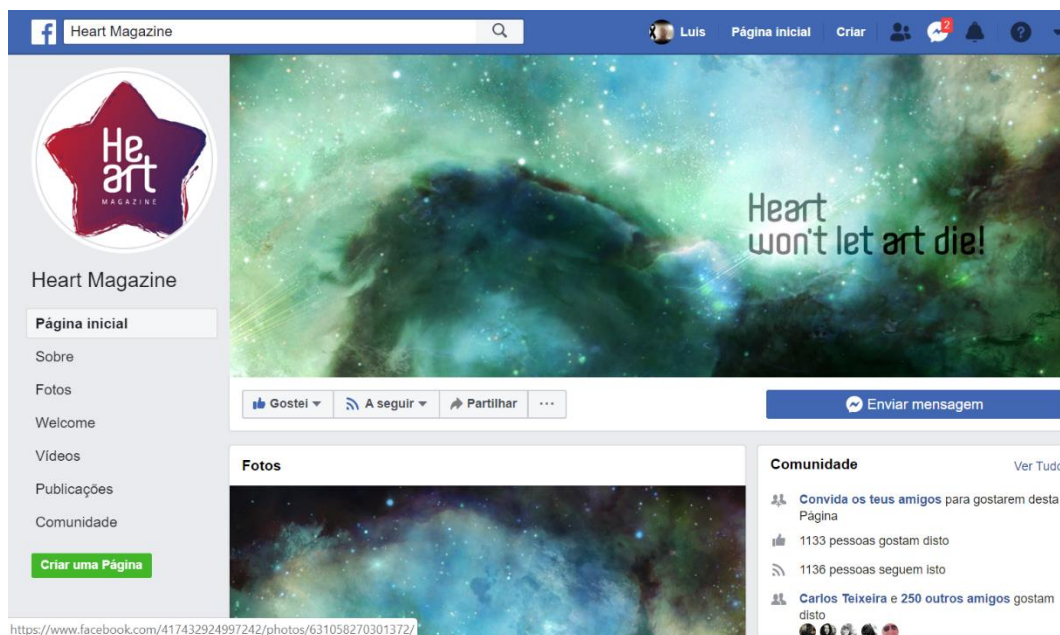


Figura 51 - Quando Clicamos na Pasta – Heart Magazine

Nesta Pasta podemos aceder à Revista Heart Magazine através do link:
<https://www.facebook.com/Heart-Magazine-417432924997242/>

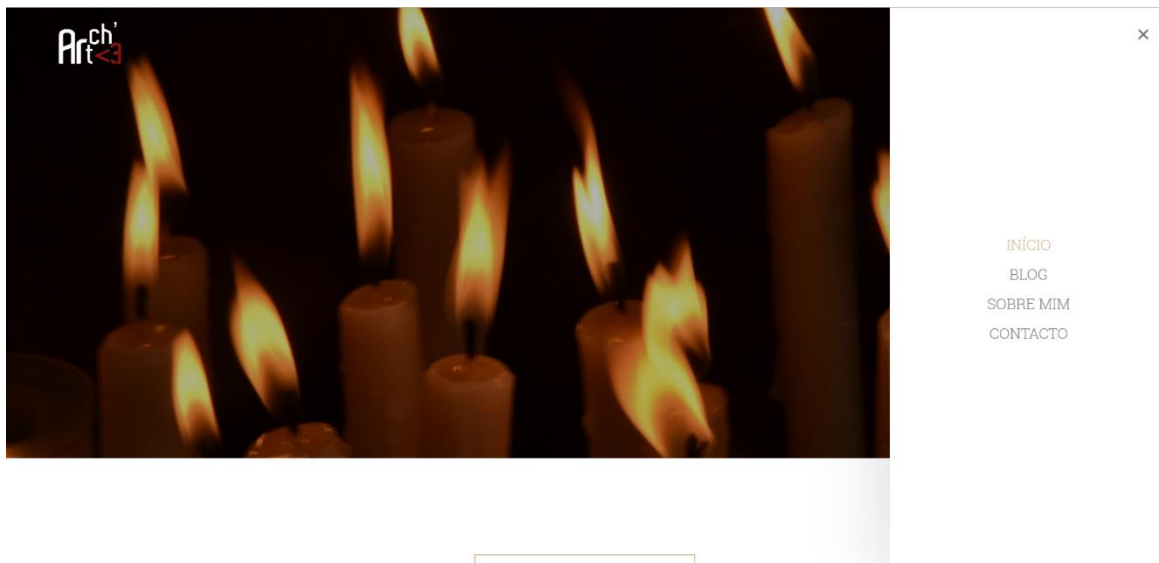


Figura 52 - Quando Clicamos na Pasta Blog

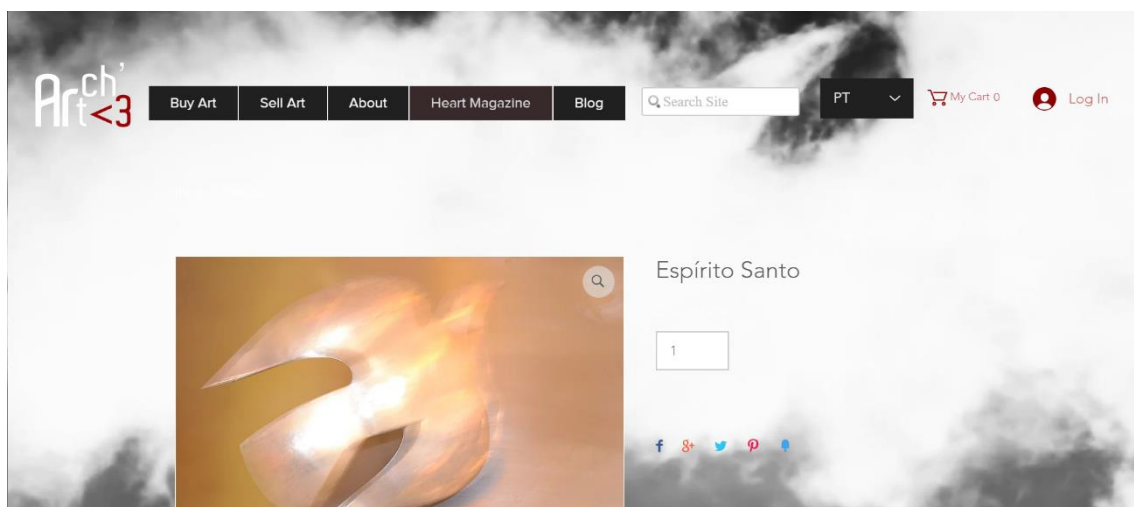


Figura 53 - Quando Clicamos na Pasta Pesquisa

Quanto à Pasta da Língua, dispomos de: Português, *English*, *Français*, etc. conforme as necessidades a seu tempo.

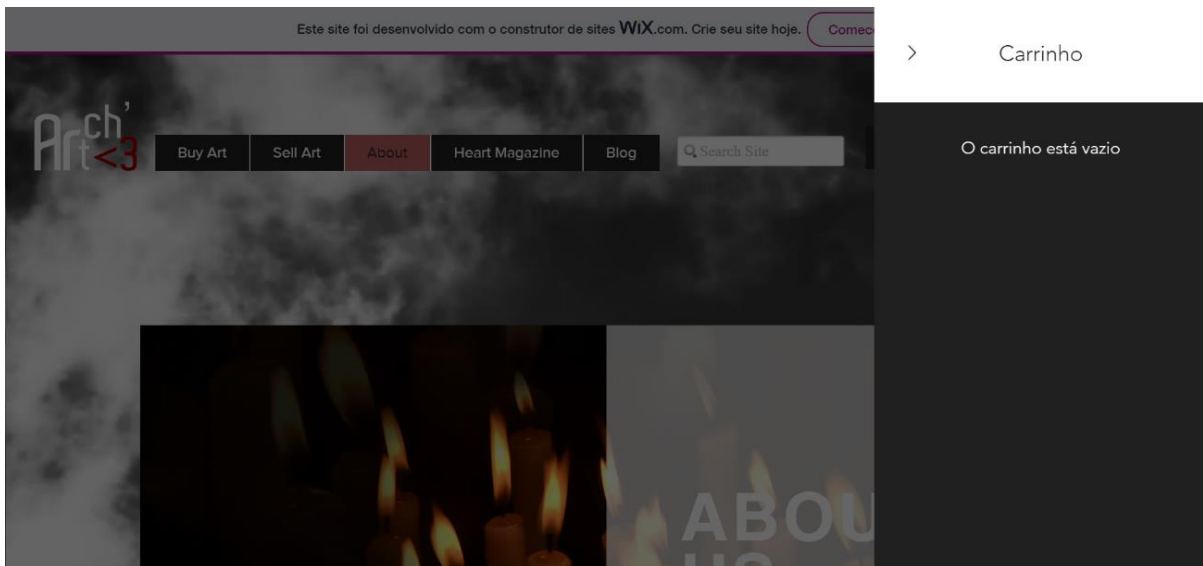


Figura 55 - A Pasta - My Cart

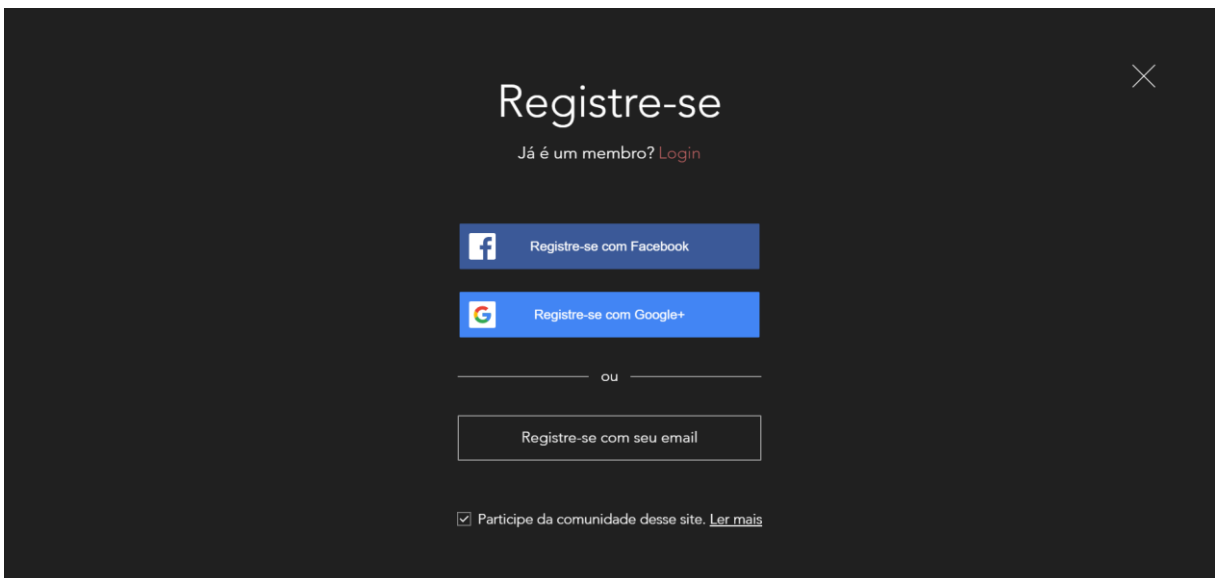


Figura 54 - A Pasta – Log In



Figura 56 - Quando Clicamos no Ícone Facebook

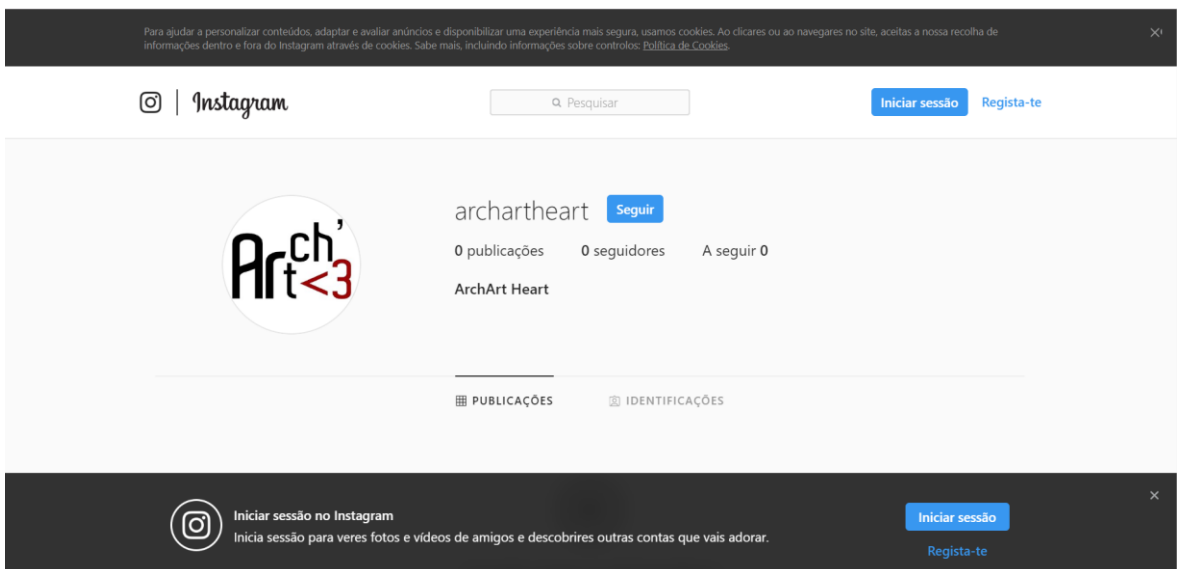


Figura 57 - Quando Clicamos no Ícone Instagram

Em 2012, aquando da criação da revista *Heart Magazine*, que teve seis edições trimestrais, já estava prevista a criação do site que albergaria a dita revista, cujo nome *Arch'Art (Heart)* seria o título do sítio a construir.

O conceito mental que gizámos foi o Arco da Arte, isto dito da forma mais elementar, como por exemplo, o Arco do Triunfo. No logótipo, a letra Capital A, assemelha-se com um arco arquitetónico como se de uma porta se tratasse por onde entram e saem pessoas. Onde se compra e vende arte como se fosse a porta de uma loja, neste caso virtual. A ideia de arco também tem a ver com um leque (de opções), de forma figurativa, algo que se abre em semicírculo, ou semi-arco, o que nos permite múltiplas escolhas e continuamente educarmos esteticamente. Da palavra *Heart*, vemos no logotipo um sinal de menor e um três, que em linguagem informática de conversação em rede, constrói um coração.⁶

⁶ Aquando da conceção do logotipo para o sítio *Arch'Art (Heart)*, numa fase mais avançada da dissertação, encontramos o conceito “Arch-Art”, ao cruzarmo-nos com a Tese do Doutor Duarte da Encarnação.

O Conceito Arch-Art refere-se a um subgénero artístico que está no cruzamento entre *architectural art* ou arch-art com a escultura e o design e o campo de aplicação do conceito Arch Art entre os dois é de natureza diferente. O termo Arch-Art foi dado por vários teóricos americanos e trazido para o contexto europeu, principalmente pelo crítico Javier Maderuelo.

A tese de Duarte da Encarnação chama-se *Expansiones del híbrido escultura / arquitectura: Cartografias de un Arch-Art como respuesta al arte público crítico* (2010).



Figura 58 - Logotipo Final do Sítio

Da pesquisa realizada em imagens deixo uma hiperligação com a procura *arch'art* onde poderão ver vários exemplos de arcos:

https://www.google.com/search?q=arch%27art&rlz=1C1CHBD_pt-PTPT850PT850&source=lnms&tbn=isch&sa=X&ved=0ahUKEwjgieGs4q7kAhVCOBoKHQKhA1QQ_AUIESgB&biw=1280&bih=610

Da Pesquisa no Google utilizando *arch'art* acedendo a *Tudo* obtém-se:

https://www.google.com/search?q=arch%27art&rlz=1C1CHBD_pt-PTPT850PT850&source=lnms&sa=X&ved=0ahUKEwiN2pqu4q7kAhWsUBUIHTPCDJoQ_AUIDCgA&biw=1280&bih=610&dpr=1.5

Este ultimo link mostra-nos a enorme quantidade de empresas que utilizam a palavra Arch Art, e pensamos que o fizeram simplesmente com uma combinação muito terra a terra, sem talvez terem conhecimento do conceito Arch-Art teorizado no universo artístico, ou talvez sim, e isso ainda assim não os demoveu, como a nós, em que procurámos justificar de forma elementar e manter a nossa posição.

13. Conclusões

Se este projeto tem como objetivo geral dar a fruir a arte que se produz a nível regional através da utilização do virtual no âmbito cultural regional, nacional e internacional elencaram-se vários objetivos específicos no ponto 1.3 que agora se concluem:

Estudámos e analisámos como a educação artística e a educação estética potenciam o desenvolvimento humano racional, emocional e eticamente dando importância às questões das ciências humanas. Concluiu-se que a arte é por excelência uma forma imprescindível de educar. O ser humano ganha com esse contributo, pois desenvolve-se enquanto pessoa, porque a razão e a emoção as responsáveis por promover o seu desenvolvimento provido de uma moral e ética saudáveis. Sendo impossível dissociar a educação estética deste processo, esta tem como propósito o desenvolvimento pleno e equilibrado no todo das nossas faculdades sensíveis e espirituais.

Procurámos e analisámos a relação que a arte estabelece com a tecnologia e como a arte na internet e no virtual interagem com o social. Apurámos que as relações entre a Arte e a Tecnologia, assim como, entre a Internet e o Virtual obrigaram-nos a entender *o pensar* de como a arte se transformou e transforma-se sob a influência tecnológica. Concluímos que novos caminhos são possíveis e passíveis de serem trilhados sobre as linhas orientadoras das linguagens das Tecnologias da informação e Comunicação. Aprofundámos também sob que formas o mundo virtual, configurado na internet pode interagir com as pessoas em rede gerando uma interação artística e cultural. Essa ação deriva da forma como compreendemos que a internet é um *meio* de comunicação e também *agente* mediador entre a Obra de Arte e o Fruidor no ato da Fruição Artística.

Entendemos como a Gestão Cultural ajuda a conceber um plano dinâmico participativo socialmente. Assim, o Gestor Cultural tem um papel preponderante no alavancamento cultural do meio onde se insere. Comparámos e vimos que o Fenómeno Cultural Islandês é promotor de uma economia saudável onde os gastos com a cultura são primordiais, o que contrasta gritantemente com o Fenómeno Cultural Regional, onde a cultura sofre com cortes massivos orçamentais, não sendo participativa e desviando-se da dinâmica culturalmente artística em termos de agenda. Esta última tem mais ênfase por alturas de efemérides assinaladas, não dizendo com isto que não tem agenda anualmente, mas salientando que de resto, a oferta é pouca, restando aos agentes culturais ficarem com essa responsabilidade. São muitas vezes pessoas empreendedoras que de livre vontade fazem da Gestão Cultural uma Participação Social Meritória. Relativamente ao “Efeito Bilbao”, e ao fenómeno que desenvolveu uma

localidade através de um Museu enquanto Centro Cultural, parece ainda estar longe na nossa realidade regional. Procurámos compreender como estes fenómenos podem contribuir para influenciar e reformular a realidade regional, no que se refere à produção e divulgação cultural promovendo-a globalmente. Acreditámos que o Sítio a desenvolver poderá ser um agente catalisador e aglutinador de diversas dinâmicas interativas artístico e culturais como divulgador de arte e formador de consciências. Também nos pareceu que o sítio conseguirá ser um agente que poderá desenvolver atitudes quanto à compra e venda de objetos artísticos que influenciaram economicamente esta região insular.

Para tal, procurámos auscultar através de um inquérito as opiniões dos potenciais utilizadores do sítio para uma melhor assertividade nas decisões referentes à Arquitetura do Sítio, bem como, à construção de um Sítio Artístico e Cultural enquanto Protótipo.

Da leitura que fizemos às respostas inquiridas e que depois foram tratadas estatisticamente, apurámos que foram sobejamente positivas, pois indiciam que o sítio a desenvolver é viável e promissor. Ficam para fazer e apurar determinadas questões através de um plano de Marketing que acontecerá num futuro próximo após o protótipo ser testado.

Entretanto fez-se um a pesquisa exaustiva acerca de sítios similares àquele que se procura desenvolver. Foram muitas horas de reflexão para ir encurtando aqueles que pareciam servir o propósito. Essa ação também foi muito intuitiva, pois queremos que os utilizadores do nosso sítio naveguem confortavelmente e revisitem-nos constantemente, como um lugar de referência único no panorama regional, nacional e internacional.

Desta forma, paulatinamente chegámos a uma Arquitetura de Sítio que nos permite propor um protótipo que divulgue a Arte e a Cultura, bem como, a sua comercialização.

Este modelo permite cumprir o objetivo proposto, atendendo que será o elemento do diálogo com os artistas e lhes proporcionalizará hipóteses de exporem o seu trabalho. Para nós, o protótipo trará a possibilidade de testar o objetivo explicitado e construir fundamentadamente um sítio que ao longo do tempo acrescentará as funcionalidades que os vários aderentes forem reclamando.

Do grego “protótipos” (*πρωτότυπος*), significa modelo, padrão exemplar único feito para ser experimental antes da produção de outros exemplares (Priberam).

Informaticamente o protótipo terá de dar origem a um sítio acabado onde a SEO que definimos abaixo terá de ser estudado bem como as palavras chaves que terá de referir.

Search Engine Optimization: the process of maximizing the number of visitors to a particular website by ensuring that the site appears high on the list of results returned by a search engine. The key to getting more traffic lies in integrating content with search engine optimization and social media marketing.
(Lexico)

Igualmente terá de ser estudado qual o melhor fornecedor de alojamento do domínio a ser criado para a sua disponibilidade.

Ainda, teremos de, baseados na experiência da utilização, definir a melhor aplicação para a construção do sítio com as funcionalidades e requisitos não funcionais enunciados.

Será este protótipo e a sua utilização pelos artistas aderentes, que possibilitarão a comunicação connosco se forem eficazes, e assim permitirão obter os objetivos que propusemos para sítio. Uma página do *Facebook* e um *Instagram*, as duas aplicações mais referidas como utilizadas, terão de ser imediatamente criadas, visto serem elas os veículos prioritários de obtenção e divulgação junto dos aderentes.

Para concluir, deixamos uma citação de Herman Hesse (Pensador) para refletirmos:

Nada lhe posso dar o que já não exista em você mesmo. Não posso abrir-lhe outro mundo de imagens, além daquele que há em sua própria alma. Nada lhe posso dar a não ser a oportunidade, o impulso, a chave. Eu o ajudarei a tornar visível o seu próprio mundo, e isso é tudo.

Herman Hesse (1877-1962)

14. Bibliografia

15 Prémios Nobel (1982). Lisboa: Ed. Verbo.

Abreu, João Carlos. (1990). O Turismo das Culturas (Eugénio Leal Pref.). Ponta Delgada: Eurosigno Publicações, Lda.

Adorno, Theodor Wiesengrund. (1973). A Televisão e os Padrões da Cultura de Massa. São Paulo: Editora Cultrix.

Albuquerque, Miguel. Gostos discutem-se!. in Moniz, Ana Isabel. Pimentel, Diana. Santos, Thierry Proença dos. (2005). e depois? sobre a cultura na Madeira (pp. 127-133). Funchal: Universidade da Madeira.

Baguero, Harold. Quintero, Victor Manuel. (1990). De lo sensible a lo tangible. Identificación, formulación y presentación de proyectos culturales. Cali: Cámara de Comercio

Bauman, Zygmunt. (2001). Modernidade Líquida. (Plínio Dentzien Trad.). Rio de Janeiro: Jorge Zahar editor.

Benjamim, Walter. (1992). Sobre arte, técnica, linguagem e política. (Maria Luís Moita, Maria Amélia Cruz, Manuel Alberto Trad.). Lisboa: Relógio d'Água.

Benjamim, Walter. (2008). Work of art in the age of its technological reproducibility, and other writings on media. (Michael W. Jennings, Brigid Doherty, Thomas Y. Levin ed. Edmund Jephcott et al trad.). Londres: Harvard University Press.

Benjamim, Walter. (2018). A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. (Gabriel Valladão Silva Trad.). s.l: L&PM Editores

Brown, Dan. (2017). Origem. (Nuno Castro Trad.). Lisboa: Bertrand

Calé, Patrícia. (5 de Maio de 2012). Internet põe tudo a falar entre si. Semana Informática. N.º 1068.

Castells, Manuel. (1999). A Sociedade em Rede (6.ª Ed., Vol. 1). (Roneide Venancio Majer Trad.). São Paulo: Paz e Terra.

Castells, Manuel. (2007) A Galáxia Internet, Reflexões sobre Internet, Negócios e Sociedade. (2ª Ed., Rita Espanha Trad.). Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.

Castro, Ana Lúcia de (2010). Cultura contemporânea, identidades e sociabilidades: olhares sobre corpo, mídia e novas tecnologias. São Paulo: Editora UNESP.

Chevrier, Jacques. (2003). A Especificação do Problemática. in GAUTHIER, Benoît (dir.). Investigação Social, Da Problemática à Colheita de Dados (3ª Edição). Loures: Lusociência.

Coelho, Teixeira. (2016). A cultura e seu contrário: cultura, arte e política pós-2001. S.l.: Iluminuras e Itaú Cultural.

Costa, Rachel Cecília de. (2014). O problema da desmaterialização na arte contemporânea. Gosto Interpretação e Crítica (1ª ed., Vol. I). Belo Horizonte: Relicário Edições. Pp.185-194.

Dahl, Titt Fasmer. (1966). O Doutor Schweitzer (Mendonça, Maria Helena Trad.). Lisboa: Editorial Verbo.

Eco, Umberto. (2000). *A Definição da Arte*. Lisboa: Edições 70.

Espinoza, Baruch. (2009). *Ética*. (Tomaz Tadeu Trad.). Belo Horizonte: Autêntica Editora.

Ferin, Isabel. (2002). *Comunicação e culturas do quotidiano*. Lisboa: Quimera.

Frankl, Victor. (2012). *O Homem em Busca de um Sentido*. Lisboa: Lua de Papel.

Freire, Paulo. (1975). *Pedagogia do oprimido*. (2ª Ed.). Porto: Afrontamento.

Joly, Martine. (1996). *Introdução à análise da imagem*. S.l: Papyrus editora.

Kajiwara, Megumi. Nijima, Tathuhiko. (s.d). *Motion Silhouette*. s.l: s.e.

Latour, Bruno. (2008). *O que é o Iconoclash? ou, há um mundo além das guerras de imagem?* Horizontes Antropológicos, Porto Alegre, ano 14, n. 29, p. 111-150, jan./jun. 2008.

Martinez, José Tono. (2007). *Conceptos y experiencias de la Gestión Cultural*. S.l: Ministerio de Cultura; Gobierno de Españã.

Marshall, M., & Quentin, F. (1967). *The medium is the massage: an inventory of effects*. New York: s.e.

Mitchell, William John Thomas. (2006). *What do pictures want? The lives and lovers of Images*. (New edition). Chicago: University of Chicago Press.

Nemo, Phillipe. (2005). *O Que É o Ocidente* (Pedro Elói Duarte Trad.). Lisboa: Edições 70.

Novaes, Sylvia Caiuby. (2008). Imagem, Magia e Imaginação: Desafios ao texto Antropológico. MANA 14(2): pp. 455-475.

Platão. (1980). Hípias Maior. Editora da Universidade Federal do Pará.

Salles, José C. Ferraz. (1982). Os Super Dotados (Segunda Ed. Revista e Ilustrada). Brasil: Alvorada.

Samper, Sergio de Zubiría. Trujillo, Ignacio Abello; Tabares, Marta. (1998). Conceptos básicos de administración y gestión cultural. S.I: Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación la Ciencia y la cultura.

Schiller, Friedrich. (1989). Educação Estética do Homem. (Roberto Scharwz e Márcio Suzuki Trad.). São Paulo: Editora Iluminuras Ltda.

Scruton, Roger. (2009). Beleza. (Carlos Marques Trad.) Lisboa: Guerra e Paz Editores.

Silva, João Henrique. (2005). Uma visão de cultura e da Cultura: participar e partilhar. in Moniz, Ana Isabel. Pimentel, Diana. Santos, Thierry Proença dos. (2005). e depois? sobre a cultura na Madeira (pp. 135-142). Funchal: Universidade da Madeira.

Wolin, Richard. (1994). Walter Benjamin, na aesthetic of redemption. (2nd ed.). Berkeley: University of California Press.

15. Webgrafia

250+ Places to sell Art Online. (s.d). Consultado a 10 de Setembro de 2019 de Artsyshark <https://www.artsyshark.com/sell-art-online-directory/>

Absolute Cinema Experience (s.d). Consultado a 26 de Janeiro de 2016, de 4DX: <http://www.cj4dx.com/aboutus/aboutus.php>

Advertising in Art Monthly (s.d). Consultado a 16 de Setembro de 2019 de Art Monthly: <http://www.artmonthly.co.uk/magazine/site/advertise>

Albuquerque, Inês Mécia de. (2009). A arte de Internet: na fronteira entre Arte e Tecnologia. VIII LUSOCOM. Anais do VIII Congresso LUSOCOM. Lisboa. Documento Disponível em:

<http://conferencias.ulusofona.pt/index.php/lusocom/8lusocom09/paper/viewFile/190/166>

Albuquerque, Inês Mécia de. (2013). A Internet como meio de Criação artística: Internet Art (Tese de Doutoramento). Universidade de Aveiro. Documento Disponível em: <https://ria.ua.pt/handle/10773/10235>

Alvarez, Maria Luisa Ortíz. (2008). A questão da diversidade cultural no processo de integração latinoamericana: o grande desafio do Século XXI. Documento disponível em: http://repositorio.unb.br/bitstream/10482/2801/1/artigo_AQuest%C3%A3oDaDiversidadeCultural.pdf

Amaral, Virgílio Rodrigues. (1996). Representações sociais da inteligência e do desenvolvimento de inteligência e identidades sociais (Tese de Doutoramento). Instituto Superior de Ciências do Trabalho e da Empresa. Documento disponível em: <http://repositorio.ispa.pt/bitstream/10400.12/305/1/DM%20AMAR-V1.pdf>

Andrade, Felipe. (28 de Junho de 2016). Falando sobre cores: Entenda o que é CMYK, RDB e PANTONE. Consultado a 13 de Setembro de 2019 de Sala 7 Design: <https://sala7design.com.br/2016/06/falando-sobre-cores-entenda-o-que-e-cmyk-rgb-e-pantone.html>

Arias, Andres. (s.d) Informalismo. Consultado a 22 de Janeiro de 2016, de Bauhaus Informalismo: <https://bauhausinformalismo.wordpress.com/informalismo/>

Arte Pública – Curso Livre, Arte, Design e Multimédia, Consultado a 1 de setembro de 2019 de Arte, Design e Multimédia: <http://www3.uma.pt/dam/?p=2394>

Barnés, Héctor. (17 de Novembro de 2014). Un científico explica por qué importan más las humanidades que la ciencia. Consultado a 26 de Janeiro de 2016, de El Confidencial http://www.elconfidencial.com/alma-corazon-vida/2014-11-17/un-cientifico-explica-la-razon-por-la-que-las-humanidades-importan-mas-que-la-ciencia_234074/#lpu65X3soEgaHOjy

BBC News. (17 de Junho de 2015). E3: 'How HoloLens will change your world'. Consultado a 20 de Janeiro de 2016, de BBC News: <http://www.bbc.com/news/technology-33166977>

BBC News. (6 de Outubro de 2015). Colouring in Disney's augmented reality drawings. Consultado a 20 de Janeiro de 2016, de BBC News: <http://www.bbc.com/news/technology-34452814>

Benedetti, Ieda. Urt, Sônia da Cunha. (2008). Escola, Ética e cultura contemporânea: reflexões sobre a constituição do sujeito que “não aprende”. Psic. da Ed. nº27, 2ª semana. Pp. 141-155. Documento disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v26n92/v26n92a13.pdf>

Benjamim, Walter. (1955). A obra de arte na era da sua reprodutibilidade técnica. Documento disponível em: http://www.ideafixa.com/wp-content/uploads/2008/10/texto_wbenjamim_a_arte_na_era_da_reprodutibilidade_tecnica.pdf

Bloomberg Philantropies. (9 de Setembro de 2014). Museums and More Go Digital with Support from Bloomberg Connects. Consultado a 20 de Janeiro de 2016, de Bloomberg Philantropies: <http://www.bloomberg.org/blog/museums-go-digital-support-bloomberg-connects/>

Brigagão, Neube José. (s.d). A esperança que se torna realidade. Consultado a 24 de Janeiro de 2016, de eficaz Comunicação empresarial: http://www.eficaz.jor.br/site/noticias_resultado.asp?codigo=2708

Calder's Works. (s.d) Consultado a 19 de Janeiro de 2016, de Calder Foundation: <http://www.calder.org/work/by-category/hanging-mobile>

Campos, Márcia Regina Bozon de (2006). Distúrbios da imagem do corpo na contemporaneidade. Documento disponível em:

http://www.psicopatologiafundamental.org.br/uploads/files/ii_congresso_internacional/cursos/ii_concurso_disturbios_da_imagem_do_corpo_na_contemporaneidade.pdf

Campos, Ricardo Bruno Campos. (2004). Sociedades Complexas: indivíduo, cultura e o individualismo. Documento disponível em: <http://babeto.blogs.unipar.br/files/2008/11/A-SOCIEDADE1.pdf>

CAMPOS, Ricardo. (2011). Imagem e tecnologias visuais em pesquisa social: tendências e desafios. in *Análise Social*. (199), 237-259. Documento disponível em: http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0003-25732011000200003

Canela, Lucinda. (7 de Março de 2006). É muito mais fácil ensinar matemática e ciência do que artes. Consultado a 28 de Janeiro de 2016, de Público: <http://www.publico.pt/sociedade/jornal/e-muito-mais-facil-ensinar-matematica--e-ciencia-do-que-artes-67080>

Carvalho, Cláudia Lima. (7 de Janeiro de 2016). Mais de metade do pessoal da DGPC tem mais de 50 anos. Consultado a 15 de Janeiro de 2016, de Público: <https://www.publico.pt/culturaipsilon/noticia/mais-de-metade-do-pessoal-da-dgpc-tem-mais-de-50-anos-1719498>

Casarely, Victor. (s.d). Vega-nor, 1969. Consultado a 12 de setembro de 2019 de Albright-Knox Art Gallery: <https://www.albrightknox.org/artworks/k196929-vega-nor>

Christo and Jeanne-Claude. Consultado a 14 de Janeiro de 2016, de Christo and Jeanne-Claude: <http://christojeanneclaude.net/artworks/realized-projects>

ComingOut. (2015). Consultado a 27 de Janeiro de 2016, de Museu Nacional de Arte Antiga <http://www.museudearteantiga.pt/exposicoes/comingout>

Conceptual Art International, ca. 1966. Consultado a 15 de Janeiro de 2016, de Guggenheim: <http://www.guggenheim.org/new-york/collections/collection-online/movements/195208>

Congresso Internacional: A Indústria da Cultural Hoje. (s.d) Documento disponível em: <http://www.unimep.br/~bpucci/industria-cultural-hoje-2006.pdf>

Conheça Impressão, Sol Nascente de Claude Monet. (10 de Agosto de 2012). Consultado a 18 de Janeiro de 2016, de Universia Brasil: <http://noticias.universia.com.br/tempo-livre/noticia/2012/08/10/957894/conheca-impreso-sol-nascente-claude-monet.html>

Connected Living. (2014). Understanding the Internet of Things. Documento disponível em: https://www.gsma.com/iot/wp-content/uploads/2014/08/cl_iot_wp_07_14.pdf

Costa, Diego Rayck da. (2009). Desenho Como Forma De Pensamento. in Anais do 4º Ciclo de Investigações em Artes Visuais do PPGAV-UDESC. Documento disponível em: https://www.academia.edu/15075226/Desenho_como_forma_de_pensamento

Critelli, Dulce. (22 de Julho de 2004) “Justo a mim me coube ser eu!”. Consultado a 12 de Setembro de 2019, de Folha de S. Paulo: <https://www1.folha.uol.com.br/fsp/equilibrio/eq2207200414.htm>

de Moraes, Fabiana. (2013). Deborah engel—alegorias, maneiras de ver, por uma teoria da imagem. Arte & Ensaios. N.º 27. Documento disponível em: <https://www.ppgav.eba.ufrj.br/wp-content/uploads/2015/03/dossie-fabiana.pdf>

Dias, Teresa Norton. (2019). Educação pela Arte e Campos Antropológicos de Estudo. Testemunho de uma Experiência Vivenciada. Revista Portuguesa de Educação Artística, 9(1), 95-102. Documento Disponível em: <https://rpea.madeira.gov.pt/index.php/rpea/article/view/123/128>

Direção Geral de Património e Cultura. (s.d.). Plano de Formação 2017-2020. Lisboa: Direção Geral de Património e Cultura. Documento disponível em: http://www.patrimoniocultural.gov.pt/static/data/instrumentosdegestaonovo/formacoes_dgpc/plano_de_formacao_2017_2020.pdf

Dominici, Tania Pereira. (2014). Uma discussão acerca da presença de museus na internet: a era das redes sociais e o Observatório Virtual como o espontâneo Museu do Universo Observável. Museologia e Patrimônio - Revista Eletrônica do Programa de Pós-Graduação

em Museologia e Patrimônio - Unirio | MAST – 2(7). Documento Disponível em: <http://revistamuseologiaepatrimonio.mast.br/index.php/ppgpmus/article/download/350/313>

Dovilas. (2014). Interactive ‘Motion Silhouette’ Book Uses Light And Shadows To Bring Stories To Life. Consultado a 13 de setembro de 2019 de deMilked: <https://www.demilked.com/shadow-book-motion-silhouette/>

Duarte, Ana Cristina Sousa Fernandes. (2012). O uso das tecnologias no âmbito da educação visual: uma perspectiva inovadora fomentadora do desenvolvimento da capacidade criadora? (Tese de Doutorado). Universidade da Madeira. Documento disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.13/1457>

Encarnação, Duarte Miguel Faria da. (2010). Expansiones del híbrido escultura / arquitectura: Cartografias de un Arch-Art como respuesta al arte público crítico (Tese de Doutorado).Universitat Politècnica de València. Documento disponível em: <https://digituma.uma.pt/handle/10400.13/828>

Ferro, Lígia (2005). Ao encontro da sociologia visual. Sociologia: Revista da Faculdade de Letras da Universidade do Porto, 25. Pp. 373-398. Documento disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/4265/426540419017.pdf>

Fianco, Francisco. (2010). Adorno: Ideologia, cultura de massa e crise da subjetividade. Revista de Estudos filosóficos, (4). Documento disponível em: <https://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/revistaestudosfilosoficos/art8-rev4.pdf>

Fidalgo, António. (2009). O poder das palavras e a força das imagens: a retórica na era do audiovisual. Documento Disponível em: <http://bocc.ubi.pt/~fidalgo/retorica/fidalgo-antonio-retorica-era-televisao.pdf>

Finnoti, Patricia. (12 de Janeiro de 2018). O “Efeito Bilbao”. Consultado a 15 de Julho de 2019 de Patricia Finotti Lifestyle: <http://www.patriciafinotti.com.br/o-efeito-bilbao/>

Freitas, Verlaine. (2013). O problema do meio técnico na estética de Benjamin e Adorno. Impulso, 23(57), 49-60. Documento disponível em: <https://www.metodista.br/revistas/revistas-unimep/index.php/impulso/article/view/1752>

Freitas, Verlaine. (s.d). Massa e Utopia. CULT. (173). Documento disponível em: <https://web.archive.org/web/20130406091343/http://revistacult.uol.com.br/home/2012/10/massa-e-utopia/>

Galeria shairart dst. (s.d). Consultado a 15 de Setembro de 2019 de Zet Gallery: <https://zet.gallery/galeria/galeria-shairart-dst-10454>

GI Gadgets (2015), OLED build the dreams of the world. [Ficheiro de Vídeo]. Consultado a 20 de Janeiro de 2016, de Facebook: <https://www.facebook.com/GIGadgets.Fans/videos/975082415904381/>

Goergen, Pedro. (2005 Educação e valores no mundo contemporâneo. Educação & Sociedade, 26(92), 983-1011. Documento disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v26n92/v26n92a13.pdf>

Gonçalves, João. (s.d). Sociedade da Informação (Trabalho de investigação desenvolvido no âmbito de uma unidade Curricular). Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra. Documento disponível em: <http://www4.fe.uc.pt/fontes/trabalhos/2005003.pdf>

Guerra, Cláudia Bucceroni (2010). Guerra, C. B. (2010). A Percepção visual em Wittgenstein e a Teoria dos Aspectos| Visual perception in Wittgenstein and the Theory of Aspects. Liinc em Revista, 6(2), 273-285. Documento acessível em: <http://revista.ibict.br/liinc/article/view/3257/2885>

Henriques, Paula. (27 de Maio de 2015). Carina Bento quer dar a volta à Cultura. Consultado a 20 de Janeiro de 2016, de Diário de Notícias: <http://www.dnoticias.pt/actualidade/5-sentidos/519033-carina-bento-quer-dar-a-volta-a-cultura>

Hermann Hesse: Nada lhe posso dar que já não exista.... (s.d) Consultado a 14 de Setembro de 2019 de Pensador: <https://www.pensador.com/frase/Njgx/>

Horkheimer, Max. Adorno, Theodor. (1947). A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação de massas. Documento disponível em: <https://direitofma2010.files.wordpress.com/2010/05/a-industria-cultural.pdf>

Horkheimer, Max. Adorno, Theodor. (1985). A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. *Dialética do esclarecimento*, 2, 113-156. Documento disponível em: <https://nupese.fe.ufg.br/up/208/o/ADORNO.pdf?1349568504>

Ilharco, Fernando (2005). Sobre McLuhan. in Faculdade de Ciências Humanas– Universidade Católica Portuguesa–Conferências Multidisciplinares: Figuras da Modernidade, 21. Documento disponível em: <https://fdocumentos.com/document/sobre-mcluhan-ucppt-ilharcofigura-mcluhansobre-mcluhan-fernando-ilharco-iharcomailcom.html>

Introdução à Teoria da Imagem (s.d). Documento disponível em: <https://leatrice.files.wordpress.com/2008/02/introducao-a-teoria-da-imagem.pdf>

Isse, R. (2007). Educação estética: uma ponte entre Schiller e Habermas. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Dissertação de Mestrado. Documento disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/handle/10183/13261>

Jobson, Christopher. (14 de Julho de 2014). Motion Silhouette: An Interactive Shadow Picture Book. Consultado a 13 de setembro de 2019 de Colossal: <https://www.thisiscolossal.com/2014/07/motion-silhouette-an-interactive-shadow-picture-book/>

Justino, Yagda Aparecida de Campos. Santos, José Wellington dos. (s.d.) o impacto da mídia televisiva na cultura do consumo e na formação intelectual do ser humano. Documento disponível em: http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/MKwx2IB0pPiAL5D_2013-5-13-16-5-30.pdf

Knizek, Ian. (1993). Walter Benjamin and the mechanical reproducibility of art works revisited. *The British journal of aesthetics*. 4 (33), 357-366. Documento disponível em: <http://courses.arch.ntua.gr/fsr/127557/benjamin.pdf>

Lamb, Bill. (18 de Janeiro de 2019). Life of Alexander Calder, Sculptor who Reimagined Mobiles. Consultado a 12 de Setembro de 2019 de Thoughtco.: <https://www.thoughtco.com/alexander-calder-life-sculpture-4171694>

Letria, José Jorge. (26 de Março de 2013). Cultura ajudou a salvar Islândia. Consultado a 15 de Julho de 2019, de Público: <https://www.publico.pt/2013/03/26/jornal/cultura-ajudou-a-salvar-a-islandia-26281005>

Lexico. (s.d). Search Engine optimization | Definition of search engine optimization by Lexico, English Dictionary, Thesaurus, & Grammar Help | Lexico.com, consultado a 10 de setembro de 2019 de Lexico: https://www.lexico.com/en/definition/search_engine_optimization

Lohr, Steve. (23 de Outubro de 2014). Museums Morph Digitally. Consultado a 13 de setembro de 2019 de NY Times: <https://www.nytimes.com/2014/10/26/arts/artsspecial/the-met-and-other-museums-adapt-to-the-digital-age.html>

Maar, Wolfgang Leo. (2000). A produção da sociedade pela indústria cultural. Revista Olhar, 3(2), 2-24. Documento disponível em: <http://www.ufscar.br/~revistaolhar/pdf/olhar3/07Adorno.pdf>

Maar, Wolfgang Leo. (2003). Adorno, semi-formation and education. Educação & Sociedade, 24(83), 459-475.. Documento disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/es/v24n83/a08v2483.pdf>

Mallmann, Elena Maria. (2010). Redes e mediação: princípios epistemológicos da teoria da rede de mediadores em educação. Revista Iberoamericana de Educación, 54(1), 221-241. Documento disponível em: <https://rieoei.org/historico/documentos/rie54a11.pdf>

Martins, Rafaela. Tomaz, Talves. (2012). Indústria Cultural: diferenças e semelhanças na visão de Morin, Adorno e Horkheimer (Trabalho apresentado no IJ 8 – Estudos Interdisciplinares da Comunicação do XVII Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste). Documento disponível em: <http://www.intercom.org.br/PAPERS/REGIONAIS/SUDESTE2012/resumos/R33-1271-1.pdf>

Mazatl, Néstor. (s.d). El Libro Japonés de las Siluetas Intercativas de Luz. Consultado a 23 de Janeiro de 2016, de Alternópolis: <http://alternopolis.com/motion-silhouette/#.VqCJOFrpjH8.facebook>

Mbuyamba, Lupwishi. (2007). Sessão de encerramento da Conferência Mundial sobre Educação Artística: Desenvolver as capacidades criativas para o século XXI. Lisboa: Comissão Nacional da UNESCO. Documento disponível em: <https://ubibliorum.ubi.pt/bitstream/10400.6/1436/7/I.Doc2.%20Confer%C3%A2ncia%20Mundial%20Sobre%20Educa%C3%A7%C3%A3o%20Art%C3%ADstica.pdf>

Monteiro, Susi Berbel. (2008). A indústria cultural e os meios de comunicação de massa amplificando a persona. Sorocaba (Dissertação de Pós-Graduação). Universidade de Sorocaba. Documento disponível em: http://comunicacaoecultura.uniso.br/prod_discente/2008/pdf/susi_berbel.pdf

Moreira, Isabela. (10 de Agosto de 2015). Entrar em contato com obras de arte faz bem para a saúde, aponta pesquisa. Consultado a 27 de Janeiro de 2016, de Galileu: <http://revistagalileu.globo.com/Cultura/noticia/2015/08/entrar-em-contato-com-obras-de-arte-faz-bem-para-saude-aponta-pesquisa.html>

Motion Silhouette | An Interactive Shadow Picture Book. (17 de Julho de 2014). Consultado a 13 de setembro de 2019 de feeldesain: <https://www.feeldesain.com/motion-silhouette-an-interactive-shadow-picture-book.html>

Moutinho, Ana Viale (1999). A (con)tra(d)ição das imagens. Revista da UFP 4, 143-147. Documento disponível em: https://bdigital.ufp.pt/bitstream/10284/751/2/contradicao_imagens.pdf

Muchacho, Rute Maria da Silva Proença. (2009). Museus e Novos media: A Redefinição do Espaço Museológico (Tese de Mestrado). Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias. Documento disponível em: http://www.museologia-portugal.net/files/upload/mestrados/rute_muchacho.pdf

Museums and More Go Digital with Support from Bloomberg Connects. (9 de Setembro de 2014). Consultado a 20 de Janeiro de 2016, de Bloomberg Philantropies: <http://www.bloomberg.org/blog/museums-go-digital-support-bloomberg-connects/>

Museus (s.d.) Consultado a 14 de Setembro de 2019 de Madeira Cultura: <http://cultura.madeira-edu.pt/museus/Museus/tabid/181/language/pt-PT/Default.aspx>

Museus. (s.d.) Consultado a 14 de Setembro de 2019 de Visit Madeira <http://www.visitmadeira.pt/pt-pt/explorar/detalhe/madeira/infraestruturas-cultura-pois/cultura/museus>

Mwewa, Muleka. (2007). Teoria crítica e estudos culturais: a configuração do social no contemporâneo. *Mimesis*, Bauru, 1(28), 21-38. Documento disponível em: https://secure.usc.br/static/biblioteca/mimesis/mimesis_v28_n1_2007_art_02.pdf

Nascimento, Bruno Ribeiro. (2011). A mistificação das massas: os operadores da indústria cultural na obra de Adorno e Horkheimer. *Revista Temática*, Ano VII, (9). Documento disponível em: https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/46607099/massas_industriacultural_a_dorno.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DA_mistificacao_das_massas_os_operadores.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A%2F20190914%2Fus-east-1%2Fs3%2Faws4_request&X-Amz-Date=20190914T192455Z&X-Amz-Expires=3600&X-Amz-SignedHeaders=host&X-Amz-Signature=e26742e95a21c0530ce0215a5b3d70c1ad05cb739abf31546a888ecd998d9a95

Nering, Érica MMasiero. (2011). *Ciência em hipermídia: tramas digitais na produção do conhecimento* (Tese de Dissertação). Universidade de São Paulo. Documento disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/27/27152/tde-23032012-172153/en.php>

Neto, Manoel de Souza. (2014). Indústria Cultural, um “velho” debate?. Consultado a 14 de Setembro de 2019 de Cultura e Mercado: <https://www.culturaemercado.com.br/site/industria-cultural-um-velho-debate/>

Neuvald, Luciane. (2010). Cultura, Formação e indústria cultural: uma reflexão a partir de Adorno e Bourdieu. Congresso Internacional de Educação e Filosofia. Documento disponível em: <https://pt.scribd.com/document/122002087/Cultura-Formacao-e-Industria-Cultural-Uma-Reflexao-a-Partir-de-Adorno-e-Bourdieu>

Nunes Filho, P. (2003). Processos de significação: hipermídia, ciberespaço e publicações digitais. Forum Media (6). Documento disponível em: <http://www.ipv.pt/forumedia/6/8.pdf>

Nunes, Maria Catarina (31 de Julho de 2019). Quinta Magnólia já abriu ao público. Consultado a 14 de Setembro de 2019 de Diário de Notícias: <https://www.dnoticias.pt/madeira/quinta-magnolia-ja-abriu-ao-publico-NC5062348>

Pagnotta, Brian. (25 de Abril de 2016). Clássicos da Arquitetura: Museu Guggenheim de Bilbao/Gehry Partners (Eduardo Souza trad.). Consultado a 15 de Setembro de 2019 de Arch Daily: <https://www.archdaily.com.br/br/786175/classicos-da-arquitetura-museu-guggenheim-de-bilbao-gehry-partners>

Pereira, Valdezia. (2010). Imagem, Comunicação e poder. Documento disponível em: http://paginas.unisul.br/agcom/revistacientifica/artigos/artigo_valdeziapereira.pdf

Petry, Luis Carlos. (2006). O conceito de novas tecnologias e a hipermídia como uma nova forma de pensamento. Cibertextualidades, 1(1), 110-125. Documento disponível em: http://www.topofilosofia.net/textos/A_cibertxt1_110-125_petry.pdf

Pimenta, Francisco José Paoliello (2001). O conceito de virtualização de Pierre Lévy e sua aplicação em hipermídia. Lumina-FACOM/UPFJF, 4(1), 85-96. Documento disponível em: <http://www.portcom.intercom.org.br/pdfs/115891759219834033555918583796894307469.pdf>

Portal Virgula (redação), Veja as 10 mais incríveis instalações artísticas de 2013. Consultado a 17 de Janeiro de 2016, de <http://virgula.uol.com.br/inacreditavel/veja-10-mais-incriveis-instalacoes-artisticas-de-2013/#img=1&galleryId=148859>

Priberam. (s.d). Consulte o significado/definição de protótipo no Dicionário Priberam da Língua Portuguesa, o dicionário online de português contemporâneo. Consultado em 4 de

Setembro de 2019 de Dicionário Priberam da Língua Portuguesa
<https://dicionario.priberam.org/prot%C3%B3tipo>

Revista Heart Magazine. (s.d) Consultado a 16 de Setembro de 2019 de Facebook:
<https://www.facebook.com/Heart-Magazine-417432924997242/?ref=ts&fref=ts>

Rocha, Rose de Melo. (2013). Morin e Flusser: a teoria da imagem como aventura antropológica e matemática imaginária. *Galáxia*, (25), 74-84. Documento Disponível em:
<https://www.redalyc.org/pdf/3996/399641251007.pdf>

Rüdiger, F. (1998). A escola de Frankfurt e a trajetória da crítica à indústria cultural. *Estudos de Sociologia*, 3(4). Documento disponível em:
<https://periodicos.fclar.unesp.br/estudos/article/download/903/767>

Silva, Carla Ribeiro Volpini (2015). A influência da globalização nas manifestações culturais e o diálogo intercultural como uma genuína alternativa de respeito à diversidade e ao multiculturalismo. *Anuário Brasileiro de Direito Internacional*, 19. Documento disponível em: <http://www.corteidh.or.cr/tablas/r27209.pdf>

Silva, Daniel Ribeiro Da. (2002). Adorno e a indústria cultural. Urutágua. Maringá/PR. 1 (04). Documento disponível em: http://www.urutagua.uem.br//04fil_silva.htm

Silva, Maria Aparecida Rodrigues da (2008). Indústria cultural: uma evolução para a alienação. *Revista Filosofia Capital*- 1(3), 57-78. Documento disponível em: <http://filosofiacapital.org/ojs-2.1.1/index.php/filosofiacapital/article/viewFile/35/27>

Silva, Rafael Cordeiro. (1999). A atualidade da crítica de Adorno à indústria cultural. *Educação e filosofia*, 13(25), 27-42. Documento disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/EducacaoFilosofia/article/download/794/709>

Silveira, Jane Rita Caetano da (2010). A imagem: interpretação e comunicação. *Linguagem em (Dis) curso*, 5, 113-128. Documento Disponível em: <http://linguagem.unisul.br/paginas/ensino/pos/linguagem/linguagem-em-discurso/0503/050305.pdf>

Siqueira, Vinicius. (22 de Julho de 2013). Modernidade líquida, O Que é?. Consultado a 21 de Janeiro de 2016, de Colunas Tortas: <https://colunastortas.wordpress.com/2013/07/22/modernidade-liquida-o-que-e/>

Sousa, Américo de. (1998). Ética e Técnica na Cultura Contemporânea. Documento disponível em: <http://www.bocc.ubi.pt/pag/sousa-americo-etica-tecnica.pdf>

Souza, Erisvaldo. Santos, Jean Isídio dos. (s.d). A Massificação dos tempos modernos. Documento disponível em: https://www.academia.edu/16945246/Ind%C3%BAstria_Cultural_e_Sociedade_A_massifica%C3%A7%C3%A3o_dos_tempos_modernos

Souza, Leandro Candido de. (2012). Estética do consumo: moda, mídia e indústria cultural. Espaço de interlocução em ciências humanas. Ano VIII,14 . Documento disponível em: <http://www.verinotio.org/conteudo/0.66741014334132.pdf>

Stellar, Jennifer. John-Henderson, Neha, Anderson, Craig. Gordon, Amie. McNeil, Galen. Keltner, Dacher. (2015). Positive affect and markers of inflammation: Discrete positive emotions predict lower levels of inflammatory cytokines. *Emotion*, 15(2), 129-133. Documento disponível em: https://pdfs.semanticscholar.org/65b2/6114bc0bc20530ebbc8370b236978fb5dd7b.pdf?_ga=2.36794848.1913629162.1568548514-385627191.1568201574

Thorarensen, Karólína. (22 de Março de 2013). Islandia: Cultura para sair da crise. Consultado a 27 de Janeiro de 2016 de VoxEurop: <http://www.voxeurop.eu/pt/content/article/3576901-cultura-para-sair-da-crise>

ULisboa [Universidade de Lisboa]. (7 de Março 2014). Abertura do Ano Académico 2013/2014 | Professor António Sampaio da Nóvoa. Consultado a 16 de Setembro de 2019 de Youtube: <https://www.youtube.com/watch?v=2s7STU8IFM0>

Vamos lá Portugal. (22 de Março de 2014). O melhor anúncio de sempre numa paragem de Autocarro. Consultado a 20 de Janeiro de 2016, de Vamos Lá Portugal: <https://www.vamoslaportugal.com/noticias/o-melhor-anuncio-de-sempre-numa-paragem-de-autocarro>

Vamos pôr o Sequeira no Lugar Certo. (2015). Consultado a 27 de Janeiro de 2016, de Museu Nacional da Arte Antiga: <http://www.museudearteantiga.pt/exposicoes/vamos-por-o-sequeira-no-lugar-certo>

Vaz, Alexandre Fernandez. (2003). Corpo, educação e indústria cultural na sociedade contemporânea: notas para reflexão. Pro-Posições, 14(2), 61-75. Documento disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/proposic/article/view/8643886/11356>

Verdú, Daniel. (3 de Março de 2013). Viaje al milagro cultural islandês. Consultado a 14 de Setembro de 2019 de El País: https://elpais.com/cultura/2013/03/02/actualidad/1362234273_153861.html

Viana, Nildo. (2007). Indústria cultural e cultura mercantil. Documento disponível em: http://www.afoiceeomartelo.com.br/posfsa/Autores/Viana,%20Nildo/Industria_Cultural_e_Cultura_Mercantil.pdf

Wulf, Christoph. (2000). Imagem e Fantasia (Tereza Maria Souza de Castro Trad., Paulo Oliveira Rev.). Conferência Proferida no Seminário Internacional “Imagem e Violência”. São Paulo: Centro Interdisciplinar de Semiótica da Cultura e da Mídia. Documento disponível em http://www.cisc.org.br/portal/jdownloads/WULF%20Christoph/imagem_e_fantasia.pdf

16.Fontes das Figuras:

Andrade, Felipe. (28 de Junho de 2016). Falando sobre cores: Entenda o que é CMYK, RDB e PANTONE. Consultado a 13 de Setembro de 2019 de Sala 7 Design: <https://sala7design.com.br/2016/06/falando-sobre-cores-entenda-o-que-e-cmyk-rgb-e-pantone.html>

BBC News. (17 de Junho de 2015). E3: 'How HoloLens will change your world'. Consultado a 20 de Janeiro de 2016, de BBC News: <http://www.bbc.com/news/technology-33166977>

BBC News. (6 de Outubro de 2015). Colouring in Disney's augmented reality drawings. Consultado a 20 de Janeiro de 2016, de BBC News: <http://www.bbc.com/news/technology-34452814>

Benq (2018). Qual é o melhor tipo de monitor para jogos? Monitores Curvos vs. Planos. Consultado a 19 de Setembro de Centro Benq Knowledge: <https://www.benq.eu/pt-pt/knowledge-center/knowledge/curved-gaming-monitor.html>

Cisco lança novo sistema de telepresença imersiva TX9000 (28 de Março de 2012). Consultado a 16 de Setembro de 2019 de Digital Av Magazine: <https://www.digitalavmagazine.com/pt/2012/03/28/cisco-lanza-el-nuevo-sistema-de-telepresencia-inmersivo-tx9000/>

ComingOut. (2015). Consultado a 27 de Janeiro de 2016, de Museu Nacional de Arte Antiga <http://www.museudearteantiga.pt/exposicoes/comingout>

Conheça Impressão, Sol Nascente de Claude Monet. (10 de Agosto de 2012). Consultado a 18 de Janeiro de 2016, de Universia Brasil: <http://noticias.universia.com.br/tempo-livre/noticia/2012/08/10/957894/conheca-impresso-sol-nascente-claude-monet.html>

GI Gadgets (2015), OLED build the dreams of the world. [Ficheiro de Vídeo]. Consultado a 20 de Janeiro de 2016, de Facebook: <https://www.facebook.com/GIGadgets.Fans/videos/975082415904381/>

Girou, Valéry (2017). Over 100 use cases and exemples for iBeacon Technology. Consultado a 16 de Setembro de 2019 de Electric News: <https://electricnews.fr/over-100-use-cases-and-examples-for-ibeacon-technology/>

Jogos e utilitários em destaque entras as melhores apps da semana. (2019). Consultado a 16 de Setembro de 2016 de Sapo: <https://tek.sapo.pt/mobile/apps/artigos/jogos-e-utilitarios-em-destaque-entre-as-melhores-apps-da-semana>

jzajakala26. (2014). Online Communication. Consultado a 16 de Setembro de 2019 de JoannaZajakala: <https://joannazajakala.wordpress.com/2014/12/14/online-communication/>

Lamb, Bill. (18 de Janeiro de 2019). Life of Alexander Calder, Sculptor who Reimagined Mobiles. Consultado a 12 de Setembro de 2019 de Thoughtco.: <https://www.thoughtco.com/alexander-calder-life-sculpture-4171694>

Mazatl, Néstor. (s.d). El Libro Japonés de las Siluetas Intercativas de Luz. Consultado a 23 de Janeiro de 2016, de Alternópolis: <http://alternopolis.com/motion-silhouette/#.VqCJOFrjH8.facebook>

Pagnotta, Brian. (25 de Abril de 2016). Clássicos da Arquitetura: Museu Guggenheim de Bilbao/Gehry Partners (Eduardo Souza trad.). Consultado a 15 de Setembro de 2019 de Arch Daily: <https://www.archdaily.com.br/br/786175/classicos-da-arquitetura-museu-guggenheim-de-bilbao-gehry-partners>

Pearson, Mike. (2009). Google Maps Adds Back-Road Traffic Flow Data. Consultado a 16 de Setembro de 2019 de Tech News World: <https://www.technewsworld.com/story/67957.html>

Pinto, Diego de Oliveira. (2018). Saiba como a internet das coisas pode ser aplicada na educação. Consultado a 16 de setembro de 2019 de Lyceum Blog: <https://blog.lyceum.com.br/internet-das-coisas-na-educacao/>

Rádio Regional. (2015). Vem aí o Cinema 4D. Consultado a 16 de Setembro de 2019 de Rádio Regional: <https://radioregional.pt/vem-ai-o-cinema-4d/>

Realidade aumentada como nova ferramenta para os negócios. (2018). Consultado a 16 de Setembro de 2019 de Universia Portugal: <https://noticias.universia.pt/educacao/noticia/2018/11/14/1162399/realidade-aumentada-nova-ferramenta-negocios.html>

Sekina. (2019). 13. Juni: 🎂 84. Geburtstag von #Christo *Christo Wladimirow Jawaschew Künstler, der zusammen mit Jeanne-Claude 1995 den #Reichstag 🏰 verhüllte. #Berlin #Germany #Birthday #Христо [Tweet]. Consultado a 16 de Setembro de 2019 de Twitter: <https://twitter.com/Sekina84/status/1139102377896751105>

Vamos lá Portugal. (2014). O melhor anúncio de sempre numa paragem de Autocarro. Consultado a 20 de Janeiro de 2016, de Vamos Lá Portugal: <https://www.vamoslaportugal.com/noticias/o-melhor-anuncio-de-sempre-numa-paragem-de-autocarro>

Vamos pôr o Sequeira no Lugar Certo. (2015). Consultado a 27 de Janeiro de 2016, de Museu Nacional da Arte Antiga: <http://www.museudearteantiga.pt/exposicoes/vamos-por-o-sequeira-no-lugar-certo>

17. Anexos

Os anexos encontram-se no CD, numa pasta intitulada “Anexos”. Colocam-se apenas no CD porque enfrentámos dificuldades técnicas para coloca-los no presente documento, visto termos ficheiros de natureza e formatos diferentes.

