

Interações entre o espaço público físico e o virtual: a Praça Mauá, Rio de Janeiro

Juliana Varejão Giese

Brasil. Arquiteta e Urbanista (PUC-Rio), Mestra em Ambiente Construído (PROAC/UFJF) e doutoranda em Arquitetura e Urbanismo (PPGAU/UFV).
varejaoj@gmail.com

Lucia Maria Sá Antunes Costa

Brasil. Arquiteta e Urbanista (USU), Doutora em Paisagismo (UCL, Inglaterra). Professora Titular no Programa de Pós-graduação em Urbanismo (PROURB/UFRJ). Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq – Nível 2.
lucialice@gmail.com

Antonio Ferreira Colchete Filho

Brasil. Arquiteto e Urbanista (UFRJ), Doutor em Ciências Sociais (PPCIS/UERJ). Professor Titular no Programa de Pós-graduação em Ambiente Construído (PROAC/UFRJ). Bolsista de Produtividade em Pesquisa do CNPq – Nível 2.
arqfilho2@globo.com

Interações entre o espaço público físico e o virtual: a Praça Mauá, Rio de Janeiro

Resumo

A escultura “#CIDADEOLIMPICA”, instalada na Praça Mauá na cidade do Rio de Janeiro evidencia como a relação do homem com o espaço público físico incorporou o espaço público virtual. Inaugurada em 2015, juntamente com o projeto de requalificação da praça, se referiu em forma de *slogan* ao momento no qual a cidade sediou os Jogos Olímpicos e estimulou a chamada disseminação orgânica por incorporar elementos interativos do marketing viral, operado virtualmente. Este artigo aborda esta estreita relação entre o físico e virtual decorrente da informatização, suas influências na arte pública e seu amparo à identidade coletiva. Conclui-se que, ainda que envolva discussões sobre nomenclatura, significados e finalidades, a escultura atribuiu valores simbólicos e de uso ao espaço da praça.

Palavras-chave

Arte pública, espaço público, interações virtuais, Praça Mauá, Rio de Janeiro.

Interacciones entre el espacio público físico y virtual: Praça Mauá, Rio de Janeiro

Resumen

La escultura “#CIDADEOLIMPICA”, instalada en la Praça Mauá de la ciudad de Río de Janeiro, muestra cómo la relación entre el hombre y el espacio público físico incorporó el espacio público virtual. Inaugurada en 2015, junto con el proyecto de recalificación de la plaza, aludía en forma de lema al momento en que la ciudad acogió los Juegos Olímpicos y estimuló la denominada difusión orgánica incorporando elementos interactivos de marketing viral, operado de forma virtual. Este artículo aborda esta estrecha relación entre lo físico y lo virtual resultante de la informatización, sus influencias en el arte público y su apoyo a la identidad colectiva. Se concluye que, aunque involucra discusiones sobre nomenclatura, significados y propósitos, la escultura atribuyó valores simbólicos y de uso al espacio de la plaza.

Palabras clave

Arte público, espacio público, interacciones virtuales, Praça Mauá, Rio de Janeiro.

Interactions between the physical and the virtual public space: Mauá Square, Rio de Janeiro.

Abstract

The “#CIDADEOLIMPICA” sculpture, installed at Praça Mauá-Rio de Janeiro-RJ, shows how the relationship between men and physical public space has incorporated the virtual public space. Inaugurated in 2015, at the same time as the requalification design of the square was, it referred to the slogan used by the time the city hosted the Olympic Games and it stimulated organic dissemination by people since it incorporated interactive elements of viral marketing, virtually operated. This article

discusses the close relationship between physical and virtual spaces resulted by informatization, its influences on public art, and its support for collective identity. Even though it involves the debate around its nomenclature, meanings and purposes, the sculpture has attributed symbolic and use values to the square space.

Keywords

Public art, public space, virtual interactions, Praça Mauá, Rio de Janeiro.

Introdução

As pesquisas e teorias seguem em concordância sobre o espaço urbano se configurar através de redes, sejam elas: física, simbólica, cultural, política, imaginária e econômica (Castells, 1996; Corrêa, 1989; Lemos, 2007). Na contemporaneidade, estamos ainda apreendendo as consequências da integração de uma nova rede nesse sistema: a rede telemática. A partir da década de 1970, a informatização adentrou a sociedade ocidental, se alastrou intensamente no tecido social e colocou o espaço virtual, o espaço urbano e a mobilidade em sinergia (Lemos, 2005).

Lemos define que, quando a rede telemática passa a integrar o sistema de redes da cidade contemporânea, institui-se uma nova urbanidade - a “ciberurbe” - onde a tecnologia interpõe-se na rotina urbana e atinge tanto o espaço urbano, como as relações sociais que nele ocorrem. Por isso, o autor clama pelo reconhecimento da reconfiguração do espaço e das práticas sociais que emergem com as novas tecnologias na era da informação e destaca o desafio em conceber formas de comunicação efetivas que estimulem a reapropriação do espaço físico e contribuam para a apropriação social das novas tecnologias comunicacionais (Lemos, 2007).

A internet criou e desenvolveu um novo espaço público – o ciberespaço -, com novas relações espaço-tempo, de onde surgem novos processos cognitivos, sociais e afetivos, tendo consequências, inclusive, nas práticas culturais (Silva, 1999). Desta forma, é inegável que o espaço público físico conjuntamente se altere, portanto, com as novas tecnologias e se alargue a ponto de cativar a esfera virtual (Rodrigues, 2006). Gianetti diz que a mudança alcança, além disso, a relação do indivíduo com o mundo:

Com a modernidade sucedem-se mudanças radicais no que diz respeito à condição do sujeito, à relação dos indivíduos com o entorno, à visão e à compreensão do mundo e à crença tradicional na objetividade do universo e da realidade. (Gianetti, 2006: 1)

Assim, observamos a relação entre o físico e o virtual se estreitar a ponto de um estar presente no outro. Segundo Levy, na cibercultura, diversas tarefas no ambiente físico passaram a demandar recursos virtuais, sendo assim executadas através de interfaces, que o autor caracteriza como “aparatos materiais que permitem a interação entre o universo da informação digital e o mundo ordinário” (Levy, 1999: 36). Podemos identificar, portanto, a arte pública como uma das interfaces vistas em Levy. A prática artística, como um dos dispositivos da comunicação social, incorporou as novas tecnologias à medida que estas foram surgindo, nas últimas décadas do século XX, indicando a sensibilidade dos artistas para com as novas relações do indivíduo com o mundo manifestadas desde então (Domingues, 2003). Nesse sentido, Gianetti explica que as artes se relacionam com o contexto social:

As artes e suas estéticas conformam um domínio plural imerso no contexto social, que oferece modelos de realidades baseados no consenso, na cooperação e na rede dos indivíduos, e que se constituem a partir de formas de comunicação e interação (Gianetti, 2006: 6).

Usada como evidência desta interface entre o físico e o virtual, o objeto deste trabalho é a escultura que esteve presente na Praça Mauá do Rio de Janeiro entre setembro de 2015 e dezembro de 2016. A obra demonstra a relação de presença concomitante do físico e virtual ao fazer uso de elementos do espaço virtual, demandando a interação dos dois espaços através da interação do indivíduo com essas duas possibilidades. Assim, a escultura se torna o objeto de análise deste trabalho como meio de se compreender as possibilidades de representação do espaço na contemporaneidade, bem como, repensar teoricamente o conceito de arte pública no mundo tecnológico atual e da formação de uma paisagem digital. Esta última, segundo Colchete Filho (2016: 149), não é uma mera representação do espaço feita digitalmente, mas tudo aquilo que interpretamos a partir de nossas referências, “é um lugar do mundo real

mediado pela tecnologia virtual”, portanto, a paisagem digital se diferencia mais pelo seu meio de comunicação do que de representação.

1. A informatização e o estreitamento da relação entre espaço público e espaço virtual

Embora o conceito de espaço público ainda esteja em pauta em debates teóricos atuais, o espaço público é basicamente o espaço físico das cidades, que reúne espaço e ação, por onde bens, mercadorias, pessoas e informações circulam e permanecem. É um espaço essencial à vida urbana, abrigo do convívio coletivo social, dotado de papéis diversos na vida de cada indivíduo e cidade (Soriano, 2006). Sujeito a atribuições simbólicas, Sennet (1997) apontou que o espaço público contrai novos usos, significados e formas ao longo do tempo, em um processo dinâmico. Assim, é de se esperar que, quando adentrarmos a era da conexão, nas décadas de 1980-1990, o espaço público contraiu a relação estreita entre o homem e as redes telemáticas.

De acordo com Rodrigues (2006), as novas dinâmicas sociais que ocorrem no espaço público são induzidas por processos de fragmentação. Já Lemos (2004) aposta na interligação e diz que foi a partir do final do século XX que as cidades se voltaram para a regeneração do espaço público, visando o estímulo da apropriação social das novas tecnologias, principalmente as tecnologias móveis (celulares, *tablets*, *laptops*). O autor alega que a partir do momento que as tecnologias e meios virtuais se apossam do espaço físico, elas envolvem o usuário em uma mobilidade permanente, provida da densa infraestrutura comunicacional, que interliga máquinas, pessoas e objetos urbanos e transforma a cidade em um ambiente de conexão geral e ilimitado. Como consequência, os limites espaciais e temporais são dispensados (Ascher, 2010). Assim, a urbanidade se apresenta como a ciberurbe. Lemos (2004: 20) define, por fim, a cibercidade como:

nada mais do que um conceito que visa colocar o acento sobre as formas de impacto das novas redes telemáticas no espaço urbano. Redes de cabos, fibras, antenas de celulares, espectro de ondas de rádio permitindo uma conexão wi-fi, entre outras, estão modificando a nossa vivência no espaço urbano. O que está em jogo é a redefinição dos espaços público e privado.

Em uma cibercultura, o lazer também se adapta à fusão do físico com o virtual. Há uma predominância dos elementos tecnológicos e de mídia que adentram as dinâmicas sociais e potencializam o lazer de consumo mediado pelos sistemas informacionais (Giraldi, 2011) e fazendo com que o espaço público seja também da ordem imaterial (Nunes, 2010).

O que se verifica, isto posto, é que os espaços se hibridizam em uma sobreposição intrínseca de objetos virtuais e físicos que torna viável que as relações sociais ocorram simultaneamente no espaço físico e no espaço virtual (Daroda, 2012). Consequentemente, a textura do tecido social contemporâneo tem uma nova conformação (Ascher, 2010), já que as práticas do espaço urbano surgem nesse campo interacional e híbrido. Levy (1999) define o ciberespaço como um espaço aberto, que contém sistemas de comunicação eletrônicos interconectados de tal forma que possibilitam acessos a distância. Como resultado, as fronteiras se encolhem de tal modo que constitui um sistema onde encontros e interações podem ser feitos a distância e a formulação de grupos ocorre no espaço virtual através da conexão de ideias (Domingues, 2003).

A retração das fronteiras do tecido social contemporâneo dispõe os territórios sociais de forma descrita por Ascher (2010: 58) como “abertos, múltiplos, mutantes, em escalas variáveis (do local ao global), reais e virtuais”, caracterizando a chamada “sociedade hipertexto”, esta na qual os indivíduos circulam por universos sociais distintos, deslocando-se por meios reais ou virtuais, alternando papéis dentro da sociedade com facilidade e rapidez através das telecomunicações. Em virtude desses rápidos deslocamentos, os espaços são associados à fluidez, flexibilidade e intensa comunicação (Daroda, 2012). Por isso, também é denominada de sociedade da mobilidade e se configura como um fluxo global e altamente elevado de imagens, informação, migrações, turismo e fluxo de capital financeiro (Castells, 1996). A sociedade se apoia, por fim, na internet para articular os espaços físicos e virtuais através das ferramentas de comunicação e expande as possibilidades de experimentação do espaço.

2. Arte pública na cibercidade: interações virtuais

A arte pública faz parte do espaço público, segundo Zaidler (2013), para se integrar a ele e conformá-los, juntos, um único espaço simbólico. Auxilia, assim, segundo o autor, que o indivíduo perceba um espaço como lugar. Sendo forma de comunicação, a arte também vem sendo utilizada como ferramenta-base para a articulação de espaços físicos e virtuais. Segundo Forny (2006) a arte tem como gênese a comunicação e a interatividade, visto que a expressão artística resulta da interação da obra (transmissão da mensagem), do artista (emissor da mensagem) e do interpretante (receptor da mensagem). Portanto, da mesma forma que acontece com a fusão dos espaços físicos e os espaços virtuais, a arte pública, como meio de experimentação do espaço, também se hibridiza. Daroda (2012) destaca que o comportamento do indivíduo na cidade contemporânea se modifica com a inserção da tecnologia a ponto de serem levados ao espaço virtual grande parte das atividades antes desenvolvidas no espaço físico, caracterizando uma extensão desse espaço. O mesmo ocorre em fluxo inverso. A arte pública, como prática social que se apropria do espaço urbano, recebe essas mudanças se dispondo, segundo Domingues (2003), a envolver sistemas auxiliares da comunicação e produção.

Plaza (2003) relata que foi a partir dos anos 1950 que as tecnologias são incorporadas ao campo da arte e estabelecem uma forma de comunicação interativa entre a obra de arte o espectador. A minimização das fronteiras fez com que o espaço passasse a ter características multissensoriais e multidisciplinares. A multidisciplinaridade também é relatada por Domingues (2003) quando a autora aborda como o pensamento dos artistas têm se voltado à utilização de tecnologias comunicacionais que gerem diálogo multidimensional. Essa é a porta de entrada do processo de interatividade. A autora afirma que não mais o espectador assiste à obra, mas participa dela, criando uma relação ativa. Ao discorrer sobre esse diálogo entre obra e espectador, a autora diz que esta relação interativa é consolidada com respostas instantâneas, em tempo real, e depende disso para existir.

A interatividade é apontada por Levy (1999) como uma das principais características da chamada ciberarte. O autor vê as obras de arte da sociedade cibernética como obras

coletivas, de forma que o espectador participa da sua construção através da participação.

A participação do espectador foi proposta na década de 1960, segundo Plaza, com o objetivo de aproximar o artista do público. Com a frente aberta para a participação ativa, o espectador responde explorando o objeto artístico e seu espaço, ampliando as possibilidades de experimentação não só em número, mas também em variedade de meios de realização. O diferencial da obra da era da conexão, para o autor, é o modo de percepção, pois ela se abre ao público e, com as redes telemáticas, é reproduzida sem limites (Plaza, 2003).

Conectada ao espaço virtual, a arte circula mundialmente com rapidez e facilidade. Domingues (2003) verifica que na cultura das redes telemáticas, as trocas ocorrem em tempo real devido à relação simbiótica entre o Homem e a máquina e, como consequência, as bases estéticas da arte são alteradas. O espectador, enfim, não está mais limitado, como um observador banal:

Com a interatividade própria das tecnologias digitais e comunicacionais surge a metáfora da "porta aberta". Pode-se se entrar nas informações que não são mais fechadas ou simples fachadas. Esta arte não mais centrada na aparência, nos permite viver eventos, ou acontecimentos em uma arte da aparição (Domingues, 2003: 7).

3. Praça Mauá, arte pública e mundo virtual

A Praça Mauá, inaugurada em 1910, fez parte do grande projeto de melhoramento e embelezamento da cidade do Rio de Janeiro, promovido pelo prefeito Pereira Passos a partir de 1906. Um dos grandes eixos proposto no projeto, a Avenida Central - atual Avenida Rio Branco – tem como uma de suas extremidades a praça. Porta de entrada do Rio de Janeiro capital do Brasil, quando abrigou além do Porto do Rio, o Terminal Rodoviário Mariano Procópio, foi um espaço popular e valorizado na primeira metade do século XX. No entanto, nas décadas seguintes foi alvo de desmazelo e degradação. Diz-se que sua desvalorização teve início com a construção do Elevado da Avenida

Perimetral, em 1960, que interrompeu a conexão visual do espaço com o mar e, assim, afetou sua identidade (Instituto Pereira Passos, 2002). Com a decisão de a cidade do Rio de Janeiro sediar as Olimpíadas de 2016, houve uma iniciativa da prefeitura em remodelar a praça e a reincluir no circuito cultural e de lazer da cidade. (Colchete Filho et al., 2019)



Figura 01 – Praça Mauá.
FONTE: Foto de Juliana Varejão, 2017.

O projeto de reforma da praça, concebido pelos arquitetos João Pedro Backheuser e Ignasi Riera teve início em 2011. A reforma faz parte da grandiosa Operação Urbana Porto Maravilha, que foi um planejamento urbano estratégico a fim de reestruturar a Zona Portuária do Rio de Janeiro, explorando seus conteúdos simbólicos e culturais

como atratividade financeira e turística (Machado, 2016). Foram incorporadas infraestruturas culturais como os museus MAR – Museu de Arte do Rio e Museu do Amanhã; infraestrutura de transporte VLT; e assim, a praça que se encontrava degradada foi reapresentada como símbolo da grande reforma urbana que a cidade estava passando para sediar o megaevento. Apesar de ser alvo de muitas críticas, Kamita (2015) defende que o projeto recupera a polarização entre os dois espaços públicos – Praça Mauá e Cinelândia - dos extremos da Avenida Rio Branco.

O conjunto de arte pública até então existente na praça era composto pela estátua em homenagem a Barão de Mauá e o monumento a Pedro Max. A estátua, - com a mesma data de inauguração da Praça, 1910 – é obra de Rodolfo Bernadelli (1852-1931), artista mexicano naturalizado brasileiro. É composta por uma coluna de feição dórica que sustenta a estátua. Primeiramente a figura de Barão de Mauá se localizou no eixo da Avenida Central, com sua frente voltada para o porto do Rio. Foi deslocada nos anos 1960, por causa de uma intervenção viária que cortava a praça e se conectava à Avenida Rio Branco, e novamente entre 1975-1979 para compor o espaço livre em frente ao Edifício A Noite. Já o Monumento a Pedro Max, foi desenvolvido em homenagem ao diretor da Escola Naval da Marinha Brasileira e situado primeiramente na Praia do Flamengo, em 1954, e passou a fazer parte da Praça Mauá em 1998 (Giese, 2018).

A intervenção contemporânea da Praça Mauá tinha como um dos principais objetivos o destaque à estátua de Barão de Mauá, que se uniam ao resgate da conexão com a Baía, à confluência entre passado, presente e futuro e à delimitação de um espaço central livre (Instituto de Arquitetos do Brasil, 2010). A estátua foi realocada para um patamar em nível mais alto que o piso da praça e, em uma instalação que não consta no projeto original de reforma, foi instalada, junto a ela, a escultura contemporânea interativa #CIDADEOLIMPICA.



Figura 02 – Mapa Praça Mauá e a localização de esculturas.
 FONTE: Elaborado por Juliana Varejão Giese, 2020

Como a arte, em geral, segundo Nunes (2010), diminui a distância entre o cidadão e o contexto e auxilia na formação de coletivos sociais, a escultura foi incorporada como marco temporal e social da renovação da praça, traduzindo os simbolismos que compunham o projeto. Parece querer lembrar do conceito de *site specific art*, que, segundo Toledo (2008: 36) é uma prática que apresenta obras de arte que dialogam com o contexto de criação e o espaço no qual se encontram:

Com poucas décadas de existência, o conceito de *site specific art* ganha relevância à medida que as obras baseadas em seus pressupostos configuram-se como prática artística formal, servindo como orientação para políticas públicas, planos diretores, programas culturais e iniciativas da sociedade civil.

Ao envolver o artista e a obra de arte em uma complexa rede de grupos interessados, a *site specific art* exige a elaboração de arranjos múltiplos, capazes de organizar as negociações entre os interesses da arte, da instituição patrocinadora (Estado, empresa etc.) e da comunidade que receberá a obra – tudo isso dentro de um contexto perpassado por redes midiáticas e de turismo.

O contexto social no qual se insere o objeto escultórico em questão foi traduzido de forma literal para a estética da escultura e ganha um caráter publicitário ao incorporar elementos de marketing viral como a *hashtag* e o *slogan*. A nova escultura traduziu literalmente o momento da cidade em uma composição de 35 metros de comprimento, inaugurada em 6 de setembro de 2015, cuja concepção se fez por letras que formavam a expressão “CIDADE OLÍMPICA”. Essa expressão foi usada como slogan durante a campanha de candidatura da cidade à sede dos jogos, em uma alusão à expressão “Cidade Maravilhosa” que acompanha a cidade do Rio de Janeiro desde o início do século XX. Assim, como o *slogan*, a escultura é vista também como peça publicitária, em caráter intensamente comunicacional.



Figura 03 – Escultura #CIDADEOLÍMPICA em detalhe.
FONTE: Foto de Juliana Varejão Giese, 2016.

Outro elemento que chama atenção na composição da escultura é o uso da *hashtag*. As *hashtags* foram introduzidas na comunicação popular pela rede social Twitter em agosto de 2007 (Twitter, [20--]) e são usadas para tornar um termo visível a outros usuários em buscas de interesses comuns na internet. Representada pela cerquilha (#), marcam palavras ou expressões que são acessadas por meio de link como forma de ferramenta de categorização e promoção de assuntos. Segundo Page (2012), além de dar visibilidade, as *hashtags* também são associadas à participação cultural, pois são meios de interação entre membros e, por muitas vezes, criadas pelos próprios usuários. Às *hashtags*, no entanto, foram atribuídas novas funções e, assim, elas atingiram campos *off-line*, como os da comunicação e da publicidade.

A partir do uso das *hashtags* as informações são espalhadas com velocidade e sem limites geográficos, como um processo de transmissão viral. Por isso, no marketing é utilizado o termo “marketing viral”. Com o uso das *hashtags* o marketing deposita no indivíduo o poder de disseminação da mensagem, ou seja, a agência, assim, perde o controle de disseminação da mensagem (Barichelo; Oliveira, 2010). É a interatividade sendo usada a favor do setor publicitário.

A interatividade publicitária e virtual utilizada na escultura da Praça Mauá pode ser lida como um dos projetos que Giraldi (2011) diz existir para articular o espaço físico com o virtual com a intenção de retomar a relação do indivíduo com o espaço público e a cidade, cessado na pós-modernidade:

Esses [projetos de articulação entre espaço físico e virtual] pretendem aproveitar o enorme potencial das tecnologias de informação e comunicação para aumentar o interesse das pessoas pelos espaços concretos das cidades, reaquecer o espaço público, criar novos vínculos comunitários, tornar a participação política dessas pessoas mais dinâmica e, claro, ajudar os indivíduos a se familiarizarem com essas novas tecnologias. (Giraldi, 2011: 15)

A disseminação da mensagem através da interatividade permite, afinal, que o indivíduo se sinta parte da construção da nova identidade da cidade do Rio, da cidade olímpica, da cidade reformada e reformulada. Isso atinge não só os habitantes, mas também os turistas. Através da arte são permitidas vivências de eventos ou acontecimentos, que se intensificam no decorrer do fenômeno viral, às quais os

indivíduos reagem de diversas formas. Nesse processo de experimentação do espaço ou da arte, a identidade é construída, levando em conta que a experiência, o significado e o reconhecimento social se baseiam em atributos culturais para construir a identidade (Castells, 1999). Segundo o autor, para que o indivíduo atinja o sentimento de pertencimento ou de identidade cultural, é necessário que ele se perceba parte de um movimento urbano através do qual se revele algum interesse em comum.

A interatividade, assim, colabora com a construção da identidade, pois insere ativamente o indivíduo no movimento artístico, como explica Castrogiovanni: “A criação da imagem é resultante de um processo interativo entre observador e observado. O observador transforma a paisagem visual e a paisagem é transformada pelo observador, ou seja, há uma interação”. (2013: 385)

De acordo com Lemos, a intenção da interligação entre máquinas, pessoas e objetos urbanos e da criação de um ambiente de conexão geral e ilimitado é “reestabelecer o espaço público, colocar em sinergia diversas inteligências coletivas, ou mesmo reforçar laços comunitários” (Lemos, 2004, p. 22). Assim, a escultura tratada aqui como exemplo de interação entre o espaço, a arte pública e o indivíduo parece ter querido favorecer a construção identitária da cidade do Rio de Janeiro, ampliando os sentidos da cidade sede dos Jogos Olímpicos e as formas de imersão do espaço público no espaço virtual.

Considerações finais

Durante o processo desta pesquisa, foram identificadas divergências quanto à nomenclatura utilizada para os elementos que poderíamos chamar de arte pública que foram aqui analisados. Cabe destacar, sinteticamente, a utilização dos termos escultura, estátua e monumento, diferenciando-os etimologicamente, posto que esses sentidos podem ser bastante ampliados pelos pontos de vista teórico, conceitual e artístico.

Logo, escultura é definido como obras a partir da “arte de criar formas plásticas, figurativas ou abstratas, planas ou em volumes ou relevos, modelando materiais macios, como barro, gesso, cera etc., ou sólidos, cinzelando a pedra ou o mármore, fundindo o metal, talhando ou desbastando a madeira (como na torêutica e na

glíptica), ou mesmo com a utilização desses dois tipos de elementos e/ou os mais diversos objetos” (Escultura, 2015). Estátua, por sua vez, como “figura inteira, esculpida ou moldada em substância sólida, como mármore, bronze ou cera, representando um homem, uma mulher, um animal ou uma divindade” (Estátua, 2015). Por fim, monumento como “obra artística, de importância arquitetônica e escultural, erigida para homenagear alguém ilustre ou algum fato histórico ou acontecimento notável” (Monumento, 2015).

Discussões teóricas e conceituais sobre a intercessão de termos que podem ter acepções conceituais como “mobiliário urbano”, “arte pública” e “imaginária urbana”, envolvem também os conceitos de escultura, estátua e monumento. Na contemporaneidade, cada vez mais, extrapolam as definições formais e práticas ao acrescentar valores simbólicos e híbridos (Colchete Filho, 2003).

Como foram pesquisadas informações atuais em reportagens, deparou-se com a utilização do termo “letreiro” para definir a escultura #CIDADEOLIMPICA. Isso pode ter ocorrido pelo fato de a composição da escultura ser feita em letras, mas denuncia também o caráter informacional que se espera da escultura em questão, antes aqui abordado. A escultura também oferece a propaganda do projeto realizado e a nova identidade da cidade. Com o uso da *hashtag*, induzindo o público à propagação do conceito e da identidade do Rio como Cidade Olímpica, a arte pública contribuiu para a valorização da Praça Mauá como lugar identitário da cidade renovada que estava a surgir, algo que se evidencia sobre a relação do indivíduo com ciberespaço, onde, dentro dele, “todos somos produtores-consumidores” (Plaza, 1990).

Por isso, também foram trazidos os conceitos de marketing digital para este trabalho. É de se notar que a escultura teve função publicitária, evidenciando mais uma das muitas possibilidades para ações criativas e artísticas. Sobre a interatividade, aponta-se também o fato inesperado pelos idealizadores de os espectadores darem ênfase à parte final da escultura #CIDADEOLIMPICA, “pica”, com conotação lasciva. Muitas fotos compartilhadas nas redes sociais adotaram esse enquadramento. Com o fim do evento olímpico, a escultura foi substituída por uma escultura de 16 metros de comprimento por dois metros de altura, em letras que formam a frase “RIO_TEAMO”.

Permanecem, portanto, elementos de forte apelo cognitivo que mantêm a mesma estratégia de aderência à interatividade e à reprodução virtual.

Portanto, a opção aqui pelo termo escultura para se referir à obra #CIDADEOLIMPICA não se limita nem à definição clássica do termo, nem à extensão que a referida obra adquiriu como marco da Praça Mauá. Nesse âmbito, como em outras cidades que têm escultura semelhante, como Amsterdam, a interação que se estabelece com o público é tão grande que sugere pensarmos: são obras de arte pública? São meras peças publicitárias, “letreiros”? A autoria e autonomia estética da obra são suficientes para validar o impacto que causa no cidadão? O valor simbólico da escultura já substituída por nova parece ser parte integrante dos valores culturais da sociedade afeita à era virtual. Entretanto, no caso #CIDADEOLIMPICA, reações nem sempre consoantes ou limitadas ao escopo previsto ou imaginado para a obra.

A ocupação progressiva das tecnologias na sociedade, tanto nas esferas econômicas quanto nas sociais, questão que já havia sido abordada por Ascher (2010), parecem indicar que as possibilidades de apropriação das tecnologias da informação e comunicação no meio urbano apresentam-se ainda não esgotadas, nem em termos potenciais, nem mesmo conceituais.

Referencias

ASCHER, François. **Os novos princípios do urbanismo**. São Paulo: Romano Guerra, 2010.

BARICHELO, Eugenia; OLIVEIRA, Cristiane. O marketing viral como estratégia publicitária nas novas ambiências midiáticas. **Em questão**, Porto Alegre, v. 16, n. 1, p. 29-44, jan/jun 2010.

CASTELLS, Manuel. **O poder da identidade**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 1999. 2 v. (A era da informação: economia, sociedade e cultura.)

_____. **The rise of the network society**. Oxford: Blackwell Publishers, 1996. 1 v. (The information age: economy, society and culture)

CASTROGIOVANNI, Antonio Carlos. Turismo, organização e reconstrução do espaço urbano contemporâneo. **Revista Rosa dos Ventos**, Caxias do Sul, v. 5, n. 3, p. 381-389, jul/set 2013, p. 385.

COLCHETE FILHO, Antonio. Paisagem digital. In: BRAIDA, F. et al. (Orgs.). **101 conceitos de Arquitetura e Urbanismo na era digital**. São Paulo: ProBooks, 2016, p. 148-149.

COLCHETE FILHO, Antonio. **A Praça XV como lugar central da cidade: o projeto do espaço público através da imaginária urbana (1789, 1894 e 1999)**. 2003. 226f. Tese (Doutorado em Ciências Sociais) – Instituto de Filosofia e Ciências Humanas, Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

COLCHETE FILHO, Antonio; COSTA, Lúcia; GIESE, Juliana; JESUS, Karine; COSTA, Fernando. Porto Maravilha e sua nova centralidade: as contribuições do mobiliário urbano e da arte pública para ressignificação da área. **OCULUM ENSAIOS** (PUCCAMP), 2019 (no prelo).

CORRÊA, Roberto Lobato. **O espaço urbano**. São Paulo: Editora Ática, 1989.

DARODA, Raquel Ferreira. **As novas tecnologias e o espaço público da cidade contemporânea**. 2012. 122f. Dissertação (Mestrado) - Programa de Pós-Graduação em Planejamento Urbano e Regional – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Rio Grande do Sul, Brasil.

DOMINGUES, Diana. A humanização das tecnologias pela arte. In: ____ (Org.). **A arte no Século XXI: a humanização das tecnologias**. São Paulo: Editora UNESP, 2003.

ESCULTURA. **Michaelis – Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**, Editora Melhoramentos, 2015. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues>>. Acesso em 19 jul. 2017.

ESTÁTUA. **Michaelis – Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**, Editora Melhoramentos, 2015. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues>>. Acesso em 19 jul. 2017.

FORNY, Leonardo. Arte e interação: nos caminhos da arte interativa? **Revista eletrônica Razón y palabra**, out./nov. 2006. Disponível em: <www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n53/lforny.html>. Acesso em 13/04/2017.

GIANETTI, Claudia. **Estética digital: sintopia da arte, a ciência e a tecnologia**. Belo Horizonte: C/Arte, 2006.

GIESE, Juliana. **Da Belle Époque à cidade olímpica: urbanismo, arquitetura e arte pública na Praça Mauá do Rio de Janeiro**. 2018. 164f. Dissertação (Mestrado em Ambiente Construído). Faculdade de Engenharia, Universidade Federal de Juiz de Fora, 2018.

GIRALDI, Rita Cassia. O lazer e a cidade na pós-modernidade: do espaço material ao imaterial. **Cadernos de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo – Mackenzie**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 1-23, 2011.

INSTITUTO DE ARQUITETOS DO BRASIL. **Projeto de revitalização da Praça Mauá**. 2010. Disponível em: <<http://www.iab.org.br/projetos/projeto-de-revitalizacao-da-praca-maua>>. Acesso em 01/05/2017.

INSTITUTO PEREIRA PASSOS. **Um passeio pelo tempo**. Rio de Janeiro: Instituto Pereira Passos, 2002. Disponível em: <<http://portalgeo.rio.rj.gov.br/EOUrbana/>>. Acesso em 12/04/2017.

KAMITA, João Masao. A nova Praça Mauá. O Rio do espetáculo. **Arquitextos**, São Paulo, ano 16, n. 187.02, Vitruvius, dez 2015. Disponível em: <<http://www.vitruvius.com.br/revistas/read/arquitextos/16.187/5885>> Acesso em 16/01/2017.

LEMONS, André. Cibercidades: um modelo de inteligência coletiva. In: ____ (Org.). **Cibercidade: as cidades na cibercultura**. Rio de Janeiro: E-Papers Serviços Editoriais, 2004.

____. **Cibercultura e mobilidade**. A era da conexão. Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – UERJ – 5 a 9 de setembro de 2005.

____. Cidade e mobilidade: telefones celulares, funções pós-massivas e territórios informacionais. **Matrizes**, São Paulo, n. 1, p. 121-137, 2007.

LEVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

MACHADO, Vinicius Costa Cavalheiro. **A Produção Social do Espaço Urbano e da Arquitetura no Contexto dos Megaeventos no Rio de Janeiro**: notas sobre o concurso “Porto Olímpico” (2010). 2016. 174f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro.

MONUMENTO. **Michaelis – Dicionário Brasileiro da Língua Portuguesa**, Editora Melhoramentos, 2015. Disponível em: <<http://michaelis.uol.com.br/moderno-portugues>>. Acesso em 19 jul. 2017.

NUNES, Lilian do Amaral. **Derivações da arte pública contemporânea**. 2010. 196f. Tese (Doutorado) – Programa de Pós-Graduação em Artes Visuais – Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.

PAGE, Ruth. The linguisticsof self-branding andmicro-celebrity in Twitter: the role ofhashtags. **Discourse& communication**, SageJournals, 2012.

PLAZA, Julio. Arte e interatividade: autor-obra-recepção. **Revista ARS**, Universidade de São Paulo, v. 1, n. 2, 2003, p. 9-29.

RODRIGUES, Catarina. **Blogs e a fragmentação do espaço público**. 2006. 228f. Dissertação (Mestrado em Comunicação) – Universidade da Beira Interior, Covilhã, Portugal.

SENNET, Richard. **Carne e pedra: o corpo e a cidade na civilização ocidental**. Rio de Janeiro: Record, 1997.

SILVA, Lídia J. Oliveira Loureiro da. A internet – a geração de um novo espaço antropológico. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação – Universidade da Beira Interior, Portugal**. 1999. Disponível em: <<http://www.bocc.ubi.pt/pag/silva-lidia-oliveira-Internet-espaco-antropologico.pdf>>. Acesso em: 16/01/2017.

SORIANO, Ana Gabriela Wanderley. **O espaço público e a cidade contemporânea:** as praças de Salvador entre o discurso e a intervenção. 2006. 184f. Dissertação (Mestrado) – Programa de Pós-Graduação em Arquitetura e Urbanismo – Universidade Federal da Bahia, Salvador, Bahia, Brasil.

TOLEDO, D. A produção social da arte pública: participação ampliada e *sitespecificity*. **Teoria e Cultura**, Juiz de Fora, v. 3, n. 1/2, p. 33-50, jun/dez 2008.

TWITTER. **Momentos importantes.** Uma seleção de momentos memoráveis. [20--]. Disponível em: <https://about.twitter.com/pt/company/press/milestones> Acesso em 23 de março de 2017.

ZAIDLER, Waldemar. Arte pública e arte de rua: graffiti *versus* grafite. **Revista Farol**, Universidade Federal do Espírito Santo, n. 9, jul. 2013, p. 125-135.

Agradecimentos

Os autores agradecem a CAPES e ao CNPq pelo apoio à pesquisa através da concessão de bolsas.