



UFAL

UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
FACULDADE DE ARQUITETURA E URBANISMO
GRADUAÇÃO BACHARELADO EM DESIGN

VICTÓRIA JÉSSICA SILVA DOS SANTOS

**EXPOGRAFIA E UX DESIGN: A EXPERIÊNCIA DO VISITANTE NO AMBIENTE
IMERSIVO DA EXPOSIÇÃO TEMPORÁRIA VAN GOGH LIVE 8K**

MACEIÓ- AL
2024

VICTÓRIA JÉSSICA SILVA DOS SANTOS

**EXPOGRAFIA E UX DESIGN: A EXPERIÊNCIA DO VISITANTE NO AMBIENTE
IMERSIVO DA EXPOSIÇÃO TEMPORÁRIA VAN GOGH LIVE 8K**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de Design da
Universidade Federal de Alagoas, como
requisito parcial para a conclusão do
Curso de Bacharel em Design.

Orientadora: Profa. Dra. Danielly Amatte
Lopes

MACEIÓ- AL
2024

Catálogo na Fonte
Universidade Federal de Alagoas
Biblioteca Central
Divisão de Tratamento Técnico

Bibliotecário: Marcelino de Carvalho Freitas Neto – CRB-4 – 1767

S237e Santos, Victória Jéssica Silva dos.

Expografia e UX Design : a experiência do visitante no ambiente imersivo da exposição temporária Van Gogh Live 8K / Victória Jéssica Silva dos Santos. – 2024.

196 f. : il. color.

Orientadora: Danielly Amatte Lopes.

Monografia (Trabalho de conclusão de curso em Design) – Universidade Federal de Alagoas. Faculdade de Arquitetura e Urbanismo. Maceió, 2024.

Bibliografia: f. 128-134.

Apêndices: f. 135-197.

1. Estudo. 2. Design. 3. Experiência. 4. Exposições. 5. Emoções. I. Título.

CDU: 7.05:069

RESUMO

Este documento apresenta em sua extensão o trabalho de modalidade teórica voltado à conclusão do curso em Design, que possui como foco a elaboração de um estudo de caso sobre a experiência dos visitantes na exposição imersiva “Van Gogh Live 8K” situada no estacionamento externo do Shopping RioMar Recife, localizado entre as zonas norte e sul da cidade do Recife, Pernambuco. As partes componentes desta produção buscou analisar como o público se sentiu no ambiente selecionado, visto que a exposição consiste em elementos expográficos e recursos tecnológicos que, juntos, têm como proposta gerar um espaço imersivo capaz de promover a interação social e cultural, estimular a cognição e afetar emocionalmente o público, se relacionando desta maneira com as áreas de design de serviço, design emocional e experiência do usuário (UX Design). O estudo de caso apresentado foi concebido por meio de uma abordagem mista e linear, cujos métodos e técnicas empregados para a coleta de dados consistiram na observação assistemática, entrevistas, grupo focal e análise documental, tanto textual quanto imagética e sonora, juntamente com a consulta de comentários espontâneos de visitantes da exposição no perfil da rede social Instagram, ambiente virtual destinado à divulgação digital da exposição, obtendo como consequência a reflexão acerca da experiência dos visitantes na exposição imersiva. Portanto, esta pesquisa estabelece formas alternativas de condução de estudos e pesquisas avaliativas sobre recepção em museus/exposições, ao considerar também as declarações disponíveis em ambientes digitais.

Palavras-chave: Estudo; Design; Experiência; Exposição; Emoção.

ABSTRACT

This document presents the theoretical work aimed at completing the Design course, which focuses on the development of a case study on the experience of visitors to the immersive exhibition “Van Gogh Live 8K” located in the external parking lot of the RioMar Recife Shopping Mall, located between the north and south zones of the city of Recife, Pernambuco. The component parts of this production sought to analyze how the public felt in the selected environment, since the exhibition consists of expographic elements and technological resources that, together, aim to generate an immersive space capable of promoting social and cultural interaction, stimulating cognition and emotionally affecting the public, thus relating to the areas of service design, emotional design and user experience (UX Design). The case study presented here was designed using a mixed and linear approach, whose methods and techniques for data collection consisted of unsystematic observation, interviews, focus groups and documentary analysis, both textual and visual and sound, together with the consultation of spontaneous comments from visitors to the exhibition on the Instagram social network profile, a virtual environment intended for the digital dissemination of the exhibition, resulting in reflections on the experience of visitors in the immersive exhibition. Therefore, this research establishes alternative ways of conducting studies and evaluative research on reception in museums/exhibitions, also considering the statements available in digital environments.

Keywords: Study; Design; Experience; Exhibition; Emotion.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	9
Objetivo Geral.....	13
Objetivos Específicos.....	14
1. O ESPAÇO EXPOSITIVO: transformações dos espaços museais.....	15
1.1.1 Cubo Branco.....	24
1.1.3 Imersivo.....	30
2. EXPOSIÇÕES IMERSIVAS E SUAS CONEXÕES COM O DESIGN.....	37
2.1. As exposições e suas Temáticas.....	40
3. DESIGN, EMOÇÃO E ARTE.....	42
3.1 Nível Visceral.....	45
3.2. Nível Comportamental.....	46
3.3 Nível Reflexivo.....	47
4. O DESIGN CENTRADO NO USUÁRIO E A EXPERIÊNCIA.....	49
4.1. Experiência.....	51
4.2. Interatividade.....	53
4.3. Multisensorialidade.....	54
4.4 Imersão.....	58
5. A IMPORTÂNCIA DE AVALIAR EXPERIÊNCIAS NO ESPAÇO EXPOSITIVO.....	60
5.1 Ferramentas e métodos para avaliar a experiência do usuário.....	64
5.1.1 Pensando em voz alta (thinking aloud).....	64
5.1.2 Aprendizagem por co-descoberta.....	64
5.1.3 Método shadowing.....	65
5.2. Estudo de campo.....	65
5.2.1. Questionários.....	66
5.2.2. Entrevista.....	66
5.2.3. Avaliação emocional por expressões faciais.....	66
5.2.4. iScale.....	67
5.2.5. A Roda Emocional de Genebra (Geneva emotion wheel).....	67
A Roda Emocional de Genebra (GEW), método desenvolvido pelo Geneva Emotion Research Group, do Departamento de Psicologia da Universidade de Genebra, na Suíça, é usado para medir reações emocionais a objetos, eventos e situações. Nele, o entrevistado é solicitado a indicar a emoção que experimentou, escolhendo intensidades para uma única emoção ou uma mistura de várias emoções entre 16 famílias com 4 níveis de ativação para cada uma.....	67
O eixo vertical representa o controle percebido e o eixo horizontal a valência. A ativação é representada pelo tamanho e pela distância: quanto mais longe um nível de uma categoria de emoção estiver do centro, mais ativo ele será na experiência emocional.....	67
5.2.6 Mapa de stakeholders.....	68
5.2.7. Mapa de jornada do usuário.....	68
5.2.8. Mapa de expectativas.....	69
5.2.9. Construção de cenários.....	69
6. ABORDAGEM METODOLÓGICA: ESTUDO DE CASO DA EXPOSIÇÃO VAN GOGH LIVE 8K.....	69
6.1. Métodos adotados para avaliação.....	73

6.1.1. Observação assistemática na exposição.....	73
6.1.2. Entrevista com os visitantes.....	74
6.1.3. Grupo focal.....	75
6.1.4. Análise do conteúdo virtual.....	75
PARTE 2: A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO NA EXPOSIÇÃO IMERSIVA VAN GOGH LIVE 8K.....	77
7. Conhecendo o local onde a exposição foi montada.....	77
7.1. Sobre a exposição analisada e seu homenageado.....	80
7.2 Conhecendo o percurso da exposição e as impressões iniciais dos visitantes.....	82
7.3 Resultados da entrevista sobre a experiência vivida.....	97
7.4 Resultados provenientes do Grupo focal.....	104
7.5 A experiência relatada no espaço virtual.....	116
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	123
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	128
APÊNDICES.....	135

INTRODUÇÃO

Na percepção do museólogo e cientista social Mário Chagas (2020), o museu pode ser interpretado como um ponto de conexão capaz de articular situações e tempos diferentes ao articular o passado e presente, o presente e o futuro, ou ainda articular pessoas diversificadas, pois têm a capacidade de juntar pessoas com culturas e percepções divergentes porque esse espaço lida com questões que abordam a preservação, investigação e comunicação, mas atribuir esse pensamento somente aos museus é limitador, pois as exposições, sejam elas de caráter artístico, científico ou cultural, não acontecem somente nesse espaço. Elas se dissiparam e se inseriram em espaços como os museus, galerias, centros culturais, armazéns pré-fabricados ou shoppings e têm atraído dezenas de milhões de pessoas em todo o mundo nas últimas décadas e essa ampliação dos horizontes está relacionada com o período histórico.

Com o decorrer dos anos, fatores vinculados às mudanças sociais, a cultura midiática, a internet e o aprimoramento tecnológico permitiu que o cenário museológico se expandisse proporcionando novas oportunidades em relação aos canais de diálogo com o público, permitindo aos museus e seus derivados planejarem seus ambientes para atender diferentes usuários ao abordar assuntos socialmente relevantes, como também assuntos ligados ao divertimento e rotina cotidiana como o futebol, a música e tradições regionais. Portanto, ousou dizer que as exposições são construídas por nós e para nós, pois estão vinculadas aos interesses demonstrados pela população, mas também contribuem para o conhecimento e reflexão individual dos visitantes referente ao acervo ou sociedade. Assim, segundo Cury:

A exposição é a ponta do iceberg que é o processo de musealização, é a parte que visualmente se manifesta para o público e grande possibilidade de experiência poética por meio do patrimônio cultural. É ainda, a grande chance dos museus de se apresentarem para a sociedade e afirmarem a sua missão institucional (CURY, 2005, p. 35).

Com isso, pode-se dizer que os espaços expositivos, que abrangem dos museus aos espaços fabricados para mostras itinerantes, mas ainda irei abordar o museu como maior representante desses espaços, passam a ser entendidos como

espaços de disseminação de conhecimento e vivência, com soluções que veem o usuário como personagem central da relação que buscam ampliar o seu diálogo com o público. E para validar este pensamento vale citar que conforme Schmitt (1999), o museu oportuniza experiências diversas ao grande público, e auxilia na construção e reconhecimento de identidades coletivas e metacognição, visto que os acontecimentos históricos dos grandes heróis e seus feitos passaram a dar lugar à cultura local, ao homem comum, à tradição regional e à vida cotidiana, com o intuito de fomentar a criação de conexões socioculturais para atração de público e construção do espaço-narrativa. Juntamente com as definições operacionais de museu, que conforme o Conselho Internacional de Museus (ICOM) são as seguintes:

Quadro 1 - Definições de Museus fornecidas pelo ICOM

1947	Toda instituição permanente que conserva e apresenta coleções de objetos de caráter cultural ou científico, para fins de estudo, educação e de deleite
1974	Instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento, aberta ao público, que realiza pesquisas relativas aos testemunhos materiais do homem e de seu meio ambiente, os adquire, os conserva, os comunica e especialmente, os exhibe para fins de estudo, educação e deleite.
1988	Instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, pesquisa, divulga e expõe, para fins de estudo, educação e lazer, testemunhos materiais e imateriais dos povos e seu meio ambiente.
2007	Instituição permanente, sem fins lucrativos, a serviço da sociedade e de seu desenvolvimento, aberta ao público, que adquire, conserva, pesquisa, comunica e expõe o patrimônio material e imaterial da humanidade e de seu meio ambiente, com fins de educação, estudo e lazer.
2022	Instituição permanente, sem fins lucrativos e ao serviço da sociedade que pesquisa, coleciona, conserva, interpreta e expõe o patrimônio material e imaterial. Abertos ao público, acessíveis e inclusivos, os museus fomentam a diversidade e a sustentabilidade. Com a participação das comunidades, os museus funcionam e comunicam de forma ética e profissional, proporcionando experiências diversas para educação, fruição, reflexão e partilha de conhecimentos.

Fonte: Baseado em ICOM apud MACHADO (2021, p.27); VALENTE (2008, p.23); MAIRESSE e DESVALLÉES (2007, p. 52); ICOM (2006, p.6); ICOM (2007); ICOM (2022).

As definições acima deixam claro que o museu passou e passa por transformações, que fazem com que sua definição não atinja sua plenitude e precise ser adaptada ou complementada com o passar do tempo, pois é um ambiente que se encontra entrelaçado com a sociedade e conforme esta muda, ele sofre alterações. Assim como os espaços museais, as exposições possuem a capacidade de modificação e são capazes de assumir diversos formatos e dimensões, a depender da natureza da instituição (porte, objetivos e natureza de seus acervos e/ou narrativas), que determinará a escolha do discurso expositivo, dos objetos a serem expostos e também o uso dos demais recursos expográficos em sua mostra.

Os recursos denominados expográficos são variados. Textos, legendas, ilustrações, fotografias, cenários, mobiliários, sons, texturas, cheiros, temperatura compõem um conjunto de elementos enriquecedor da experiência do público, na medida em que potencializa a interação entre o público e o patrimônio cultural (CURY, 2005, p. 46).

No âmbito contemporâneo, a tecnologia passou a ser utilizada como aliada no processo de modernização das técnicas expositivas das organizações que tentam proporcionar experiências relevantes e atrativas por meio de seus projetos expográficos visando estabelecer um diálogo entre o público, os objetos expostos e os temas propostos pelos curadores, com diversas possibilidades de exploração em relação aos sentimentos, expectativas, subjetividades e várias outras questões humanas. A partir disso, os profissionais responsáveis pelas expografias, ou seja, pela escolha dos recursos relacionados a organização e montagem de exposições, exploram todos os elementos de acordo com a intenção da proposta, como: disposição espacial dos objetos, cores, iluminação, arquitetura e muitos outros, pois esses elementos funcionam como recursos semânticos favorecendo uma melhor interação com seus visitantes. De acordo com Machado (2021), caracteriza-se a museologia como:

Campo de estudo que inclui pesquisas relacionadas a museus e examina a relação especial de um homem com a realidade. Consiste em coletar e preservar, de forma consciente e sistemática de objetos, materiais e imateriais, móveis e imóveis, sua utilização científica, cultural e educativa, com o objetivo de documentar o desenvolvimento da natureza e da sociedade. Eles vão desde questões conceituais a aspectos práticos do cuidado de objetos e dependem de diferentes ciências para encontrar as melhores soluções (MACHADO, 2021, p.31).

Logo, o papel do Design independente da área que é aplicado, mas ressaltando sua aliança com a museologia, vai além da estética, funcionalidade e acessibilidade, pois ao considerar as qualidades sensoriais, seleção e apresentação de objetos, organização da informação ou a seleção e disposição espacial, torna-se um elemento de atratividade e influência da experiência do público ao incorporar ou desenvolver elementos que se comunicam com as pessoas tanto em ambientes físicos quanto em ambientes digitais (Alexandre, 2019), podendo despertar o interesse do público em relação à obras, artistas, história e/ou temas diversificados.

Tendo como exemplo as exposições imersivas que começaram a ganhar destaque a partir dos anos 2000, por serem espaços que combinam o design de serviço, design de experiência e design da informação com as tecnologias interativas para proporcionar ao público uma experiência inesquecível e inovadora em um ambiente multissensorial, utilizando múltiplas projeções de vídeo sincronizadas, luzes, sons, trilhas sonoras e por vezes até essências olfativas, no intuito de envolver e acionar todos os sentidos do corpo dos visitantes, fazendo com que o indivíduo colete informações do ambiente e conteúdo exibido de uma maneira única.

Desta forma, o projeto voltado às exposições imersivas na medida em que estabelece uma interface entre o público e o objeto exposto, retrata uma ação de comunicar-se pelo design onde os indivíduos interagem com o evento organizado e essa experiência, construída por meio da apropriação do espaço físico da exposição associada ao uso de recursos sensoriais, faz com eles produzam conexões e memórias que podem influenciar seus desejos e decisões futuras. Então pensar na experiência do público torna-se uma prioridade desde o planejamento inicial para o designer, pois as estratégias selecionadas e adotadas têm como intuito encorajar os frequentadores a criarem memórias e aumentar sua interação com o acervo, aumentando assim a credibilidade desses espaços e o desenvolvimento de eventos futuros similares.

Podemos procurar identificar e compreender o que afeta a experiência, como: características do usuário (sensoriais, emocionais, cognitivas, expectativas, necessidades ou motivação, repertório, comportamento e contexto); características do produto (usabilidade, funcionalidade, estética - visual e linguagem -, marca, custo e contexto); e características da interação (tipos de interação, eficiência, possibilidades de sentido ou

significado). Mas para conhecer a experiência do usuário é necessário ouvi-lo, buscar em sua narrativa os elementos que são evidenciados e os que são esquecidos, identificar os qualificadores utilizados e quais aspectos eles qualificam, reconhecer os usos óbvios, declarados na concepção dos projetos, e, principalmente, os inesperados, aqueles que rompem com as hipóteses iniciais de uso dos produtos (LOPES, 2012, p. 36).

Assim, estreitar a relação entre Museologia e Design mostra-se benéfica para ambas as áreas porque possibilita o desenvolvimento de trabalhos e pesquisas que podem compartilhar objetivos similares ao buscar melhorar o processo que resultará na experiência dos visitantes com base nas suas interações nos ambientes expositivos com a arte. Tendo em vista que o estudo do design pode ser focado na emoção das pessoas ao procurar entender os desejos, expectativas e dores desse público, de forma que os dados conquistados auxiliem no mapeamento da relação do usuário com os produtos e serviços - percebemos como promissor o uso do arcabouço teórico do design no contexto expográfico aqui descrito. A partir das ferramentas metodológicas do design, focadas na experiência do usuário, o design pode identificar, através dos resultados obtidos, características positivas, marcantes e funcionais que devem estar presentes em qualquer projeto que tem foco num processo museal inovador e replicável que cumpre sua função social e colabora para uma mudança de olhar para os espaços expositivos.

Refletindo então sobre a ação conjunta existente entre Design e Museologia, o presente trabalho pretende analisar por meio de um estudo de caso a nova relação onde a expografia se aproxima da tecnologia numa mostra imersiva, tornando-se um estudo relevante por explorar fatores que permeiam a aprovação ou rejeição do modelo de exposição imersivo pela perspectiva de seu visitante (constante ou esporádico), sabendo-se que o local pretende fornecer um contato com a arte e cultura por meio de elementos que despertam a interação, a participação e o prazer nos visitantes.

Objetivo Geral

Por meio de uma concepção contextualizada e considerações que abarcam a relação entre Museologia e Design, o presente trabalho tem como objetivo geral ser um estudo de caso efetuado na exposição imersiva “Van Gogh Live 8K” situada no estacionamento externo do Shopping RioMar Recife, localizado entre as zonas

norte e sul da cidade do Recife-PE que pretende analisar a experiência do visitante na exposição e investigar sobre como o projeto expográfico com o auxílio das tecnologias e os meios digitais podem afetar a experiência do visitante.

Objetivos Específicos

Com o intuito de alcançar o objetivo geral desejado ao fim do projeto, propõe-se os seguintes objetivos específicos:

- Realizar uma busca bibliográfica para seleção e identificação das referências basilares sobre design emocional, experiência do usuário, expografia e conceitos interligados com imersão, relacionando ao contexto expográfico;
- Identificar elementos usados na produção do espaço expográfico que geram apelos sensoriais e retratam a crescente diversidade oferecida pelas exposições;
- Investigar a interação do público na exposição Van Gogh Live 8K com as obras através de pesquisa de campo.
- Desenvolver uma análise da experiência do usuário no contexto da exposição supracitada, com base nos dados coletados na pesquisa de campo.

Definidos os objetivos e as matrizes teóricas básicas, para fins didáticos, o presente documento foi organizado em duas partes distintas. A primeira delas traz um levantamento bibliográfico que dedica-se a explorar o percurso temporal das exposições, inicialmente atreladas aos museus, descrevendo uma breve linha de tempo sobre o histórico dos museus e apresentando ideias referente às suas funções. Na sequência são iniciadas as discussões e reflexões sobre o que é esperado dentro do tipo de ambiente estudado, tendo como exemplo a interatividade e a imersão, como também aborda o design emocional com foco ao que propõe Donald Norman (2008) referente aos níveis do design emocional. Passa-se então ao exame de ferramentas metodológicas que possam auxiliar no processo de avaliação da experiência do público no espaço museal, independente de sua tipologia, culminando na apresentação da abordagem metodológica utilizada para o exame do estudo de caso, encaminhando-se para a segunda parte do trabalho. Já a segunda parte do trabalho se dedica a apresentação do estudo de

caso em si, bem como das discussões e encaminhamentos obtidos por meio da pesquisa de campo, a ser empreendida à luz da bibliografia levantada anteriormente.

PARTE 1: LEVANTAMENTO BIBLIOGRÁFICO

1. O ESPAÇO EXPOSITIVO: transformações dos espaços museais

Para iniciar este trabalho, será apresentada uma breve linha de tempo sobre a origem e história dos museus, pois são nesses espaços museais que ocorrem as exposições por meio do conteúdo contido no local. Essa passagem temporal busca chegar nas configurações atuais mais disponibilizadas ao público em geral, no qual o local de estudo está inserido. Visto que, ao longo das décadas, transformações nos espaços e nas maneiras de expor, modificaram o significado e as funções sociais atribuídas ao ambiente expositivo.

O ato de expor está relacionado diretamente com o ato de colecionar e constituir assim, coleções, que são compreendidas como um conjunto de objetos, mais precisamente um conjunto de indicadores de memória, materiais e imateriais, que recebem uma proteção especial e são expostos em locais especialmente criados para essa finalidade (POMIAN, 1984, p. 53 apud FRANCO, 2018. p.10). Não sabe-se desde quando iniciou-se o ato de colecionar, no entanto, os registros que se iniciam por volta da Idade Média já demonstram uma organização das coleções, que eram concentradas na igreja e nas casas dos senhores feudais que desejavam demonstrar poder.

Grande parte das coleções eram compostas por metais preciosos mas não se limitou a isto, durante o século XV e com o aumento do interesse da aristocracia no colecionismo e na impressão de poder e riqueza que isso atribuía aos colecionadores, foi iniciado a procura e obtenção de itens naturais e culturais, sendo uma das maiores representantes dessa busca crescente, obras clássicas grego-romanas, que eram abrigadas em locais construídos especialmente para abrigar tais itens em palácios e vilas pertencentes às famílias nobres.

Contudo, os espaços reservados começaram a ser substituídos por volta do século XVI por outros espaços que nem sempre estavam vinculados aos palácios dos colecionadores, chamados “gabinetes de curiosidades” (Figura 1), Kunst und

Wunderkammer – quartos de artes e maravilhas. espaços que podem ser considerados os primeiros museus por guardarem em seu interior grandes quantidades de verdadeiras relíquias do mundo natural, científico e cultural, que tinham como finalidade não só reforçar o prestígio de seus possuidores e maravilhar cada visualizador, mas também eram utilizados como locais de estudo. Exemplo disto, são os gabinetes de história natural que foram desenvolvidos e começaram a ser visitados por pessoas de prestígio que tinham interesse em estudar botânica, zoologia e mineralogia, com fins farmacêuticos e medicinais.

Figura 1 - Gravura do gabinete de curiosidades de história natural Ferrante Imperato (1599)



Fonte: Souza, 2012.

Conforme Souza (2012), foi por volta do século XVII que essa forma de expor as coleções presentes nos gabinetes se modificou e passou a ser mais categorizada através de um sistema de classificação relacionado a origem dos objetos, ou seja, os objetos relacionados com a natureza eram inseridos na categoria *Naturalia*, artefatos minerais e pedras preciosas na categoria *Artificialia*, artefatos históricos que remetiam à Antiguidade Clássica na *Antiquitas* e objetos de teor mítico e mágico na *Mirabilia*. E essa organização demonstrava uma formação de pensamento crítico sobre os objetos, baseado no momento histórico, no qual ocorreu a transição do teocentrismo para o antropocentrismo, resultando em uma elevação à ciência.

Seguindo a linha histórica e social, o próximo momento marcante do espaço expositivo se deu durante o Renascimento, pois ele popularizou a pintura de

cavalete, rompendo a relação da pintura que era realizada diretamente nos edifícios (paredes e tetos) e estática, para telas que podiam ser facilmente transportadas. Assim, a intensificação das relações comerciais refletiu-se diretamente na arte, que aos poucos foi compreendida como objeto comercializável, reduzindo sua função contemplativa, dando início aos Gabinetes de Pintura (Figura 2).

Esses gabinetes se diferenciavam de forma significativa dos anteriores porque essa nova tendência se dava pela forma de disposição das pinturas, onde as molduras eram encaixadas umas nas outras, muitas vezes cobrindo as paredes inteiras para que o visitante experimentasse a pintura como um portal para outro mundo. E as pinturas passaram a ser organizadas dentro de um método que buscava a melhor visualização das cenas retratadas. Sendo assim, os quadros maiores eram dispostos acima, os menores abaixo e os mais importantes e exóticos na altura dos olhos (SOUZA, 2012).

Figura 2 - Arquiduque Leopoldo Guilherme em sua galeria (1647)



Fonte: Souza, 2012.

Acerca de tal modo de exposição Souza (2012) pontua:

Em vez de espaços convergentes [...] cuja multiplicidade de objetos era posicionada para atingir o visitante por todos os lados, os gabinetes de pintura eram espaços divergentes, em que o olhar do visitante era projetado para além das paredes (SOUZA, 2012, p. 32).

O autor apresenta, uma ideia de modificação na finalidade desses espaços, pois enquanto as coleções dos gabinetes de curiosidades eram destinadas a maravilhar e incentivar os estudos, as coleções dos gabinetes de pinturas eram destinados a não só maravilhar os visitantes, mas também transportá-los para outras realidades através das gamas de cenários retratados e expostos. Logo, o crescimento das coleções de pinturas e até mesmo de esculturas no mesmo local, foram modificando a organização espacial dos edifícios que as abrigavam, obrigando a criar espaços com uma lógica de exposição em toda sua extensão a fim de evitar grandes acúmulos, sendo assim, as obras que extrapolavam os cômodos, passaram a ser inseridas nos corredores e passagens, sendo elas estreitas ou espaçosas, que contando com uma boa iluminação para melhor contemplação por parte dos visitantes, transformou esses gabinetes artísticos em galerias (Figura 3), onde as obras passariam a ser separadas e organizadas por países, escolas e autores.

Figura 3 - Galeria de vistas da Roma antiga de Giovanni Paolo Pannini (1757)



Fonte: Site MeisterDrucke, 2023.

O termo “galeria” possui como definições, segundo o Dicionário da língua portuguesa de Aurélio Buarque (1975):

- Galeria. [Do b.galilaea, ‘átrio de igreja’.]
S.f. 1. Corredor extenso em que geralmente se dispõe quadros, estátuas, etc.
2. Fig. Coleção de quadros, estátuas, etc., organizadas artisticamente.
3. Estabelecimento que negocia com artistas plásticos, expondo e/ou vendendo suas obras.

Estes espaços fomentam, portanto, atividades relacionadas com divulgação, suporte, venda, transporte de obras e organização de exposições que serão importantes para que o público tenha acesso aos trabalhos dos artistas apoiados, tornando-se uma conexão confiável entre artistas, colecionadores e admiradores que desejam admirar, conhecer melhor ou comprar quaisquer manifestações artísticas desde seu surgimento. As galerias possuem, ainda, a capacidade de afetar diretamente a experiência do observador, visto que, no trato da escolha dos corredores como locais de exposição, a experiência estática tornou-se dinâmica, conforme os observadores transitam.

Desse modo, é possível considerar tal configuração como antecessora dos espaços museais atuais, pois cada característica adquirida e conservada desde os gabinetes foram atribuídas nas galerias, e elas serviram de exemplo aos primeiros museus nacionais e coleções públicas desenvolvidos por volta do século XVII e século XVIII ao longo de diversos países europeus. Museus que passaram a expor em grandes edifícios suas coleções com a maior riqueza de detalhes possíveis, com o objetivo de instruir o público por meio da observação dos objetos escolhidos. Podendo citar, o primeiro museu aberto ao público europeu desde meados do século XVIII, o Museu Britânico (Figura 4), localizado em Londres, na Inglaterra, museu nacional que embora tenha sido fundado em 1753, a abertura ao público aconteceu somente seis anos depois, em 15 de janeiro de 1759.

Figura 4 - Museu Britânico



Fonte: Site Pixabay, 2023.

A partir do século XIX, tanto os museus europeus, como os museus emergentes da América do Norte, experimentaram um período de crescimento sem precedentes graças ao imperialismo e colonialismo, fazendo com que muitos museus nacionais fossem consolidados e explorassem suas características e história, estando intimamente ligados às políticas nacionais de cada país, como também preservando e expondo memórias/artigos de outras culturas relacionadas. E pressupõe-se que através dessa expansão, o museu passou a obter a função herdada dos gabinetes de curiosidades, de fornecer educação e informação a um público por meio do processo de musealização, assim como demonstra o comentário de Waldisa Guarnieri:

[...] musealização (e o ato de musealizar) é um processo que integra preservação e comunicação, isto porque, como lembra a autora, a documentalidade refere-se à ensinar algo: o potencial do objeto museológico de ensinar algo a, logicamente, alguém. (GUARNIERI, 1990, p.8 apud CURY, 2005, p.25)

Nota-se, portanto, que os espaços expositivos percorreram um caminho ao longo dos séculos, tirando-os da limitação de um ambiente que preserva objetos por pura beleza e atribuição de riquezas, com a finalidade de promover uma observação contemplativa pelos indivíduos que constituíam a parte elitista e privilegiada da sociedade, e levando-os a um ambiente aberto ao público que não restringe o observador devido sua classe e poder aquisitivo, tendo funções educativas e comunicacionais ao explorar assuntos ligados a mudanças sociais, cultura, educação, identidade, entre outros.

Como resultado das modificações no espaço expositivo e suas funções, as exposições, que para Cury (2005, p.34-35) são a chance dos museus de se apresentarem para a sociedade e de afirmarem sua missão institucional, potencializando a relação entre a tríade homem, objeto e cenário expositivo, também sofreu mudanças e aos poucos estão sendo substituídas por mostras que fornecem aos visitantes uma pequena seleção permanentemente ou temporariamente de sua coleção/ acervo completo, de acordo com o que for considerado mais representativo de cada temática abordada. Ou seja, ambientes que outrora eram extremamente decorados e completamente preenchidos pela

coleção/acervo, deram lugar a espaços mais neutros, com alguns lugares para descanso do público.

Ademais, as paredes também se tornaram mais expostas ao reduzir a quantidade de itens expostos no local e criar uma separação maior entre eles, e esse layout propiciava um descanso visual. (figura 5) e tanto textos explicativos quanto etiquetas contendo informações complementares, foram introduzidos seguindo a tipologia dos artefatos expostos. Por exemplo, nos museus de arte, o conteúdo desses textos se resume, em geral, à identificação das obras. Já nos museus de história, de etnologia e de ciência e técnica, as informações contidas são mais extensas e elaboradas para maior compreensão dos leitores.

Figura 5- Exposição Armory Show (1913)



Fonte: The New York Times, 2012.

Segundo Franco (2018) durante o século XIX, o visitante que antes era um observador passivo de uma exposição que lhe oferecia poucas possibilidades de compreensão passou a ser visto pelos museus como um meio para a comunicação de uma mensagem que deveriam ser compreendidos e ao descobrir suas expectativas e necessidades, seria possível desenvolver espaços capazes de promover uma interação fluida entre os que visitam a exposição e a mensagem que esta quer transmitir. Conseqüentemente, os museus, principalmente os tradicionais, procuram alcançar até hoje uma boa comunicação com os visitantes por meio dos recursos de contextualização, ambientação e cenografia, e inovam na maneira de

apresentar suas exposições e obter seu acervo, já que as exposições não contam mais com um acervo extenso e seguem fatores como a tipologia do museu, seus significados culturais, sociais, econômicos, lúdicos ou religiosos.

Faz-se pertinente citar, ainda, as transformações que ocorreram com o advento e a expansão da Internet e das redes sociais durante as últimas décadas, fazendo com que os museus e as galerias tornem-se agentes de expressão cultural e social, não apenas nas suas instalações ou através de exposições físicas, mas também por intermédio de seus sites e portais, que abrigam e propagam pesquisas online, exposições virtuais e até mesmo avaliações do público. Isso se dá na opinião de Abreu (2014) pela oportunidade de construir experiências além da fruição do conteúdo, como o encontro com outras pessoas e a possibilidade de compartilhamento da experiência concedido pela presença do uso das câmeras fotográficas e uso das mídias sociais por parte dos visitantes. Onde tais ajudam a construir a reputação de cada instituição, aumentar a quantidade de visitação em exposições e fomentar a participação do público, seja presencialmente, online ou offline.

Com essa breve introdução, é possível compreender os espaços expositivos no geral (museu, galeria, mostra, espaço cultural, espaço virtual) como ambientes com sistemas complexos, que abrigam setores de atividades distintos, como: exposição, educação, pesquisa, conservação, programas e atividades para diferentes públicos, capazes de entrelaçar fruição estética, aprendizado e lazer. E devido a expansão das relações que envolvem arte, comunicação e seus suportes, a exposição em cada um desses espaços deixa de ser destinada apenas a exibição de acervos, para ser também momentos de apresentação de diversas temáticas, independente da pré-existência de um acervo a ser exibido.

Essa multiplicidade de funções atribuídas aos museus e espaços expositivos deixa claro que, no núcleo de cada projeto, seja para a formação de exposições de longa ou média duração, temporárias, itinerantes e/ou virtuais, existe um intenso planejamento e preparação dos profissionais para atrair públicos maiores e diversificados ao estimular a curiosidade e projetar experiências positivas nesses espaços. Portanto, os profissionais que compõem a equipe de planejamento e montagem devem ser reconhecidos por sua efetiva contribuição ao design de

exposições, principalmente ao identificar e propor soluções previamente para problemas ligados à comunicação e organização, como adequação de conteúdo, quantidade de informações a serem apresentadas, espacialidade, disponibilidade de determinados recursos expográficos, entre outros.

Tidos como profissionais essenciais, conforme CURY:

[...] o designer, o educador e o museólogo são três peças que se encaixam perfeitamente na construção da experiência criativa do público, seja o público espontâneo, seja o escolar ou outros organizados em grupos. Defendo, inclusive esse trio, como a “célula museológica” do processo de concepção e montagem de exposições (CURY, 2005, p. 114).

Enfatiza-se, aqui, que todos os ambientes com finalidade expositiva possuem a capacidade de adaptação e melhorias após as escolhas da equipe envolvida com o projeto, para conseguir oferecer exposições cada vez mais dinâmicas em espaços que se preocupam com a fluidez e com os visitantes, independente de ser assíduo ou esporádico.

Deste modo, arrisco dizer que conhecer os primeiros espaços de exibição e as suas características, torna possível o entendimento de que a exposição é um meio de comunicação desde as salas das maravilhas, desafiando os designers a desenvolverem estratégias e meios para que a mensagem que pretendem transmitir sejam captadas ou alcancem o objetivo definido facilmente, através dos recursos que foram empregados. Onde cada estratégia está baseada na tipologia do ambiente e sua finalidade, podendo ser aplicada num formato de exibição direcionado exclusivamente a valorização das peças expostas (Cubo Branco), focar na ambientação cenográfica e elementos de contextualização (Caixa Preta) ou misturar os conceitos, como performances, espaços dentro de um espaço e tecnologia (imersivo). Tais tipologias/formatos de exposição serão apresentados a seguir, com o intuito de divulgar algumas das suas características principais que são influenciadoras na decisão dos recursos e métodos que vão compor uma exposição, principalmente artística, como a escolhida para o estudo de caso.

1.1. A relação da arte com os formatos de exposições mais comuns

Pode-se afirmar a este ponto que para que uma exposição exista, é necessário o encontro entre um sujeito (visitante) com o objeto (conjunto

expositivo), em um meio (espaço). E embora seja possível atualmente criar exposições que não utilizam objetos materiais – apenas sons, imagens, luzes – apresentadas de muitos modos e sob inúmeros formatos, não sendo necessário sempre a utilização de espaços fechados, cobertos, construídos ou edificadas. Podendo acontecer em espaços ao ar livre ou virtuais. Apresentarei a seguir algumas tipologias de exposições que acontecem em espaços fechados, como o escolhido para este trabalho, onde encontra-se uma interseção entre expografia e cenografia com especificações particulares que as diferenciam e proporcionam experiências diferentes aos seus visitantes.

Sendo relevantes para o projeto, pois estão relacionadas a exibição de obras de artes e suas configurações, embasadas em mudanças e comportamentos sociais significativos, são responsáveis por causar experiências diferentes em seus visitantes. Sendo divulgados seguindo a ordem cronológica de surgimento.

1.1.1 Cubo Branco

Pressupõe-se que esse formato de exposição de arte surgiu no período modernista na Europa, que durou do final do século XIX até meados do século XX com a adesão de galerias destinadas a exibição individuais e coletivas de obras de arte de artistas que buscavam a valorização de seus trabalhos e a discussão acerca das ideias aplicadas nas suas criações com indivíduos que possuíam interesses semelhantes.

No período histórico que a tendência modernista se desenvolveu, a Europa estava envolta em transformações causadas pela Revolução Industrial e por avanços tecnológicos de objetos destinados tanto à indústria/produção quanto ao entretenimento, como também passou pela Primeira Guerra Mundial e, anos depois, a Segunda Guerra Mundial. Sendo assim, neste período modernista não só a arte foi afetada, mas o molde de exposições também.

Antes do Cubo Branco existiam as chamadas exposições universais montadas em pavilhões no século XIX, vistas como feiras de negócios que divulgavam em seus interiores avanços científicos, tecnológicos industriais/ agrícolas e invenções, juntamente com obras de arte. No entanto, com o público em êxtase com a industrialização e o que ela proporcionou de novidades naqueles

primeiros anos, as obras de arte expostas nos pavilhões passaram a ser só observadas e não obterem uma fruição por parte do público (PITTA, 2014).

A arte que era tão elitista e produzida para satisfazer os desejos da burguesia, começou a romper esse ciclo e passou a ser produzida por artistas que abriram mão da verossimilhança, da mimese de seus antigos trabalhos pela liberdade criativa e subjetividade, rompendo com a formalidade e valorizando a experimentação e autonomia sobre suas decisões artísticas. Contribuindo assim, para o aumento do número de galerias destinadas a exposição de trabalhos individuais e coletivos que pretendiam expor obras de arte que ao serem visitadas naquele espaço específico, iriam passar pelo processo de fruição pelo visitante, ou seja, iriam ser vistas como acontecia nas exposições universais, e além disso, seriam contestadas, contempladas, e interpretadas, graças a concepção e montagem espacial que pretendia fazer as obras de arte o foco do ambiente, isolando o visitante do mundo real ao disfarçar ou ocultar as mudanças que ocorriam no exterior. E a galeria com essa finalidade foi posteriormente denominada como a tipologia de Cubo Branco. Esta galeria, nas palavras de O'Doherty:

é construída de acordo com preceitos tão rigorosos quanto os da construção de uma igreja medieval. O mundo exterior não deve entrar de modo que as janelas geralmente são lacradas. As paredes são pintadas de branco. O teto torna-se fonte de luz. O chão de madeira é polido, para que provoque estalidos austeros ao andar, ou acarpetado, para que você ande sem ruído. A arte é livre como se dizia, “para assumir vida própria”. Uma mesa discreta talvez seja a única mobília. Nesse ambiente, um cinzeiro de pé torna-se quase um objeto sagrado. (O'DOHERTY, 2002, p. 4).

Configuração muito presente em espaços com edificação mais tradicional e ornamentada que possuem um espaço dentro de um edifício modificado para acomodar e divulgar uma exposição de maneira organizada e capaz de permitir ao visitante o foco necessário para apreciação da arte, num ambiente ideal que preserva tradições sociais, já que

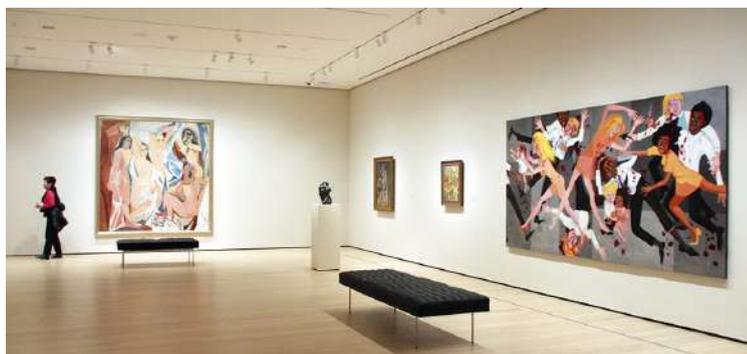
A galeria ideal subtrai da obra de arte todos os indícios que interfiram no fato de que ela é “arte”. A obra é isolada de tudo o que possa prejudicar sua apreciação de si mesma. Isso dá ao recinto uma presença característica de outros espaços onde as convenções são preservadas pela repetição de um sistema fechado de valores. Um pouco da santidade da igreja, da formalidade do tribunal, da mística do laboratório de

experimentos junta-se a um projeto chique para produzir uma câmara de estética única (O'Doherty, 2002, p. 3)

E isso só é possível porque esse modelo modernista para exposição foi concebido com um pano de fundo sem ornamentos e excessos, na cor branca, no qual o mundo exterior não pode entrar no espaço onde se encontra a exposição devido às estratégias usadas descritas anteriormente, como as janelas lacradas e a baixa presença de ruídos pelo uso de tapete e isolamento, tornando o local numa superfície limpa, atemporal e artificial alterando a percepção do mundo real no visitante, deixando que só seus olhos e sua mente sofram estímulos enquanto permanece na galeria.

Este ambiente estéril, comparado a igrejas e locais que necessitam respeito e compostura se espalhou pelos países do globo terrestre e passou a abrigar obras cada vez mais renomadas, deixando sua marca como um ambiente clássico e culto, já que busca promover o pensamento crítico do observador das obras, aparecendo em nossa mente quase que imediatamente quando citamos exposições, chegando “a um ponto que vemos não a arte, mas o espaço em si porque vem a mente a imagem de um espaço branco ideal que, mais do que qualquer quadro isolado, pode constituir o arquétipo da arte do século XX acionado por meio de um processo de inevitabilidade histórica”. (O'Doherty, 2002). E devido a expansão desse modelo de exibição, a partir da segunda metade do século XX, o Cubo Branco foi incorporado oficialmente como uma tipologia museográfica que tem como representante mais notável o prédio do Museu de Arte Moderna (MoMA) inaugurado em 1929 em Nova York, mostrado na imagem abaixo.

Figura 6 - Interior do MoMa



Fonte: Ben Davis, 2019.

Descobrimos dessa forma, que desde o modernismo as obras de arte, com um recorte nas pinturas e esculturas, não só começaram a se adaptar ao espaço expositivo e sociedade, mas também a produzir modelos de locais destinados a exposição diferentes das instituições museais, mas que podem ser incorporadas nessas instituições sem problemas, pois as obras reivindicam o espaço no qual estão inseridas. O Cubo Branco em particular, criou condições espaciais que contribuem para uma exposição artística com obras de características marcantes, pois ao espaçar as peças expostas, dá um “respiro” favorecendo a concentração e estimulando a reflexão sobre o significado da obra que está a nossa frente e o que ela pode querer transmitir de emoção, beleza, ideia, técnica.

Ao longo do século XX, o Cubo Branco foi adaptado para a Caixa Preta, ou melhor dizendo, o modelo neutro e atemporal, passou a dividir espaço com locais que priorizaram a experiência do visitante nas exposições por meio da cenografia, sendo essa a próxima tipologia expositiva que apresentarei.

1.1.2 Caixa Preta

Historicamente, por volta das décadas de 50 a 70 novas tendências artísticas surgiram e começaram a transformar novamente o universo da arte e dos espaços expositivos, ao buscarem o experimentalismo nos espectadores incorporando novos elementos do teatro, artes plásticas, cinema e tecnologia em espaços que não eram o Cubo Branco.

Novas exposições artísticas cogitaram permitir ao visitante vivenciar a obra de arte através de uma experiência espacial onde a obra e a exposição se completavam, conforme Pitta (2014, p.11), com a proposição de que “Nascia a proposta de um sentido de homogeneidade absoluta entre artista, obra, espaço e montagem, objetivando, como resultado, uma obra de arte total”. Ou seja, a obra de arte deixou de ser vista como somente os objetos expostos e integrou o espaço expositivo, porque as novas correntes/vanguardas artísticas da época, traziam o novo conceito de que os objetos artísticos deveriam sair dos seus suportes e ganhar o espaço expositivo, transformando esse conjunto na obra total, modificando assim, a relação do observador com a obra e o espaço, pois ao invés

de contemplá-la e se contestar como acontecia no Cubo Branco, ele iria vivenciá-la e até entendê-la com maior facilidade.

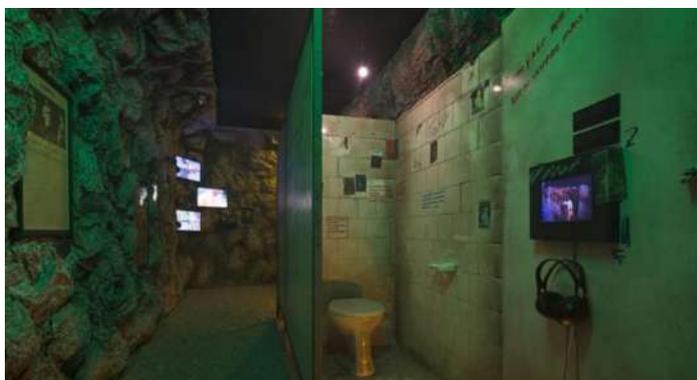
E é assim que surge a modalidade da Caixa Preta, foco deste tópico. O formato da Caixa Preta integra a arte cênica do teatro na exposição, transformando o Cubo Branco em preto (Figura 7), pois o ambiente continua a ser fechado para criar uma diferença entre o espaço externo e o espaço interno. No entanto, cria espaços para projeções que podem ocupar uma sala inteira, como também insere cenários que podem servir como uma narrativa ou contextualização para o conteúdo exposto, graças ao uso da cenografia que permite reproduzir atmosferas diversas dependendo dos elementos empregados. Como pode ser visto na Figura 8¹, onde uma exposição do programa Ocupação Itaú Cultural aplicou elementos cenográficos buscando transportar as pessoas para um espaço/tempo diferente.

Figura 7 - Mostra Trabalhadores de Sebastião Salgado.



Fonte: Marcelo Camargo/Agência Brasil, 2023.

Figura 8 - Ocupação Jards Macalé. Itaú Cultural, 2014



Fonte: REBOUÇAS; ROCHA, 2021.

¹ Foto: Arquivo Itaú Cultural. Cedido pelos autores.

Esclarecendo que o conceito de cenografia em exposições utilizado neste trabalho, como diz Lisbeth Rebollo Gonçalves, é o

modo de criar uma atmosfera que se pensa ideal e representativa das situações envolvidas numa apresentação narrativa. A cenografia é a apresentação de um discurso sobre a arte que colabora para promover a recepção estética e instigar a imaginação e o conhecimento sensível do que se apresenta ao visitante. (GONÇALVES, 2004, p. 37)

Sintetiza-se o conceito, portanto, como o modo de expor uma obra ou criar uma narrativa para a obra, no qual os recursos cenográficos, antes usados para efeitos visuais nos teatros, como iluminação frágil, uso da cor, painéis que se assemelhavam a paisagens como pano de fundo, maquinários que simulavam as ondas do mar, passaram a ser usados nas exposições artísticas tornando-se essenciais para a experiência estética e apreensão do conteúdo de maneira facilitada, contribuindo para o desenvolvimento de um novo molde expositivo que pode ser encontrado na contemporaneidade e que visa uma aproximação do visitante com o conceito e objetos exibidos no espaço.

É possível atribuir ao século XX grande importância no que tange à arte e seus espaços de exibição, onde projetos expográficos foram explorados com afinco e a tecnologia se mostrou uma ferramenta importante para as exposições, ao ajudar no processo de expor e redefinir os espaços expositivos. A Caixa Preta e suas características passaram a fazer parte da expografia contemporânea aplicada em exposições que encorajam a curiosidade e o olhar do visitante para as obras apresentadas mediante elementos como grafismo, iluminação, cor, contextualização, atmosfera e, mais recentemente, ferramentas interativas. Pressupõe-se que os recursos expográficos e cenográficos desenvolvidos, aprimorados e aplicados nesta tipologia de espaço atendem melhor ao objetivo de entreter, informar e inspirar o público, tornando as exposições cada vez mais atrativas e compreensíveis. Já que:

Quando as exposições são pensadas como meios de comunicação entre o público e a arte, a conjuntura cultural influi diretamente na compreensão da mensagem. Raras vezes o objeto, em si mesmo, é suficiente para remeter imediatamente os visitantes aos valores trabalhados na exposição. Relações precisam ser estabelecidas pelo público para se chegar a uma compreensão da mostra. Para tanto, o espectador, de antemão, precisa ter ou adquirir por via da exposição – informações sobre o objeto exibido. Ele precisa, também, captar quais os paradigmas que norteiam o conceito de arte num determinado momento da história, quais as tendências da época em que se insere a obra; e deve conhecer algo sobre o seu contexto social (Gonçalves, 2004, p. 33-34).

Assim, é possível considerar que tanto as caixas pretas quanto os cubos brancos são formatos fundamentais para a produção espaço-visual de ambientes expositivos e são os precursores dos espaços com práticas híbridas, principalmente relacionados com a teatralização nas expografias. Porque esses dois modelos surgiram décadas atrás com propósitos diferentes e características próprias, mas não foram subjugados pelo tempo sendo adaptados e servindo de inspiração para novos espaços expositivos que pretendem oferecer a melhor experiência ao público, seja incentivando o pensamento crítico e contestador por intermédio da neutralidade e proveniente do Cubo Branco ou tornando a arte num espetáculo atraente que entretém os visitantes com a estimulação sensorial e cenográfica da Caixa Preta. Tal espaço apresenta sua importância histórica, social e cultural por ser um modelo híbrido onde elementos teatrais contribuíram para seu desenvolvimento e seu objetivo foi direcionado ao visitante, buscando promover experiências entre a interação do visitante com a obra-espaço de uma forma criativa e satisfatória, sem a necessidade do visitante ter um grande conhecimento sobre o tema, obra ou contexto social, pois pretende ser uma tipologia acessível.

Com o passar dos anos, um novo ambiente expositivo semelhante a Caixa Preta foi concebido, com a preservação da cenografia, mas com o uso de elementos interativos e digitais que ainda pretendem entreter os visitantes sem perder o caráter cultural, sendo um local destinado ao público em massa, com meios que sofrem aprimoramentos constantes que levanta questões sobre economia, entretenimento o contato com o virtual/digital que é inevitável para a sociedade contemporânea. Esse molde é chamado de espaço imersivo.

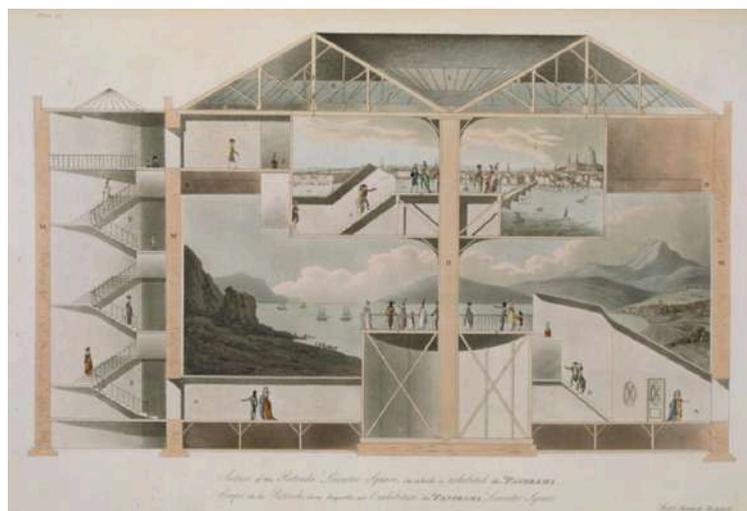
1.1.3 Imersivo

A proposta de exposições imersivas artísticas que pretendem aproximar o visitante cada vez mais da arte não é tão inovadora quanto parece, pois algumas tentativas já foram executadas séculos atrás com o uso de meios analógicos e sem o auxílio das tecnologias digitais, já que a imersão não é alcançada somente com o uso de tecnologias digitais. Sendo assim abordarei brevemente cada um dos antecessores analógicos das exposições imersivas com o intuito de apontar características que já buscavam proporcionar a imersão do observador nesses espaços. Sendo a imersão para Oliver Grau (2007, p. 405):

Um modelo que compreende a ideia utópica de transportar o observador para dentro da imagem, invalida a distância até o espaço imagético, intensifica a ilusão e aumenta o poder da obra de arte sobre o público – ideia que sempre deu início à dinâmica constitutiva do desenvolvimento de novas mídias de ilusão. A imersão surge quando a obra de arte e o aparato técnico, a mensagem e o meio de percepção convergem para um todo inseparável.

Tendo o Panorama como um dos primeiros representantes nessa busca pela ilusão, já que era um sistema que combinava a arte com a ilusão de espaço contínuo, transportando as pessoas para dentro de uma imagem sem moldura, apresentado em 1787 na Escócia por Robert Barker. A estrutura arquitetônica deveria ser cilíndrica, com uma plataforma central em altura fixa, capaz de permitir que o público visualizasse o que estava sendo representado ao seu redor sem distorções, e que ao ser percorrida, fornecesse várias vistas da imagem exposta, explorando o campo de visão em 360 graus do observador. Ou seja, o Panorama conseguiu levar o espectador para dentro da pintura e fazer com que ele se sentisse parte da cena quando estava dentro do espaço destinado à exposição. Como mostram as figuras a seguir:

Figura 9- Panorama de Burford, Leicester Square (1793)



Fonte: Grau, 2007.

Figura 10 - Interior de um Panorama



Fonte: Pinterest, 2023.

Em relação aos panoramas, Grau (2007) discorre:

A inovação representada pelo panorama não consiste nem em sua tentativa de criar uma imagem espacial ilusória, uma esfera imersiva, nem na proveniência secular de seus temas. No sentido de uma ilusão de óptica, ou trompe l'oeil, o panorama é, em vez disso, a forma mais sofisticada de um espaço ilusório de 360 graus criado com os meios da pintura tradicional (GRAU, 2007, p.93)

A partir do oferecimento da impressão de estar em um espaço diferente do que real, ao criar um mundo artificial por meio de recursos tradicionais, o panorama foi capaz de romper os limites entre a pintura e o observador propositalmente em uma situação controlada (GRAU, 2007, p. 139) tornando-se um meio popular de arte, entretenimento e exposição que apela ao sentido da visão. Tornando-se desta forma, um referencial significativo aos espaços imersivos por agregar imagens enormes pintadas em um espaço fechado, que quando expostas cobrem os 360 graus do campo de visão do observador.

Após os panoramas, novos dispositivos foram desenvolvidos para explorar os sentidos dos observadores, buscando aumentar a sensação de imersão com elementos tradicionais, analógicos e eventualmente, mais tecnológicos. Tendo como exemplos, o Diorama criado por Louis Daguerre em 1822, que distribuía pinturas realistas sobre uma superfície circular, que ao serem expostas em ambientes escuros e iluminadas artificialmente, proporcionavam a impressão de tridimensionalidade. O Mareorama, concebido por Hugo d'Alesi em 1900, invenção que abrigava os visitantes dentro da réplica de um navio, onde duas telas que

representavam uma viagem eram desenroladas na frente dos observadores. O Cineorama de 1900 que buscava simular uma viagem de balão ao projetar imagens que abrangiam 180 graus de visão do observador, pois juntava duas tecnologias de mídia (O diorama e o cinematógrafo) para criar uma nova experiência: o cinema imersivo. Ou ainda, o Sensorama de 1962, dispositivo que explorou os sentidos humanos ao tentar desenvolver uma tecnologia imersiva e multi-sensorial (Figura 11), que simulava uma viagem por Nova York de motocicleta que envolvia sensações como vento no rosto, som estéreo, odores e imagens projetadas num vídeo em 3D que exploravam cor e o movimento. E isto era possível pelo uso de ventiladores, mistura de produtos químicos e outros recursos no local onde o equipamento se encontrava.

Figura 11- Sensorama Simulador



Fonte: ScienceBlogs², 2009.

O Sensorama pode ser visto como um equipamento mais tecnológico que antecedeu a imersão com as tecnologias digitais, pois ao sentar-se no assento o participante deveria posicionar sua cabeça dentro do equipamento e isso limitava seu contato visual, ocasionando propositalmente uma “imersão” na paisagem apresentada na tela a sua frente. A apresentação das obras de arte passou a ser mais cinestésica, com o acréscimo de elementos que estimulam outros sentidos

² Para ver esta e outras imagens referente o equipamento acesse o link:
<https://www.blogs.unicamp.br/massacritica/2009/06/11/sensorama/#:~:text=O%20Sensorama%20foi%20uma%20das,motocicleta%20pelas%20ruas%20do%20Brooklyn>

além da visão do observador, como o tato, o olfato, a audição, a percepção, a noção de realidade e espacialidade. O aumento do caráter interativo das exposições pode ser atribuído aos avanços tecnológicos e novas mídias dos séculos XX e XXI, com a apresentação de recursos/elementos capazes de promover uma experiência única, vivenciada por qualquer pessoa independentemente da idade ou conhecimento histórico e artístico.

Estes avanços manifestam-se, por exemplo, por meio de projetores de última geração, caixas de som, perfume, música, realidade aumentada, telas interativas, elementos cenográficos — recursos amplamente utilizados em exposições imersivas do século XXI que variam em detrimento das decisões da curadoria, mas quando aplicados em conjunto em uma exposição, independente da quantidade, buscam inserir os indivíduos dentro da obra de arte por meio de uma experiência multissensorial, contextualizada e inovadora.

No livro *Da Ilusão à Imersão*, Oliver Grau apresenta em seu texto a opinião do presidente Ryohei Nakatsu, da instituição japonesa de pesquisa Tecnológica Avançada (ATR)³, que pode ser trazida para a discussão deste cenário expositivo específico ao enfatizar que "A cooperação entre arte e tecnologia está focada no desenvolvimento de métodos de comunicação altamente complexos, incluindo interação sensível e não verbal" (GRAU, 2007, p. 212). Ou seja, as exposições e instalações imersivas se tornam um exemplo de sucesso referente a cooperação entre arte e tecnologia citada por Nakatsu, porque através dos métodos aplicados em seu espaço proporcionam uma perda de distância entre o visitante e o objeto exposto usando uma linguagem multissensorial com poucos elementos verbais, onde o visitante e obra se fundem em algo único no momento de interação entre sujeito-espaço-obra.

As salas dedicadas as videoinstalações (Figura 12), bastante presentes no ambiente expositivo imersivo reafirmam tal proposta, visto que oferecem por meio de seus inúmeros projetores a possibilidade de mudar os limites referente ao tempo, espaço e percepção individual por meio das projeções em 360 graus que ao serem projetadas envolvendo de forma consistente a imagem do visitante,

³ O ATR é um instituto de pesquisa privado, localizado em Kyoto. Atua nas áreas de informação e comunicação, como também conduz uma série de projetos relacionados com realidade virtual (RV), comunicação óptica intersatélite e reconhecimento de fala baseado em redes neurais.

transforma ele em uma parte da obra sutilmente. Assim, nesse momento, reconhece-se a imersão oriunda da cooperação entre arte e tecnologia que resulta em emoções e experiências.

Figura 12 - Exposição Borderless do Museu de Arte Digital MORI em Tóquio



Fonte: Divulgação/teamLab, 2018.

Assim, a tipologia imersiva é um ambiente expositivo onde a maior parte do acervo presente é composto por uma arte virtualizada por equipamentos multimídia, fazendo com que a obra original não precise estar presente no local pois oferece acesso às reproduções digitais, tendo elementos sensoriais como compensadores ou ocultadores desta ausência, pois se formos analisar uma sala imersiva com elementos cenográficos que lembrem a um quadro famoso, o indivíduo não se importará com a ausência física ou digital desse quadro na exposição já que pode experimentar estar dentro dele na sala que o reproduz. Como na exposição “Paisagens de Van Gogh” que ocorreu em 2020 em Campinas, visto permitiu o visitante passear por salas temáticas e cenográficas que têm vínculo com o artista holandês sendo uma retratação de suas obras, sem precisar expor fisicamente seu correspondente, porque a sala já bastava para a satisfação e entretenimento dos visitantes.

Figura 13- Obra Jardim de Íris (1890), Óleo sobre tela



Fonte: ArteeBlog, 2019.

Figura 14- Reprodução cenográfica fornecida na exposição Paisagens de Van Gogh com referência na obra Jardim de Íris



Fonte: Gustavo Frison, 2020.

Evidencia-se que dentre as três tipologias expositivas apontadas, o molde imersivo é um dos mais preocupados com a experiência do público e que aparenta possuir maior capacidade para envolver os visitantes com a arte, porque não importa sua idade ou conhecimento, visto que o intuito é deslumbrar em uma espécie de espetáculo e criar curiosidade no indivíduo para posteriormente, ele mesmo fazer pesquisas relacionadas com o universo artístico e aumentar seu conhecimento na área ou procurar experiências semelhantes, se o momento imersivo produzir boas lembranças.

Ao propor uma discussão relacionada a exposições imersivas, compreendendo tal tipologia como destinada a um grupo massificado, torna-se relevante abordar a indústria cultural e cultura de massa, fenômenos que parecem ditar as regras para a produção e consumo de produtos relacionados a arte, porque passou a compreendê-la como reprodutível, comercializável e entretenimento. Dando espaço para a interpretação de que as exposições imersivas atuais, são espaços oferecidos às massas somente para entretenimento e potencialização do capitalismo, através da compra e consumo de produtos fornecidos nesses ambientes que são promovidos com a ideia de ser um espaço com valores culturais, sociais, educacionais e inclusivos.

2. EXPOSIÇÕES IMERSIVAS E SUAS CONEXÕES COM O DESIGN

Exposições imersivas aparentemente estão em expansão pelos continentes, tanto que edifícios estão sendo construídos especificamente para este formato expositivo, como o Atelier dês Lumières, em Paris, inaugurado em 2018. Os motivos mais plausíveis para o investimento nessas exposições, são o aumento de visitantes, receitas de venda de ingressos, merchandising e grande publicidade, além de forjar a imagem de um ambiente amigável e popular (BAUTISTA, 2009, p. 14), pois levam ao público reproduções das obras de artistas famosos mundialmente como Van Gogh, Picasso, Monet, entre outras personalidades culturais que valem a pena ser conhecidos.

No Brasil, seguindo a tendência do Atelier de Lumières, foi construído no estado de São Paulo o MIS Experience. Inaugurado em 2019 como uma nova unidade do Museu da Imagem e do Som de São Paulo, o MIS Experience incorpora esse conceito de exposições imersivas que utilizam novas tecnologias, levando o público a interagir de maneira mais envolvente e cinestésica com artistas e suas obras de arte. Identifica-se um número crescente de exposições imersivas temporárias promovidas em/por museus nacionais e de arte dos Estados brasileiros como o Museu de Arte de São Paulo (MASP), o Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, o Museu de Arte Moderna da Bahia (MAM), o Museu de Arte do Rio Grande do Sul (Margs), entre outros. Promovendo obras de grandes ícones como Monet, Leonardo da Vinci, Dalí, Pablo Picasso, Van Gogh, Frida Kahlo. Contudo, não pode ser deixado de mencionar que as exposições imersivas também podem ser projetadas para serem inseridas em arquiteturas fabricadas semelhantes às caixas pretas, custeadas por empresas privadas e patrocinadores, responsáveis pela exposição. Essas exposições possuem a capacidade de montagem e desmontagem, obtendo como diferencial a itinerância, já que são capazes de se instalarem em diversas cidades simultaneamente, nos pontos estratégicos como os shoppings centers, que possuem um fluxo considerável de frequentadores todos os dias por estarem situados em localidades “privilegiadas” com várias rotas de acesso disponíveis.

A escolha pelos locais de instalação das exposições imersivas, a possibilidade de expor reproduções do mesmo acervo em locais diferentes

simultaneamente e o aumento na produção de exposições deste formato, pode ter relação direta com conceitos e mudanças sociais ocasionados pelo capitalismo e consumo. Sendo o primeiro desses conceitos o de indústria cultural, desenvolvido pelos filósofos e teóricos da Escola de Frankfurt, Theodor Adorno e Max Horkheimer, os autores da Dialética do esclarecimento, livro publicado em 1947 pela primeira vez em alemão. No qual o capítulo “A Indústria Cultural: o Esclarecimento como Mistificação das Massas” utiliza o termo como uma forma de se dirigir aos meios de comunicação de massa (propaganda, rádio, revista, tv, entre outros) e aos produtos (formas e conteúdos) por eles divulgados.

No texto, os autores defendem a autonomia da arte argumentando que ela não deveria sofrer alterações para ser vendida a massa, pois tais alterações resultariam em uma simplificação de forma e conteúdo para que o grande público pudesse gostar e compreender, e as alterações também serviriam como artifício para fazer girar o mecanismo capitalista por meio dos lucros com a produção cultural. Visto que a estratégia para atender as massas consistiria em mesclar elementos da cultura popular com a cultura erudita em uma linguagem simplista, e utilizar-se dos meios de comunicação pelos quais se é possível reproduzir o mesmo elemento milhares ou milhões de vezes, para disseminar o conteúdo gerado, podendo definir a indústria cultural como uma indústria do entretenimento, da diversão.

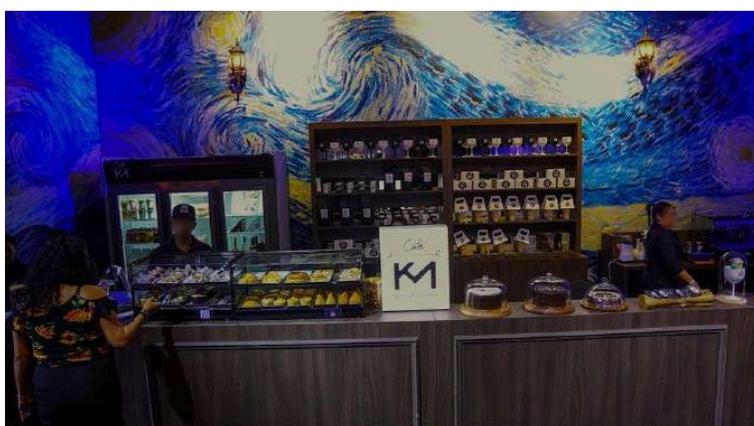
Não obstante, a indústria cultural permanece a indústria do divertimento. O seu poder sobre os consumidores é mediado pela diversão que, afinal, é eliminada não por um diktat, mas sim pela hostilidade, inerente ao próprio princípio de divertimento. (ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. 2002, p.18)

Sendo assim, o que entendemos como cultura de massa é uma consequência dessa indústria que cria e atende às necessidades do grande público que não possui características específicas. Relacionando-se com o processo de mercantilização da cultura pela indústria, a indústria capitalista que vende produtos culturais como mercadorias e a reprodutibilidade técnica, pois o intuito da cultura de massas é reproduzir incessantemente o que já foi produzido, até que a demanda pelo objeto/serviço reproduzido se esgote. Ou seja, a preocupação da cultura de massa é o alcance e o lucro, gerado pelo consumo.

A indústria cultural se apropria da arte, tornando-a um subproduto produzido em massa para render lucros a uma indústria, que pode ser cinematográfica, televisiva, musical ou das artes plásticas, pois os produtos e serviços destinados a massa transcendem as diferenças sociais, étnicas, sexuais, de idade, etc., transformando-os em produtos de consumo. E embora essa análise tenha sido apresentada em 1947 para refletir o período temporal da publicação, é importante observar as relações que podemos estabelecer com o mundo contemporâneo e nosso campo de estudo, já que a indústria cultural posiciona a cultura essencialmente como uma mercadoria e usa a mídia para direcionar ao consumo, fazendo a comercialização/ propaganda da cultura.

No trato de exposições artísticas, as exposições imersivas digitais são aquelas que mais apresentam a padronização na produção, o uso excessivo de reprodução por meio de projetores do que já foi produzido pelos artistas homenageados, a divulgação em meios de comunicação como locais de entretenimento propícios para passar o tempo livre e o perfil massificado do público que a frequenta e produtos/serviços que remetem à mostra e são inseridos no espaço para favorecer o consumismo e lucro como a presença de cafés temáticos e lojas que vendem souvenirs, quadros, camisetas, canecas, chaveiros e outros artigos, sob o pretexto de ser uma lembrança e de levar uma parte da exposição consigo para casa. Como pode ser observado na exposição Van Gogh Live 8k em Recife, na divulgação pela internet.

Figuras 15 e 16 - espaços que visam a venda de produtos para aumentar o lucro da exposição



As exposições passam a assumir o papel de eventos, muitas vezes em forma de franquias que são exibidas nos principais museus do mundo, fazendo que o processo expositivo torne-se um formato que pode ser utilizado e implementado em diferentes espaços, abrangendo mais temáticas e contextos (REBOUÇAS; ROCHA, 2021). No qual a expografia transmite interdisciplinaridade apresentando um encontro entre arte, cenografia e arquitetura, transformando essas exposições em locais que oferecem lazer as massas e são resultados da cultura de massa, já que os visitantes gastam seu tempo consumindo o que consideram entretenimento e o que é fornecido sofre uma simplificação para atender a todos através de recursos e elementos presentes no espaço imersivo.

Em seu texto “A Crise da Cultura”, Hannah Arendt propõe que “a cultura relaciona-se com o objeto e é um fenômeno do mundo; o entretenimento relaciona-se com pessoas e é um fenômeno da vida” (ARENDR, 2006, p. 260). Sob tal perspectiva, a cultura e o entretenimento estão ligados aos objetos e as pessoas, pois as pessoas são as responsáveis pela criação da cultura e esta cultura, seus valores, hábitos ou costumes podem ser expressados de diversas maneiras, sendo materiais ou não. No caso da exposição imersiva, devido os recursos aplicados e o seu poder de entretenimento é possível transmitir valores e sentimentos como amor, felicidade, beleza, conforto, entre outros, que distraem o público dos seus problemas da vida real e proporcionam momentos de identificação e conectividade do indivíduo com a cultura, arte, artista ou temática.

Tal dinâmica torna-se possível graças a fatores que fazem parte da essência expositiva como um todo, considerados no processo de planejamento e montagem da exposição, que mesmo apresentando as obras de maneira mais simples e para um público massificado, ainda torna a experiência na exposição imersiva digital memorável, individual e compartilhável. Como fatores gerais de uma exposição temos:

2.1. As exposições e suas Temáticas

As exposições, de maneira geral, são concebidas a partir de alguma orientação que conduz o visitante através de uma narrativa construída segundo critérios objetivos e subjetivos pré-estabelecidos por seus organizadores. Essa

narrativa é baseada em uma diversidade de temáticas, indo da biografia e obras de artistas renomados a temas mais generalistas como futebol, mudanças climáticas, etc. Contando com um acervo que pode ser de um único artista ou de um coletivo que estão engajados e vinculados ao tema abordado.

Como supracitado, as exposições podem ser realizadas com um acervo material ou não, e que seja existente ou não, visto que os responsáveis pela mostra podem indicar o tema antes que os artistas passem a criar obras exclusivas para exibição. Conforme Abreu (2014) ao fazer com que, no lugar do acervo, o tema se torne o principal ponto de partida de uma exposição, é necessário explorar as conexões do tema eleito com a sociedade e com o tempo, traduzindo-as através de elementos palpáveis, como: a construção de ambientes, o uso de cores, contextualização visual ou verbal, iluminação e sonorização, na intenção de transportar o visitante para o universo do tema objeto da mostra.

Com o objetivo de ampliar a informação e, conseqüentemente, o entendimento do visitante sobre determinado assunto, as mostras têm trazido dados complementares que ajudam a situá-lo no tempo e no espaço, buscando criar um número maior de interfaces com o repertório do receptor. Essa contextualização de conteúdo comumente se dá pela apresentação de informações históricas, científicas e sócio-culturais, teóricas e críticas, através do uso de textos, material iconográfico (fotografias, mapas, infográficos, ilustrações, linhas do tempo), de recursos audiovisuais e de objetos (ABREU, 2014, p. 54).

Portanto, a expografia se torna, nesse processo composto de camadas, mais que uma maneira de abordar um tema: ela se transforma no tema, na obra e no mediador entre espaço e observador que terá como missão promover a imersão, identificação e reflexão em relação ao tema, ao proporcionar ao público uma experiência no espaço visitado. Tornando as mostras cada dia mais diversificadas, pois tudo tem potencial para ser abordado ou inserido em uma exposição dependendo da sua temática.

É válido salientar que a representação na arte tem a capacidade de evocar emoções e sentimentos no observador através do realismo e abstracionismo. Ao passo que a arte realista tenta representar o mundo de maneira detalhada para criar uma sensação de familiaridade e autenticidade, a arte abstrata através das formas, cores e texturas pode criar uma sensação de movimento, ritmo, equilíbrio ou tensão, afetando o estado emocional de cada espectador. Este efeito provocado pela arte foi discutido por muitos estudiosos ao longo dos anos, como por exemplo

o psicólogo russo Lev Semionovich Vigotski (1896-1934), psicólogo russo que iniciou suas reflexões e estudos no campo da Psicologia investigando a reação estética suscitada no sujeito que frui uma obra de arte. Esses estudos estão expressos em sua tese de doutorado, intitulada “Psicologia da Arte”, publicada no Brasil no ano de 1999.

Na obra, tanto a percepção quanto a emoção são citadas por Vigotski como processos psicológicos que tem relação com a arte, visto que o psiquismo e os sentidos estão em funcionamento durante o processo de perceber a arte e compreendê-la, pois para sua apreensão, é necessário a atividade tanto da razão quanto da emoção e o resultado do usufruto das obras de artes pode ser diferente em cada época.

“A dificuldade não está em mostrar que o usufruto das obras de arte em cada época é de caráter especial, que A divina comédia em nossa época tem função inteiramente diversa daquela que tinha na época de Dante; a dificuldade está em mostrar que o leitor, que mesmo hoje sente o efeito das mesmas emoções formais que sentia o contemporâneo de Dante, vale-se de modo diferente dos mesmos mecanismos psicológicos e vivência a A divina comédia de maneira diferente” (VIGOTSKI, 1999, p.48).

Sendo assim, tornou-se viável explorar mais estudos e opiniões que tivessem como base o design e a emoção já que a arte por ser compreendida como um elemento cultural pode ser difundida pelas exposições a sociedade em estratégias do design de serviço, já que ele ajuda a criar novos serviços ou aprimorar os já existentes, tornando-os mais úteis, utilizáveis, desejáveis, eficientes e eficazes para as pessoas e organizações.

3. DESIGN, EMOÇÃO E ARTE

Damásio (2005) define as emoções como “estados” mentais e fisiológicos que provocam reações motoras e glandulares após um processamento cerebral, tendo uma relação com a sobrevivência fisiológica e social dos indivíduos, pois preparam o organismo para reações corporais (neurais e químicas) e respostas comportamentais. Sendo assim, as emoções são os sensores entre nós, as circunstâncias e as exigências do ambiente que se manifestam como estado afetivo intenso, de curta duração, por meio de estímulos internos ou externos vinculados a percepção, atenção e memória.

Sendo assim, o repertório emocional é baseado nas experiências e situações vividas por cada indivíduo, pois quando uma emoção é evocada, esta é armazenada no sistema nervoso e influenciará na tomada de decisões futuras, devido as respostas automaticamente internalizadas. Esse aspecto emocional do processo de decisão, tem um impacto importante na adesão dos usuários às soluções propostas às mais diversas problemáticas, inclusive no campo do design. Dessa forma, alguns autores se dedicaram a investigar esse processo no âmbito da geração de novos produtos.

A partir do final da década de 1990, o design buscou inserir em seu repertório um campo denominado design emocional. Esta área busca ser responsável por conceber projetos com o intuito explícito de evitar ou despertar emoções pré-determinadas propositalmente (Da Costa; Tonetto, 2011 apud Demir et al., 2009). Posto isso, para Da Costa e Tonetto (2011), a atividade de design pode ser capaz de guiar a construção de experiências emocionais, tornando possível prever e controlar uma emoção humana, a partir da ligação existente entre Psicologia, Design e Pesquisa.

Com base nessa tríade, as pesquisas de Donald Norman (2008), cientista cognitivo, PhD em Psicologia, professor de Ciência da Computação e Psicologia, se destacam por estarem relacionadas a área de design emocional, onde os fundamentos do design, aplicados de forma precisa após análises, tornam-se um artifício capaz de evocar emoções de bem-estar ou o contrário e colaboram para uma melhoria da experiência do usuário. Pois:

[...] design emocional, ao contrário do que o nome pode sugerir, é uma das áreas do design mais facilmente caracterizáveis como científicas, na medida em que trabalha com teoria, método e resultados de pesquisa que permitem a elaboração de afirmações sobre a experiência. (DA COSTA E TONETTO, 2011, p.133)

Com base na obra “Design emocional: Porque adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia”, Donald Norman (2008) afirma que um projeto de design bem sucedido, com foco nas questões emocionais, expressa características que abrangem três níveis de processamento cerebral interligados: sendo o primeiro o nível visceral (relacionado à percepção direta), o segundo o comportamental (envolvendo respostas aprendidas, mas automáticas, emitidas pelo usuário) e o terceiro o reflexivo (partindo de pensamento consciente). O autor ratifica que não

há design sem esses três níveis presentes na experiência com um produto ou serviço, ao considerar que quando o usuário de um produto/serviço percebe o ambiente/objeto por intermédio dos sentidos, o cérebro reage resultando em suposições que ativam o estado afetivo, pois enquanto a cognição do indivíduo está relacionada com os significados, o estado afetivo atribui valores.

Dessa maneira, de acordo com Norman (2008, p. 45-46) “tudo o que fazemos tem, ao mesmo tempo, um componente cognitivo e um componente afetivo – cognitivo para atribuir significado, afetivo para atribuir valor. Não se pode escapar do afetivo: ele está sempre presente”. Além disso, o autor, lista alguns estímulos que podem causar tanto afeto positivo, quanto afeto negativo, que podem servir como referências para criação de produtos ou experiências em diversificados contextos, como pode verificar-se no quadro abaixo:

Quadro 2 - Tabela de elementos que causam reações positivas e negativas

Estímulos Positivos	Estímulos Negativos
<ul style="list-style-type: none"> • Lugares aquecidos e bem iluminados; • Clima temperado; • Sabores e odores doces; • Cores alegres, de matizes intensamente saturados; • Sons tranquilos, melodias e ritmos simples; • Música e sons harmoniosos; • Carícias; • Rostos sorridentes; • Cadências ritmadas; • Objetos simétricos; • Objetos lisos e arredondados; • Sensações, sons e formas “sensuais”. 	<ul style="list-style-type: none"> • Altura; • Sons e luzes altas, súbitos e inesperados; • Objetos “pairando no ar”; • Calor ou frio extremo; • Escuridão; • Terrenos densos, com muitas irregularidades; • Multidões de pessoas; • Sabores amargos; • Objetos pontiagudos; • Sons rangentos e discordantes; • Cheiros de podridão.

Fonte: Norman, 2008.

Sendo assim, segundo o autor, todos esses estímulos provocam respostas que podem resultar em uma emoção, após passar pelos três níveis de processamento cerebral: o visceral, o comportamental e o reflexivo.

3.1 Nível Visceral

O nível de processamento cerebral classificado como visceral está relacionado à região mais primitiva do cérebro humano, sujeito às percepções sensoriais básicas associadas à aparência. Em poucas palavras, é a impressão imediata que o usuário tem ao entrar em contato com algum elemento. As características que envolvem o produto ou serviço influenciam na identificação e tomada de decisão do indivíduo, podendo ter valência positiva ou negativa.

[...] Um design visceral efetivo exige talento e habilidade do artista visual e gráfico e do engenheiro de produção. Modelar e dar forma à matéria. A sensação física e a textura dos materiais são importantes. O peso é importante. O design visceral é todo relacionado com o impacto emocional imediato. Precisa dar uma sensação boa e ter boa aparência.(NORMAN, 2008, p. 91).

Em sua palestra no Technology, Entertainment and Design (TED) em 2009, o autor exemplifica esse nível com uma simples garrafa de água, porque segundo ele compramos esse produto por causa da garrafa e não pela água. Ou seja, se vemos uma garrafa com cores brilhantes e gostamos, nós compramos, pois na fala de Dorman:

“Quando a água acaba as pessoas não jogam a garrafa fora. Guardam a garrafa para decoração, como as garrafas de vinho antigas, ou talvez até para encher de água, o que prova que não é pela água, e sim pela experiência visceral” (NORMAN, s.p, 2009).

Para exemplificar, trago abaixo exemplos de garrafas de água que, após sua compra e provável utilização, se transformaram em objetos decorativos para casa ou eventos, por serem chamativas e agradáveis aos olhos.

Figuras 17, 18 e 19 - Garrafas em nível visceral



Fonte: Pinterest, 2024.

Norman também exemplifica esse nível com a adesão do carro modelo Jaguar Jaguar E-type, desenhado pelo engenheiro aeronáutico Malcolm Sayer de 1961 até 1975, quando se aposentou. Segundo Norman o automóvel é um modelo fraco, que possui defeitos e necessita de reparos constantes, mas que seus donos adoravam por ser bonito, chegando a fazer parte do acervo do Museu de Arte Moderna, em Nova York.

Figura 20- Jaguar E-type



Fonte: Forbes Brasil, 2024.

Logo, a percepção sensorial e os elementos que são caracterizados por julgamentos rápidos, qualificam-se como importantes agentes persuasivos para a sensação física pois cores vibrantes, objetos arredondados, botões organizados e outros fatores, podem transmitir a sensação de funcionalidade só pela beleza. No espaço expográfico o nível visceral está presente na percepção direta da organização espacial, das texturas dos materiais, dos cheiros e dos sons. (NORMAN, 2008; DA COSTA E TONETTO, 2011).

3.2. Nível Comportamental

O processamento de nível comportamental refere-se aos aspectos equivalentes à usabilidade, bem como ao desempenho na experiência de uso com o produto/serviço. Nesse nível de processamento de informações, parâmetros como funcionalidade, performance e facilidade de compreensão de uso são norteadores para a satisfação do usuário.

O design comportamental diz respeito ao uso. A aparência realmente não importa. O raciocínio lógico não importa. o desempenho importa. Esse é o

aspecto do design que os profissionais de usabilidade enfocam [...] As coisas que importam aqui são os quatro componentes do bom design comportamental: função, compreensibilidade, usabilidade e a sensação física. (NORMAN, 2008, p. 92).

Aqui, a ênfase está na interação do indivíduo com o produto ou serviço porque é mediante este contato que se obtém a resposta do usuário sobre a usabilidade deles. Norman exemplifica esse nível de processamento no TED citando a utilização da faca japonesa Global, que considera bonita, equilibrada, boa de segurar e afiada, sendo assim, bonita e funcional. Ou dirigir um carro esportivo que te dá a sensação de estar no controle ao precisar frear bruscamente e o automóvel agir imediatamente segundo suas ações.

Figura 21 - Kit de facas Global.



Fonte: Lazer shop, 2024.

Já quando falamos do nível comportamental no sentido expositivo, compreendido como um serviço, já que as exposições são elaboradas para estar à disposição da população, esse serviço deve ser projetado para ser prazeroso, funcional e fácil de compreender para despertar uma boa emoção no público, então projetar um site para vendas de ingresso com interface de fácil navegação, com informações claras sobre a exposição e o que é oferecido nela, são exemplos de elementos que compõem o nível comportamental e podem gerar estímulos positivos.

3.3 Nível Reflexivo

O nível reflexivo envolve processamento relacionado com lógica, razão e significação, atribuído a aspectos de ordem intangível. Ou seja, é o nível no qual o

usuário avalia a sua satisfação, autoimagem e lembranças, consultando particularidades culturais e individuais, memória afetiva e significados atribuídos aos produtos e ao seu uso (NORMAN, 2008).

[...] designers profissionais podem criar produtos que sejam um prazer de olhar e usar. Mas não podem tornar alguma coisa pessoal ou com a qual se criem vínculos. “Ninguém pode fazer isso por nós: temos de fazê-lo nós mesmos. (NORMAN, 2008, p.18).

Alguns exemplos dados por Donald Norman em sua palestra no TED que exemplificam muito bem esse nível é referente a compra do automóvel Hummer, onde relata que

Um grande produto reflexivo. Proprietários do Hummer disseram ‘já tive muitos carros na vida, todo tipo de carros exóticos, mas nunca um que tivesse chamado tanta atenção.’ É a imagem deles, não é o carro. (NORMAN, s.p, 2009)

E o uso de um relógio caro, de marca luxuosa que impressione as pessoas e mesmo não sendo tão preciso quanto um relógio mais barato e funcional, transmite um status e peso social superior e por isso pode ser escolhido para demonstrar a personalidade e status do dono as outras pessoas. Assim como, escolher um modelo de relógio mais esportivo, significa que o dono tem uma personalidade que se conecta com esportes, ar livre e atividades radicais.

Figuras 22, 23 e 24 - Relógios e suas personalidades



Fonte: Google Imagens, 2024.

Ou seja, nesse nível estão os produtos e serviços que representam o consumidor, ajudam na construção da personalidade e que promovem o status social através da imagem que você transmite a partir dos produtos e serviços que utiliza.

Por meio do autor e da sua narrativa, fica claro que o design tem grande capacidade de promover as reações viscerais e comportamentais (vinculadas a estética e usabilidade), mais do que as reações reflexivas, porque esta é particular de cada pessoa. Por isso, é reconhecida a importância de manter-se contato com o usuário para verificar como foi sua experiência com o que lhe foi oferecido ou adquirido e para saber se a emoção que se desejava despertar foi alcançada ou não, trazendo a tona a questão do Design centrado no usuário ou ser humano e do Design de experiência, que norteiam as decisões para a criação e aprimoramento do que é oferecido às pessoas pois priorizam seus desejos, necessidades e expectativas.

4. O DESIGN CENTRADO NO USUÁRIO E A EXPERIÊNCIA

O termo “Design centrado no usuário”, do inglês *user-centered design*, ficou conhecido nos anos 1980, usado por Donald Norman no livro “*User-Centered System Design: New Perspectives on Human-Computer Interaction*”. E refere-se ao fato de colocar o usuário como o centro de diversos aspectos projetuais a ponto de ajudar os designers, através de sua participação, a projetar mais assertivamente para sua realidade.

Sendo entendido por Lanter e Essinger (2017, p.1) como “uma metodologia e filosofia de projeto em que as necessidades, metas e sucesso do usuário final são consideradas”. Contribuindo para a compreensão de fatores psicológicos, organizacionais, sociais e ergonômicos que podem estar envolvidos nos projetos destinados ao uso humano. Garantindo desta forma que o produto/serviço atenderá ao seu objetivo e ao ambiente em que será utilizado, pois com o envolvimento dos usuários no processo é possível gerenciar sua expectativa sobre o resultado. (ABRAS, MALONEY-KRICHMAR e PREECE, 2004; BAEK *et al.*, 2008; DOROFTEI, *et al.*, 2017; apud PAGNAN, *et al.*, 2019). Mas sem esquecer que os projetos podem sofrer alterações devido mudanças econômicas e sociais e que conhecimentos de áreas correlatas com o Design são capazes de fornecer elementos teórico-práticos necessários à compreensão do usuário e do entorno auxiliando na criação ou aprimoramento de um produto/serviço.

Já, segundo Nojimoto⁴ (2009), o Design para experiência ou UX Design não é uma área que prioriza a participação dos indivíduos para projetar algo material, estético, funcional e eficiente querendo solucionar uma necessidade. Seu principal objetivo é planejar e promover experiências através de interações entre homem, objetos, ambientes, e outros possíveis elementos do sistema. Pois no design para a experiência, os produtos, entendidos como a consolidação dos objetivos da proposta, não são dotados de materialidade e tangíveis, eles são intangíveis porque são as próprias experiências.

Os produtos/resultados do UX Design tornam-se peculiares pois são imprevisíveis, já que as experiências podem não acontecer, no entanto, espera-se através da aplicação de estratégias, metodologias e suportes que a proposta suscite experiências no ser humano e que elas sejam memoráveis, já que essa busca por experiências pode fazer parte de um fenômeno contemporâneo alimentado pela indústria cultural, como comenta o sociólogo Rifkin:

Os novos homens e mulheres pós-modernos estão constantemente procurando por novas experiências vividas, assim como seus pais e avós burgueses estavam continuamente tentando fazer novas aquisições. As novas indústrias da cultura, uma após a outra, estão criando um número quase infinito de roteiros para proporcionar experiências de vida, assim como as indústrias manufatureiras proveram um vasto número de produtos para serem comprados. (RIFKIN, 2000, p. 211 apud NOJIMOTO, 2009, p. 34.).

Desta forma, a aliança entre o Design centrado no usuário e o UX Design quando voltada ao universo dos eventos se propõe a elaborar estratégias projetuais que desenvolvam experiências desejáveis e satisfatórias num contexto humano-produto-ambiente, para tornar os eventos experiências inesquecíveis e que agreguem valor ao usuário, envolvendo processos de usabilidade, aprendizagem, cognição, estimulação emocional e motivacional por meio de ferramentas das áreas de Design de Serviço, Design Thinking e outras. No contexto da Museologia, as pesquisas na área de Design emocional, UX Design e Design centrado no usuário são essenciais tanto para criar parâmetros durante o

⁴ Doutora em Ciências pelo Instituto de Arquitetura e Urbanismo de São Carlos, Universidade de São Paulo (2014). Mestre em Arquitetura e Urbanismo pela Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo (2009). Graduação em Arquitetura e Urbanismo pela Escola de Engenharia de São Carlos, Universidade de São Paulo (2004). Tem experiência em projeto de arquitetura e realiza pesquisas sobre processos digitais de projeto em arquitetura com ênfase em BIM, design paramétrico, arquitetura algorítmica, fabricação digital e espacialidades interativas.

desenvolvimento de uma exposição, já que existem muitos meios de manifestações para mediar um conteúdo de forma que as informações e emoções desejadas sejam transmitidas de maneira efetiva. Quanto para melhorar a satisfação de seus visitantes, ampliando a possibilidade de estratégias de apoio à montagem de uma exposição, independente do local, seja ele fechado ou ao ar livre.

Sendo assim, para popularizar as informações, auxiliar no entendimento do discurso expositivo e aumentar o uso dos espaços expositivos, torna-se preciso mapear e investir em características existentes nos eventos expositivos para atingir usuários diversos. Sendo algumas delas:

4.1. Experiência

De acordo com Hekkert (2006) o prazer ou desprazer, em uma experiência com produtos, é também aplicável a serviços. E por serviço, é possível pressupor a visita a uma exposição, independente de sua tipologia. Segundo o autor, distinguimos três componentes ou níveis de experiência do produto/serviço: prazer estético, atribuição de significado e resposta emocional. Define-se, portanto, a experiência como “todo o conjunto de efeitos gerados pela interação entre um usuário e um produto/serviço, incluindo o grau em que todos os nossos sentidos são gratificados (experiência estética), os significados que atribuímos ao produto (experiência de significado) e aos sentimentos e emoções que são eliciados (experiência emocional)” (Hekkert, 2006, p. 160.).

- **A EXPERIÊNCIA ESTÉTICA:** O aspecto estético de uma experiência é caracterizado pela capacidade de um produto estimular um ou mais dos sentidos. Desta forma, podemos determinar se um produto é bonito ou feio, se soa agradável ou desagradável, se a textura é agradável ou não, se cheira bem ou não, e assim por diante. Esse aspecto automático se manifesta como uma resposta física, às vezes instintiva. Norman (2008) descreve isso como o nível visceral do design emocional.
- **A EXPERIÊNCIA DE SIGNIFICADO:** Nessa esfera da experiência, as questões cognitivas são discutidas. Esta abordagem realiza-se através de

processos interpretativos, resgate de memória e associações, verificação de analogias e capacidade de reconhecer metáforas, atribuir identidade ou personalidade, ou ainda, outras características que possam expressar e avaliar a importância pessoal ou simbólica dos produtos.

- **A EXPERIÊNCIA EMOCIONAL:** No nível emocional, a experiência do usuário reflete os fenômenos afetivos, normalmente considerados pela Psicologia e linguagem cotidiana das emoções. Impulsionando uma aproximação ou repulsa a determinadas pessoas, objetos, ações e ideias.

Embora os três componentes de uma experiência sejam apresentados separadamente, eles estão interligados e muitas vezes são difíceis de separá-los no decorrer da experiência porque produzem sensações físicas, pessoais, emocionais, espirituais e intelectuais, tornando-se memoráveis e únicas.

Ademais, em um estudo referente a visitas museais, seja pela arte, pela busca de conhecimento, por interação social, por prazer ou apenas por entretenimento, os autores Pekarik, Doering e Karns (1999) classificam as experiências do visitante em quatro categorias, conforme podem ser observados no Quadro 3, a seguir.

Quadro 3 – Tipos de experiências em museus por Pekarik, Doering e Karns (1999)

<p>Experiências COM OBJETOS</p>	<p>Se concentram em algo fora do visitante e incluem ver “a coisa real”, ver objetos raros ou valiosos, por exemplo</p>
<p>Experiências com COGNITIVAS</p>	<p>Se concentram nos aspectos Interpretativos ou intelectuais da experiência e incluem a obtenção de informações, conhecimentos ou ainda o enriquecimento da compreensão.</p>
<p>Experiências com INTROSPECTIVAS</p>	<p>Se concentram em sentimentos e experiências particulares como imaginar, refletir, lembrar e conectar-se.</p>
<p>Experiências com SOCIAIS</p>	<p>Se concentram nas interações com amigos, familiares, outros visitantes ou funcionários do museu.</p>

Fonte: Machado, 2021.

Evidencia-se por meio de tais conceitos a importância de buscar estruturar uma experiência de visita que aborde todas essas categorias e apresentem resultados benéficos para os visitantes dentro do espaço expositivo, visto que é um ambiente que permite experiências em áreas diferentes, mas que são inseparáveis. A utilização contínua de mecanismos, sejam eles mecânicos ou digitais, físicos ou virtuais, tornaram-se, portanto, alternativas para facilitar a interpretação do acervo e do contexto histórico de sua produção. Ainda, podem ser vistos como recursos que proporcionam uma experiência mais ativa do público visitante, que almejam cada vez mais espaços expositivos que ofereçam experiências interativas prazerosas. Selecionando a exposição imersiva como representante dos espaços de exibição que atendem ao desejo do público, gostaria de demonstrar a seguir, alguns fatores marcantes presentes nesses espaços, sendo eles:

4.2. Interatividade

Segundo Forny (2006) toda arte é interativa, já que a expressão artística é o resultado da interação entre obra, artista e interpretador, ao relatar:

Os signos que compõem a obra de arte são expressos pela interação entre a subjetividade do artista (emissão), o meio pelo o qual ele dispõe para materializar a obra (transmissão). E, à luz da teoria dos signos de Pierce, consideramos que o signo artístico como qualquer outro só adquire realmente sentido de arte quando exposto a um interpretante ou um interagente capaz de dinamizar a obra de arte (recepção). Desta forma, o processo artístico é um complexo inter-relacional, (...) entre múltiplos elementos integrados a um campo dialógico em constante movimento. (FORNY, 2006, p.2)

Entretanto, essa interação não deve ser confundida com a interatividade inerente aos novos sistemas de tecnologia. Ao contrário das exposições tradicionais, onde o público geralmente vê as obras de um ponto fixo, a incorporação desses novos sistemas em exposições permite que os visitantes interajam, explorem e até influenciem as obras de arte por meio de suas próprias ações. Desta forma, fica claro que a interação e a interatividade tem focos diferentes, enquanto a interação é associada aos relacionamentos interpessoais, a interatividade está voltada às relações homem-máquina. A interatividade seria então a capacidade de duas ou mais pessoas se comunicarem por meio de um dispositivo.

Observando o cenário atual, qualquer evento possui a capacidade de adaptar a interatividade de acordo com seu tema, público-alvo e objetivos, tendo como exemplo a exposição imersiva, telas interativas, projeções mapeadas e outras tecnologias digitais são usadas regularmente para apresentar conteúdo informativo, imagens e vídeos. Essa tipologia expositiva que permite que o público toque, cheire e sinta diferentes materiais ou aromas por meio de outros recursos aplicados é uma forma de interação sensorial que cria uma conexão mais profunda com o conteúdo.

Assim, mediante essa relação homem-máquina benéfica identificada no local imersivo, identifica-se que:

- O público tem a oportunidade de vivenciar e experimentar o conteúdo de forma sensorial, e isso facilita a memorização das informações apresentadas.
- Desperta a curiosidade de pessoas de todas as idades, criando oportunidades para alcançar novos públicos e expandir a visibilidade do evento.
- As pessoas têm a oportunidade de interagir não apenas com o conteúdo, mas também entre si. Isso cria um ambiente propício para a socialização, compartilhamento de experiências e opiniões.

Justifica-se, assim, o uso de equipamentos de última geração e técnicas inovadoras em exposições imersivas, que investem na interatividade em seu espaço ao oferecer novas maneiras para o público mergulhar em um universo diferente.

4.3. Multisensorialidade

A percepção humana não identifica a realidade como ela é, deste modo, algumas coisas são modificadas enquanto estão sendo captadas e memorizadas, por exemplo, as vibrações se transformam em sons e ruídos, as reações químicas em cheiros e sabores e os estímulos luminosos em imagens, dependendo da relação prévia com a informação. Então, imagens, cheiros, sons e sabores são construções mentais baseadas na experiência sensorial. (MELO; GUEDES, 2014).

Melo e Guedes (2014, p. 53) elaboraram tabelas compostas por resumos, adaptadas para os quadros 4 e 5, que ajudam na compreensão de como os sentidos humanos atuam no espaço de exibição e sobre os objetos expostos.

Quadro 4 – Elementos sensoriais e percepções estimuladas durante uma visita (visão e tato).

	VISÃO				TATO	
PRINCIPAIS ELEMENTOS SENSORIAIS	TOM	LUZ	COR	TEXTURA	CALOR	TEXTURA
ATUA SOBRE	Intensidade, obscuridade ou claridade	Forma, cor, espaço e textura	Forma, textura e espaço	Substitui o tato	Pele e sistema muscular	Pele
PRINCIPAIS PERCEPÇÕES ACENTUADAS	Movimento, profundidade e distância	Atua no comportamento, na percepção e na estética	Relações de afetividade (paz, energia), de materialidade (limpeza, calor)	Sensação tátil	"Visualiza sem ver"	
ATUA SOBRE O OBJETO EXPOSTO	Destacando peculiaridades do objeto e criando uma ambiência	Permitindo ao observador criar diversas correlações, tais como: medidas lineares, volumes, áreas, etc.	Destacando o objeto e ampliando a informação sobre ele.	Ampliando o conhecimento sobre o objeto	Criando associações e ampliando o reconhecimento do objeto	

Fonte: Almeida e Mont'Alvão, 2022.

O objeto exposto e suas conexões visuais formam o todo que constitui o conteúdo. Nesse caso, são os elementos visuais básicos que ajudam a transmitir o conteúdo de forma direta, expressando-se rapidamente ou transmitindo sensações e emoções. Assim, ao projetar algo, o conteúdo é montado com base em elementos visuais básicos, como tom, luz, cor, textura e calor. (MELO; GUEDES, 2014).

No entanto, para os cegos, o tato é o principal substituto da visão, visto que por meio dele "enxergam" e "leem" o mundo. A visão e o tato foram, por esse motivo, colocados lado a lado na tabela 4 e podem ser inseridos numa exposição aumentando a acessibilidade do público como mostram as figuras abaixo, da exposição "Walter Firmo: No Verbo do Silêncio a Síntese do Grito" para a CCBB Minas Gerais em 2023. A mostra reunia uma série de registros que retratam e exaltam a população e a cultura negra de diversas regiões do país, em ritos, festas populares e religiosas, além de cenas cotidianas. A ampliação de seu conteúdo

contou com uma versão impressa em 3D da volumetria de cada imagem em exibição, para atender também a parcela de pessoas com deficiência visual ou que apresentam baixa visão, que são excluídas ou mal atendidas em espaços que priorizam o visual.

Figuras 25 e 26- Exposição Walter Firmo: No Verbo do Silêncio a Síntese do Grito



Fonte: Danielly Amatte, 2023.

Enquanto o quadro 4 aborda características relacionadas à visão e ao tato, sentidos que influenciam na absorção do conteúdo exposto de forma direta através dos elementos como luz, textura e tons podendo ter uma associação com o nível de processamento visceral, discutido por Donald Norman e apresentado a pouco. Pois resulta na adaptação comportamental dos indivíduos baseados na ambiência construída e nas sensações transmitidas, o quadro 5, que é a adaptação da segunda tabela de Melo e Guedes (2004) apresenta elementos relacionados aos outros sentidos sensoriais, que serão responsáveis por promover emoções, recordações e associações, transformando a visita a uma exposição em uma experiência personalizada através de uma abordagem multissensorial capaz de estimular a percepção e o nível de processamento reflexivo dos indivíduos sugerido por Donald Norman, fazendo com que suas decisões sobre visitas semelhantes se baseiem no que foi vivido.

Quadro 5 – Elementos sensoriais e percepções estimuladas durante uma visita (audição, olfato e paladar).

	AUDIÇÃO			OLFATO	PALADAR
PRINCIPAIS ELEMENTOS SENSORIAIS	MÚSICA	RUÍDO	DOCUMENTAÇÃO	ODOR	SABOR
ATUA SOBRE	Ouvido	Ouvido	Ouvido	Nariz	Língua
PRINCIPAIS PERCEPÇÕES ACENTUADAS	Evoca o passado e transporta para lugares e épocas	Resgata vínculos com o objeto	Escutar – ouvir e passivo e escutar é ativo - eu ouço uma música, mas escuto uma narrativa	Recordações remotas	Intimamente ligado ao olfato – o paladar sem odor é limitado
ATUA SOBRE O OBJETO EXPOSTO	Criando uma ambiência	Trazendo reconhecimento do objeto	Promovendo a informação	Criando associações	Difícil de ser aplicado em um objeto exposto

Fonte: Almeida e Mont'Alvão, 2022.

Melo e Guedes (2014, p. 40) apontam que a audição no espaço de exposição pode ser usada de forma passiva ou ativa, onde os sons podem provocar ambiência ou ser uma narrativa, depoimento. Assim, os recursos sonoros têm a capacidade de evocar memórias e transportar o observador para lugares e épocas diferentes.

Com relação aos recursos olfativos, Stevenson (2014) destaca como benefício a facilitação da imersão do visitante na ambientação da exposição, ativando recordações mais remotas. Aromas podem ativar a memória da mesma forma que uma música ou trilha sonora e também podem ser utilizados como forma de orientação espacial por pessoas com deficiência visual, já que na exposição imersiva, cada sala tem características singulares, isso inclui odores diversificados.

O paladar, por sua vez, está intimamente ligado ao olfato, porém, enquanto o paladar só opera na proximidade, os sabores podem evocar emoções profundas e sentimentos de pertencimento, gerando experiências memoráveis.

Portanto, as experiências desenvolvidas através de uma abordagem multissensorial estimulam o potencial da percepção das pessoas e são mais inclusivas, ampliando a capacidade da minoria que frequentam as exposições, de perceber e compreender o mundo. Assim, o conhecimento e as experiências adquiridas durante a visita aos espaços com estímulos multissensoriais, que

estimulam mais do que dois sentidos de uma vez, promovem mudanças individuais e, por sua vez, sociais.

4.4 Imersão

A palavra imersão vem do latim *immersio* que significa “profundo” e onis “ser” (immersio.onis) e tem por significado, quando substantivo, a “Ação ou efeito de imergir(-se); ato ou resultado do processo de mergulhar (alguma coisa) em um líquido; submersão. Ação ou efeito de imergir(-se);” (Dicionário online de português, 2016), ou, quando referindo-se a astronomia “Circunstância em que há desaparecimento de um astro, geralmente, encoberto pela sombra de outro.” (Dicionário online de português, 2016).

Na arte, a palavra imersão vem para abordar a relação entre espectador e obra, referindo-se a ilusão criada por tal relação e como dito anteriormente, a imersão

É um modelo que compreende a ideia utópica de transportar o observador para dentro da imagem, invalida a distância até o espaço imagético, intensifica a ilusão e aumenta o poder da obra de arte sobre o público – ideia que sempre deu início à dinâmica constitutiva do desenvolvimento de novas mídias de ilusão. A imersão surge quando a obra de arte e o aparato técnico, a mensagem e o meio de percepção convergem para um todo inseparável. (GRAU, 2007, p. 405)

A arte imersiva consiste em obras que dão ao observador esse distanciamento da realidade e o aproxima mais das obras. No entanto, segundo Oliver Grau, a imersão está associada a um aspecto propagandístico, pois para envolver o observador, ela deve se alienar de qualquer coisa que não seja a arte, enquanto vende algo às pessoas. Assim como Adorno alega em sua obra, no qual afirma que as pessoas passam a comercializar a arte e a consumi-la.

Sendo assim, hoje, com o advento da tecnologia, a criação de imagens pelos artistas no campo da arte digital, são capazes de usar o movimento em seu trabalho para criar a ilusão e envolver o visitante em diversos aspectos. No entanto, vale lembrar que a imersão não é alcançada somente através de trabalhos feitos com tecnologia digital. Mas no caso da exposição de tipologia imersiva que usa muitos equipamentos para reprodução digital, focarei nesta área. Então para promover a imersão com o digital, o uso de computadores na produção artística e

expositiva é indispensável por permitir que as imagens ganhem diferentes formas. A digitalização manda as imagens analógicas (fotografias, desenhos, pinturas, gravuras) para um mundo intangível e mutável, dada a possibilidade da infinita modificação no sistema computacional sendo possível alterá-la infinitamente: copiando e colando, ampliando e reduzindo, manejando ao ponto de dar-lhe movimento.

E quando se trata de movimento no contexto da imersão, é um fato a sua contribuição para a aproximação do observador com a obra, pois essa simples presença de movimento promove o rompimento da distância temporal, como se aquela obra estivesse sendo produzida naquele momento diante dos olhos, o observador cria uma percepção de que faz parte da obra e que está presente em seu processo. Como a ilusão sobre o espaço também é promovida, já que

Nestes ambientes imersivos ou espaços de ilusão, o observador em movimento é acometido por uma impressão ilusória de espaço ao focalizar os objetos que se movem em sua direção ou para longe dele. A profundidade de um espaço fechado, no entanto, é vivenciada, ou pressuposta, apenas na imaginação (GRAU, 2007, p. 34).

Desta forma, pressupõe-se que os artistas contemporâneos dedicam-se cada vez mais à processos de criação artística digital que pretendem ser obras inovadoras e abertas, onde a percepção, as dimensões temporais e espaciais representam um papel decisivo na maioria das suas produções e que atendam o desejo do público, de interagir na arte, mesmo por meio da arte digital.

Graças ao arcabouço teórico consultado e às ligações de áreas distintas, foi possível descobrir e reconhecer fatores intrinsecamente relacionados com a experiência do visitante no espaço expográfico e com a arte que tornam a visita memorável e cativante. Pois, devido a subjetividade, cada indivíduo tem a oportunidade de despertar emoções diferentes, envolvendo a reflexão e a participação (ativa e/ou passiva) do visitante.

Logo, após apresentar alguns dos fatores que estão presentes com frequência no espaço expositivo, principalmente os de tipologia imersivas, que promovem a fruição do público, conectividade e imersão, apresentarei a seguir as noções de comunicação museológica e estudos de avaliação, juntamente com a importância do seu conhecimento para o aprimoramento das experiências durante

a visita em um espaço expositivo e os métodos adotados para a coleta de informações sobre a experiência dos visitantes na exposição Van Gogh Live 8K, em março de 2023.

Pois cada relato de um visitante é capaz de proporcionar feedbacks positivos e/ou negativos sobre a organização e execução da exposição, onde as problemáticas expostas podem ser solucionadas parcial e rapidamente para garantir que no próximo destino, a experiência envolva arte, design, tecnologia e imersão seja mais completa e emocionante.

5. A IMPORTÂNCIA DE AVALIAR EXPERIÊNCIAS NO ESPAÇO EXPOSITIVO

Para este trabalho os ambientes expositivos são entendidos como espaços de informação, no qual se realizam processos comunicacionais, e que através da utilização de recursos expográficos verbais e não verbais é transmitido uma narrativa ao público, que expressa histórias, ideias e conceitos. A exposição, neste caso, é concebida com a finalidade de preservar a memória de algo/alguém significativo, construída a partir de um objetivo e que pressupõe uma ação política e ideológica, sendo na percepção de Cury (2005, p 37), a principal maneira museológica de aproximação da sociedade com o seu patrimônio cultural, onde

O sistema de comunicação museológica, então, é o conjunto teórico, procedimentos metodológicos, infra-estrutura, recursos humanos e materiais, técnicas, tecnologias, políticas, informações e experiências necessárias para o desenvolvimento de processos de comunicação de conhecimento por meio de exposições e ações educativas (CURY, 2005, p. 53).

Dito isso, a exposição é caracterizada como parte de um processo de comunicação, que necessita em sua totalidade comunicacional de uma mensagem, emissor, receptor, e um código de comunicação compartilhado entre eles. Na exposição, o emissor é a equipe de produção, o meio de comunicação compartilhada é a exposição e o receptor, o visitante.

Atualmente, as exposições têm a capacidade de organizar e exibir suas coleções de diferentes maneiras, devido às diversas estratégias de comunicação que podem ser utilizadas nas exposições que vão desde textos, sonorização, painéis imagéticos com linhas do tempo, sistemas audiovisuais com tratamento de imagens e sons, até sistemas multimídia, onde o usuário se converte em uma parte

ativa da recepção da mensagem e interage com o meio. E como resultado desta interação com o que está exposto, os visitantes interpretam as coleções de maneiras distintas, já que a exposição é um suporte para a informação ou tradutora de um discurso que os indivíduos compreendem como quiserem.

Com base no uso de estratégias de comunicação, Cury (2005) evidencia a necessidade de estudos voltados ao público nos museus, mas que podem ser aplicados nos espaços culturais gerais (museus, galerias, teatros, blockbusters, espaços culturais), que avaliem a experiência durante a permanência no local, porque a avaliação faz parte do processo como um todo, que geralmente é composto por planejamento, criação, produção, montagem, divulgação e avaliação.

Esses estudos são chamados por ela de “estudos de visitante” e procuram descobrir para que as pessoas usam esses espaços culturais e obter respostas para perguntas como: As expectativas dos visitantes foram atendidas? Quem visita o nosso espaço? Por que nosso espaço é visitado? O que o visitante aprendeu? Os recursos expográficos atingiram seus objetivos? Entre outras questões. Isso se deve porque

[...] A avaliação é uma ferramenta para aprofundar nossa compreensão do trabalho que desenvolvemos - organização para o planejamento, concepção e montagem de exposições para o público. É um meio para o refinamento profissional, seja dos processos de trabalho, seja dos produtos expositivos que idealizamos e concretizamos. Avaliação é um meio para uma finalidade e essa finalidade relaciona-se com os processos de mudança da realidade institucional. (CURY, 2005, p. 124-125)

No entanto, a avaliação pode estar presente em um dos 6 tipos proposto por Cury, que podem nortear o aprimoramento institucional, sendo eles:

- **Avaliação preliminar ou conceitual:** Efetuada na fase de planejamento de uma exposição que colabora para a definição exata do conteúdo e dos conceitos a serem trabalhados na exposição, assim como os recursos expográficos que serão empregados.
- **Avaliação formativa:** Executada durante a fase de desenvolvimento do design e formatação da exposição, examinando propostas e recursos expográficos que podem ser usados na exposição para definir os que mais se adequam durante o processo de execução.

- **Avaliação corretiva:** Utiliza a participação do público para comparar o que é proposto com o que está em execução, identificando através do público ou da equipe problemas e aspectos insatisfatórios para serem corrigidas rapidamente.
- **Avaliação somativa:** Analisa a interação entre público e exposição que resulta em aprendizados sobre como o público interage com a proposta expositiva e assim, as informações ajudam no planejamento de exposições futuras.
- **Avaliação técnica ou Apreciação crítica:** É realizada pela equipe de design da exposição. No qual é avaliado criticamente o projeto e desenho do espaço expositivo. Contribuindo para a concepção e execução assertiva de uma exposição.
- **Avaliação do processo:** Executada pela equipe de concepção e execução de uma exposição, com o intuito de aprimorar as técnicas e as metodologias aplicadas em processos presentes nestas áreas. Colaborando para a aprendizagem de equipe e monitoramento dos planos elaborados.

Desta forma, a proposta de Cury é que a instituição que promove as exposições criem uma cultura da avaliação que possa colaborar para o aperfeiçoamento dos processos internos e da exposição como um todo. Sendo aplicadas constantemente para fechar o ciclo de observação, análise, reflexão e tomada de decisões em todas as etapas necessárias para a realização de uma exposição que alcança as metas estipuladas satisfatoriamente.

Mas, quando trata-se de avaliar a experiência do público, que é o intuito deste trabalho, deve ser levado em consideração os contextos nos quais a experiência se desenvolve, que conforme Grinspum (2000) são três contextos: o pessoal, o social e o físico de cada visitante.

- **Contexto pessoal:** É individual e dependente de variados graus de experiência do visitante e do capital cultural já acumulado, ou seja, vai depender do conhecimento individual sobre os conteúdos, às tipologias das exposições, seus interesses, motivações, expectativas, preocupações. As

respostas divergentes nesse contexto, ajudariam a compreender e melhorar a experiência sobre aprendizagem e comportamento em públicos diversos.

- **Contexto social:** Nesse contexto é mapeado as relações interpessoais que permeiam a visita e podem afetar a experiência, ou seja, o contato com outros visitantes ou funcionários, a visita em famílias ou em grupos escolares. Assim como as necessidades do grupo ou individual (tempo disponível, insatisfação, cansaço, alegria, parceria) que podem influenciar no tempo de permanência no espaço cultural e na satisfação com a visita.
- **Contexto físico:** Aqui a experiência tem relação com as referências físicas e espaciais nos espaços como: arquitetura, ambiência, percepção sensorial, recursos museográficos, sistema de informação e comunicação, entre outros. Pois o público, principalmente os visitantes novatos, podem apresentar dificuldades e desconforto quanto à espacialidade confusa sem informações claras que guiem o público efetivamente.

Desta forma, é possivelmente verificar a necessidade da avaliação da experiência junto aos visitantes de exposições, que no decorrer das décadas foram reconhecidos como parte importante das exposições e que influenciam suas características, pois as exposições passaram a ser projetadas por meio de um design centrado no usuário, visando a transmissão da mensagem de forma eficaz, fácil e atrativa as massas. Graças a identificação e consideração das necessidades, desejos e preferências do público que se tornam pilares para as decisões projetuais de qualquer produto, serviço ou sistema que pretende proporcionar experiência positiva, que corresponda ou ultrapasse as expectativas pré estabelecidas e resultem na repetição de compra.

Dessa forma, mediante a importância da experiência e sua avaliação, foi realizado um levantamento de ferramentas e métodos qualitativos e quantitativos que com seus resultados, podem ocasionar mudanças institucionais ou sociais nos espaços de exibição, visto que abordam quesitos ligados a usabilidade, experiência do usuário, emoção e design de serviço.

5.1 Ferramentas e métodos para avaliar a experiência do usuário

Os métodos e ferramentas de avaliação da experiência do usuário/visitante aqui listados, foram retirados da dissertação “DESIGN E EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO EM MUSEUS: UM ESTUDO NO MUSEU DO AMANHÃ” de Fernanda Lyrio Ursine, publicada em 2019. Nos quais, sua maioria, senão todos, se propõem entender como o usuário/visitante interage com um determinado produto/serviço (nesse caso com uma exposição de arte) e os resultados dessa interação, observando e registrando respostas sobre usabilidade, desempenho, satisfação do usuário e aspectos emocionais (ARAUJO, 2014, p. 100 apud URSINE, 2019 p. 63).

5.1.1 *Pensando em voz alta (thinking aloud)*

Neste método de avaliação descrito por Jakob Nielsen em 1993, em sua obra “Engenharia de Usabilidade” usuários são solicitados a expressar em voz alta e livremente seus pensamentos, sentimentos e opiniões sobre qualquer aspecto (aparência, funcionalidade, usabilidade) enquanto interagem com um produto, protótipo, sistema ou serviço. Sendo um método altamente eficaz para capturar aspectos relacionados com as atividades cognitivas dos potenciais utilizadores do sistema avaliado.

As reações do usuário são gravadas e o usuário é solicitado a “pensar em voz alta” enquanto desenvolve uma tarefa, na intenção de registrar a verbalização dos pensamentos e percepções (VAN SOMEREN, BARNARD e SANDBERG, 1994, p.1 apud URSINE, 2019 p. 63).

E além de alcançar o principal objetivo do método que é adquirir melhor compreensão do modelo mental do usuário e da interação com o produto, também torna-se possível conhecer a terminologia que o usuário utiliza para expressar uma ideia ou função que deve ser incorporado no design do produto ou em sua documentação.

5.1.2 *Aprendizagem por co-descoberta*

O método Co-descoberta é uma variação do método acima (Think-aloud). A Co-descoberta é um método qualitativo, no qual é necessária a presença do

pesquisador ou de um especialista em usabilidade durante toda a sua aplicação. O método consiste na observação de dois usuários que interagem ao mesmo tempo com o produto e explicam para o pesquisador o que estão pensando durante a realização da tarefa.

O método contribui para a obtenção de duas verbalizações por teste e quando as duplas já se conhecem, contribui para a participação de ambos os envolvidos, pois a interação entre eles acontece de forma mais natural.

5.1.3 Método shadowing

No contexto do Design para serviços, há ferramentas que permitem a coleta de dados verbais, não-verbais e fisiológicos. As ferramentas verbais utilizam os relatos dos usuários para captar dados acerca do que eles estão sentindo/vivenciando ao utilizarem um serviço (COSTA, 2017).

A ferramenta shadowing, segundo Martin e Hanington (2012) e Stickdorn e Schneider (2010; 2014), é baseada no pesquisador atuar como a “sombra” do usuário, e nesta aproximação, o pesquisador procurar captar informações não-verbais e fisiológicas, os pontos de contato mais relevantes, a direção do olhar do usuário, os efeitos emocionais da sua interação com os pontos de contato ao longo do trajeto. A ferramenta é eficaz para observar, analisar e compreender comportamentos e experiências dos usuários.

5.2. Estudo de campo

A pesquisa/estudo de campo é uma metodologia de ensino que pode ser aplicada em qualquer área do conhecimento e neste trabalho de conclusão de curso, foi o primeiro meio de coleta de dados adotado, por permitir o contato direto com o ambiente de estudo selecionado. Sua realização foi capaz de permitir a compreensão do conteúdo teórico dentro do contexto da exposição artística, proporcionando uma assimilação entre teoria e realidade, como também contribuiu para uma experiência prática e coleta de dados valiosos sobre a experiência de outros visitantes por meio de comunicação oral e observação.

Neste método, o pesquisador observa a interação das pessoas com o objetivo de entender como elas utilizam o sistema (ou produto) e realizam as tarefas, anotando diversos aspectos que são identificados no ambiente e contexto do usuário. (PREECE et al., 2005 apud ARAUJO, 2014, p. 97 apud URSINE, 2019 p. 64). Em sua aplicação, há uma série de ferramentas que podem ser utilizadas tanto vindas do campo da pesquisa científica quanto do campo do design. A seguir, serão listadas algumas dessas ferramentas.

5.2.1. Questionários

Segundo Gil (2002, p.45) questionário é a técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo por objetivo o conhecimento de opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas e situações vivenciadas. Podendo estar estruturados com questões fechadas, abertas e mistas, seguindo princípios da clareza e neutralidade (CATECATI et al., 2001 apud ARAUJO, 2014, p. 98 apud URSINE, 2019 p. 64).

Proporcionando aos pesquisadores a possibilidade de atingir um grande número de pessoas independente da localidade geográfica com o compartilhamento de questionários online, a garantia da privacidade dos contribuidores e a imparcialidade.

5.2.2. Entrevista

É um método qualitativo por meio do diálogo entre duas ou mais pessoas, sendo uma o entrevistador (quem faz as perguntas) e a outra o entrevistado (quem responde as perguntas), com o intuito de extrair informações e declarações para esclarecer questões sobre um determinado assunto.

Para ocorrer deve-se ter uma temática e um roteiro estruturado e após sua realização através da oralidade, será transcrita e utilizada como uma forma de avaliação.

5.2.3. Avaliação emocional por expressões faciais

Conforme Lacerda (2010, p. 5) a linguagem verbal permite-nos comunicar a respeito das emoções, no entanto, o comportamento não-verbal, como a postura

corporal ou a expressão facial, possibilita-nos também, comunicar e interagir uns com os outros.

Assim, esse tipo de método avalia as experiências com base majoritariamente nas expressões faciais oferecidas pelos observadores, fazendo com que o pesquisador compreenda e interprete através da observação e registro das emoções enquanto o observador utiliza um produto, serviço ou sistema, o estado emocional, temperamento e personalidade despertados. (KHALID e HELANDER, 2006 apud ARAUJO, 2014, p. 101 apud URSINE, 2019 p. 64).

5.2.4. iScale

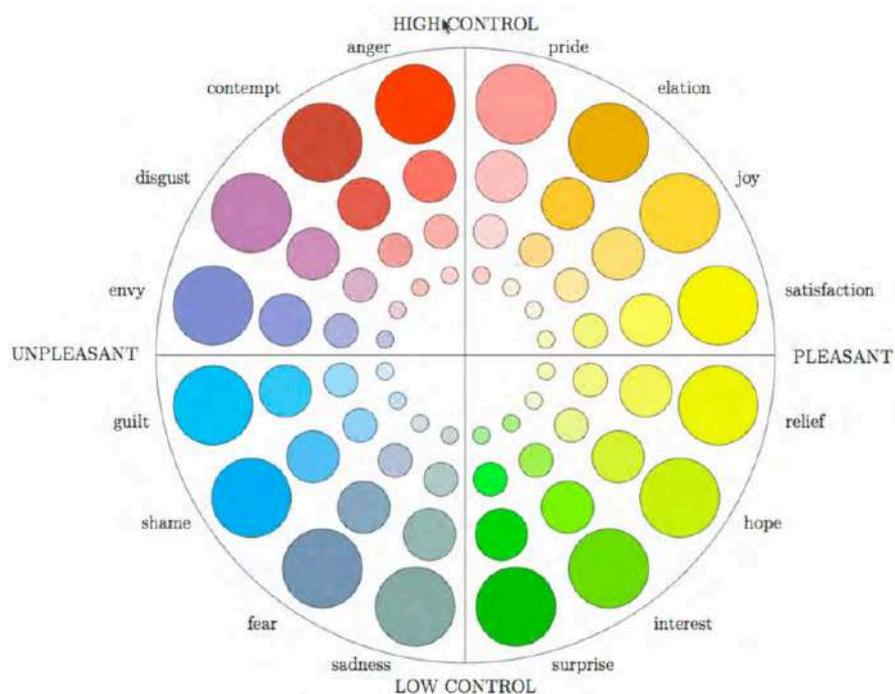
O método iScale foi desenvolvido por Karapanos et al. (2010) e tem o intuito de reunir dados sobre a relação do usuário com o produto durante longos períodos de tempo, buscando identificar alterações das emoções e interpretações da sua experiência durante o uso com foco na utilidade, facilidade e capacidade de inovação. (KARAPANOS et al., 2010 apud ARAUJO, 2014, p. 102 apud URSINE, 2019 p. 65).

5.2.5. A Roda Emocional de Genebra (Geneva emotion wheel)

A Roda Emocional de Genebra (GEW), método desenvolvido pelo Geneva Emotion Research Group, do Departamento de Psicologia da Universidade de Genebra, na Suíça, é usado para medir reações emocionais a objetos, eventos e situações. Nele, o entrevistado é solicitado a indicar a emoção que experimentou, escolhendo intensidades para uma única emoção ou uma mistura de várias emoções entre 16 famílias com 4 níveis de ativação para cada uma.

O eixo vertical representa o controle percebido e o eixo horizontal a valência. A ativação é representada pelo tamanho e pela distância: quanto mais longe um nível de uma categoria de emoção estiver do centro, mais ativo ele será na experiência emocional.

Figura 27- Roda da emoção



Fonte: Brian Vaughan, 2011.

5.2.6 Mapa de stakeholders

O mapa de stakeholders é um framework visual responsável por organizar os pontos de contato, interação e motivação entre a equipe de um produto, serviço ou sistema e as partes interessadas (os stakeholders diretos ou indiretos), com o objetivo de manter o alinhamento entre todas as pessoas importantes para o sucesso do produto.

O uso da ferramenta, garante a clareza sobre todas as pessoas envolvidas em um projeto e suas influências, alinha a comunicação e facilita o planejamento, uma vez que sabe-se qual informação deve ser passada para quem.

5.2.7. Mapa de jornada do usuário

O Mapa da Jornada do Usuário é um diagrama que mostra os passos do usuário “antes”, “durante” e “depois” dele utilizar um serviço, sendo uma ferramenta útil para que se possa planejar empaticamente, ou seja, entendendo como o usuário pode pensar e se sentir durante a experiência com o serviço. Facilitando a tomada de decisão e apontando pontos de melhoria no serviço atual oferecido.

5.2.8. Mapa de expectativas

O Mapa de Expectativas é uma ferramenta que mapeia e investiga as expectativas dos usuários durante a interação com um serviço, ajudando a diagnosticar pontos do serviço a ser melhorado do ponto de vista do usuário. E desta forma, a empresa ganha a oportunidade de melhorar campanhas de marketing, produtos ou decisões sobre o negócio. (STICKDORN e SCHNEIDER, 2014, p. 177 apud URSINE, 2019 p. 67)

5.2.9. Construção de cenários

De acordo com Ringland (2012) o planejamento de cenários faz parte do planejamento estratégico de uma empresa combinando ferramentas e tecnologias para prever o futuro e se antecipar às prováveis adversidades no cenário mercadológico. A criação de cenários detalhados em algum aspecto específico de um serviço, contribui na identificação de soluções e evita o comodismo ou receio de mudar uma situação que se demonstra favorável.

Com base nas ferramentas e métodos listados acima, o presente trabalho considerou as ferramentas mais adequadas ao objetivo de avaliar a experiência do visitante numa exposição imersiva. A fim de organizar as etapas e estratégias a serem adotadas, passa-se agora a construção da abordagem metodológica a ser empreendida a fim de alcançar os objetivos do projeto.

6. ABORDAGEM METODOLÓGICA: ESTUDO DE CASO DA EXPOSIÇÃO VAN GOGH LIVE 8K

A fim de alcançar os objetivos estabelecidos de forma satisfatória foi selecionada uma metodologia de projeto, após pesquisas no campo de UX, onde se visualizou várias categorias e ferramentas que abordam a análise dos usuários publicadas com base em estratégias bem segmentadas, como o exemplo de UI, UX Writing, UX Research, entre outras.

Neste trabalho em específico, foi observado que o estudo de caso proposto poderia ser inserido na categoria de UX Research, portanto buscou métodos adequados a esta categoria que é definida pela “Interaction Design Foundation” como sendo uma investigação sistêmica com a responsabilidade principal de

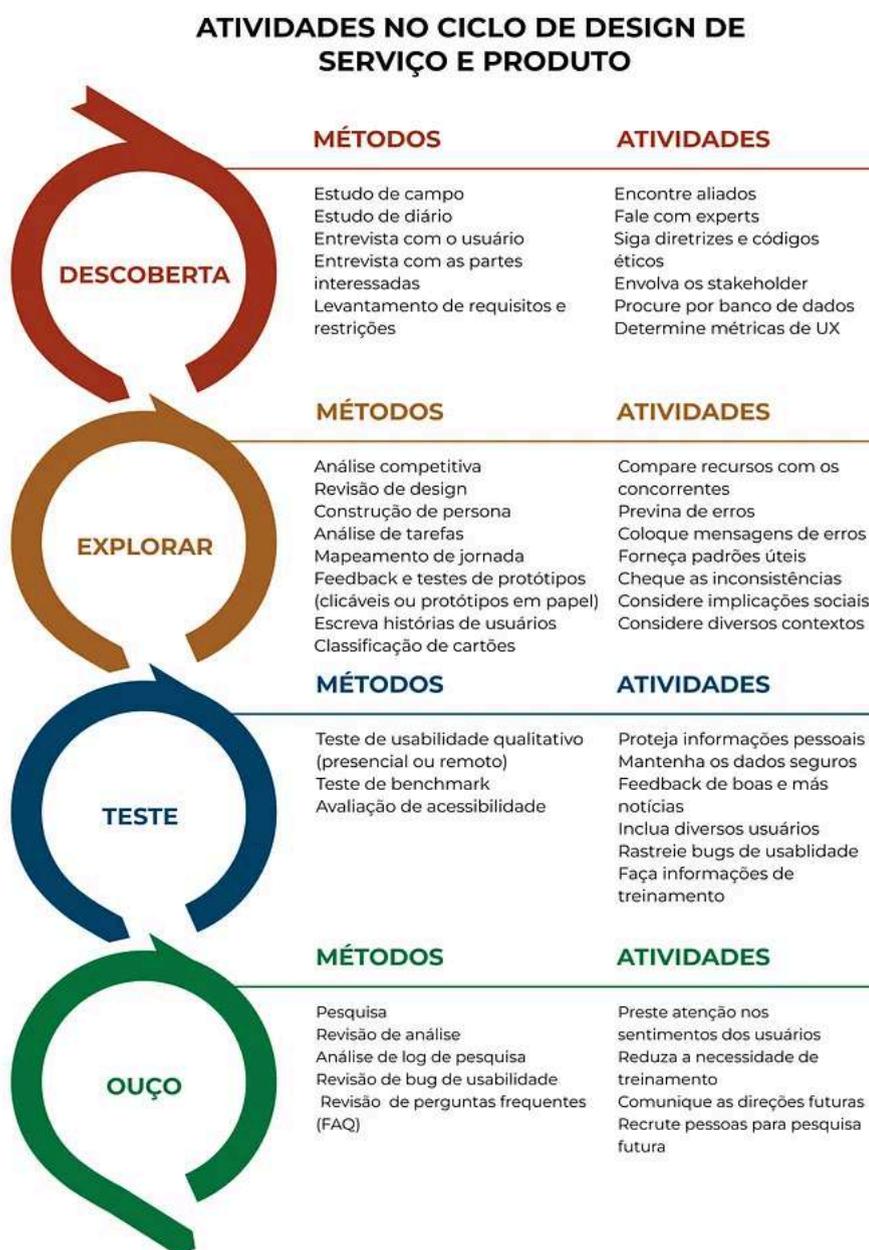
investigar os usuários, entendendo melhor as suas necessidades e suas dores, com o objetivo de dar contexto e gerar mais conhecimento para o processo de criação da experiência do usuário. Onde essa tipologia de pesquisa coleta informações dos usuários por meio de uma variedade de métodos qualitativos e quantitativos que podem ocorrer nas etapas generativa (ideação) e avaliativa (validação) de um processo para explorar e validar hipóteses junto ao usuário.

Assim, querendo aproximar esse tipo de análise do usuário do campo de estudo do Design como um todo, foi decidido trabalhar com a ideia desenvolvida e divulgada pela instituição Nielsen Norman Group, referência mundial em experiência do usuário, de que existem 4 ciclos de pesquisa dentro de um projeto de design que podem ser compostos por meio da UX Research. Sendo os ciclos:

- Discover (Descoberta)
- Explore (Explorar)
- Test (Teste)
- Listen (Ouço)

A figura abaixo, demonstra métodos e atividades propostos para pesquisar e promover a experiência de um usuário em potencial, que podem ser realizados conforme os projetos passam de ciclos e pelos estágios que envolvem design. Vale ressaltar que cada etapa proposta da metodologia de UX possui processos que podem variar conforme os ciclos, podendo incluir, excluir ou substituir as atividades e ferramentas em cada fase quando for considerado necessário.

Figura 28 – Metodologia UX no ciclo de design



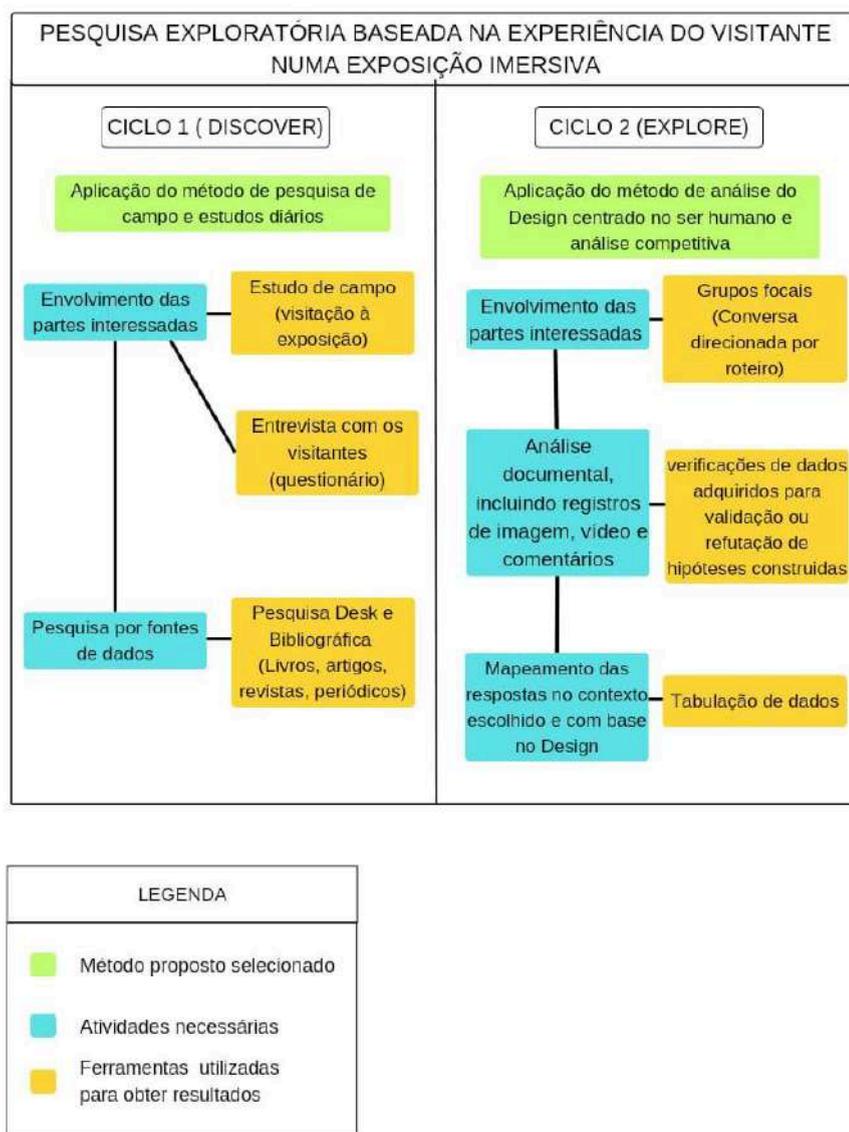
Fonte: MARTINS, Adaptado de Sarah Gibbons⁵, 2022.

Sendo assim, para o desdobramento deste trabalho a metodologia escolhida é linear, centrada totalmente na experiência do usuário, de caráter misto já que utilizou ferramentas, métodos e atividades associados ao Design Thinking e UX Design que ajudaram na conclusão dos objetivos estipulados, permitindo o

⁵ Tradução do gráfico de Sarah Gibbons não oficial, podendo haver palavras divergentes em relação ao gráfico original em inglês.

feedback e adição de informações quando necessário nas fases executadas, estando dividida deste modo:

Figura 29 - Recorte da metodologia adaptado ao projeto



Fonte: Elaborado pela autora, 2023.

No entanto, vale ressaltar que o escopo do projeto não permitiu a execução de todos os ciclos e atividades propostas pela metodologia escolhida, por ser um projeto de caráter teórico que não visa a criação de um produto ou serviço, portanto, foi decidido preliminarmente que o trabalho iria até o ciclo Explore da metodologia apresentada. Abrindo espaço para que os ciclos 3 e 4 se tornem desdobramentos futuros do presente trabalho.

Todavia, foi realizado pelo menos uma pesquisa quantitativa e qualitativa com as pessoas presentes no cenário de estudo visando obter conhecimento generalista do padrão de comportamento, sentimentos e reações das pessoas em relação ao ambiente imersivo, como também procurou entender mais profundamente o porquê das ações ou opiniões dos visitantes. Conseqüentemente, os resultados obtidos serviram para validar ou refutar as hipóteses construídas pelo autor com base no referencial consultado.

6.1. Métodos adotados para avaliação

Especificamente, as técnicas e ferramentas de pesquisa utilizadas para o estudo de caso deste trabalho, com foco na coleta de informações sobre a experiência dos visitantes na exposição imersiva Van Gogh Live 8K, enquanto esta se encontrava em Recife no ano de 2023, foram a observação assistemática, condução entrevistas, consulta e análise de conteúdo audiovisuais e publicitário no perfil do Instagram dedicado a divulgação da exposição, análise bibliográfica e criação de grupo focal, que serão detalhadas nas páginas a seguir. Tornando este trabalho, em um estudo de caso exploratório e hipotético que buscará apresentar as opiniões dos visitantes e relacioná-las com as ideias apresentadas pelos autores consultados, verificando se o público abordado concorda com eles e se não, qual é o motivo.

Vale ressaltar que os entrevistados e participantes da coleta de dados sobre a experiência, faziam parte de um grupo estudantil universitário que visitou a exposição imersiva “Van Gogh Live 8K”, no dia 28 de abril de 2023 localizada no estacionamento do Shopping Riomar Recife.

6.1.1. Observação assistemática na exposição

A observação é uma técnica de coleta de dados, que não é composta apenas pelas ações de ver ou ouvir, mas que engloba examinar fatos ou fenômenos que se desejam estudar, usada preferencialmente na pesquisa de campo como uma abordagem qualitativa, que pode ser complementada por outras técnicas ou de maneira exclusiva.

De acordo com arquivo disponibilizado no Centro de Ensino Superior de Rondonópolis (CESUR), as observações podem ser executada em várias modalidades de acordo com as circunstâncias, sendo:

- **Observação não estruturada (Assistemática, espontânea, simples, livre, ocasional, acidental):** Quando se quer recolher e registrar fatos da realidade sem que o pesquisador utilize meios técnicos especiais;
- **Observação estruturada (Sistemática, planejada, controlada):** Quando se utiliza instrumentos para a coleta de dados ou fenômenos observados. O observador sabe o que procura e o que carece de importância.

Para este estudo, foi efetuada a observação assistemática (simples) indicada para estudos qualitativos de caráter exploratório, como é a proposta deste trabalho. Nesta modalidade de observação o pesquisador observou de forma neutra como qualquer outro visitante a exposição, alheio à comunidade, grupo ou situação que pretende estudar, observando de maneira espontânea os fatos que ocorreram ao seu redor e durante o percurso, realizava registros imagéticos do trajeto para lembrar de como era cada sala e como se sentiu estando ali.

6.1.2. Entrevista com os visitantes

A entrevista foi realizada aproximadamente duas horas depois do grupo universitário ter deixado a exposição, com o intuito de proporcionar um tempo para descanso, mas ainda obter relatos que resgatavam lembranças e emoções recentes de maneira detalhada. A entrevista foi baseada no roteiro estruturado poucos dias antes da visita a exposição imersiva, composto por 10 perguntas que abordaram o perfil do visitante (idade, hábito de frequentar exposições, os motivações de visitar espaços expositivos) e as expectativas para a visita àquela exposição específica como: se a exposição atendeu as expectativas que o visitante criou, se o visitante gostou de alguma parte da exposição, se o visitante não se agradou de alguma parte da exposição e os motivos disto, a opinião do visitante sobre o conteúdo exposto, se o visitante voltaria a uma exposição imersiva, entre outros.

6.1.3. Grupo focal

A técnica de coleta de dados denominada grupo focal, de acordo com Bauer e Gaskell (2002), corresponde a uma tipologia de entrevista qualitativa realizada com um grupo de respondentes. Para este trabalho, a dinâmica foi executada com um grupo de 5 respondentes que estiveram na exposição imersiva selecionada para estudo, que foi conduzida por um roteiro estruturado, ministrada em três momentos, com a duração total de 1h e 40min.

Momento 01- Orientações gerais e apresentação dos objetivos, o momento foi composto pelas seguintes atividades:

- Reunião por videoconferência iniciada no horário previsto;
- Apresentação da dinâmica;
- Apresentação da temática, dos objetivos da pesquisa e do grupo focal;

Momento 02- Termo de consentimento da pesquisa, composto pelas atividades:

- Disponibilidade do PDF do termo de consentimento para uso de imagem e voz de cada participante do grupo focal, com exceção do pesquisador.
- Solicitação do preenchimento do termo de consentimento da pesquisa por cada respondente do grupo;
- Preenchimento do termo, ocorrido de forma síncrona e online.

Momento 03- Discussão com rodada de perguntas específicas (escritas e narradas de maneira coloquial para promover uma aproximação com os respondentes que são jovens). Esse momento foi composto pelas atividades:

- Discussão sobre as questões referente à experiência individual;
- Discussão sobre as perguntas que abordam o ambiente expositivo;
- Discussão sobre como foi a relação, interação do grupo com o local visitado.

6.1.4. Análise do conteúdo virtual

Diante do crescente uso das mídias sociais pela sociedade e da presença constante dos indivíduos no espaço virtual, foi identificado que analisar as redes sociais poderia ser vantajoso pois elas são importantes veículos de dados qualitativos de experiências do público, através dos comentários registrados de forma espontânea pelos visitantes ou interessados na exposição. Porém, cabe

salientar que o termo Rede Social utilizado aqui, se refere a uma rede tecnológica de conexões, que aproxima pessoas com interesses em comum.

Neste sentido, a rede social escolhida para análise do conteúdo postado foi o Instagram, que tem ganhado destaque e é um meio usado pela equipe de marketing da exposição imersiva do Van Gogh, no qual a equipe responsável confere os comentários postados, responde e pressupõe-se que selecione os mais significativos e substanciais para aprimorar a exposição posteriormente, tendo em vista que os usuários avaliam as exposições e expressam suas opiniões através dos comentários depositados nesta rede social e as instituições culturais estão utilizando os espaços virtuais como suportes de comunicação com o público.

Desta forma, com a aplicação de todos os métodos e técnicas selecionados, foi possível descobrir e entender como foi a experiência de alguns visitantes na exposição imersiva e quais foram os motivos que impactaram a experiência individualmente. Tais informações serão detalhadas e discutidas no tópico seguinte, que apresentará todas as salas que constituem a exposição imersiva do pintor holandês e os recursos empregados que agradaram e desagradaram os indivíduos entrevistados.

PARTE 2: A EXPERIÊNCIA DO USUÁRIO NA EXPOSIÇÃO IMERSIVA VAN GOGH LIVE 8K

Neste tópico estão descritas as informações coletadas sobre a experiência de visitantes à exposição Van Gogh LiVe 8K instalada na estrutura do estacionamento do shopping Riomar Recife, juntamente com comentários sobre a expografia estabelecida e seu provável objetivo, possuindo como base todo o material de pesquisa teórica selecionado para o estudo.

7. Conhecendo o local onde a exposição foi montada

O Shopping RioMar foi inaugurado em 2012, estrategicamente entre as zonas norte e sul da cidade de Recife-PE e tornou-se uma referência regional e nacional pelo seu design inovador e sustentável. O local é considerado um destino turístico e também um complexo cultural e de lazer que recebe em média 1,8 milhão de visitantes mensais.

Além de centro de compras, o shopping incentiva eventos autorais para todos os perfis e estilos de público, se consolidando como um centro de entretenimento e convivência, fazendo da experiência do cliente/visitante um marketing positivo e uma forma de solidificar a imagem do estabelecimento comercial.

Sua área total é de 295.000m², sendo 101.000m² destinados ao espaço comercial e o restante ao estacionamento com 5.600 vagas (70% cobertas). Assim, no projeto arquitetônico há corredores amplos, de fácil circulação e iluminação natural.

Figura 30 - Visão exterior do shopping RioMar Recife



Fonte: Bruno Lima, 2020.

Figura 31 - Visão parcial do interior do shopping RioMar Recife



Fonte: Leandro Ditzel, 2019.

A exposição Van Gogh Live 8K foi montada numa área que pertence ao estacionamento (sem cobertura), em uma estrutura itinerante e semelhante a um grande galpão. Mas será que estar situada neste shopping, afetou a experiência do visitante? E se sim, foi de uma forma boa?

Como já foi comentado, a experiência é resultante da interação entre as pessoas, os produtos/serviços e o contexto no qual essa interação ocorre, levando em consideração os sentidos, as habilidades motoras e mentais, as expectativas, as preocupações, as experiências anteriores, etc. Desta forma pode-se pressupor que a experiência é resultado tanto pelo momento da interação quanto pelo lugar no qual a pessoa e o produto/serviço se reúnem para interagir. Nesse caso, o lugar que compõe a experiência com a exposição não se limita só à estrutura montada, mas abrange todo o seu entorno, já que as pessoas transitam no shopping antes ou depois da visita e isso pode melhorar ou piorar a experiência geral.

Prova disso é o relato de um respondente do grupo focal que quando questionados sobre momentos marcantes enquanto visitavam a exposição do pintor holandês, disse que:

Quadro 6 - Relato da experiência no shopping pelo grupo focal

Pergunta	Resposta
<p>Vocês falaram de várias coisas, mas tem aquela memória, aquela experiência da exposição que vocês lembram como se fosse ontem? Tem uma coisa que marcou, uma daquelas coisas que você só de contar já chora ou sorri?</p>	<p>Não, acho uma boa lembrança, mas... Me perdi no Rio Mar, foi traumatizante. Nesse dia eu quase chorei, eu juro a você, porque só sobrou eu e as duas pessoas que estavam comigo. Era os três que faltavam pra entrar no ônibus. Eu rodei, eu saí literalmente do outro lado do RioMar, porque onde eu encontrei um lugar pra sair, eu saí. Aquele shopping é um labirinto, não é tipo o nosso, que é um retângulo. Eu não gosto nem de lembrar.</p>

Fonte: Autora, 2024.

Este comentário corrobora com a ideia de que a experiência na exposição e as lembranças relacionadas ao evento não foi composta somente por momentos ligados ao espaço expositivo, mas também englobou eventos e locais que os visitantes frequentaram antes ou depois de adentrar a exposição e ter contato com o conteúdo exposto. Gostaria de ressaltar que o relato deste respondente, levou ao seguinte comentário de outro participante: Eu acho que a experiência do usuário também tem que levar em conta que o shopping é complicado.

Tal comentário deixou claro a consciência de que o planejamento de uma experiência deve ser abrangente e levar em consideração fatores que possam influenciar positiva ou negativamente, independente de ter uma relação direta com o produto/serviço/ambiente experimentado porque mesmo que a proposta tenha sido colocar uma exposição atrativa em um shopping amplo e popular, parece não ter sido pensado como seria a experiência para pessoas de outras localidades, acostumadas com shoppings com uma arquitetura diferente, que não teriam guias nesse novo espaço e nem compreenderam com facilidade as orientações/informações dispostas no espaço devido a limitação de tempo disponível para transitar e absorver as informações. Deixando essa lacuna para ser um ponto a ser pensado e solucionado futuramente pelas equipes interdisciplinares que estão em parceria para criar uma experiência de qualidade.

7.1. Sobre a exposição analisada e seu homenageado

O artista holandês Vincent Van Gogh (30 de março de 1853 – 29 de julho de 1890) é considerado um dos maiores pintores da história, no qual todo o seu trabalho – cerca de 900 pinturas e 1100 desenhos – foi produzido durante um período de apenas 10 anos, antes de sucumbir à doença mental, no entanto, não teve muito sucesso como artista enquanto ainda era vivo.

Apesar de uma carreira e de uma vida curta, Vincent Van Gogh criou uma obra tão deslumbrante que com o passar dos anos o transformou em um verdadeiro patrimônio da história mundial das artes plásticas. Presente em exposições, museus, livros, utensílios e todo tipo de objetos, sendo conhecido e consumido pelas massas facilmente. Assim, a arte do pintor holandês se tornou popular, atravessou o tempo e ainda é inspiração aos artistas por seu traço inconfundível.

Quando trata-se de exposições recentes que homenagearam e apresentaram as obras do artista de forma imersiva, pode ser citado a exposição “Beyond Van Gogh” ocorrida em São Paulo, que atraiu mais de 40 mil visitantes entre março e julho de 2022. Esta exposição foi antecessora da exposição visitada neste estudo de caso, a “Van Gogh Live 8K”, pois os responsáveis pela exposição Beyond Van Gogh, decidiram fazer uma nova exposição baseada no artista e em todo o arcabouço teórico e técnico adquirido nos três anos de pesquisa da equipe, criando desta forma uma das maiores exposições destinada ao artista, contato com mais de 250 obras do pintor projetadas em resolução 8K e com seis ambientes especialmente projetados numa megaestrutura.

É um privilégio do Brasil poder apresentar essa nova versão mundial de uma exposição imersiva de Van Gogh, com tecnologia de ponta e resolução 8K inédita no mundo. Nossa experiência com a realização da Beyond Van Gogh nos proporcionou o conhecimento técnico e artístico que possibilitou a criação dessa experiência única no mundo. (REISMAN apud Redatora, s.p, 2023).

Após todo o planejamento, a exposição “Van Gogh Live 8K” estreou mundialmente no Barra Shopping na cidade do Rio de Janeiro no mês de julho de

2022 e percorreu outros estados brasileiros até chegar na cidade de Recife-PE com o patrocínio do Shopping RioMar. Ela estava aberta a visitação a partir de 1 de fevereiro até o dia 7 de maio de 2023, entretanto, devido o sucesso com projeções em alta resolução, a permanência foi prorrogada até o dia 05 de Junho de 2023.

Figura 32 - Entrada do espaço destinado à exposição



Fonte: Autora, 2023.

A mostra Van Gogh Live 8K foi divulgada como uma exposição imersiva que oferece projeções com uma qualidade inédita superando os projetores HD comumente usados em exposições do gênero até então, permitindo a observação das pinceladas grossas e cores vivas características de Van Gogh de uma forma única. A exposição contém além do gigantesco salão principal, mais cinco ambientes: um café-teatro temático, uma loja com produtos customizados, um local educacional, um campo de girassóis e uma antessala imersiva, onde um rosto em 3D do pintor é formado por meio de seus autorretratos.

A mostra em Recife possuía 2.800m² de área total, no qual 1500m² eram destinados aos espaços de projeção que abriga por volta de 40 projetores para criar mais de 45 minutos de projeções com resolução 8K. Também era encontrado na exposição uma trilha sonora com músicas de Debussy, Ravel, Bach, O'Halloran, Pink Floyd, 3 na bossa, entre outros, juntamente com a narração de cartas trocadas entre o artista e seu irmão, na voz da atriz brasileira Fernanda Montenegro.

Sendo assim, VAN GOGH LIVE 8K é uma exposição, visto que no momento de escrita deste documento ainda está sendo apresentada em outros estados brasileiros, com o objetivo de contribuir para o enriquecimento cultural de todas as pessoas que puderem contemplar a exposição ao fornecer um ambiente diferenciado com recursos que ajudam o conteúdo a ser compreendido facilmente e criar uma experiência memorável.

Mas quais são os elementos usados na exposição que garantem um ambiente inovador? Todos eles ajudam na compreensão da temática em sua plenitude? São aceitos pelo público sem qualquer negatividade? Isso é o que será discutido a seguir.

7.2 Conhecendo o percurso da exposição e as impressões iniciais dos visitantes

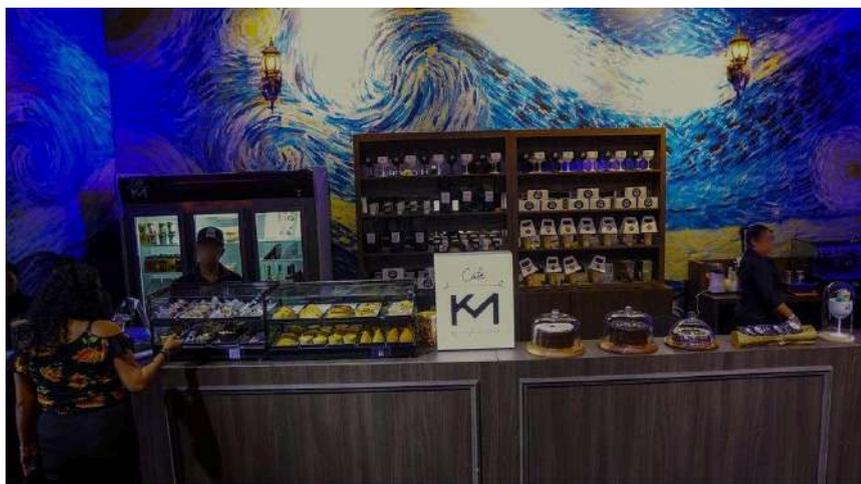
Como mencionado acima, a exposição conta com um total de 6 espaços na estrutura montada no estacionamento do shopping RioMar Recife. Logo, este tópico pretende apresentar cada um dos espaços seguindo a ordem deles no trajeto percorrido no momento de visitação, sendo eles: Café-teatro temático, Sala educacional, Antessala imersiva, Campo de girassóis, Sala da paleta de cores, Salão principal e uma Loja com produtos customizados.

Café-teatro temático – Após a compra dos ingressos pelos visitantes no interior da estrutura ou num estande dentro do shopping, o indivíduo consegue adentrar o ambiente projetado, tendo um contato inicial já com o espaço customizado, pois ele se encontra no salão destinado à recepção dos visitantes, um espaço amplo que abriga além do café temático, um pequeno palco destinado a apresentações, a loja de produtos customizados e a entrada para o percurso, que apresentarei mais adiante. O quiosque é responsabilidade de um dos cafés/bistrôs presentes no shopping RioMar, o Café KM, que faz parceria com a exposição e disponibiliza funcionários para atuar no café temático durante o horário de funcionamento.

Este espaço é envolvido pela pintura “Noite Estrelada” de Vincent Van Gogh e destinado a comercialização de produtos alimentícios como bebidas, bolos, doces e salgados para a equipe responsável pela exposição e visitantes.

Tornando-se um recurso estratégico que prolonga a permanência dos visitantes no espaço expositivo, e é propício para uma experiência vinculada aos encontros/interações sociais pré ou pós exposição.

Figura 33 – Café-teatro temático



Fonte: Perfil social Vangoghlivebrasil8k, 2023.

O espaço conta com uma iluminação quente que contrasta com a tonalidade mais azulada, proveniente do papel de parede de uma das obras mais conhecidas do pintor holandês. Também possui uma quantidade de mesas e cadeiras que podem ser insuficientes dependendo da quantidade de visitantes presentes no local, como quando ocorre visitação de dois ou mais grupos escolares no mesmo horário.

Figura 34 - Espaço destinado a alimenta o no café temático



Fonte: Autora, 2023.

Após sair da recepção, dá-se início ao percurso entre as salas expositivas sem a possibilidade de retorno até a finalização do trajeto. O percurso começa com a caminhada por um corredor que fornece a primeira experiência sensorial olfativa, tátil e visual, porque o visitante passa por um corredor que retrata a pintura *Amendoeira em Flor* através de tiras de tecidos estampados com a obra de 1890, banhadas com o cheiro de amêndoas, e andar entre os tecidos é como entrar na pintura, fazer parte dela e sair da atualidade para o passado, iniciando uma jornada pela vida e obras do homenageado.

Figura 35 - Corredor inicial

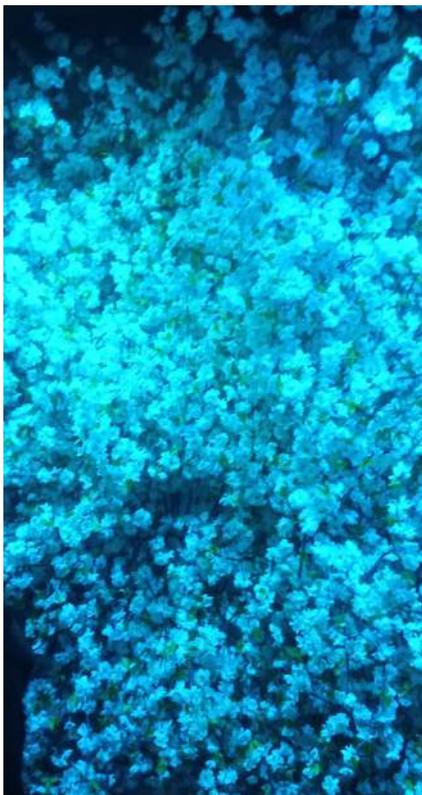


Fonte: Perfil social Vangoghlivebrasil8k, 2023.

Os tecidos eram estampados, com uma textura lisa, e exalavam uma essência doce e floral que podiam ter como finalidade passar a impressão de passear entre um campo florido e calmo, pois a tonalidade azul da pintura transmite tranquilidade.

Ao final desse trajeto, o visitante se depara com um painel com flores da mesma árvore de rosas brancas que ao serem iluminadas com uma luz azulada, se tornavam um complemento daquele corredor e permitia um cenário instagramável para iniciar os registros fotográficos dos visitantes à exposição.

Figura 36 - Parede de rosas



Fonte: Autora, 2023.

Investir em cenários instagramáveis nas exposições imersivas é comum, porque segundo Sacchettin (2021) o potencial instagramável de uma exposição é uma das motivações que fazem uma pessoa sair de casa e frequentar o evento, para durante ou após a visita, capturar e compartilhar fragmentos do que viu e experimentou nos smartphones e redes sociais, capazes de gerar inveja, prestígio e recordações. Assim como O'Doherty comenta no ano de 1970:

A maior parte da nossa vivência só se torna perfeitamente clara pela mediação. O exemplo comum é a foto. Você só confirma como se divertiu nas férias de verão pelas fotos. Pode-se então adaptar a vivência a certos princípios de "divertimento". Esses ícones em cores são usados para convencer os amigos de que você se divertiu – se eles acreditarem, você acredita. Todo mundo quer ter fotografias não só para comprovar, mas para inventar sua experiência. (O'DOHERTY, 2002, p. 57 apud SACCHETTIN, 2021, p. 643-644)

Assim, a exposição ter painel como o da Amendoeira para fotos solitária ou em grupos, atrai pessoas que, de outro modo, dificilmente visitariam uma exposição de arte e garante que a presença online com a divulgação das fotos também proporcione parte da experiência, só não que após a visitação, pois

testemunha o que foi vivenciado e é discutido por meio das legendas e comentários.

Sala educacional - Após esse painel de flores, os visitantes adentram num ambiente constituído por três corredores de fluxo linear com cerca de 10 molduras grandes douradas em estilo rococó contendo textos que contam a trajetória e biografia de Vincent van Gogh. Por trás das molduras e dos textos informativos estão inseridas algumas obras do pintor.

Mas também estão inseridos neste ambiente, algumas molduras suspensas que são destinadas à interação do público com a exposição, disponíveis para os visitantes tirarem fotos como se fossem uma pintura realista.

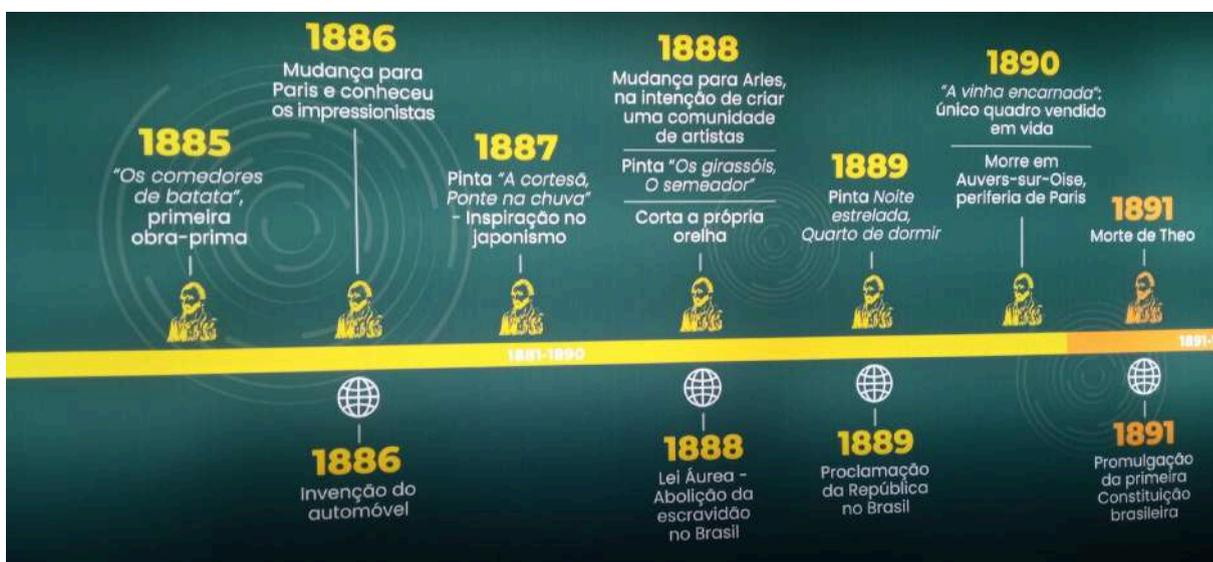
Figuras 37, 38 e 39 – Acervo da sala educacional



Fonte: Autora, 2023 e Camile Barros, 2023.

O indicativo do final da sala educacional é a presença de um grande painel com uma linha do tempo, destacando alguns dos momentos mais importantes da vida do artista e acontecimentos mundiais, como mostra as próximas imagens.

Figuras 40 e 41 - Painel linha do tempo



Fonte: Autora, 2023.

Esta sala teve um misto de opiniões dos entrevistados e participantes do grupo focal, porque ao mesmo tempo que proporcionava conhecimento através dos textos e imagens, também foram identificadas pelos visitantes problemáticas referente a acessibilidade, maneira escolhida para expor as informações e fluxo

espacial, como demonstra o quadro abaixo. Servindo como um de feedback e modificar a exposição no futuro se levadas em consideração.

Quadro 7- Comentários sobre a sala educacional segundo a visão de visitantes

Comentários Positivos	Comentários Negativos
<p>Porque normalmente a gente sabe que tal coisa aconteceu em tal ano e outra coisa também, mas é difícil a gente juntar as duas coisas. Então achei muito massa. Essa parte mais histórica mesmo.</p> <p>Visualmente, como eu falei, é legal pra foto e tal, mas eu sentia aquela falta de emoção. Eu gostei muito de saber a curiosidade junto com o visual, que mostrava lá. Mas é mais sobre a curiosidade.</p>	<p>Tem umas coisinhas que eu não me agradei muito. Tipo, eu acredito que deve ter um esquema de fluxo de pessoas lá onde você entra numa sessão e depois não pode sair mais, é todo um caminho contínuo. Eu acredito que seria melhor se você pudesse entrar e sair.</p>
<p>Eu fiquei muito curiosa, porque tinha algumas curiosidades dele que eu não sabia, alguns fatos que eu não conhecia. Então, eu fiquei "nossa que massa".</p>	<p>Eu achei muito interessante, eu queria ter visto melhor porque eu senti um pouco de dificuldade naqueles que tinha textos na frente. Eu me interessei muito pelo texto, eu li todos os textos, mas as obras que estavam por trás eu achei que ficaram um pouquinho ofuscadas (...).</p>
<p>Até o modo como abordam o artista, tipo tem coisas do Van Gogh lá que era mais pessoal, eu diria, que eu não sabia. E lá estava falando. E em outras exposições que fui, dependendo do artista, era só aquelas informações mais técnicas mesmo.</p>	<p>E a única parte que eu pensei "Meu Deus, isso podia ser melhor" foi na parte dos textos, dos quadros, no início. Porque lá os textos eram colocados num vidro e atrás tinha um quadro. E aí tinha partes que eu ficava tentando enxergar, eu ficava, "Meu Deus, que letra é essa?" Isso foi uma dificuldade para mim, então eu não me sentia muito bem passando nessa parte.</p> <p>Eu ficava pensando "Meu Deus, imagina que uma pessoa que tem dificuldade para enxergar essas letras aqui vai perder uma parte da história"</p>

Fonte: Autora, 2024.

Antessala imersiva – Após a saída da sala educacional, o visitante se encontra numa sala escura, com pouca iluminação e sem mobiliário que contém projeção do pintor holandês que vai se modificando com o passar dos segundos, transitando entre a mudança na aparência do artista e nos traços utilizados na construção do seu auto retrato, alguns, mais leves, outros mais fortes, bagunçados e organizados, como demonstrado nas figuras 42 e 43.

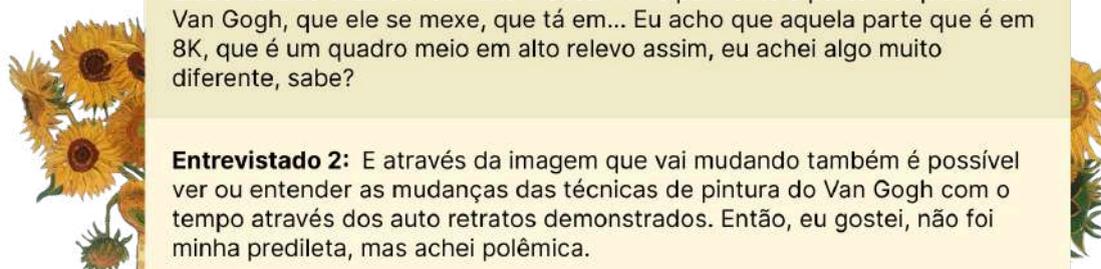
Figuras 42 e 43 - Conteúdo da ante sala imersiva



Fonte: Autora, 2023 e Camila Quaresma/ g1 SP, 2023.

Possibilitando ao público uma forma diferente de visualizar as técnicas de pintura do artista que se modificaram com os anos, deixando a sala como uma das salas mais interessantes do trajeto, ao ser selecionada como alguns dos melhores momentos dos entrevistados ao fim da visita, ao pensar na exposição e a aliança da tecnologia com a arte.

Quadro 8- Opiniões dos visitantes entrevistados sobre a antessala



Entrevistado 1: Eu achei muito massa. Principalmente a parte do quadro do Van Gogh, que ele se mexe, que tá em... Eu acho que aquela parte que é em 8K, que é um quadro meio em alto relevo assim, eu achei algo muito diferente, sabe?

Entrevistado 2: E através da imagem que vai mudando também é possível ver ou entender as mudanças das técnicas de pintura do Van Gogh com o tempo através dos auto retratos demonstrados. Então, eu gostei, não foi minha predileta, mas achei polêmica.

Entrevistado 8: Eu achei muito interessante a sala que tem o rosto dele com as técnicas da pintura dele e vai mudando. Eu achei muito interessante

Fonte: Autora, 2024.

Sala dos Girassóis - Antes de adentrar essa sala, o visitante já tem um indicativo de que ela é a próxima em seu percurso porque é colocado no corredor que faz a transição da antessala com o auto-retrato para a sala dos girassóis, uma moldura rodeada pelas flores tão amadas pelo artista e retratadas em mais de 5 quadros.

Figura 44 - Moldura com girassóis



Fonte: Autora, 2023.

Quando o visitante entra na sala, se depara com uma experiência sensorial visual e olfativa, porque o espaço possui um aroma adocicado e seu ambiente contém uma iluminação em tom quente, espelhos nas duas laterais, comporta mais de 10.000 girassóis artificiais que revestem parcialmente o chão e completamente o teto.

Figura 47 - Sala dos Girassóis



Fonte: Autora, 2023.

Envolvendo o visitante numa paisagem e obra de tom vibrante, dando a impressão de transportar as pessoas para um local diferente de uma simples sala. Como deixa a entender a fala de um entrevistado após outra pessoa comentar que a sala de girassóis, não era a sala com os girassóis de Van Gogh, referindo-se às obras pintadas pelo artista.

Mas ainda assim eu senti que foi algo legal pra gente se sentir lá, entendeu? Essa sala dos girassóis realmente não são os dele, mas foi um negócio que pelo menos levou a gente pra algo, sabe?. (Entrevistado 1, 2023)

Sala Paleta de cores - Após a sala dos girassóis, o visitante adentra a sala que faz menção à paleta de cores utilizadas nas obras de Van Gogh. Esta sala é um ambiente composto por projeções de flashes de luzes coloridas em formato de linhas que se movimentam e passeiam em diversas direções na sala, envolvendo as pessoas por completo quando estão lá. O indivíduo pode sentar no chão apenas para admirar, ouvindo a trilha sonora da exposição.

Figura 46 - Sala da paleta



Fonte: Nicolás Leiva, 2023.

Esse espaço foi surpreendente já que não era esperado por não estar na lista de salas que compunham a exposição, mas também resultou em algumas experiências desconfortáveis aos visitantes, como relata um dos entrevistados e participante do grupo focal.

Uma experiência minha que eu lembro, meio que traumatizante, foi porque tem uma hora da exposição que fica um negócio se mexendo. Eu fui andar com a minha amiga, a gente tava pra cair no chão, deu uma vertigem, uma tontura, sabe? Não lembro qual foi a obra, só sei que ficou muito ruim pra andar. Cara, e a gente lá, tipo, andando e caindo pros lados, assim, com medo de levar um tombo, sabe? A gente teve que se sentar no chão. (Entrevistado 12, 2023).

Salão Principal - Esta é uma das salas mais importantes da exposição por conter mais de 200 obras do Van Gogh que foram digitalizadas e projetadas de uma maneira que envolve toda área disponível de 1.500m², com exceção do teto. A sala contém alto-falantes responsáveis por fornecer a trilha sonora selecionada e a voz de Fernanda Montenegro narrando algumas cartas que Van Gogh deixou para seu irmão Theo.

Figuras 47, 48, 49 e 50 - Salão Principal e suas projeções





Fonte: Autora, 2023.

As pinturas do acervo do pintor, vão sendo projetadas no salão e sofrem sobreposição após alguns minutos em transições suaves e que são reproduzidas após 45 minutos. Em determinados momentos parece que a projeção está em sincronia com o que é narrado pela atriz brasileira ou reforçam a sensação que as músicas transmitem como calma, alegria e reflexão. Gerando um momento único e de contemplação que entre os relatos de visitantes era belo, incrível e mágico.

Quadro 9 - Narrações de emoções ocorridas no salão principal

Para mim foi algo muito bonito de se ver, principalmente a última sala, que é a sala grandona. Representa muita beleza para mim.

Eu fiquei emocionada com as músicas. É porque era muito bonito as músicas, eu gostava, eu já conhecia. Quando tocou e quando eu vi as obras, tudo junto, eu fiquei emocionada. Eu só não chorei porque eu tava com vergonha.

Rapaz, eu achei muito bom porque a obra de van Gogh sempre foi a questão do movimento. A arte final dele sempre busca a questão do movimento, da naturalidade. E nessa questão tecnológica ele traz esse movimento, essa naturalidade.

A gente parte do momento que nós, visitantes, começamos a parar de andar enquanto o que começou a se movimentar foi a arte, não a gente.

A pessoa faz parte daquela obra também. Você tá ali dentro, você consegue sentir tudo, os movimentos e tudo, faz parte daquilo. É uma experiência muito linda.

Aquela sala, a principal que tinha as projeções, achei bem interessante porque era imersão meio que muito forte. Sei lá, você sentia as coisas passando e mudando e também tinha questão da música, que eu acho que silenciava também o povo, por ser uma música mais instrumental, mais clássica... Ele meio que incentivava você a sentir as coisas, eu acho.

Fonte: Autora, 2024.

As obras reproduzidas sem pausa, são exemplos que resultaram da cultura às massas que utiliza meios de reprodutibilidade técnica para reproduzir os mesmos elementos milhares de vezes para disseminar o conteúdo gerado e ser consumido até o ponto de não ser mais procurado pelo público e precisar ser substituído. Como também esclarece sobre uso da tecnologia como ferramenta essencial para facilitar nas exposições de obras, sem precisar ter elas fisicamente, pois é muito mais seguro e econômico digitalizar as obras, do que transportá-las e restaurá-las em caso de danos.

Após sair do salão principal, o visitante ainda conta com um pequeno cenário para tirar fotos e deixar registrado sua visita.

Figura 51 - Cenário fotográfico



Fonte: Autora, 2023.

Loja oficial - O espaço com produtos customizados é planejado para ser percorrido em dois momentos, após a entrada do visitante na estrutura da exposição pois encontra-se ao lado do café-teatro, ou poderia ser visualizada após sair do salão principal, que foi o momento considerado neste relato, sendo compreendido como a última parada do percurso linear programado pelos organizadores.

O ambiente é destinado a venda de réplicas das obras do pintor holandês e a comercialização de itens e acessórios personalizados como camisetas, almofadas, bonés, imãs de geladeira, canecas, entre outros.

Figuras 52, 53 e 54 - Artigos da loja oficial



Fonte: Autora, 2023.

Pressupõe-se que a venda dos objetos visa o lucro da exposição e pretende fornecer uma ou mais lembranças aos visitantes do que foi experimentado ali, no entanto, um dos problemas relatados neste espaço foi o preço dos objetos em relação ao seu tamanho e qualidade, deixando a desejar. Como mostram as falas a seguir, coletadas no momento do grupo focal.

Quadro 10 - Opiniões sobre a loja oficial da exposição.

Respondente 1:

" [...] E era muito cara a lojinha, uma blusinha, era R\$ 130,00. Eu não vou dar."

Respondente 2:

"Um ímã de geladeira. 50 reais. Mano, 50 reais um ímã de geladeira minúsculo. Tinha uns sketchbook lá, pequenininho também, 80 reais!"

Respondente 3:

"Se isso tivesse um preço de gente, eu até pensava. Porque assim, eu sou pobre, mas eu gosto de ter as coisas, entendeu? Não é porque eu sou pobre que eu não posso. Ai... Eu queria? Queria, mas não deu. O negócio das telas foi o que menos me deu vontade de ter porque as telas eram tipo uma impressão, não tinha nenhum relevo, não tinha nada. Me deu foi raiva."

Fonte: Autora, 2023.

Desta forma, com vista no que foi observado e apresentado até este ponto, pode-se concluir que o projeto expográfico, composto pelo conjunto de recursos e suportes de apresentação (bases, vitrines, divisórias, etc.), informação (textos, recursos multimídia, linguagens, etc.) e sinalização (placas, painéis, etc.) da exposição Van Gogh Live 8K foi concebido a partir de estratégias com finalidade informativa e artística, que priorizou os recursos multimídia como os projetores e alto-falantes estimulando tanto o sentido da visão quando o da audição, juntamente com elementos que estimularam os outros sentidos humanos, por meio das essências, textura dos materiais dispostos no espaço, temperatura do ambiente, com o intuito de favorecer a fruição do público e promover uma abordagem que apoie a mediação cultural.

E que a experiência do público oscila entre momentos positivos e negativos dependendo das características das salas, das expectativas individuais e da experiência vivida anteriormente por cada indivíduo, pois desde o início a exposição está sujeita a comparações devido aos métodos adotados entre o modo de expor tradicional e o digital e imersivo. Fazendo com que as pessoas ponderem sobre qual é o modo de exposição que mais lhe agrada ao considerar valores, percurso, acessibilidade e temática.

Sendo assim, estar no local de estudo por meio de uma visita, ter contato direto com o público-alvo do estudo de caso e registrar cada comentário

relacionado com o dia da visita a exposição, auxiliou na validação de conteúdos teóricos sobre pontos que influenciam positivamente ou negativamente uma experiência, que o processamento cerebral evoca emoções e sentimentos que serão armazenados na memória e consultados futuramente para tomadas de decisão, que a interação e fruição da arte parte da tríade obra-ambiente-observador, que o ambiente imersivo busca estimular todos os sentidos sensoriais com alguns recursos que são considerados simples, mas que causam a diferença e, que essa diferença muitas vezes é positiva na experiência. No entanto, o que foi apresentado aqui foi só um vislumbre do que foi experimentado pelos visitantes, e é por isto que o tópico a seguir, relacionado as entrevistas e roda de conversa, pretende adentrar mais nas opiniões do público sobre exposições, expectativas, a vivência na exposição imersiva em relação a uma exposição tradicional, visando explorar o que é mais atraente e por quais motivos.

7.3 Resultados da entrevista sobre a experiência vivida

Como dito anteriormente, a pesquisa de campo ocorreu na estrutura itinerante no estacionamento do RioMar Recife durante o dia 28 de abril de 2023, porque a estudante não teve muitas oportunidades de viajar e visitar a exposição mais vezes, por ser efetuada em outro estado. Ao todo foram entrevistados 17 visitantes no dia da pesquisa de campo entre o horário de 16h às 18h. Todos os entrevistados residiam no estado de Alagoas, faziam parte de um grupo de estudantes universitários do curso de Design com faixa etária entre 18 e 25 anos, que viajaram para frequentar a exposição imersiva no estado de Pernambuco como visita de campo para assimilar conteúdos relacionados às aulas teóricas adquiridas na faculdade.

A entrevista foi conduzida por um roteiro estruturado antes da data de viagem que contou com 10 perguntas abertas (Apêndice A)⁶, efetuadas ao grupo de estudantes pouco tempo após a saída da exposição Van Gogh Live 8K, pois no momento de visita a autora estava realizando uma observação espontânea, anotações para registrar fatos sem afetar a qualidade ou a natureza da visita. As perguntas iniciais buscaram mapear o perfil dos entrevistados como faixa etária,

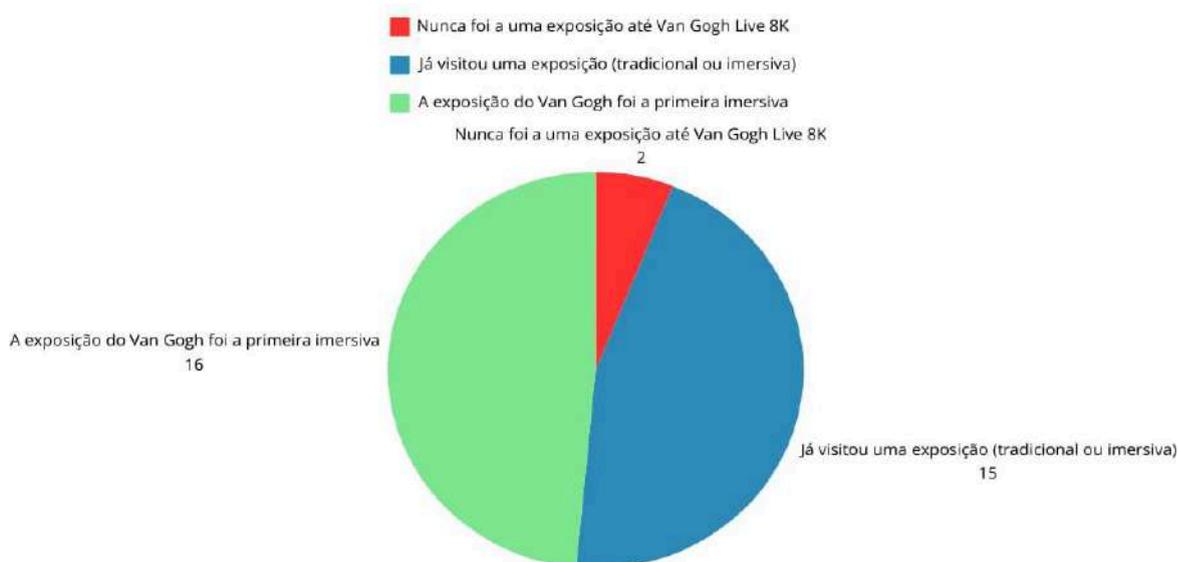
⁶ Todas as perguntas estruturadas do roteiro estabelecido podem ser visualizadas na página 134 deste documento.

interesses por arte, se eram visitantes esporádicos ou constantes de espaços expositivos como galerias e museus.

Após a análise das entrevistas, notou-se que 13 dos 17 entrevistados que visitaram a exposição e estavam dispostos a responder perguntas, eram mulheres, demonstrando a predominância feminina no ambiente expositivo e a iniciativa de comentar sobre suas experiências mais detalhadamente. Aspecto já esperado devido o estudo de Macedo e Oliveira (2022) que focou na tríade museus-lazer-turismo, por meio de um estudo de público que identificou tanto a prevalência de mulheres com alta escolaridade nos espaços museus e culturais, considerando-os espaços de lazer e aprendizagem, sendo um local de lazer intelectual escolhido para programas individuais e familiares. Quanto à decisão delas de responderem formulários, apesar de estarem acompanhadas por homens, corroborando com a ideia do protagonismo das mulheres nas decisões relativas ao lazer.

Através da entrevista foi possível descobrir o interesse significativo por exposições artísticas de diferentes âmbitos como escultura, fotografia e pintura em museus, galerias ou espaços culturais. Pois dos 17 entrevistados, somente 2 indivíduos ainda não tinham visitado nenhuma exposição até estar em Van Gogh Live 8K.

Gráfico 1 - Percentual de visitação em exposições entre os entrevistados



Fonte: Autora, 2024.

Que todos os envolvidos conheçam o artista holandês e mais da metade dos entrevistados, estavam tendo contato com um espaço imersivo pela primeira

vez através da exposição Van Gogh Live 8K, para ser mais precisa, somente uma estudante já tinha participado de uma exposição imersiva anteriormente, com a participação de sua família.

Como em todos os relatos, foi citado a presença de ansiedade e curiosidade para descobrir como seria estar no ambiente expográfico divulgado nas redes sociais e páginas da internet sobre a exposição imersiva presente na cidade de Recife. As perguntas planejadas tinham como objetivo descobrir como foi para cada pessoa estar na exposição imersiva, se a experiência correspondeu às expectativas e se os entrevistados visitariam posteriormente alguma exposição com características semelhantes ou não.

Deste modo, com a entrevista foi concebido inicialmente a percepção de como o espaço expositivo imersivo tem a capacidade de impactar de diferentes formas cada indivíduo, validando a afirmação de que a experiência é individual e não pode ser controlada pelo designer, mas pode sofrer influências devido às escolhas dos profissionais envolvidos no planejamento, montagem e execução. Pois devido a seguinte pergunta: O que você sentiu nessa exposição? As respostas foram contrastantes entre os entrevistados, já que foram relatadas coisas como:

Em relação a visita lá, sem contar a viagem e o tempo no ônibus, eu acho que calmaria. Não sei se porque também teve uma parte que eu me afastei do grupo porque não conhecia o resto das pessoas que estavam ao meu redor, então eu fiquei muito sozinha, mas estava lendo as coisas, observando, olhando as coisas e tirando fotos, eu senti muito uma calmaria como se fosse só aquele momento e aquele lugar e era uma coisa que eu não sentia a muito tempo. (Entrevistado 15, 2023)

Lendo e descobrindo as coisas sobre ele eu sinto tipo empatia, sabe? Me sinto feliz e triste ao mesmo tempo, mas marcada por muita tristezas por causa dos problemas da vida dele e isso acaba que me deixando um pouco triste por ele mas também meio que uma sensação de alegria por saber que apesar das dificuldades da vida dele e da morte que teve, sem fama, saber que ele é um artista bem famoso hoje. (Entrevistado 17, 2023).

Deixando claro que as pesquisas de avaliação da visita, propostas por Cury (2005) são necessárias e fundamentais para obter um retorno válido sobre a organização, montagem, percepção e aprendizagem referentes ao espaço expositivo, assim como para identificar se os objetivos estipulados pela equipe foram alcançados como desejado e os motivos. Já que conforme os comentários

acima, tais emoções foram alcançadas por causa da informação escrita disponível na sala educativa, a possibilidade de exploração do espaço e conteúdo de forma autônoma e a elaboração de um evento para um artista sem renome enquanto vivo.

Com base nas diferentes emoções reconhecidas nos indivíduos, tornou-se fundamental perguntar se as expectativas de cada um foram atendidas ou não, pois através do que foi vivenciado e as impressões deixadas, esta informação afetará o feedback oferecido na avaliação da visita, como também será acessada inconscientemente no futuro na tomada de decisões para um provável retorno desse visitante em outra mostra imersiva. E os comentários abaixo constataam que para a primeira visita a um espaço imersivo, a experiência foi satisfatória e o evento cumpriu com o prometido.

Como o próprio nome já diz é uma experiência imersiva e realmente cumpriu o objetivo. Eu gostei bastante e acho que todas deveriam ter alguma coisa assim nesse sentido pra poder integrar a pessoa na arte porque às vezes a pessoa acha que a arte é só pra quem entende, pra quem já pratica e etc mas não, deve ser algo que imerge a pessoa, isso torna a arte um pouco mais acessível, mais do povo também.
(Entrevistado 9, 2023)

Eu achei uma experiência muito boa, acho que super valeu a pena. Como primeira experiência, eu achei muito bom. A história do Van Gogh em si me interessa bastante. Eu acho uma história muito triste. Cada quadro daquele que a gente ia lendo sobre a história, me emocionou muito.
(Entrevistado 15, 2023)

Tais respostas levaram a pergunta que faz menção ao que foi dito acima sobre a tomada de decisões no futuro, que é: Após essa experiência/visita, participaria de um evento semelhante novamente? que obteve respostas como: "Eu continuo gostando do tradicional, mas essa experiência imersiva com certeza abrange muito mais, né? E acho que eu iria em outra oportunidade que tivesse." (Entrevistado 3, 2023) e "Nossa, Monet! Quero." (Entrevistado 7, 2023). Determinando que, nesse caso, o serviço cultural oferecido ao público, ao cumprir com o prometido e ter pontos mais agradáveis e positivos do que negativos, a possibilidade de retorno é praticamente garantida.

E para afirmar sobre a presença de mais atributos positivos do que negativos, foi perguntado o que foi bom e o que poderia ser melhorado na exposição. Conseguindo somente três pontos de melhoria e negativos entre as 17 entrevistas, sendo eles a dificuldade de leitura de informações, juntamente com a

visualização das obras na sala educacional, a falta de texturização nos quadros expostos e a falta de energia que pode ocasionar problemas nos aparelhos, como é observado no comentário "Eu acho que... o único problema que pode ter é tipo o problema em relação a cair energia ou dar algum problema nessas coisas relacionadas com tecnologia." (Entrevistado 11, 2023). Os demais descrevem elogios aos cheiros, a movimentação das obras permitida pelo uso dos projetores, a separação e exclusividade de cada sala do trajeto, entre outros.

Desta forma, após observar os pontos negativos evidenciados, e perceber que eles são inexistentes em uma exposição tradicional, foi inevitável deixar de pedir que os entrevistados fizessem um comparativo no estilo de expor e no que sentem em cada espaço de exibição, visto que dos 17, 15 já haviam estado em outras exposições com características tradicionais. e os comentários externaram pensamentos e comportamentos que validam novamente a afirmação de que cada experiência é individual, mas também que cada ambiente de exposição através da sua montagem e tipologia necessita de um comportamento diferente do visitante como exposto por O'Doherty (2002) quando citou que em um ambiente como o cubo branco, mais sacralizado, os visitantes não deveriam fazer barulho e focar mais nas obras. Como narra um dos entrevistados:

Essa que eu fui do " Reencontro" tipo eu demorei muito na tela e em cada uma eu ficava pensando "que técnica eles usaram?, sei o que" tipo, eu quis estudar a estrutura do quadro em si e nessa eu não fiz isso, principalmente nas que estavam muito grande, ou o cheiro era muito forte, a sensação foi totalmente diferente, eu não fiquei preocupada em analisar a obra em si, é mais a experiência no... no espaço. (Entrevistado 4, 2023)

E este comentário pode se relacionar com o de outro entrevistado, que percebe como o ambiente e as escolhas para expor o acervo afeta o comportamento e interesse dos visitantes, independente da idade e grau de conhecimento sobre as artes.

Eu achei muito interessante para quem também não tem conhecimento acadêmico como criança, sabe? Eu achei muito legal ver elas brincando, correndo ou ficando parada tipo "Meu Deus, olha, olha!" Eu acho isso muito massa porque em quadro a criança pode até achar chato, mas no visual, no digital, pode até trazer uma proximidade para depois ela ficar curiosa para pesquisar mais. (Entrevistado 11, 2023)

Graças a essas observações, foi essencial desvendar o que os contribuintes pensam sobre voltar às exposições tradicionais e sua relevância, porque se tornou

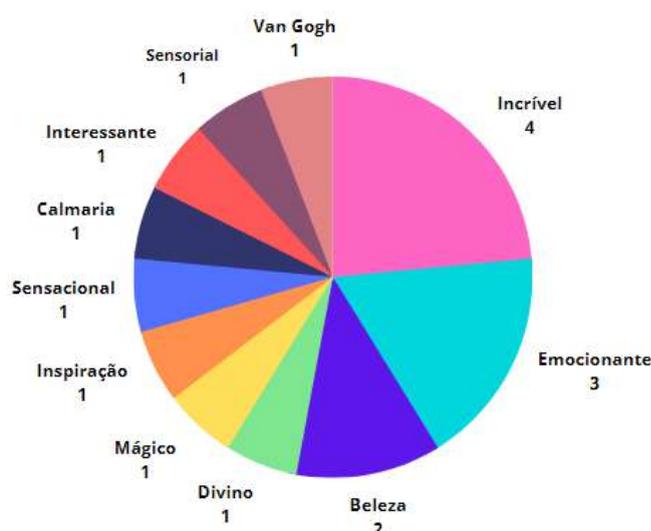
evidente o crescimento e a constância das exposições de caráter imersivo e tecnológico, as blockbusters nos países ao redor do mundo. As respostas indicam uma opinião argumentativa sobre a relevância e os efeitos do método tradicional de expor e o imersivo experimentado.

(...) Acho que tem artes que são feitas para serem tradicionais, quando a gente quer só modernizar por modernizar você perde o sentido da arte, que é o valor que o artista queria transmitir naquela arte. Eu acho que a gente tem que saber diferenciar qual é aquele que pode ser transformado nessa inclusiva, trazer para a tecnologia, e qual que a gente pode deixar tradicional, porque é perfeito daquela forma onde ele foi feito para ser. (Entrevistado 13, 2023)

(...) tem muita gente que não é tão interessada, sabe, por essas exposições mais tradicionais pra ficar só andando, vendo um quadro. Mas eu acho que se tiver uma coisa mais imersiva, assim, as pessoas podem até se interessar mais. Mas eu também sou a favor de continuar, obviamente, tendo as duas, né? E tipo, uma não exclui a outra, mas eu acho que por ser mais imersiva, talvez prenda mais algumas pessoas e chame mais atenção incentivando a ir em outras exposições e conhecer outros artistas. (Entrevistado 17, 2023)

Por fim, para finalizar cada entrevista foi solicitado que cada pessoa definisse sua experiência na exposição, com o intuito de fazê-los refletir, verificando a escolha de palavras verbalizadas sobre a visita ao mesmo espaço, no mesmo dia, no mesmo horário, mas experimentada de maneiras diversas. Apresentada no gráfico a seguir.

Gráfico 2 - Definições da exposição por entrevistado



Fonte: Autora, 2023.

Pela escolha de palavras pode-se presumir por meio de breves definições, que a exposição visitada foi fora do comum, capaz de produzir/despertar uma

grande sensação ou emoção que surpreende e impressiona, muitas vezes de êxtase, admiração ou prazer através dos sentidos, devido o conjunto de características harmoniosas e agradáveis à vista.

Ao fim das entrevistas, ao analisar o material obtido, devido a quantidade de entrevistados, para este trabalho foi identificado a necessidade de efetuar um recorte em relação às respostas obtidas do público, pois algumas eram similares, outras eram muito breves e diretas, indicativo que alguns indivíduos não estavam com muito tempo ou disposição para conversar. Dito isso, o Apêndice C⁷ apresenta a transcrição de mais respostas substanciais para cada pergunta voltada à experiência individual além das citadas, enquanto o Apêndice D⁸ exibe a transcrição completa da entrevista, sem a necessidade de cortes.

Porém, independente da quantidade de respostas obtidas, conquistar cada comentário foi muito gratificante e significativo, pois cada indivíduo experimentou a exposição de um modo individual e a interpretou em diferentes graus de profundidade, chegando até a associar o movimento das imagens reproduzidas à característica da pintura do artista holandês. Como também opinaram com segurança que independente do modelo de exibição - tradicional ou imersivo - todas possuem meios atraentes de exibição e que favorecem o enriquecimento cultural e aprendizagem, apesar do formato imersivo ser considerado um dos mais atraentes quando se tem a presença de crianças e pessoas com pouco conhecimento sobre arte e artistas, pois trata-se de um espaço que favorece a cenografia e apreciação visual.

Como também, a maioria dos respondentes da pesquisa consideraram-se “satisfeitos” e relataram os aspectos que influenciaram suas experiências na exposição imersiva Van Gogh Live 8K, onde muitos foram indicados como positivos por apresentar as obras e o artista de uma forma mais diferente que em exposições tradicionais. No entanto, também ressaltaram alguns recursos expográficos escolhidos e aplicados na exposição que consideraram desagradáveis tendo como exemplo o uso de texto em suporte transparente, que em suas opiniões poderiam ser repensados ou substituídos para tornar a interação do público com as obras e espaço mais fluída e assertiva.

⁷ Este pedaço do trabalho apresenta um compilado de respostas para cada pergunta da etapa de entrevistas que pode ser lido a partir da página 138 deste documento.

⁸ A partir da página 143 pode-se acompanhar a etapa de entrevistas em sua totalidade através da leitura completa da transcrição de cada gravação.

Então, a aplicação da entrevista foi relevante para obter dados qualitativos, mesmo que tenha sido executada com poucas pessoas, isso comprova a importância de executar a avaliação das exposições proposta por Cury (2005), podendo envolver mais do que os visitantes, sendo realizada em dois casos: A primeira avaliação destinada aos responsáveis da exposição no qual a equipe avalia sua organização, planejamento, gerenciamento, execução das tarefas e como interpretam o resultado final de seu trabalho, efetuada durante o planejamento da exposição a fim de evitar problemáticas e ao final da duração da exposição. Já no segundo caso, o público poderia informar ao fim de sua visita qual foi a sua experiência com o tema abordado, como interagiu com a exposição, como foi o atendimento, como e quais foram os seus aprendizados no local, para aprimorar o serviço. Essa proposta de avaliação em grupos envolvidos e em momentos distintos se dá pela compreensão que a avaliação é um processo contínuo utilizado para melhorar qualquer serviço/ambiente/produto destinado a população.

Partindo dos resultados das entrevistas que expôs opiniões convergentes e divergentes sobre as experiências na exposição imersiva do Van Gogh, foi realizado mais um método de coleta de dados qualitativo, o grupo focal, visando descobrir o que os motivos que os levaram a frequentar a exposição em outro estado, o que pensam sobre assuntos que se relacionam com esse tipo de espaço expositivo, tendo como exemplo a falta de um grande acervo físico como nos museus, a arte digitalizada e os prováveis motivos que podem influenciar no crescimento desta tipologia museográfica, entre outros. Para assim, comparar suas respostas com a visão de estudiosos e saber se o que cada autor propunha pode ser considerado como verdade absoluta e incontestável ou se os visitantes da exposição enxergam de outra forma.

7.4 Resultados provenientes do Grupo focal

O grupo focal, foi baseado numa lista de 17 perguntas estruturadas que foram feitas para um grupo de 5 respondentes através de um encontro virtual pelo Google Meet no dia 14 de julho de 2023, após ter passado dois meses da visita à exposição em Recife, tendo a duração de 1h e 40min, possuindo o objetivo de resgatar memórias, estimular o pensamento crítico sobre alguns assuntos relacionados a exposição e à arte exposta.

O grupo focal teve ao todo 8 participantes, sendo um deles uma pessoa que fez o papel de mediadora e orientou a conversa com os respondentes de uma forma mais espontânea e coloquial. Após a explicação sobre o intuito do encontro e as assinaturas dos termos de consentimento dos participantes, foi iniciado o bate-papo que pode ser acompanhado pela transcrição do áudio no Apêndice F.⁹ No entanto, a seguir serão apresentados alguns recortes desse momento, considerados significativos para a pesquisa que estão compilados para uma consulta rápida no Apêndice E.¹⁰

O início da conversa focou nas recordações que os indivíduos têm da experiência na exposição, pois as memórias são o resultado de vivências, tendo relação com emoções, aprendizados e decisões. Fato confirmado tanto por meio de um estudo feito pelo psicólogo cognitivo Gordon H. Bower que estudou a memória humana, numa obra intitulada “Mood and memory” de 1981, que chegou a conclusão de que quando se está de bom humor tende-se a guardar memórias boas e ocorre o inverso quando se está de mau humor, armazenando -se lembranças negativas, pois memoriza-se informações que se alinham com o estado emocional.

Como também, pelos estudos executados pelo psicólogo Daniel Kahneman, que em uma palestra ao TED Talks em 2010, afirma que cada um de nós tem dois eus: um eu que experimenta e um eu que lembra. E que este segundo é quem manda, porque determina o que se aprendeu com as experiências, constrói a história que contamos a nós mesmos sobre nossas experiências e determina as decisões futuras ao buscar a mesma felicidade e satisfação já experimentada.

As perguntas feitas ao grupo nesta etapa do estudo de caso, juntamente com as respostas mais sucintas e importantes para este trabalho podem ser visualizadas no Apêndice E.

As perguntas iniciais feitas aos participantes do grupo focal retomaram o relato da experiência individual de cada um, dessa vez embasadas em conteúdos teóricos de estudiosos e pesquisadores da área do Design, da imersão e da experiência, como Hekkert e Desmet, Oliver Grau, Chip e Dan Heath e Donald

⁹ A partir da página 179 pode-se acompanhar a conversa com o grupo focal pelo Google Meet através da leitura integral da transcrição.

¹⁰ O compilado da conversa com o grupo focal efetuado, juntamente com uma conclusão parcial sobre o cenário abordado em cada questão discutida pode ser visto a partir da página 162 deste documento.

Norman. Cada pergunta pretendeu estimular a memória sobre a visita, por tais motivos: Para Norman (2008) ela é um dos meios decisivos para tomada de decisão futuro por meio do processamento reflexivo vinculado a satisfação do indivíduo após o contato com algum produto ou serviço, assim como para Chip e Dan Heath (2019) a memória armazenará os melhores e piores momentos e o porquê de serem rotulados assim, e por fim para Camoleze (2020) a constituição da experiência está atrelada à memória, pois o que foi vivido promove conhecimentos utilizados no convívio social.

Através de perguntas como: Vocês se lembram de alguma coisa como se fosse ontem ou sentem alguma coisa quando lembram daquele dia? Sobre o conteúdo e a forma que expuseram, vocês acharam que foi ou foi ruim? Essa visita e a experiência é uma lembrança boa? Vocês descobriram, conheceram ou mudaram o ponto de vista sobre alguma coisa enquanto estavam lá? As respostas foram capazes de corroborar com teorias e afirmações de estudiosos usados neste trabalho. Por exemplo, quando questionados se a experiência foi boa e se a exposição visitada foi boa ou ruim, os participantes relataram aspectos do local que faziam parte da lista de Donald Norman (2008) que já tinham sido considerados como influenciadores para uma experiência ser definida como boa ou ruim ao final.

Acho que no final da apresentação tem a obra mais famosa dele, a Noite Estrelada. E, a trilha sonora com o visual da tela, o movimento naquele espaço gigante, e o friozinho acompanhando a projeção foi sensacional. Mas o local dos girassóis também foi muito massa, como a Luiza falou de você se sentir mais dentro de uma obra, lá com as luzes baixinhas e o local repleto de girassóis sendo refletidos nos espelhos. (Gustavo, 2023)

Essa resposta agregada ao que já tinha se obtido na etapa das entrevistas credibiliza que fatores relacionados ao conforto visual, térmico e sonoro são levados em consideração numa experiência, fazendo o indivíduo a taxar como boa ou ruim. No entanto, a quantidade de estímulos negativos citados foram em momentos pontuais da exposição e suas repercussões desconfortáveis foram menores que as provocadas pelos estímulos positivos presentes, demonstrando que para o grupo a experiência total foi boa e prazerosa apesar dos inconvenientes.

E ao falar sobre a experiência total, está sendo levado em consideração todas as ações e processos operacionais, cognitivos e perceptivos que Segundo

Desmet e Hekkert (2007) podem influenciar o julgamento de um evento antes, durante ou após sua realização, apesar da experiência com o produto/serviço principal. Neste caso, pode-se citar o problema operacional que ocorreu com o transporte que levava os estudantes de Maceió-AL a Recife-PE, que ocasionou atraso, levando os estudantes a se sentirem mais cansados fisicamente na exposição por terem passado mais tempo na estrada, em um espaço abafado e que segundo os próprios estudantes, atrapalhou um pouco a experiência,.

Fiquei pensando no que você perguntou, se como tudo aconteceu atrapalhou a nossa experiência, é que a gente passou mais tempo em viagem do que lá e querendo ou não isso atrapalhou um pouco. (Gustavo, 2023)

[...] A sala das projeções era imensa e eu achei muito massa lá. Eu lembro de começar a ver umas coisas repetidas, então acho que vi tudo. E no final já tava cansado demais, por conta da viagem, por conta do atraso e tudo mais, porém compensou. A gente entrava um pouco disperso mesmo, mas com o tempo se tornou uma experiência e tanto. (Pablo, 2023)

Mas apesar desta constatação, esse problema não invalidou a experiência ou foi julgada como ruim no final, pois quando perguntados se é uma lembrança boa apesar do imprevisto e se iriam novamente a uma exposição semelhante, a resposta recebida foi “Já tava lá, consertando o pneu do ônibus.” (Luiza, 2023), chegando a conclusão que no reflexivo citado por Donald Norman (2008) ao consultar suas lembranças, avaliar como se sentiram na maior parte do tempo e o nível da sua satisfação, os participantes se sentiram satisfeitos e felizes ao ponto de decidirem que a visita a outra exposição imersiva, mesmo que seja longe, se estiver dentro do orçamento é iminente por ser um programa vinculado à educação e entretenimento diferenciado.

E pode-se confirmar sua união com a educação devido alguns recursos empregados na expografia que são capazes de ensinar ou elucidar os visitantes sobre temas relacionados ou não com as artes. Como dito brevemente acima, para Jean Camoleze (2020) a formação da experiência tem ligação com a memória, pois o que foi vivido individual ou coletivamente gera saberes e conhecimentos utilizados tanto no convívio social quanto no cultural, na permanência ou aprimoramento de valores morais e éticos. Sendo assim, no contexto expositivo, a exposição deve através da sua origem museal com foco educacional fornecer

algum tipo de conhecimento aos seus visitantes para ser um espaço provedor de experiências completas, Nesta exposição imersiva do Van Gogh, foi possível averiguar que apesar das características ligadas ao entretenimento no espaço para o consumo das massa, a disseminação de saberes se faz presente no ambiente por meio de infográficos, bibliografia do autor com fatos exclusivos, apresentação de quadros que são poucos conhecidos mas pertencem ao mesmo artista, porém mais do que isso, para o Designer fornece aprendizagem sobre planejamento e gestão de eventos, como o interior pode ser projetado para alojar uma grande quantidades de pessoas com conforto ambiental, o uso do design gráfico e de interiores para tornar o ambiente instagramavel, com cenografia condizente com a temática, entre outros como pode ser notado no seguinte comentário quando questionados se aprenderam algo novo:

Então, sobre o Van Gogh, não mudou tanto minha opinião sobre ele, e sim mais sobre eventos, sabe? Como a inserção de sentidos dentro de um evento faz ele ser marcante, entendeu? Uma coisa que aprendi no primeiro período da faculdade é sobre camadas de sentidos em qualquer trabalho, estimulação visual, olfativa, tátil, todos os sentidos que a gente tem, sabe, principalmente o visual, né, porque é o que nos encanta. O que mudou pra mim foi essa percepção de que o evento bem feito é pensado em cada detalhe. Desde a entrada lá do evento. (Gustavo, 2023)

Esse comentário reconhece a contribuição da exposição no conhecimento para além do esperado cultural e histórico do artista homenageado e faz menção a multissensorialidade responsável pela imersão do público nas obras e na temática, levando em conta que foi citado que o visual é o que mais encanta os visitantes e para Oliver Grau (2007) o modelo expositivo imersivo visa transportar o observador para dentro da imagem o distanciando da realidade ao intensificar a ilusão, buscou-se definir o quanto a exposição foi imersiva para os visitantes ao abordar todos os sentidos e a conclusão que se chegou foi que para os participantes do grupo focal, o acervo exposto e a expografia é imersivo, pois teve momentos em que todos se sentiram desconectados da realidade e dentro das obras efetivamente, estes momentos de maior ilusão e impacto das obras no observador ocorreram nas salas com recursos cenográficas e multissensoriais, como relatado abaixo.

[...] Mas a única parte também um pouco ruim foi o áudio da Fernanda Montenegro falando das cartas. Não consegui entender muito bem o que

ela estava falando lá. A única coisa que eu consegui ver foi a música, que era muito alta. Mas também tinha uns lugares com cheiro e foi muito legal poder sentir um cheiro, foi a parte que eu acho que teve mais imersão, porque tinha uns tecidos e enquanto você passava por eles sentia um cheiro muito forte, como se você de flor mesmo, porque era inspirado num quadro do Van Gogh que tinha flores. (Maria, 2023)

[...] a sala de projeções, que era a última, era muito grande e assim, você ficava sentada observando, só que a tecnologia tem seus limites visuais, entendeu? Então se você olhasse pro chão, nossa, tá passando embaixo de você, mas tinha aquela coisa meio pixelada que eu acho que é o diferencial, que não foi tão imersivo quanto as outras salas. Porque a sala do girassol é cheia de espelhos, cheia de girassóis, parece que você está dentro de um quadro. Você passar ali, aquela coisa de tocar nas flores, mexer com os seus sentidos, é muito diferente de você estar na frente de uma tela, sabe? Parecia que era um telão. Não vou dizer que é feio, mas assim... Não é tão imersivo. (Luiza, 2023)

No entanto, o espaço ainda precisa de melhorias para promover uma imersão do início ao fim, pois as salas com projeções em 8K que envolviam os visitantes em 360° graus que deveriam ser mais impactantes expuseram a arte digital de um modo que deixou a desejar em alguns observadores, devido aos pixels visíveis nas imagens aos olhares mais atentos e os ruídos dos auto falantes que não colaboram para a compreensão da narração das cartas feitas por Fernanda Montenegro, que deveria ser um dos melhores pontos da exposição.

E ao comentar sobre arte digital, foram incorporadas na conversa com o grupo perguntas sobre os recursos que foram aplicados na exposição voltados a tecnologia, o objetivo da exposição, as características culturais e econômicas que pode-se observar no espaço expositivo, os motivos que podem explicar a expansão de exposições imersivas para saber o que acham. As perguntas efetuadas têm base em conteúdos de autores como Walter Benjamin, Oliver Grau, Bebel Abreu, Priscila Sacchettin, Biesdorf e Wandscheer, e a socióloga Myrian Sepúlveda dos Santos.

Para iniciar essa nova fase da conversa foi retomado o assunto levantado pelos próprios participantes, referente a arte digital, juntamente com as obras físicas que estavam em exibição por meio da pergunta: Eu imagino que não tenham metido os originais de Van Gogh num ônibus da Real Alagoas pra gente ver aqui. Vocês acham que essas réplicas impactam na autenticidade das obras e no valor dos originais? para saber se a experiência poderia ser mais emocionante ou satisfatória para algum deles, visto que para Walter Benjamin (1955) devido a possibilidade e aprimoramento da reprodução técnica de obras de arte, a

autenticidade e a aura resultante da sua existência única no espaço-tempo é deteriorada, tornando-se menos valiosa e mais serial e vazia de significado.

As respostas obtidas deixam claro que apesar de ser uma exposição do Van Gogh, com obras digitalizadas das pinturas do artista, a falta de obras físicas feitas especialmente por ele enquanto vivo, deixa a experiência menos emocionante e torna as réplicas expostas das obras de arte em objetos mais representativos que relembram o valor e a história das obras originais, mas não possuem a essência especial que estaria imbuída na mesma hora quando foi concluída pelo pintor.

Sim, para mim faz. Mas é porque eu sou muito ligada a essas coisas emocionais, sabe? Tipo, um dia ele tocou, tirou o tempo dele para fazer essa específica obra aqui, né? Não foi alguém que chegou e imprimiu, ou alguém que já sabia como fazer e que replicou. Entende? É diferente. Na minha cabeça, é isso que dá o tcham. (Luiza, 2023)

Eu concordo, que se fosse assim, até uma blusa que a gente comprasse, com a arte dele, talvez a gente já fosse se emocionar. Tipo “Ah, meu Deus, uma blusa que o Van Gogh pintou.” Mas é diferente, de fato, você vê e sabe que um dia o artista tocou aquilo. Assim, você tá de frente pra algo tão antigo ali, que, de certa forma, se eternizou, né? Ao longo dos anos, do tempo, dos séculos. Já sobre a réplica diminuir o valor dos originais, acho que não acontece, na verdade mostra, de certa forma, o quanto o original tem impacto, acho que a gente não faz réplica de algo que a gente acha que não tem valor nenhum. (Sara, 2023)

Pressupõe-se então que as ferramentas utilizadas para efetuar a reprodutibilidade das obras de artes, seja por meio da tecnologia ou outros artistas que dominaram as mesmas técnicas que o criador, modificam o seu valor monetário no mercado e debilita sua “alma”, como afirma Benjamin (1955) a mais de cinquenta anos porque as tornam objetos seriais para consumo numa sociedade voltada a cultura de massa e mercantilização, pois não é o mesmo artista, não pertence ao mesmo espaço-tempo da obra de arte original e principalmente, não está impregnado da mesma emoção que levou ao surgimento dela. No entanto, a reprodutibilidade das obras na exposição é capaz de despertar desejos consumistas nos visitantes, já que mesmo não fornecendo um produto original e detentor de uma aura única, ainda é um elemento que transforma produtos normais em lembretes personalizados aos visitantes do que vivenciaram e viram no ambiente expositivo segundo Santos (2002).

Entretanto, apesar de ser um objeto que carregará uma memória emocional, não é iminente que o desejo de consumir será transformado em adesão do objeto,

pois analisando as descrições fornecidas, conclui-se que apesar dos produtos temáticos vendidos exclusivamente no interior da estrutura itinerante, chamando atenção e ocasionando uma impulsividade nos visitantes de comprar devido a exclusividade do evento, alguns visitantes prezam a qualidade do que está sendo oferecido em comparação com o preço, e ao se depararem com preços altos em produtos de pouca qualidade ou pequenos, a compra não é efetuada, deixando o visitante decepcionado e irritado, como demonstra a narrativa abaixo.

Se isso tivesse um preço de gente, eu até pensava. Porque assim, eu sou pobre, mas eu gosto de ter as coisas, entendeu? Não é porque eu sou pobre que eu não posso. Ah... Eu queria? Queria, mas não o deu. O negócio das telas foi o que menos me deu vontade de ter porque as telas eram tipo uma impressão, não tinha nenhum relevo, não tinha nada. (Luiza, 2023)

Após introduzir-se nesses assuntos que se referem a arte na exposição, ao dinheiro gasto nela, mostrou-se relevante fazer a pergunta: Acham que a galera que faz essas exposições estão interessadas em incentivar a cultura ou só ganhar grana mesmo? Já que a publicação de Nacca (2023) levanta o questionamento de as exposições imersivas terem o potencial de ser um espaço de democratização da cultura por servir as massas, no entanto, não são democráticas nem acessíveis a todos visto que cobra preços exorbitantes nos ingressos, podendo chegar até R\$ 300,00 por pessoa para suprir com gastos de transporte, montagem e equipamentos atrelados a exposição. Algumas das respostas verbalizadas que reconhecem essa característica e concordam com Nacca (2023) são “Nessa pergunta eu diria que 90% é sobre dinheiro e 10% sobre a cultura, porque tem pessoas envolvidas ali nessa promoção da cultura.” (Sara, 2023) ou ainda

É porque é um negócio caro de fazer, esse negócio 8K. Então eu duvido que eles "Ah, é pelo bem da população" Não, é tipo "A gente vai fazer, vai mostrar a tecnologia que a gente tem, mas ó...Quero meu money back, entendeu? (Luiza, 2023)

Com isso, nota-se que dentre os 6 escutados, a opinião que mais prevalece é que a intenção desse evento é o acúmulo de lucros ao invés da democratização e inclusão da cultura na vida cotidiana da população uma vez que apesar de ser um evento que atende um público de muitas idades e classes sociais, cada indivíduo ainda deve pagar uma quantia para usufruir do que está sendo oferecido culturalmente. e mesmo com a presença da redução de preços para grupos

escolares, mais para uma democratização concreta, pressupõe-se que para a democratização estar de fato presente como uma meta da exposição, seria necessário um sistema de gratuidade em alguns dias da semana como acontece em muitos museus brasileiros e estrangeiros, como também a incorporação de mais recursos inclusivos que garanta a acessibilidade do público PCD como audiodescrição e imagens com relevo para pessoas cegas ou com baixa visão.

Pontos que se relacionam com a seguinte pergunta: Acham que dava pra fazer um ambiente imersivo com qualidade com métodos menos tecnológicos? Posto que Grau (2007) afirmou que os antigos meios que buscavam a imersão do observador na arte (afrescos, pinturas e panoramas) e a arte que carregam não se tornaram obsoletos, só foram substituídos com o avanço tecnológico para fornecer a impressão mais intensa possível de estar no local onde as imagens estão devido projeções e estímulos sensoriais. E a narração abaixo valida esta informação:

Cara, eu já fui no museu lá do Van Gogh e tipo, no final, é incrível, é muito lindo, porque é de certa forma imersivo porque depende do que é imersivo para cada um. Mas tipo, você vai escutando os áudios, você vai olhando as obras, você ia ouvindo através de fones sobre aquela obra. E no final lá tem o quadro dele do Girassol, é óbvio que alguém pintou e não ele mesmo, mas tem as texturas e você pode tocar pra sentir, sabe? Porque a gente olhando, a gente vê uma coisa, mas quando você toca, você vê como a tinta é grossa etc. Apesar de ser um museu tradicional, tem uma certa imersão. (Sara, 2023)

Evidenciando que mesmo as formas tradicionais de expor uma pintura, com as imagens emolduradas ou não, ainda é imersiva, mesmo sem a disposição de projetores que ampliam a obra e fazem ela preencher todas as paredes de uma sala, pois possuem outras qualidades e suportes, como no caso citado, o uso de fone com audiodescrição e breve narrativa sobre ela. Declarando que a arte é atemporal, e que em cada período da história ela é adaptada para se alinhar com as técnicas/tecnologias disponíveis e mudanças sociais, assim como ratifica Coli (1989) de que a arte é uma manifestação social e tanto sua função quanto seu modo e meios de representação variam conforme a época devido às transformações sociais e tecnológicas.

E neste momento da contemporaneidade a arte foi adaptada para ser reproduzida em suportes digitais e tecnológicos que as permitem atravessar fronteiras sem precisarem estar fisicamente nos países, e conforme Sacchettin (2019) o que torna a arte tão atraente nesta era em uma exposição imersiva para

muitos visitantes, os fazendo sair de casa pra observar e explorar é a divulgação e promoção nas mídias sociais que as exibem de maneira fácil de compreender, sem precisar ser um especialista na área, com foco em um espaço instagramável, inovador e favorável para o compartilhamento nas redes sociais. Como é possível verificar nas seguintes afirmações quando o grupo focal foi questionado de onde surgiu o interesse de participar de uma exposição imersiva e qual seria o motivo responsável pelo crescimento dessa modalidade de exibição no Brasil.

Primeiro eu descobri que em São Paulo isso acontece quase sempre, só vai mudando os temas. Já teve essa do Monet, já teve a do Da Vinci. Teve outros assim. Só que eu fui saber mais por conta da divulgação mesmo, sabe? Instagram... e vlogs de 'coisas para fazer em tal lugar' Então você vai descobrindo, de certa forma, às vezes museus, assim, que você nem sabia que existia, isso das exposições mesmo. Muitas coisas estavam escondidas, mas aí chega alguém com a divulgação e ajuda a espalhar, ganhar fama e nesse caso começam a se espalhar ao redor do Brasil. (Sara, 2023)

Eu concordo, porque acaba criando interesse. A pessoa, às vezes, não vai só porque é esteticamente bonita. Acho que ela pode também estar curiosa ou pensar 'Deixa eu só olhar aqui esse quadro, pesquisar sobre esse rapazinho aqui, porque vai que aparece um quadro e eu digo, eu conheço' Só para se amostrar, mas acaba recebendo conhecimento. Aí acho que é um pouco de cada. (Maria, 2023)

Desta forma, pela perspectiva do grupo, os maiores fatores para o crescimento de exposições imersivas e sua visitação, está atrelado a divulgação nas redes sociais, que resulta em um interesse pelas tendências divulgadas, e a auto imagem que o indivíduo tem de si ou quer transmitir, como cita Donald Norman (2009) ao informar que os serviços e produtos consumidos ajudam na construção da personalidade individual e colaboram para o status social.

Por fim, buscando finalizar a conversa com o grupo focal, foi feita a pergunta para os estudantes de Design participantes: Arte e design andam juntos? Se sim, em quais aspectos? Pois este trabalho está focado nessas duas áreas e quer identificar, mesmo que sem grande aprofundamento, quais os vínculos que as áreas partilham entre si e que podem contribuir para construir uma experiência maior ao visitante e que pesará na sua avaliação final. Os comentários registrados foram:

Acho que sim, mas a gente não pode esquecer que design é uma ciência, um estudo diferente da arte que é uma coisa muito mais emocional. É

mais sobre expressão e não que o design não possa ser sobre expressão, mas ele não é tão pensado quanto a arte. Acho que andam juntos pela criatividade. (Luiza, 2023)

Tem isso da criatividade, só que o design vai estar servindo a um propósito de certa forma, tem que ser funcional, não pode só levar em conta a beleza, ou então... Às vezes o Design vai vim para acrescentar a criatividade num produto. Se difere um pouco da arte nisso. (Sara, 2023)

Mediante esta visão pode-se pressupor que arte e design tem vínculos devido o uso da criatividade, fazendo o uso de técnicas e ferramentas, que vez ou outra contém similaridades e podem ser usadas nas duas áreas, tendo como exemplo o design gráfico que lida com desenhos e fotografias, muito presentes em exposições artísticas com o auxílio de técnicas inerentes desse ramo. Porém ressalto que a criatividade não é o único elo, sendo que o design de produto tem ligação com as produções tridimensionais e objetos que farão parte do espaço, enquanto o design de interiores é capaz de estudar as intervenções de espaço. Assim, independente de como a arte é feita em cada período, a arte e o design possuem uma conexão inquebrável, porque a arte e as características de cada movimento proveniente dela, já inspirou e norteou o design na busca por funcionalidade, estética e equilíbrio em seus projetos visuais, de produto e de interiores, como neste momento, no cenário expositivo, a arte busca utilizar métodos do design para criar um projeto fluido e atraente, ter a integração do design universal para ser acessível a muitas pessoas e promover uma experiência positiva que quando for traduzida em avaliação será repleta de elogios.

Logo, o grupo focal trouxe à tona opiniões sobre questões relevantes tanto para a museologia como para o design que já foram abordadas por outros estudiosos, mas que poderiam ser interpretadas de maneiras diferentes já que cada indivíduo teve uma experiência única e possui suas próprias percepções. As perguntas estruturadas antes do encontro com o grupo focal evidenciam a ligação entre a tríade Arte-Design-Museologia, pois cada uma colabora para o desenvolvimento deste trabalho com interdisciplinar, visto que para entender o cenário expositivo foi preciso adentrar a história da arte, dos museus e dos modelos de exposição, chegando a conclusão de que os espaços expositivos não estão mais tão vinculados a tipologia de Cubo branco, destinado a pessoas bem instruídas academicamente.

E sim que, as exposições não deixam de lado sua função de espaço de aprendizado, mas que se transformaram através dos anos em um local de consumismo, entretenimento e convívio social para todas as idades ao apresentar o acervo de uma forma cada vez mais inovadora. Como no caso das exposições imersivas, que estão se adaptando às tendências mercadológicas e sociais do momento histórico no qual nos encontramos.

Evidenciando cada vez mais o desenvolvimento de produtos e serviços destinados a cultura de massa, com a finalidade de entreter e serem consumidos por uma grande quantidade de indivíduos, como no caso da exposição Van Gogh Live 8k, que se compõe de uma estrutura itinerante, com acervo de fácil compreensão por ter um conteúdo predominantemente multissensorial ao invés de escrito, atendendo o público infantil e não alfabetizados sem problemáticas.

Mas também demonstra que apesar das exposições imersivas atenderem um grande público e possuírem relativamente mais elementos que promovem a imersão de vários sentidos, a exposição com características tradicionais também é capaz de proporcionar a imersão, dependendo dos recursos tecnológicos atribuídos a sua visitação, como o áudio descritivo e as imagens em relevo. Evidenciando que não existe uma única forma capaz de emocionar os visitantes ao apresentar a arte na contemporaneidade, pois a sociedade está munida em demasia com recursos tecnológicos e digitais capazes de transformar o espaço expositivo, o modo como a sociedade enxerga as exposições culturais e a comunicação dos serviços com a sociedade, já que a divulgação nas redes sociais por parte dos museus, patrocinadores e visitantes não se restringem a limites geográficos, e é capaz de conectar pessoas com interesses em comum, promovendo em cada localidade mudanças culturais e sociais.

Sendo assim, após a conversa e afirmação dos membros do grupo focal que seu interesse pela exposição estudada foi alimentado devido postagens em mídias sociais, foi necessário explorar a mídia social destinada a divulgação desta exposição cultural para verificar a possibilidade de existir comentários de avaliação dos visitantes que podem influenciar na tomada de decisão de futuros visitantes que utiliza as opiniões de outros indivíduos como parâmetros. E é por isso, que o tópico seguinte será destinado a coleta de comentários sobre a exposição e a experiência, que foram divulgadas em uma das mídias sociais mais utilizadas atualmente, o Instagram.

7.5 A experiência relatada no espaço virtual

Como dito acima, visto que o visitante apresenta a necessidade de obter informações antes ou durante uma visita expográfica, que contextualizam o objeto exposto e assim, explicam a exposição (GONÇALVES, 2004), mostrou-se uma alternativa viável para esse estudo de caso sobre as experiências de um usuário, buscar analisar a experiência num cenário virtual/digital. Pois, devido a ascendência das redes sociais na contemporaneidade, elas podem ser tidas como importantes veículos de registros qualitativos referente às experiências de público, se a análise estiver concentrada em comentários espontâneos e substanciais fornecidos pelos visitantes no espaço virtual.

As mídias e redes sociais têm transformado a comunicação graças ao avanço das tecnologias e suas aplicações, tornando-se instrumentos potenciais para fins educacionais e/ou comerciais, sendo assim, ambos os termos Redes ou Mídias sociais, são utilizadas neste trabalho como sinônimos para se referir a canais de comunicação no qual um conteúdo (informação, conhecimento, ideia ...) é disseminado ou compartilhado propiciando a interação e colaboração em massa entre pessoas com interesses semelhantes, influenciando ao mesmo tempo, que é influenciada pelos usuários. Tal influência é perceptível na presente análise, já que os usuários ditam o que querem e o que acharam através dos comentários, podendo influenciar os museus e exposições dentro e fora das redes em diferentes modalidades (acessibilidade, organização, cenografia). Sendo assim, a mídia social escolhida foi o Instagram, por ser um ambiente virtual de comunicação que as instituições culturais têm se apropriado para utilizar como um suporte de comunicação e avaliação destes com o público, estreitando o relacionamento, pois a opinião do público tem grande destaque nesse espaço virtual.

Sendo o objetivo deste trabalho, observar e refletir sobre a experiência do público com exposição imersiva Van Gogh Live 8K, a seguir, será apresentado dados coletados por meio de uma abordagem quanti-qualitativa de comentários publicados nas postagens do perfil no Instagram @vangoghlivebrasil8k, que é destinado a divulgação e atualização de conteúdos relacionados à exposição “Van Gogh Live 8K” na famosa rede social. Esta análise de conteúdo busca resultar em um quadro com as principais palavras utilizadas pelo público para se referir a visita e a exposição imersiva.

No momento de desenvolvimento desta análise, a exposição já estava desmontada em seu endereço em Recife, mas os dados coletados contemplam o recorte temporal de 01 de fevereiro de 2023 à 07 de junho de 2023, tempo que durou a exposição e publicações sobre o espaço concebido em Recife (pois inicialmente a exposição terminaria no dia 07 de Maio de 2023, porém foi prorrogada até o dia 05 de junho de 2023, porém ainda teve uma publicação final com agradecimentos no instagram no dia 07 de junho de 2023 após a desmontagem da exposição), contando com cerca de 120 postagens durante o período analisado.

No período do recorte temporal desta análise de comentários, o perfil na rede social possuía 22 postagens em Fevereiro, 41 em Março, 28 em Abril, 26 em Maio e 3 em Junho de 2023, totalizando 120 postagens. De acordo com a legenda da primeira postagem datada de 18 de janeiro de 2023, iniciando a divulgação da exposição analisada no estado de Pernambuco, o espaço seria a maior e mais moderna mostra imersiva já realizada sobre a obra do pintor holandês, trazendo em seu acervo conteúdos com projeção de qualidade em resolução 8K, superior à tecnologia HD, jamais vista em outras mostras do gênero. Até a data de inauguração da exposição, foram realizadas 11 postagens de divulgação, informações e datas, todas com conteúdos relacionados à vida e carreira de Vincent Van Gogh, além de fotos da exposição montada em outros estados, como na figura abaixo.

Figura 55 - Postagens do perfil social no Instagram



Fonte: Perfil @vangoghlivebrasil8k, 2023.

Também nota-se que os organizadores e responsáveis pela exposição utilizam a rede social para diversas finalidades, entre elas pode-se citar tanto a divulgação da exposição, promoções e programação especial, como é demonstrado nas imagens abaixo, com o intuito de engajar o público a comprar o ingresso e visitar, como também incentivar o compartilhamento entre os usuários da rede e atingir uma grande quantidade de indivíduos.

Figuras 56 e 57 - Postagens do perfil analisado



Fonte: Perfil @vangoghlive8k, 2023.

Dentro do período do recorte temporal foi realizada uma filtragem sobre as publicações que seriam analisadas, e foi decidido que as postagens analisadas seriam fotos e vídeos oficiais do perfil. E não aqueles que marcam o perfil mas são postados pelos visitantes, pois estes apresentaram poucos comentários e todos muito supérfluos. Sendo assim, a análise final do perfil do Instagram resultou na observação do conteúdo de 24 postagens, que se relacionavam diretamente com a exposição de Recife e apresentavam mais de 10 comentários de visitantes e interessados, onde pelo menos um comentário nas postagens era descritivo e substancial para a pesquisa de experiência por descrever opiniões positivas e negativas.

Ao final da seleção e observação dos posts, a análise no meio de comunicação digital, resultou na leitura de mais de 500 comentários, dos quais foram extraídos e trazidos para este trabalho 32 deles que descrevem sentimentos,

opiniões, ações, entre outros, sendo organizados numa tabela, como demonstra o breve recorte (Figura 58) e a tabela completa no Apêndice G¹¹ deste documento.

A tabela foi organizada em quatro colunas, que conta com a transcrição dos comentários, com a data da postagem comentada, com o link para direcionamento da postagem e por fim, com as palavras-chave relatadas. Na tabela não são identificados os nomes e perfis dos comentaristas, pois não houve a autorização destes, sendo assim a identificação é realizada pela numeração do indivíduo na tabela desenvolvida pela autora.

Figura 58 - Recorte da tabela criada para análise de comentários de experiência

Comentários Descritivos	Data	Link da postagem	Palavras-chave
Visitante 1: Algum dia vcs vão voltar pro Rio de Janeiro!?? Queria muito ir novamente, me arrependi de não ter comprado o moletom. @vanqoghlivebrasil8k	02/02/2023	https://www.instagram.com/reel/CoKbNz5p1Ve/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Retorno/ Compras/ Arrependimento
Visitante 2: mas tem zero acessibilidade para PcDs surdas e cegas	08/02/2023	https://www.instagram.com/p/CoaAHZ9O6B5/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Falta de acessibilidade
Visitante 3: Fiquei tao frustrado com a regra de nao poder retornar a sala anterior que nem quis parar na loja oficial. Ainda dentro do espaco percebi que minhas fotos da primeira sala ficaram desfocadas e nao me permitiram voltar a ela pra refazer a foto. Poderia ter saído satisfeito e comprado algumas lembrancas pra familia. Sai frustrado entao nao comprei nada.	14/02/2023	https://www.instagram.com/p/CoptBjLPrVf/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Frustração/ Fotografia/ Compras
Visitante 4: Que experiência linda! Não vou esquecer como me senti imersa na vida, na época, na obra de Van Gogh. ❤️❤️❤️	28/02/2023	https://www.instagram.com/reel/CpNVKo8pokD/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Experiência/ Imersão/ Memória

Fonte: Autora, 2024. Adaptado de LIMA, 2022.

Tendo em vista que cada comentário selecionado foi escrito por um visitante presencial da exposição imersiva ou um futuro visitante, pois cada post tem a capacidade de instigar pessoas através da divulgação propagandista, cada comentário pertencente a tabela foi classificado como positivo ou negativo, levando

¹¹ A tabela de comentários espontâneos elaborada pela autora durante o período de análise da rede social Instagram pode ser visualizada em sua totalidade a partir da página 192.

em consideração elogios e reclamações relatados, para saber se o ambiente expositivo transmite através desses comentários uma impressão de bom e satisfatório, ou que não compensa o valor e não deve ser visitado de forma alguma para os futuros visitantes que utilizam esses relatos para avaliar serviços/locais e tomar decisões. O resultado foi que apesar de uma diferença pequena, a maior parte dos comentários demonstram experiências e fatores positivos sobre a exposição imersiva do Van Gogh.

Gráfico 3 - Comparação de relatos



Fonte: Autora, 2024.

Com base na análise dos dados, foi possível identificar que os principais pontos negativos apontados no espaço expositivo foram o percurso linear da exposição (sem a possibilidade de transitar entre todas as salas enquanto estão no espaço expositivo), a presença de crianças agitadas correndo pelo ambiente, a baixa legibilidade dos textos informativos na sala com as molduras, o som incompreensível da narração da Fernanda Montenegro, a falta de acessibilidade e a falta de cobertura no teto em algumas salas, deixando à vista equipamentos e a estrutura da mostra. Já em relação aos serviços que estão atrelados a exposição foram citados a insatisfação com atendimento/abordagem ao cliente/visitante, o preço a ser pago para entrada na mostra e a limitação na quantidade de brindes oferecidos.

Alguns comentários que indicam uma experiência negativa do visitante que resultam em insatisfação, deixando o futuro visitante na dúvida se realmente vale a

pena comparecer à mostra são: "Totalmente frustrada com a desorganização. Um evento tão grande e não tem organização com horário. Eu vim de tão longe e não pude entrar, sendo que eu comprei o ingresso antes de ir" (Visitante 24, 2023). Assim como em: "O ingresso aumentou no último dia, um absurdo e fui ainda muito mal recebida por alguns funcionários. Comprei para nunca mais" (Visitante 26, 2023).

Agora, com relação aos pontos positivos apontados pelo público, foi possível identificar que consideravam positivos a forma adotada para promover imersão nas obras, a diversidade de público que a exposição atende, a possibilidade de visitas escolares por preços mais acessíveis com agendamento, e as emoções despertadas durante a visita, especialmente no salão principal, que foi citado muitas vezes. Como relatado no comentário "Vale mtoooo a pena, fui chorei três vezes kakakaak(claro de emoção e MTA felicidade Kakkaka)." (Visitante 22, 2023) ou ainda no seguinte comentário, que também traz a tona a questão da emoção:

Fui hj, 30.03, coincidentemente! Ganhei um quadro da pintura que mais gosto: Noite estrelada! 🥰 Não consigo descrever a emoção de ver essa pintura em tela cheia, como na última sala! Foi emocionante demais! 🥰 As obras desse maravilhoso (porém atormentado) pintor, me fascinam desde criança! IMPERDÍVEL! (Visitante 8, 2023)

Como dito acima, outros comentários que se destacaram foram os que faziam menção a experiência do indivíduo e imersão nas diversas salas que compõem a exposição, tendo como exemplo "Foi perfeita a experiência nessa imersão, sensações bem diferenciadas em cada lugar da exposição, parabéns aos organizadores e parabéns ao artista Van Gogh" (Visitante 30, 2023).

Como também, evidencia-se que as funções atribuídas aos museus e exposições apresentadas no início deste trabalho como sendo um espaço que preza pela cultural, educação e preservação histórica, também aparecem nos relatos analisados, como mostra o seguinte comentário:

Uma linda imersão sensorial, histórica, artística e cultural! Nossos alunos adoraram e nós também! O aprendizado real e significativo que tanto almejamos, afinal o mundo é uma grande sala de aula! (Visitante 17, 2023).

Tal comentário reforça a ideia de que apesar das exposições em formato blockbuster, apesar de serem mais mercadológicas e ligadas ao entretenimento, ainda atende aos objetivos museológicos educacionais, só que com o uso de recursos mais modernos e com a intenção de captar mais pessoas, além das

interessadas em aprimorar os próprios conhecimentos ao frequentar exposições artísticas e temáticas.

Assim, com a tabela criada foi possível analisar os dados coletados e mapear as palavras que mais chamam a atenção dos leitores nas postagens, como também identificar alguns dos fatores internos e externos que estiveram presentes na exposição analisada neste trabalho e que causam influência na experiência de cada indivíduo, podendo sofrer modificações mediante o tempo e ações. Tais fatores internos e externos, dizem respeito a:

Ambiente interno: tudo que está dentro dos domínios da empresa e, portanto, ela pode controlar. Seriam coisas como instalações, treinamentos, pessoal, maquinário, layout, propaganda, localização, pontos de venda, benefícios e salários (dentro dos limites da lei), clima organizacional, valores, planejamento etc. Ambiente externo: tudo que está fora da “jurisdição” e do alcance da empresa e que, portanto, ela não pode controlar. São fatores naturais, como o clima, catástrofes, aquecimento global, escassez de água etc., e fatores conjunturais e institucionais, como taxa de juros, variações cambiais, decisões do governo, alíquotas de impostos, crise política, instabilidade institucional, legislações trabalhistas, ambientais ou de exportação, entre outros. (SILVA, 2016, p. 2 apud LIMA, 2022, P.56)

Constatou-se que os fatores internos no espaço expositivo visitado, que podem transformar a experiência do público mais positiva, estão relacionados a melhoria na organização dos eventos no espaço, um novo layout para favorecer a locomoção dos visitantes, o atendimento ao público com uma abordagem mais humanizada e o aumento da acessibilidade com a inclusão de tecnologias assistivas como fones com audiodescrição, aplicativos com avatares que traduzem conteúdos para Libras.

Já em relação às situações externas caracterizadas por eventos não planejados e fora do controle dos organizadores, foi identificado o cenário econômico nacional e as influências culturais e sociais, sendo capazes de tornar a exposição em um espetáculo inédito e afetar o valor dos ingressos, tornando a mostra elitista.

Portanto, com essa análise do perfil social, adotado pelos responsáveis para divulgação da mostra no meio digital, foi possível realizar um levantamento de pontos positivos e negativos da exposição “Van Gogh Live 8K”, devido os relatos do público que esteve no ambiente, já que cada comentário contribuiu com detalhes que expressaram sua opinião sobre a maneira de expor, o serviço, e a

avaliação pessoal. Deste modo, essa análise digital reforça a importância da realização dos estudos de avaliação com o público, mesmo que não seja presencial e com um questionário, pois tal ação colabora para o aprimoramento das exposições em cada segmento (exposição virtual, museológica, imersiva, científica) e auxilia no aumento do nível de satisfação dos visitantes, alcançando experiências boas que serão compartilhadas e atrairão mais pessoas.

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Por ser um trabalho exploratório sem o intuito de fornecer resultados incontestáveis, buscou-se, através deste estudo de caso, apresentar um olhar acerca das experiências dos visitantes em relação ao emprego de recursos considerados imersivos em uma exposição que utiliza tecnologias audiovisuais em sua expografia, bem como seu efeito no estado emocional dos visitantes. Tais discussões foram possíveis após uma breve contextualização histórica sobre as origens das exposições e suas funções, o início da imersão nas obras de arte e o design emocional, ao relatar as reações que podem ser provocadas com os estímulos presentes no espaço expositivo. O trabalho selecionou como objeto de estudo a exposição “Van Gogh Live 8K”, que ocorreu no Shopping Rio Mar Recife, no recorte temporal de fevereiro de 2023 a junho de 2023, após prorrogação.

Esta exposição imersiva, por meio da expografia empregada junto com recursos cenográficos e aparelhos digitais para imagem e som, conseguiu proporcionar a imersão e ilusão em diferentes níveis aos observadores ao longo do trajeto concedendo uma interação com as imagens ao modificar a ideia de uma obra finalizada para uma em andamento, ocasionando uma ligação emocional entre obra e público ao estimular a aproximação do público com a arte, através da exploração cognitiva e afetiva do espaço e conteúdo exposto, possibilitando o desenvolvimento não apenas da identidade histórica, mas também social.

Em relação a mediação museográfica através dos recursos expográficos e comunicacionais empregados para a finalidade emocional no ambiente expositivo, chegou-se a conclusão que a exposição imersiva é um evento prazeroso aos sentidos humanos, pois apresenta aromas agradáveis, possui grandes áreas nas quais os visitantes podem usufruir da exibição de peças com maior apelo estético

visual, com conforto ambiental satisfatório. Como também é considerado pela maioria dos visitantes como um “programa” divertido, legal e inovador, que deve ser experimentado por todos quando for possível, por ser constituído de um percurso simples, com distribuição de textos informativos, infográficos e cenários exclusivos que buscam entreter o visitante, engajando-os cognitivamente na temática e despertando sentimentos de pertencimento, de identidade ou aversão, isto é, emoções de âmbitos distintos que podem variar entre os polos positivos ou negativos, mas que no final ampliam o repertório do visitante.

O estudo também foi capaz de relacionar a exposição imersiva à indústria cultural e a cultura de massa, tendo em vista que a indústria cultural transforma a cultura em mercadoria para consumo da sociedade de massa, fato evidente após a observação da grande quantidade de visitantes nas exposições imersivas, produzidas com o objetivo de serem consumidas por “toda a sociedade”. Tal proposta, enquanto busca a apresentação de temáticas atrativas para diversos públicos, atende, ainda, aos interesses econômicos de determinados grupos sociais. Além disso, por meio deste estudo, ficou clara a ascensão da utilização de recursos tecnológicos nas exposições para atrair o grande público e aproximá-lo da arte ao inseri-la em novos suportes nos espaços museológicos que influenciam no acesso e na relação do público com ela.

Tornou-se viável, ademais, abordar a importância dos estudos de avaliação em museus, instituições culturais e exposições, ao compreender a sua relevância no trato da coleta e análise de dados fornecidos por visitantes, de forma escrita ou verbal, para aprimorar a experiência da visita no projeto expográfico subsequente ao levar em consideração os feedbacks sobre percepção sensorial, cognição, usabilidade e interação do usuário no espaço expositivo,

Assim, a fim de compreender as diversas experiências possíveis vivenciadas pelos visitantes na exposição analisada, concluiu-se que a melhor maneira de chegar a um bom resultado é investigando diretamente com eles as suas expectativas e percepções. Este trabalho utilizou como ferramenta o uso de entrevista após a visitação, conversa com um grupo focal alguns meses após a visitação e uma análise pela rede social Instagram para identificar a experiência proporcionada pela exposição, por meio de comentários postados

espontaneamente. A partir desses processos metodológicos, foram criados quadros que expuseram um pouco de cada experiência individual, através de relatos que destacavam aspectos agradáveis ou desagradáveis, impressões sobre a mostra e críticas construtivas.

Assim, entender como as experiências são formadas auxiliou a identificar os elementos que as tornam memoráveis e positivas, sendo aplicados ao espaço imersivo. No entanto, vale ressaltar que mesmo com a inclusão desses elementos, nem toda experiência pode ser positiva e se for, não há garantias que ela se torne uma experiência memorável, mas quanto mais positivas forem as percepções dos visitantes, maior a chance de a experiência ser memorizada e marcante para eles.

Portanto, foi descoberto que as experiências podem ter intensidades distintas, sendo configuradas tanto pelo repertório e memórias, principalmente as afetivas, quanto pelos aspectos pessoais como tempo disponível, fome, cansaço, entre outros. Desta forma, foi possível identificar com a investigação teórica que examina como o design pode enriquecer a vivência dos visitantes em exposições, aliada a entrevista com visitantes, quais são os elementos que interferiram nas suas experiências, como o cansaço até chegar a exposição devido imprevistos e o tempo disponível na exposição.

Fez-se possível identificar, ainda, que as redes sociais, em especial a plataforma do Instagram, tornou-se uma significativa ferramenta de comunicação com o público, sendo possível avaliar através dela a experiência dos visitantes devido sua capacidade quanti-qualitativa.

Além do mais, nota-se que o processo de design se envolve em muitas áreas dentro da empresa organizadora do evento expográfico, tornando-se um processo e atividade de gestão interna que integra e coordena áreas organizacionais como pesquisa de mercado, estratégia de marketing, planejamento, branding, desenvolvimento de novos produtos e ética empresarial, definindo a organização e sua imagem perante clientes/visitantes e investidores. Isso ocorre porque o design é multidisciplinar e quando se entrelaça com a gestão, ele é capaz de integrar processos criativos e estratégicos com múltiplas finalidades em diversos setores organizacionais, acompanhando o cenário externo e interno num modelo cíclico. Assim, a compreensão da contribuição do design para a

organização está condicionada pela percepção de que se trata de uma grande família de profissões agrupadas sob um termo geral.

Logo, o levantamento de métodos e ferramentas para avaliação da experiência dos usuários demonstrou uma variedade de possibilidades, assim como a pertinência da utilização de uma ou mais, selecionadas conforme o contexto, tempo, e objetivos da avaliação. Assim, o presente trabalho, sob a ótica do Design, sobre a avaliação da experiência dos usuários na exposição imersiva "Van Gogh Livre 8K", foi executado em sua totalidade, mediante os objetivos estabelecidos.

Como os resultados obtidos neste trabalho ainda são embrionários e teve limitação devido ao tempo e localização, ainda há muito por compreender, investigar, debater e se aprofundar. Por haver poucos trabalhos relacionando o design e a museologia, aqui deixo sugestões para desdobramentos futuros neste campo e que podem complementar esta pesquisa, ao utilizar outras metodologias como abordagem e ferramentas para coleta de informações. Portanto, sugere-se para pesquisas futuras: Estudar a experiência desde a etapa de concepção dos ambientes até a avaliação dos usuários; A aplicação de outras ferramentas de avaliação da experiência dos usuários; Obtenção de respostas de outros públicos presencialmente. Visto que neste trabalho, não foram obtidas as respostas da equipe responsável pela exposição ou o público mais velho, limitando-se ao público escolar.

Por fim, o estudo de campo demonstrou aplicabilidade de ferramentas de design de serviço e da avaliação emocional, que quando associados à entrevista ou questionários são capazes de fornecer informações sobre a percepção do público sobre a experiência em um ambiente imersivo. Os resultados apresentados comprovam que muitas das áreas onde o Design atua (Gráfico, serviço, Interiores) podem contribuir para a criação das experiências dos observadores em espaços expositivos, bem como na avaliação destas, através da aplicação do design de experiência (UX Design) ao ouvir os visitantes levando em consideração suas percepções e emoções, concebendo projetos culturais compatíveis ao desejo da comunidade e adequados aos objetivos estipulados pela equipe da curadoria em

todas as etapas projetuais, desde o planejamento até a execução e finalização da exposição.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ABREU, Bebel; JORGE, Luis Antonio. **Expografia brasileira contemporânea: Rio São Francisco navegado por Ronaldo Fraga**. 2014.

ADORNO, T. W. HORKHEIMER. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo, Paz e Terra, 2002.

ALEXANDRE, Rosana Ferreira. **Colecionando experiências museais: A mediação com o público sob o viés do design**. 2017.

ALEXANDRE, R. F., NOVAES, L. e REIS, A. (2019). **Reflexões sobre design e iniciativas participativas no contexto museal**. *Design E Tecnologia*, 9(17), 80-86. Disponível em < <https://www.ufrgs.br/det/index.php/det/article/view/586>> Acesso em 23 jul 2024.

ALMEIDA, Eveline; MONT'ALVÃO, Claudia. Acessibilidade e possibilidades multissensoriais em estratégias de comunicação museológica para o público com deficiência visual. **Museologia & Interdisciplinaridade**, v. 11, n. 21, p. 299-317, 2022.

ARAUJO, Fernanda Steinbruch. **Avaliação da experiência do usuário: uma proposta de sistematização para o processo de desenvolvimento de produtos**. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção), Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

ARENDT, Hannah. A Crise na Cultura: sua importância social e política. **Entre o passado e o futuro**. ed. Relógio d'Água. Lisboa, 2006.

ARLEDGE, Curt. **User memory design: How to design for experiences that last**. *Smashing Magazine*. 01 ago 2016. Disponível em: <<https://www.smashingmagazine.com/2016/08/user-memory-design-how-to-design-for-experiences-that-last/>>. Acesso em: 03 jun 2024.

BAUTISTA, Susana Smith. The social function of museums in the digital age. **The International Journal of the Arts in Society**, v. 4, n. 2, p. 9-19, 2009.

BENJAMIN, Walter. **A OBRA DE ARTE NA ERA DA SUA REPRODUTIBILIDADE TÉCNICA (*)**. Moodle USP. Disponível em: <https://edisciplinas.usp.br/pluginfile.php/4179833/mod_resource/content/1/A%20O%20BRA%20DE%20ARTE%20NA%20ERA%20DE%20SUA%20REPRODUTIBILIDADE%20T%20C%203%2089CNICA.pdf>. Acesso em: 14 fev 2024.

BIESDORF, Rosane; WANDSCHEER, Marli. ARTE, UMA NECESSIDADE HUMANA: FUNÇÃO SOCIAL E EDUCATIVA. **Itinerarius Reflectionis**, v. 2, n. 11, 2011.

BORTOLÁS, Natália Ordobás; VIEIRA, Milton Luiz Horn. Uma abordagem sobre os conceitos de interatividade e sua relação com o design. **Arcos Design**, v. 7, n. 1, p. 81-101, 2013.

BORJA DE MOZOTA, B. **Design management**: using design to build brand value and corporate innovation. New York: Allworth, 2003.

BUARQUE DE HOLANDA FERREIRA, Aurélio. **Novo dicionário da língua portuguesa**. 1975.

CAMOLEZE, Jean. **Memória e experiência: reflexões benjaminianas** in Cadernos do grupo de pesquisa Walter Benjamin e a filosofia contemporânea. Periódico n.25. 2020. Disponível em: <https://www.gewebe.com.br/cadernos_vol25.htm>. Acesso em: 5 mai 2023.

CARUSI, Alessandra; MONT'ALVÃO, Cláudia. Design de interfaces em software educacionais: algumas recomendações a partir da aplicação do método Co-descoberta. **Estudos em Design**, v. 20, n. 2, 2012.

COLI, Jorge. **O que é arte**. ed. 10, São Paulo. Brasiliense. 1989.

CORRÊA, Glaucinei Rodrigues; ROSSI, Lucas. Design é arte?. **Blucher design proceedings**, 2016.

COSTA H. **Design para serviços e consistência estética: proposição de um protocolo de avaliação estética em serviços**. 462 f. Tese (Doutorado em Design) – Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2017.

COSTA, Humberto; DOS SANTOS, Aguinaldo. **Uso da técnica shadowing no estudo de comportamentos: estudo de caso na recepção de um hospital**. 2018.

CUNHA, Lucas. A Inserção do Design na Administração Pública Carioca: **1 Princípios da Gestão do Design nas Organizações**. 2015. Disponível em: <https://www.maxwell.vrac.puc-rio.br/25602/25602_3.PDF>. Acesso em: 15 jul 2024.

CURY, Marília Xavier. **Exposição, concepção, montagem e avaliação**. Annablume, 2005.

DAHMOUCHE, Mônica Santos et al. Agora são elas: a presença das mulheres no público de museus de ciência do Rio de Janeiro. **Em Questão**, v. 29, e-125255, 2023.

DAMÁSIO, A. R.; VICENTE, D. e SEGURADO, G. (Trad.). **O erro de Descartes: emoção, razão e o cérebro humano**. 2. ed. São Paulo: Companhia das Letras, 2005.

DE ARAUJO MERIZI, Carolina et al. Métodos para a avaliação de experiência do usuário no design de produtos. **Human Factors in Design**, v. 7, n. 14, p. 114-132, 2018.

DEMIR, E.; DESMET, P.; HEKKERT, P. Appraisal Patterns of Emotions in Human-Product Interaction. **International Journal of Design**. v. 3, n. 2, p. 41-51. 2009.

DE ÓCULOS, Raposa. **O design na arte e a arte no design**. Medium. 16 ago 2017. Disponível em: <<https://glassesfox.medium.com/o-design-na-arte-e-a-arte-no-design-d3caf92ac1b>> . Acesso em: 10 jun 2024.

DOS SANTOS, Myrian Sepúlveda. As megaexposições no Brasil: democratização ou banalização da arte?. **Cadernos de Sociomuseologia**, v. 19, n. 19, 2002.

FORNY, Leonardo. Arte e Interação: Nos Caminhos da Arte Interativa?. **Razón y Palabra**, n. 53, 2006.

FRANCO, Maria Ignez. Documentação Museológica. **Cadernos museológicos: Planejamento e realização de exposições**. Vol 3. Brasília, Ibram, 2018.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. [s.l.: s.n.], 1991. p. 45.

GIL, A.C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1989.

GONÇALVES, Lisbeth Rebollo. **Entre cenografias: o museu e a exposição de arte no século XX**. Edusp, 2004.

GRAU, Oliver. **Arte virtual: da ilusão à imersão**. Tradutores: Cristina Pescador, Flavia Gisele Saretta e Jussania Costamilan. São Paulo: Editora Unesp; Editora Senac São Paulo, 2007.

GRINSPUM, D. **Educação para o patrimônio: museu de arte e escola, responsabilidade compartilhada na formação de públicos**. Universidade de São Paulo–Faculdade de Educação. São Paulo, 2000.

GUARNIERI, Waldisa Russio Camargo. Conceito de cultura e sua inter-relação com o patrimônio cultural e a preservação. **Cadernos Museológicos**. Rio de Janeiro, n.3, p. 7-12. 1990.

HEATH, Chip; HEATH, Dan. o **Poder dos momentos: O porquê do impacto extraordinário de certas experiências**. Altabooks, 2019. Disponível em: <<https://pt.scribd.com/document/692474990/O-poder-do-Momento>>. Acesso em: 23 abr 2024.

HEKKERT, Paul. Design aesthetics: principles of pleasure in design. **Psychology science**, v. 48, n. 2, p. 157, 2006.

HOFFMANN, Rafael. **Conteúdo 9- O design emocional de Donald Norman**. Google. [s.d] Disponível em: <https://www.rafaelhoffmann.com/aula/arquivos/introducao_design/conteudo_09_de_sign_emocional.pdf>. Acesso em: 02 abr 2024.

ICOM. International Council of Museums, 2007. **Museum Definition**. Disponível em: < <https://icom.museum/en/resources/standards-guidelines/museum-definition/>>. Acesso em: 21 jan 2024.

LACERDA, Maria. **O RECONHECIMENTO EMOCIONAL DE EXPRESSÕES FACIAIS: AVALIAÇÃO DA EFICÁCIA DO MÉTODO DINÂMICO E ESPONTÂNEO**. 2010.

LAKATOS, E.; MARCONI, M. **Fundamentos de Metodologia Científica**. São Paulo:Atlas, 1992.

LANTER, David; ESSINGER, Rupert. User-centered design. **The international encyclopedia of geography**, p. 1-4, 2017.

LIMA, Fernanda Wagner de Castro. **As exposições imersivas e sua relação com o público: uma análise sobre o MIS Experience**. 2022.

LOPES, ELISABETE CRISTINA. **Uma (re) visão do conceito de experiência do usuário: a experiência como narrativa**. Monografia de Especialização, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012.

LORENZATO, Sergio. **Investigação em educação matemática percursos teóricos e metodológicos**. Autores associados, 2006.

MACEDO, Luiza de Souza Lima; OLIVEIRA, Ana Paula. Museus para quem? interações entre perfil de público, lazer e turismo. **LICERE-Revista do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer**, v. 25, n. 1, p. 315-342, 2022.

MACHADO, Andrea de Matos et al. **Design emocional e interatividade em museus: a experiência de visita centrada no usuário**. 2021.

MACHADO, Tatiana Gentil. Projeto expográfico interativo: construindo o campo da interatividade. **Revista de Design, Tecnologia e Sociedade**, v. 3, n. 1, 2016.

MACIEL, Leonardo. **UX Design no divã: O que a psicologia tem a nos ensinar sobre experiência do usuário**. UX Collective . 01 fev 2021. Disponível em: <<https://brasil.uxdesign.cc/ux-design-no-div%C3%A3-fccdee03b808>>. Acesso em: 06 mai 2024.

MANZINI, E. **Design para a inovação social e sustentabilidade: comunidades criativas, organizações colaborativas e novas redes projetuais**. Rio de Janeiro: Epapers, 2008. 104 p. (Cadernos de Grupo de Altos Estudos 1) ISBN 9788576501701

MARTIN B. e HANINGTON B. **Universal Methods of Design: 100 way to research complex problems, develop innovative ideas, and design effective solutions**. Beverly: Rockport Publishers, 2012.

MARTINS, Vanessa Almeida. **Pesquisa com o usuário: Quais métodos usar e quando usar?**. Medium. 08 de jul de 2022. Disponível em: <<https://medium.com/orangejuicefc/pesquisa-com-o-usu%C3%A1rio-quais-m%C3%A9todos-usar-e-quando-usar-ff50c551e34>>. Acesso em: 11 out 2023.

MENDES, Rafael Pereira da Silva. **"Indústria cultural"**; *Brasil Escola*. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/filosofia/industria-cultural.htm>> Acesso em: 08 mai 2024.

MOUTINHO, Mário C. **Definição evolutiva de sociomuseologia: proposta de reflexão**. Revista Cadernos do Ceom, v. 27, n. 41, p. 423-427, 2014.

NACCA, Giovana. **Exposições "imersivas" são mais democráticas e acessíveis?** 13 mar 2023. Disponível em: <<https://www.artequaeacontece.com.br/exposicoes-imersivas-sao-mais-democraticas-e-acessiveis/>>. Acesso em: 21 fev 2024.

NOJIMOTO, Cynthia. **Design para experiência: processos e sistemas digitais**. 2009. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

NORMAN, Donald A. **Design emocional: por que adoramos (ou detestamos) os objetos do dia-a-dia**. Rio de Janeiro. ed. Rocco, 2008.

O'DOHERTY, Brian. **No interior do cubo branco: a ideologia do espaço da arte**. Martins Fontes, 2002.

PAGNAN, Andréia Salvan; SIMPLÍCIO, Giovana Costa; SANTOS, Valéria Carvalho. Design centrado no usuário e seus princípios éticos norteadores no ensino do design. **Estudos em Design**, v. 27, n. 1, 2019.

PEKARIK, A. J.; DOERING, Z. D. e KARNS, D. A. Exploring satisfying experiences in museums. **Curator: The Museum Journal**, v. 42, n. 2, p. 152-173, 1999.

PITTA, Virgínia Escóssia da Rocha. **A cenografia no espaço expositivo**. Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Cenografia) – Universidade Tecnológica Federal do Paraná, 2014.

PORFÍRIO, Francisco. **"Cultura de massa"**; *Brasil Escola*. Disponível em: <<https://brasilescola.uol.com.br/sociologia/cultura-de-massa.htm>> Acesso em: 08 mai 2024.

PREECE, Jennifer; ROGERS, Yvonne; SHARP, Helen. **Design de interação: além da interação humano-computador**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.

REDATORA. **Depois da estreia mundial, a "Van Gogh Live 8K" chega ao Recife**. Publicado em 01 de fev de 2023. Disponível em: <<https://anaclaudiathorpe.ne10.uol.com.br/2023/02/01/depois-da-estreia-mundial-a-van-gogh-live-8k-chega-ao-recife/>>. Acesso em: 20 abr de 2024.

REBOUCAS, R. B. ; ROCHA, C. . **"ENTRE A CAIXA PRETA E O CUBO BRANCO - Panorama da Cenografia e Expografia no Brasil": experiência de ensino, trocas e atravessamentos.** Memória ABRACE , v. 21, p. 01-24, 2021.

RINGLAND, Gill. Introduction to scenario planning. **Scenarios in Marketing: From Vision to Decision**, p. 1-18, 2012.

RIOMAR RECIFE. **O Shopping.** Disponível em: <<https://vivariomarrecife.com.br/o-shopping/>>. Acesso em: 05 mai 2024.

RIOMAR RECIFE. **Van Gogh Live 8K.** Disponível em: <<https://vivariomarrecife.com.br/agenda/events/van-gogh-live-8k/>>. Acesso em: 12 dez 2023.

RORATO, Daniela. **Exposição de Van Gogh: “Nenhuma acessibilidade para pessoas cegas ou surdas”.** 06 fev 2023. Disponível em: <<https://jornalistainclusivo.com/exposicao-de-van-gogh-nenhuma-acessibilidade-para-pessoas-cegas-ou-surdas/>>. Acesso em: 17 mar 2024.

SABER MUSEU. **Museu, memória e cidadania.** Youtube, 18 dez 2019. Disponível em: <https://youtu.be/Eu_7hh2yAKE?si=rJtjWeSsMUp1TwHP>. Acesso em: 12 jan 2024.

SACCHETTIN, Priscila. De volta à caverna de Platão: notas sobre exposições imersivas. **ARS (São Paulo)**, v. 19, n. 42, p. 606-654, 2021.

SILVEIRA, Anna Heber. **Ux o desenvolvimento de experiência para além do digital uma análise sobre as aplicabilidades dos conceitos de user experience em planejamento de eventos.** 2021.

SOBRINHO, Maryella Gonçalves. EXPOSIÇÕES IMERSIVAS COMO PRODUÇÃO DE ARTE, CIÊNCIA E TECNOLOGIA: A VIDEOINSTALAÇÃO JARDÍN INFINITO. **Revista Científica/FAP**, v. 19, n. 2, 2018.

SOUZA, Lucas Fabrizzio Laquimia de. **A cenografia e as megaexposições do século XXI.** 2012. 161 f. Dissertação (Mestrado) - Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012

STEVENSON, R. J. **The forgotten sense: using olfaction in a museum context: a neurosci-ence perspective.** In: LEVENT, N.; PASCUAL-LEONE, A. (Org.) **Multisensory museum: cross-disciplinary perspectives on touch, sound, smell, memory, and space.** Plymouth: Rowman & Littlefield, 2014.

STICKDORN M. e SCHNEIDER J. (Orgs.). **This is service design thinking: basics, tools, cases.** Amsterdam: BIS Publishers, 2010.

STICKDORN, Marc; SCHNEIDER, Jakob. **Isto é design thinking de serviços: Fundamentos, ferramentas, casos.** Porto Alegre: Bookman, 2014.

SUTTER, Mariana Bassi et al. Construção de cenários: apreciação de métodos mais utilizados na administração estratégica. **Espacios**, v. 33, n. 8, 2011.

TED. **The riddle of experience vs. memory | Daniel Kahneman**. Youtube, 01 mar 2010. Disponível em: <https://www.youtube.com/watch?v=XgRlrBI-7Yg>. Acesso em: 03 jun 2024.

TED. **The three ways that good design makes you happy | Don Norman**. Youtube, 09 mar 2009. Disponível em: <https://youtu.be/RIQEoJaLQRA?si=nNPFXFGjFgteX7hK>. Acesso em 29 mar 2024.

TONETTO, Leandro Miletto; XAVIER DA COSTA, Filipe Campelo. Design Emocional: conceitos, abordagens e perspectivas de pesquisa. **Strategic Design Research Journal**, v. 4, n. 3, 2011.

URSINE, Fernanda Lyrio. **Design e experiência do usuário em museus: um estudo no Museu do Amanhã**. 209f, 2019. Dissertação (Mestrado em Design), Universidade do Estado de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2019.

VAN SOMEREN, Maarten W.; BARNARD, Yvonne F.; SANDBERG, Jacobijn A. C. **The think aloud method: a practical guide to modelling cognitive processes**. London: Academic Press, 1994.

VYGOTSKY, L. S. **Psicologia da Arte (P. Bezerra, Trad.)**. São Paulo, 1999.

APÊNDICES

APÊNDICE A - Roteiro da entrevista presencial

1. Você tem interesse por arte? Algum tipo ou artista em específico?
2. Foi a primeira vez participando de uma exposição? E foi a sua primeira exposição imersiva?
3. Se já esteve em outras exposições em museus ou galerias observando as obras, pode-se dizer que a sensação/satisfação é a mesma?
4. Já conhecia Van Gogh e suas obras? Como foi esse contato/ experiência com as obras dele?
5. O que você sentiu nessa exposição?
6. O evento alcançou ou cumpriu as suas expectativas?
7. Consegue pensar em uma coisa que você mais gostou e algo que poderia melhorar?
8. Após essa experiência/visita, participaria de um evento semelhante novamente?
9. Depois desta experiência você voltaria a participar de exposições tradicionais? Ainda sentiria atração pelo modo de expor tradicional?
10. Defina em uma palavra sua experiência na exposição imersiva.

APÊNDICE B - Roteiro entrevista com o grupo focal

1. [EXPERIÊNCIA]

Eu fiquei sabendo que vocês passaram por alguns imprevistos até chegar no local da exposição, cês podem dizer se isso pode ter influenciado na experiência de vocês?

E se em outras circunstâncias onde tudo sai perfeito do início ao fim, cês acham que teria tido algo diferente na experiência lá?

2. [IMERSÃO]

Eu vi numas fotos que era um negócio grande, bem maluco assim, com umas luzes e uns negócios diferentes. Cês ficaram imersos mesmo na exposição ou tavam mais naquilo de “uau, que lindo datashow aqui nessa parede”? Deu pra se perder no tempo, se distrair ou era mais um checklist de coisas pra ver?

3. [IMERSÃO/EMOÇÃO]

Eu não fui pra exposição. Minha mãe e tia foram. Minha tia chorou HORRORES, minha mãe achou bacaninha e elas brigaram no grupo da família porque minha mãe disse “esse Van Gogh batia bem não, né?” e minha tia chamou ela de insensível. Em resumo, vocês estão mais pra minha tia chorona ou minha mãe seca? Cês acham que foi algo mais emocional assim ou algo mais visual e bonito?

4. [EMOÇÃO]

Falando nesse momento sobre as emoções de vocês lá e voltando a conversar sobre algo que aconteceu meses atrás. Vocês se lembram de alguma coisa como se fosse ontem? Ou sentem alguma coisa quando lembram daquele dia?

5. [EXPERIÊNCIA]

Cês descobriram ou conheceram algo novo, viram algo interessante ou mudaram o ponto de vista sobre alguma coisa? Tipo “ah, achei que era só uma meia da Renner e agora eu acho que significa depressão”

6. [EXPERIÊNCIA]

Cês animavam de ir de novo num negócio parecido? Tipo, é uma lembrança boa? Se eu dissesse OLHA GENTE BORA DE GRAÇA NUM NEGÓCIO PARECIDO cês topavam ou nem?

7. [OPINIÃO/PERCEPÇÃO]

Sobre o conteúdo e a forma que expuseram os trem, que cês acharam? Foi bom, foi ruim, podia ser melhor, espera tal e recebeu não sei quê...?

8. [RÉPLICAS/EMOÇÃO]

Uma vez eu vi um vídeo falando sobre como aquela pintura da Grande Onda Kanagawa, japonesa, tem um cadinho de réplicas e ninguém sabe bem qual é a original. E assim, eu imagino que não tenham metido os originais de Van Gogh num ônibus da Real Alagoas pra gente ver aqui. Vocês acham que essas réplicas impactam na personalidade ou na autenticidade das obras? Tipo “ah, não é original, Van Gogh não espirrou NESSA TELA especificamente” ou nem?

9. [EXPLORAÇÃO]

Vocês tiveram vontade de frequentar algum outro ambiente da exposição? Tipo o negócio que vendia café, a lojinha de lembrancinha... Ou vocês focaram mais no percurso da exposição e conhecer mais as obras mesmo?

10. [CONSUMISMO]

Cês sentiram vontade de comprar aquelas camisetas, canecas, e quadros que tavam lá? Tipo “pegue meu dinheiro eu quero essa almofada de noite estrelada aqui”. Ou era algo mais “vim pra ter contato com a exposição em si, não pra ter uma caneca em forma de orelha”?

11. [OPINIÃO]

Cês acham que dava pra fazer um ambiente imersivo naquela qualidade ou melhor com métodos menos tecnológicos? Tipo “ah, não vou usar datashow, vou só pintar as coisa tudo na parede”.

12. [OPINIÃO]

Percebi nessa exposição que não tinha muitas informações sobre as obras depois daquele percurso inicial.

Principalmente quando chegava lá na última sala, que tinha muitas projeções. Eu queria saber de vocês se sentiram falta do recurso que estamos acostumados a ver nos museus tradicionais por meio de etiquetas com informações específicas daquelas obras?

13. [EXPLORAÇÃO]

Eu queria fazer uma pergunta. Eu sei que teve gente que tava numa expectativa muito grande de ir participar. Vocês procuraram sobre a exposição antes? De onde surgiu essa vontade de participar?

14. [OPINIÃO]

Tu acha que a arte, por ser algo mais abstrato assim, ela deixa possível a gente explorar e transformar nos métodos e modo que a gente faz? Tipo gente que a obra de arte é um robô que limpa o chão pra sempre, ou que “arte é outra coisa, outro rolê, tem que ser feito por gente, manualmente”

15. [OBJETIVO|OPINIÃO]

Cês acham que a galera que faz essas exposições estão interessadas em incentivar a cultura ou só ganhar grana mesmo?

16. [OPINIÃO]

O que vocês acham sobre o crescimento desse tipo de exposição? É pra inovar? O público achou trend e tá indo em massa? Pode ir pra vários lugares? Se vocês fossem dizer, assim, um motivo principal dessas exposições serem mais frequentes, cês diriam qual?

17. [OPINIÃO]

A gente sabe que ninguém aguenta mais essa pergunta, mas precisamos perguntar: arte e design andam juntos?

APÊNDICE C - Resumo de respostas relevantes ao projeto sobre a experiência individual na entrevista presencial

Pergunta

Já estive em outras exposições em museus ou galerias observando as obras, pode-se dizer que a sensação/satisfação é a mesma?

Respostas dos entrevistados

Entrevistado 1:

Eu não achei, sabe por quê? Desculpa falar. Mas é porque eu acho que... Eu gostei bastante da 3D e tudo, foi a que eu achei mais interessante. Só que eu acho que o restante... A tecnologia ainda tem uma limitação na minha cabeça, sabe? Então tipo, não é a mesma coisa que você ver aquilo e pensar "nossa, tá na minha frente aquilo que o Van Gogh tocou, que ele pensou, que ele fez" sabe? Que é o que aconteceria se você estivesse vendo ela lá na cara.

Entrevistado 4:

Essa que eu fui do "Reencontro" tipo eu demorei muito na tela e em cada uma eu ficava pensando "que técnica eles usaram, sei o que" tipo, eu quis estudar a estrutura do quadro em si e nessa eu não fiz isso, principalmente nas que estavam muito grande, ou o cheiro era muito forte, a sensação foi totalmente diferente, eu não fiquei preocupada em analisar a obra em si, é mais a experiência no... no espaço.

Entrevistado 7:

Eu acho que a intenção dessa exposição é pra você realmente sentir as coisas então tinha cheiro, tinha música, tinham coisas sendo narradas, você participava das coisas então realmente acaba sendo mais tocante, sabe? Do que se fosse só o quadro lá.

Entrevistado 11:

Eu achei muito interessante para quem também não tem conhecimento acadêmico como criança, sabe? Eu achei muito legal ver elas brincando, correndo ou ficando parada tipo "Meu Deus, olha, olha!" Eu acho isso muito massa porque em quadro a criança pode até achar chato, mas no visual, no digital, pode até trazer uma proximidade para depois ela ficar curiosa para pesquisar mais. Eu percebi também que muita gente mais velha olhava e dizia que ficava, tipo assim, encantada até que eu sou muito fã dele e fiquei encantada.

**Pergunta****O que você sentiu nessa exposição?****Respostas dos entrevistados****Entrevistado 1:**

Eu fiquei muito curiosa, porque tinha algumas curiosidades dele que eu não sabia, alguns fatos que eu não conhecia. Então, eu fiquei "nossa que massa". E uma das partes muito interessante também foi a linha de tempo que dizia o que estava acontecendo no mundo e na vida do Van Gogh. Tipo, eu descobri que quando teve a assinatura da abolição da escravidão, ele estava pintando a noite estrelada, sabe? Foi um negócio muito... que loucura, sabe?

Entrevistado 9:

Mais ou menos, em alguns momentos senti uma tristeza ruim, indignação com a situação, tipo, que vida triste desse cidadão. E eu fiquei naquela ansiedade dele de, sei lá, trocar cartas com o irmão, sabe? E aí, ele mandava com um sentimento e a cartinha chegava, sei lá, um mês depois e não era a mesma coisa mais, o sentimento dele já tinha mudado nesse período. E aí, são essas coisas que eu fiquei pensando durante a apresentação toda.

Entrevistado 12:

A pessoa faz parte daquela obra também. Você tá ali dentro, você consegue sentir tudo, os movimentos e tudo, faz parte daquilo. É uma experiência muito linda.

Entrevistado 15:

Em relação a visita lá, sem contar a viagem e o tempo no ônibus, eu acho que calmaria. Não sei se porque também teve uma parte que eu me afastei do grupo porque não conhecia o resto das pessoas que estavam ao meu redor, então eu fiquei muito sozinha, mas estava lendo as coisas, observando, olhando as coisas e tirando fotos, eu senti muito que acalmaria como se fosse só aquele momento e aquele aquele lugar e era uma coisa que eu não sentia a muito tempo.

Entrevistado 17:

Lendo e descobrindo as coisas sobre ele eu sinto tipo empatia, sabe? Me sinto feliz e triste ao mesmo tempo, mas marcada por muita tristezas por causa dos problemas da vida dele e isso acaba que me deixando um pouco triste por ele mas também meio que uma sensação de alegria por saber que apesar das dificuldades da vida dele e da morte que teve, sem fama, saber que ele é um artista bem famoso hoje.



Pergunta

O evento alcançou ou cumpriu as suas expectativas?



Respostas dos entrevistados

Entrevistado 9:

Como o próprio nome já diz é uma experiência imersiva e realmente cumpriu o objetivo. Eu gostei bastante e acho que todas deveriam ter alguma coisa assim nesse sentido pra poder integrar a pessoa na arte porque às vezes a pessoa acha que a arte é só pra quem entende, pra quem já pratica e etc mas não, deve ser algo que imerge a pessoa, isso torna a arte um pouco mais acessível, mais do povo também.

Entrevistado 10:

A minha experiência foi desde o início, na entrada da exposição e eu até comentei com um amigo que eles instigam todos os nossos sentidos. Não só o visual, como muita gente acaba, muitas vezes, banalizando a arte como se fosse só visual. A maioria das vezes ela instiga outros sentidos nossos, e tanto o cheiro, as texturas das molduras, das imagens, o jeito como foi colocado a apresentação da história dele é muito sensacional. E o final é completo, fecha com chave de ouro, que é a parte que a gente se junta em um espaço gigante várias obras dele.

Entrevistado 11:

É uma experiência positiva porque honra também a memória do artista porque pra ter uma experiência imersiva a pessoa tem que pensar em tudo, então as pessoas que cuidaram pra falar do Van Gogh, elas tiveram muita preocupação em qual coisa, como colocar a sala, as músicas que iam colocar então acho que não só é uma forma muito positiva, mas também é uma forma de honrar aquele artista, honrar a memória.

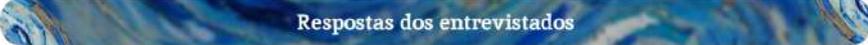
Entrevistado 15:

Eu achei uma experiência muito boa, acho que super valeu a pena. Como primeira experiência, eu achei muito bom. A história do Van Gogh em si me interessa bastante. Eu acho uma história muito triste. Cada quadro daquele que a gente ia lendo sobre a história, me emocionou muito. Eu acho que só não foi mais imersivo, porque como era muita gente.



Pergunta

Consegue pensar em uma coisa que você mais gostou e algo que poderia melhorar?



Respostas dos entrevistados

Entrevistado 1:

E as obras também estavam por trás do que estava escrito, né? Isso meio que dava uma sensação tipo assim, então não é algo que é o primeiro plano. Eu achei muito massa de trazer a escrita e a obra também, mas às vezes meio que apagava a obra, sabe?

Entrevistado 2:

Não sei, eu acho que é porque o Van Gogh é uma pessoa tão texturizada e a exposição foi tão lisa, sabe? Não sei, que eu tô... É tipo, foi só aquele visual. Tipo foi algo mais visual, não teve nem que seja uma textura em relação aos quadros com a tinta mesmo, que quando você toma, você sente.

Entrevistado 3:

E é muito legal que cada sala tem uma cortina que não deixa você descobrir de cara o que tem na próxima, então dá uma vontade de ir.

Entrevistado 7:

Eu fiquei emocionada com as músicas. É porque era muito bonito as músicas, eu gostava, eu já conhecia. Quando tocou e quando eu vi as obras, tudo junto, eu fiquei emocionada. Eu só não chorei porque eu estava com vergonha.

Entrevistado 9:

Eu achei uma experiência muito incrível porque mudou a forma que a gente observava as artes, mesmo sendo as artes que a gente já tinha visto antes. Mudou a forma de ver elas, por conta dessa imersão. E uma coisa que eu achei muito interessante foi os cheiros também, lá no ambiente, que deixou o ambiente mais... climatizado acho que é a palavra.

Entrevistado 11:

Eu acho que... o único problema que pode ter é tipo o problema em relação a cair energia ou dar algum problema nessas coisas relacionadas com tecnologia.

Entrevistado 13:

Rapaz, eu achei muito bom porque a obra de van Gogh sempre foi a questão do movimento. A arte final dele sempre busca a questão do movimento, da naturalidade. E nessa questão tecnológica ele traz esse movimento, essa naturalidade. A gente parte do momento que nós, visitantes, começamos a parar de andar enquanto o que começou a se movimentar foi a arte, não a gente.


 Pergunta

Após essa experiência/visita, participaria de um evento semelhante novamente?


 Respostas dos entrevistados
Entrevistado 3:

Eu continuo gostando do tradicional, mas essa experiência imersiva com certeza abrange muito mais, né? E acho que eu iria em outra oportunidade que tivesse.

Entrevistado 5:

Eu acho que é outra proposta, porque a imersiva, como eu falei, é mais pessoal. Quando você pega um artista e quer contar a história dele, mas ainda assim, ir ao museu, passar por todas aquelas telas e até conhecer outros artistas que você não conhece é legal do mesmo jeito. Então, eu acho que cada um tem a sua importância.

Entrevistado 7:

Nossa, Monet! Quero.


 Pergunta

Depois desta experiência você voltaria a participar de exposições tradicionais? Ainda sentiria atração pelo modo de expor tradicional?


 Respostas dos entrevistados
Entrevistado 8:

Com certeza. Essa foi a minha primeira exposição imersiva. Só que eu tive a oportunidade de ir em uma antes, mas deixei passar porque a fila tava grande, e eu não tive paciência de esperar. Só que se eu soubesse que era assim, eu tinha esperado. Então com certeza eu iria em outra.

Entrevistado 9:

O tradicional ainda continua sendo muito interessante pra mim. Observar algo que seria bem mais limpo.

Entrevistado 13:

Eu vou discordar com a opinião do meu colega. Acho que tem artes que são feitas para serem tradicionais, quando a gente quer só modernizar por modernizar você perde o sentido da arte, que é o valor que o artista queria transmitir naquela arte. Eu acho que a gente tem que saber diferenciar qual é aquele que pode ser transformado nessa inclusiva, trazer para a tecnologia, e qual que a gente pode deixar tradicional, porque é perfeito daquela forma onde ele foi feito para ser.

APÊNDICE D - Transcrições das entrevistas presenciais

- 1º Entrevista

Entrevistadora: Oi, Eu sou a Victória, estou no sétimo período do curso de Design na UFAL, não sei se vocês sabem, mas estou começando a planejar o meu TCC agora e como eu quero trabalhar com pesquisa, uma das coisas que me incentivaram foi trabalhar com a experiência do usuário e alguma relação que tivesse com o design. Nisso eu escolhi a expografia porque pode estar relacionada com o design de serviço. Sendo assim, em relação à visita de vocês na exposição do Van Gogh e suas suas experiências lá, eu pretendo fazer algumas perguntas breves mesmo. Gostaria de saber primeiro qual a idade de vocês dois, só para eu ter uma noção de faixa etária dos entrevistados.

Entrevistado 1: 20 anos.

Entrevistado 2: 20 também.

Entrevistadora: Gostaria de saber nesse momento se vocês possuem algum interesse por arte. Tipo, gostam de algum artista ou tem interesse em qualquer aspecto dessa área?

Entrevistado 1: Não, não tenho interesse por algo específico não.

Entrevistado 2: Eu gosto muito, mas eu não procuro saber mais, sabe? Tipo assim, eu gosto de apreciar, gosto de entender e eu gosto muito do Van Gogh, por isso eu fiquei tão feliz em vir, mas não procuro saber muito.

Entrevistado 1: No meu caso já é negócio mais esporádico mesmo, se alguém me chamar eu acho massa de ir e tal, mas eu nunca tive um "Nossa que". Eu gosto, mas não é nada especial, sabe?

Entrevistadora: Sim.

Entrevistado 2: Eu sei que nesse caso do Van Gogh eu sempre tive vontade de ir, porque eu achava ele muito massa. Eu acho, na verdade.

Entrevistadora: E essa foi a primeira exposição de vocês?

Entrevistado 2: Dessa forma?

Entrevistadora: Assim, no geral, sem focar no estilo de expor imersivo, foi a primeira exposição que vocês frequentaram ou não?

Entrevistado 2: Já estive em algumas de esculturas.

Entrevistado 1: Eu acho que essa foi a mais imersiva que eu fui.

Entrevistadora: Certo, legal. Eu também gostaria de saber se vocês já conheciam o Van Gogh e as obras dele.

Entrevistado 1: Já, já conhecia algumas.

Entrevistado 2: Já conhecia o Van Gogh sim, mas lá tinha algumas obras que eu nunca tinha visto.

Entrevistadora: Eu entendo, como visitante eu tenho que admitir que também vi quadros "novos" na exposição.

Entrevistado 1: Aquela do Japão.

Entrevistadora: Bom, como foi pra vocês verem essas obras num formato diferente, mais tecnológico, ao invés de só um quadro na parede?

Entrevistado 1: Eu achei muito massa. Principalmente a parte do quadro do Van Gogh, que ele se mexe, eu acho que aquela parte que é em 8K, que é um quadro meio em alto relevo assim, eu achei algo muito diferente, sabe?

Entrevistado 2: E através da imagem que vai mudando também é possível ver ou entender as mudanças das técnicas de pintura do Van Gogh com o tempo através dos auto retratos demonstrados. Então, eu gostei, não foi minha predileta, mas achei polêmica.

Entrevistadora: Então assim, pra vocês, a sensação nessa exposição que foi mais imersiva, é a mesma do que vendo uma obra ou então uma escultura de forma tradicional?

Entrevistado 2: Eu não achei, sabe por quê? Desculpa falar. Mas é porque eu acho que... Eu gostei bastante da 3D e tudo, foi a que eu achei mais interessante. Só que eu acho que o restante... A tecnologia ainda tem uma limitação na minha cabeça, sabe? Então tipo, não é a mesma coisa que você ver aquilo e pensar "nossa, tá na minha frente aquilo que o Van Gogh tocou, que ele pensou, que ele fez" sabe? Que é o que aconteceria se você estivesse vendo ela lá na cara.

Entrevistado 1: É a sensação de estar presenciando algo único, né? Eu concordo.

Entrevistado 2: É, é como se você tivesse dentro de um computadorão, sabe? É muito massa, é instagramável, vai poder tirar foto, vai poder fazer isso e fazer aquilo. Mas ainda achei menos emocionante do que eu acharia que fosse, sabe? Até aquela sala dos girassóis. Achei girassóis comuns, tipo, entendeu? Não são girassóis do Van Gogh.

Entrevistado 1: Mas ainda assim eu senti que foi algo legal pra gente se sentir lá, entendeu? Essa sala dos girassóis realmente não são os dele, mas foi um negócio que pelo menos levou a gente pra algo, sabe?

Entrevistadora: O evento cumpriu as expectativas ou satisfez vocês de algum modo?

Entrevistado 1: Eu acho que sim.

Entrevistado 2: Eu fiquei satisfeita, mas sei lá... tipo eu queria chorar e não chorei. Entendeu?

Entrevistadora: E o que vocês sentiram nessa exposição em relação às emoções e sentimentos? Vocês ficaram curiosos, alegres, tristes? Ou foi uma coisa mais neutra mesmo? Do modo "Ah, estou imparcial "

Entrevistado 2: Eu fiquei muito curiosa, porque tinha algumas curiosidades dele que eu não sabia, alguns fatos que eu não conhecia. Então, eu fiquei "nossa que massa". E uma das partes muito interessante também foi a linha de tempo que dizia o que estava acontecendo no mundo e na vida do Van Gogh. Tipo, eu descobri que quando teve a assinatura da abolição da escravatura, ele estava pintando a noite estrelada, sabe? Foi um negócio muito... que loucura, sabe?

Entrevistado 1: As coisas que estão acontecendo no mundo ao mesmo tempo, né? Você vê histórias diferentes se linkando, foi algo interessante, eu diria assim.

Entrevistado 2: Porque normalmente a gente sabe que tal coisa aconteceu em tal ano e outra coisa também, mas é difícil a gente juntar as duas coisas. Então achei muito massa. Essa parte mais histórica mesmo. Visualmente, como eu falei, é legal pra foto e tal, mas eu sentia aquela falta de emoção. Eu gostei muito de saber a curiosidade junto com o visual, que mostrava lá. Mas é mais sobre a curiosidade.

Entrevistadora: Agora me contem, apesar dos imprevistos que a gente passou, ou seja, ônibus quebrar e a gente passar um tempo fora dele para depois continuar a viagem até chegar lá na exposição. Vocês acham que valeu a pena ter participado?

Entrevistado 2: Com certeza.

Entrevistado 1: Ó, com certeza. É uma experiência única.

Entrevistadora: Particularmente, vocês conseguem pensar em algo que mais gostou e em algo que você acha que poderia mudar para melhorar ainda mais a experiência?

Entrevistado 2: Eu gostei muito da parte histórica, assim, desse link, eu acho muito legal essa questão de curiosidade, tipo, fatos que você não sabe. É... coisas que poderiam mudar...

Entrevistadora: É, isso se você achar que tem algo que poderia modificar, se não tiver também, tá ok.

Entrevistado 2: Não sei, eu acho que é porque o Van Gogh é uma pessoa tão texturizada e a exposição foi tão lisa, sabe? Tipo foi algo mais visual, não teve nem que seja uma textura em relação aos quadros com a tinta mesmo, que quando você toma, você sente.

Entrevistado 1: E as obras também estavam por trás do que tava escrito, né? Isso meio que dava uma sensação tipo assim, então não é algo que é o primeiro plano. Eu achei

muito massa de trazer a escrita e a obra também, mas às vezes meio que apagava a obra, sabe?

Entrevistado 2: Ou a escrita. Quando era uma obra clara, você tinha que se mexer pra ficar lendo. Mas talvez fosse proposital, que a gente tenha que se movimentar.

Entrevistado 1: Realmente, por causa da transparência.

Entrevistadora: Depois de estar nessa exposição, vocês participariam de algo semelhante?

Entrevistado 1: Participaria sim.

Entrevistado 2: Sim, foi bom.

Entrevistadora: Vocês voltariam a frequentar os ambientes tradicionais como os museus? Vocês ainda procurariam por exposições em museus, galerias ou vocês seriam mais adeptos a esse estilo imersivo, tecnológico?

Entrevistado 1: Eu vou falar porque esses dias eu tive umas experiências no Instituto Histórico Geográfico de Alagoas e no Museu Palácio. Eu preferi uma forma mais tradicional do que a imersiva. Não foi ruim, não, as duas foram ótimas, mas eu gosto mais da tradicional.

Entrevistado 2: Eu acho que eu também. Eu acho que eu não negaria se houvesse uma imersiva de novo, mas não deixaria a tradicional, sabe?

Entrevistadora: Certo. Por fim, gostaria se possível que definissem a exposição, a experiência de vocês em uma única palavra.

Entrevistado 1: Beleza.

Entrevistado 2: Interessante.

Entrevistado 1: Para mim foi algo muito bonito de se ver, principalmente a última sala, que é a sala grandona. Representa muita beleza para mim.

Entrevistadora: Certo. É isso. Eu agradeço bastante pela participação de vocês.

Entrevistado 1: De nada.

- 2º Entrevista

Entrevistadora: Vocês têm quantos anos? Só pra eu ter uma noção de faixa etária.

Entrevistado 3: 22.

Entrevistado 4: 19.

Entrevistadora: Gostaria de saber se vocês têm algum interesse por arte. Gostam de algum artista ou de ir em exposições?

Entrevistado 4: Eu me interesso. Fui até em uma exposição que teve recentemente com artistas alagoanos, em Alagoas, né? Lá em Maceió, no caso. É, que eu esqueci. Acho que é reencontro. Eu fui lá e foi muito interessante.

Entrevistado 3: Eu também fui nessa e eu tenho muito interesse. É porque eu sou do interior e aí eu me mudei recentemente para Maceió e eu vi que tinha muitos museus, galerias e tudo mais e tenho muito interesse de ir visitar elas. E particularmente o Van Gogh é tipo um dos meus artistas preferidos então foi muito bom ter ido nessa, poder ter visto. Eu conheço a história dele, já vi algumas coisas, então boa parte das pinturas que a gente viu hoje eu já conhecia.

Entrevistadora: Essa foi a primeira experiência de vocês em um ambiente imersivo? Porque como vocês comentaram que já tem interesse por arte e foram nessa exposição "Reencontro" eu suponho que vocês já tiveram contato em uma exposição tradicional, né?

Entrevistado 3: Sim.

Entrevistado 4: Sim.

Entrevistadora: Então, em local dito como imersivo, esse foi o primeiro contato de vocês?

Entrevistado 3: Sim, foi.

Entrevistado 4: Sim, para mim também.

Entrevistadora: Vocês disseram que já conheciam o Van Gogh e as obras dele, mas ter esse contato com a obra mais tecnológica, em grande escala, ao invés de só ser um quadro, foi diferente?

Entrevistado 3: Foi.

Entrevistadora: Foi melhor ou foi pior?

Entrevistado 4: Eu acho que foi melhor, porque eu nunca vi as pinturas dele de perto, mas até mesmo aquelas pinturas do começo onde as telas eram menores e tipo, pra tela lá no final que o espaço era todo preenchido foi uma coisa muito diferente, foi muito bom.

Entrevistado 3: Eu acho que quando é só o quadro, você fica muito focado só no quadro, e essa experiência imersiva, como tem toda essa tecnologia, você se sente parte da arte. Então, acho bem legal.

Entrevistadora: A sensação que vocês experimentaram lá nessa exposição imersiva em comparação com uma exposição tradicional, é a mesma?

Entrevistado 4: Não.

Entrevistado 3. Eu acho que não também.

Entrevistado 4: Essa que eu fui do "Reencontro" tipo eu demorei muito na tela e em cada uma eu ficava pensando "que técnica eles usaram?" tipo, eu quis estudar a estrutura do quadro em si e nessa eu não fiz isso, principalmente nas que estavam muito grandes, ou o cheiro era muito forte, a sensação foi totalmente diferente, eu não fiquei preocupada em analisar a obra em si, é mais a experiência no espaço.

Entrevistadora: Entendi. Eu também queria saber se o evento cumpriu as expectativas de vocês.

Entrevistado 4: Cumpriu. A gente tava até comentando.

Entrevistado 3: Tem umas coisinhas que eu não me agradei muito. Tipo, eu acredito que deve ter um esquema de fluxo de pessoas lá onde você entra numa sessão e depois não pode sair mais, é todo um caminho contínuo. Eu acredito que seria melhor se você pudesse entrar e sair.

Entrevistadora: Aproveitando que vocês comentaram sobre esse aspecto que acharam um pouco negativo e poderia mudar para melhorar, eu queria saber o que vocês mais gostaram lá.

Entrevistado 3: Da última sala, eu acho que as projeções são maravilhosas.

Entrevistado 4: E aquela que tem a flor que a gente esqueceu o nome agora. Aquela que tem um cheirinho, e a gente também passa pela experiência do toque.

Entrevistadora: De emoções, o que vocês sentiram?

Entrevistado 4: Eu fiquei bem animada, principalmente na última que começou a mudar as telas e eles tinham um efeito muito legal, eu tava muito animada nessa parte.

Entrevistado 3: E é muito legal que cada sala tem uma cortina que não deixa você descobrir de cara o que tem na próxima, então dá uma vontade de ir.

Entrevistadora: Depois que vocês experimentaram essa experiência com Van Gogh, vocês iriam para algo semelhante de novo?

Entrevistado 3: Com certeza.

Entrevistado 4: Sim.

Entrevistadora: E vocês teriam mais curiosidade de ir para algo semelhante ou voltar para o tradicional? Ou seja, que nem a que vocês foram antes?

Entrevistado 4: Eu acho difícil essa pergunta. Acho que iria aos dois.

Entrevistado 3: Eu continuo gostando do tradicional, mas essa experiência imersiva com certeza abrange muito mais, né? E acho que eu iria em outra oportunidade que tivesse.

Entrevistadora: Por favor definam em uma palavra essa experiência, visita de vocês.

Entrevistado 4: Deixa eu ver... Incrível.

Entrevistado 3: Eu diria que sensorial.

Entrevistadora: É isso gente que eu estava curiosa para descobrir com vocês, muito obrigada pela colaboração.

- 3° Entrevista

Entrevistadora: Vocês possuem interesse por arte? Vocês se interessam por esse universo?

Todos os entrevistados: Sim

Entrevistadora: Foi a primeira exposição de vocês? Seja tradicional ou imersiva?

Entrevistado 5: Eu já fui para algumas exposições antes, alguns museus, mas imersiva foi a primeira vez.

Entrevistado 6: Para mim também é a primeira vez Imersiva mas já fui para algumas exposições antes, só não lembro quais em específico agora.

Entrevistado 7: Sim, já fui em um espaço cultural lá no centro de Maceió.

Entrevistado 8: Essa foi minha primeira exposição, não tinha ido antes em nenhuma outra.

Entrevistadora: Vocês já conheciam o Van Gogh e as obras dele?

Todos os entrevistados: Sim, já.

Entrevistadora: Como foi para vocês terem contato com as obras dele por um meio diferente?

Entrevistado 5: Foi incrível.

Entrevistado 6: Foi diferente.

Entrevistado 7: Mágico.

Entrevistado 8: Foi muito massa. Você se sente dentro da obra, né? Como se fosse parte mesmo.

Entrevistado 7: Tudo que eu conseguia pensar era "Meu Deus, eu não quero mais sair daqui" Que louco.

Entrevistado 6: Eu ficaria horas ali... Eu dormiria ali fácil.

Entrevistado 5: Eu já vi algumas obras dele pessoalmente. E mesmo que não tenha muitas obras presencialmente, eu achei que essa composição foi mais mágica.

Entrevistado 7: Eu não sei se vi uma original, mas eu já vi e realmente é outra coisa.

Entrevistadora: Então para vocês a sensação de ver as obras dele sem ser limitado só a moldura, é totalmente diferente?

Entrevistado 7: Eu acho que a intenção dessa exposição é pra você realmente sentir as coisas então tinha cheiro, tinha música, tinham coisas sendo narradas, você participava das coisas então realmente acaba sendo mais tocante, sabe? Do que se fosse só o quadro lá.

Entrevistado 5: Eu acho que eles tentaram também deixar mais pessoal.

Entrevistado 8: E dá pra ver que tem muito carinho na coisa. Dá pra ver que realmente gostam muito do que estão fazendo.

Entrevistado 6: Até o modo como abordam o artista, tipo tem coisas do Van Gogh lá que era mais pessoal, que eu não sabia, mas lá estava falando. E em outras exposições que fui, dependendo do artista, era só aquelas informações mais técnicas mesmo.

Entrevistadora: O evento cumpriu as expectativas de vocês? Foi satisfatório?

Entrevistado 5: Sim.

Entrevistado 6: Sim.

Entrevistado 7: Bastante.

Entrevistado 8: Sim.

Entrevistadora: Então mesmo a gente tendo se atrasado, valeu a pena?

Entrevistado 5: Valeu.

Entrevistado 6: Sim.

Entrevistado 7: Ah sim, com certeza.

Entrevistado 8: Foi meio cansativo, mas foi compensador quando chegou lá.

Entrevistadora: E o que vocês sentiram lá? O que vocês acham que foi mais estimulado particularmente?

Entrevistado 7: Eu fiquei emocionada com as músicas. É porque era muito bonito as músicas, eu gostava, eu já conhecia. Quando tocou e quando eu vi as obras, tudo junto, eu fiquei emocionada. Eu só não chorei porque eu tava com vergonha.

Entrevistado 8: Muito bonito mesmo. Eu senti admiração, ver aquelas imagens se mexendo assim, todas as técnicas que ele usou.

Entrevistado 5: Eu queria chorar ali. Eu até fiquei mais distante do pessoal porque eu tava meio, sabe, chorando.

Entrevistado 6: Eu acho que até antes de entrar também, quando começou a tocar as músicas eu já comecei a imaginar como seria lá dentro. Eu falei "meu Deus, se tocar essas músicas lá dentro... Ah, cabô!"

Entrevistado 8: E fomos imaginando no início, coisa que ocorreu durante a vida dele, ele sofreu tanto e tecnicamente só foi reconhecido depois de morrer. A gente sente. Deu uma vontade que sei lá, eu queria que ele soubesse que é tão importante.

Entrevistadora: Vocês conseguem pensar em algo que vocês mais gostaram lá? De todo percurso.

Entrevistado 5: Eu acho que é a última projeção mesmo. A sala. A sala principal, que a gente ficou lá e começou a passar as imagens.

Entrevistado 7: Pra mim não foi exatamente uma coisa, foi mais a expectativa que eles geravam. Tipo assim, você tava numa sala e aí você passava e tipo tinha uma cortina escura e quando você passava era aquele "Nossa!" pros olhos, sabe? Isso era muito bom. Toda sala que eu passava eu tava "meu Deus o que vai ser agora? Que experiência mágica vai ser agora?"

Entrevistado 6: Eu gostei muito daqueles girassóis. É... Não tem uma coisa que eu preferi mesmo, porque é tudo diferente, eu acho que muito único mesmo.

Entrevistado 8: Eu achei muito interessante a sala que tem o rosto dele com as técnicas da pintura dele e vai mudando. Eu achei muito interessante.

Entrevistadora: Vocês acham que algo precisaria mudar para melhorar ainda mais a experiência?

Entrevistado 8: Eu achei um lugar acessível também, mas talvez alguém com sensibilidade a luz não dê pra aproveitar tanto.

Entrevistado 7: Eu não sei, não consigo pensar em nada.

Entrevistado 5: Eu acho que não tenho opiniões sobre isso.

Entrevistado 6: Eu também não pensei em nada. Eu acho que desde que a hora que a gente entra, a gente já cria a expectativa de querer passar por ele. Não é aquele tipo " Ah", é tipo "Eu quero entrar, eu quero ir, eu quero ir"

Entrevistadora: E vocês participariam de outra exposição imersiva, independente do tema?

Entrevistado 8: Com certeza. Essa foi a minha primeira exposição imersiva. Só que eu tive a oportunidade de ir em uma antes, mas deixei passar porque a fila tava grande, e eu não tive paciência de esperar. Só que se eu soubesse que era assim, eu tinha esperado. Então com certeza eu iria em outra.

Entrevistado 7: Nossa, Monet! Quero.

Entrevistado 5: Sim.

Entrevistado 6: Sim, lógico.

Entrevistadora: E aí, digamos que você tem que escolher entre imersiva e tradicional. Qual a decisão de vocês?

Entrevistado 7: Acho que cada um tem a sua essência, né? Não tem como escolher a melhor. A imersiva é outra experiência da tradicional. Acho que é importante ter a tradicional, que é admirar os quadros como eles são. Mas a imersiva é uma experiência muito diferente.

Entrevistado 5: Eu acho que é outra proposta, porque a imersiva, como eu falei, é mais pessoal. Quando você pega um artista e quer contar a história dele, mas ainda assim, ir ao museu, passar por todas aquelas telas e até conhecer outros artistas que você não conhece é legal do mesmo jeito. Então, eu acho que cada um tem a sua importância.

Entrevistado 8: Sim. Cada um toca a pessoa de um jeito diferente. Mas é bom.

Entrevistado 6: Concordo com tudo que falaram.

Entrevistadora: Por fim, poderia definir a visita, a experiência de cada uma em uma palavra.

Entrevistado 6: Eu matei essa de última hora. Em uma palavra... Emocionante.

Entrevistado 8: Mágico.

Entrevistado 7: Acho que a primeira coisa que eu pensei foi Inspiração.

Entrevistado 5: O negócio sobrepôs todas as minhas expectativas, talvez, incrível. Por que não tem outra palavra que expresse mais, eu acho.

Entrevistadora: Acabou pessoal, eu adorei conversar com vocês e poder saber o que cada uma achou foi muito legal.

- **4° Entrevista**

Entrevistadora: Então, eu vou começar agora, tá? Qual a idade de vocês, por favor.

Entrevistado 9: Eu tenho 20 anos.

Entrevistado 10: 21.

Entrevistado 11: 18.

Entrevistado 12: 22.

Entrevistado 13: Eu tenho 24.

Entrevistado 14: Eu tenho 21.

Entrevistadora: Vamos lá. Vocês têm interesse por arte no geral? Algum artista?

Entrevistado 9: Com certeza.

Entrevistado 10: Sim!

Entrevistado 11: Sim.

Entrevistado 12: Eu gosto, às vezes pesquiso.

Entrevistado 13: Eu também gosto, meu pintor favorito é Van Gogh, por isso que eu vim. Tenho até a arte dele no meu quarto, por isso que eu vim.

Entrevistado 14: Eu gosto um pouco, mas não me aprofundo.

Entrevistadora: Vocês já estiveram em alguma exposição antes?

Todos os entrevistados: Já.

Entrevistadora; Essas exposições anteriores de vocês, foram tradicionais ou já foram em alguma imersiva como essa visitada?

Todos os participantes: Tradicional.

Entrevistadora: E aí, vocês já conheciam o trabalho do artista de hoje, o Van Gogh? Tipo, todo mundo aqui já conhecia ou ainda não?

Todos os entrevistados: Já conhecia.

Entrevistado 14: Eu conhecia só de nome e se deixar achava que O grito era dele, descobri que não.

Entrevistado 11: Conheci a pouco tempo através de um filme que a professora passou.

Entrevistadora: Então, como foi esse contato com as obras dele mais digitalizada ao invés de pintura num quadro?

Entrevistado 13: Rapaz, eu achei muito bom porque a obra de van Gogh sempre foi a questão do movimento. A arte final dele sempre busca a questão do movimento, da naturalidade. E nessa questão tecnológica ele traz esse movimento, essa naturalidade. A gente parte do momento que nós, visitantes, começamos a parar de andar enquanto o que começou a se movimentar foi a arte, não a gente.

Entrevistado 12: Como eu já tive as duas experiências, então dá pra comparar, né? Não faz muito tempo, a primeira vez que eu fui, eu comecei pelo museu. Tem também uma experiência sensorial. A gente primeiro vê as peças, não pode tirar foto como aqui. E assim, tem a sensação de você estar ouvindo a história daquele quadro, através de um áudio e é tão bom quanto porque você tá ali vendo a imagem enquanto tá escutando algo, então consegue sentir um pouco da história.

E no final do museu, a gente tem o contato com a obra de arte. Tem uma obra lá que não foi dele, né? Outras pessoas fizeram, eu acho que são réplicas, mas você pode sentir as texturas. Então você tem esse contato sensorial em relação à textura. Então, acho que para complementar tudo isso, veio justamente essa exposição, para juntar outras sensações também, como a de movimento, isso de você conseguir estar imerso ali, sabe? Como se você fizesse parte daquele quadro. Então, é uma experiência muito única. E, assim... É... A parte também da trilha sonora envolvente. Então, é uma experiência assim, sentimentos. Muito incrível. E foi, enfim, ótimo. Eu adorei.

Entrevistado 9: Eu achei uma experiência muito incrível porque mudou a forma que a gente observava as artes, mesmo sendo as artes que a gente já tinha visto antes. Mudou a forma de ver elas, por conta dessa imersão. E uma coisa que eu achei muito interessante foi os cheiros também, lá no ambiente, que deixou o ambiente mais... climatizado acho que é a palavra.

Como o próprio nome já diz é uma experiência imersiva e realmente cumpriu o objetivo. Eu gostei bastante e acho que todas deveriam ter alguma coisa assim nesse sentido para poder integrar a pessoa na arte porque às vezes a pessoa acha que a arte é só pra quem entende, pra quem já pratica e etc mas não, deve ser algo que emerge a pessoa, isso torna a arte um pouco mais acessível, mais do povo também.

Entrevistado 10: A minha experiência foi desde o início, na entrada da exposição e eu até comentei com um amigo que eles instigam todos os nossos sentidos. Não só o visual, como muita gente acaba, muitas vezes, banalizando a arte como se fosse só visual. A maioria das vezes ela instiga outros sentidos nossos, e tanto o cheiro, as texturas das molduras, das imagens, o jeito como foi colocado a apresentação da história dele é muito sensacional. E o final é completo, fecha com chave de ouro, que é a parte que a gente se junta em um espaço gigante várias obras dele.

Entrevistado 14: Foi bom demais.

Entrevistado 11: Eu achei muito interessante para quem também não tem conhecimento acadêmico como criança, sabe? Eu achei muito legal ver elas brincando, correndo ou ficando parada tipo "Meu Deus, olha, olha!" Eu acho isso muito massa porque em quadro a criança pode até achar chato, mas no visual, no digital, pode até trazer uma proximidade para depois ela ficar curiosa para pesquisar mais.

Eu percebi também que muita gente mais velha olhava e dizia que ficava, tipo assim, encantada, até que eu sou muito fã dele e fiquei encantada. Já tinha visto uma vez um quadro pessoalmente, mas também a experiência imersiva, ela teve uma sensação muito parecida. Do mesmo jeito que eu fiquei arrepiada vendo um quadro dele pessoalmente, ocorreu a mesma coisa no digital, porque teve toda a movimentação, o uso do cheiro também, do barulho, a Fernanda Montenegro também narrando, deixando tudo muito especial, sério. Não sei se alguém falou dela. Eu acho que deixar uma voz marcante também foi muito delicado, eles tiveram esse cuidado.

Nas músicas também, no jeito que é passado as imagens. Quem é leigo ou não entende nada sobre o Van Gogh, se fosse para a imersiva, iria amar de todo jeito. Ver todas as cores é muito lindo.

E também se caso você não lesse aquelas informações que tinha, no próprio áudio a Fernanda Montenegro também falava algumas coisas. E eu acho isso importante também para acessibilidade, para quem também não sabe ler ou não tem até mesmo paciência.

E a pessoa acaba aprendendo, assim, fica impressionada e às vezes pensa "meu Deus, que lindo, quero escutar mais" Então eu acho muito importante, sim, o uso digital para aproximar você, para depois conhecer o uso tradicional.

Entrevistadora: Então, entre tradicional e imersivo, a sensação é diferente? É positivo, negativo, igual?

Entrevistado 12: A sensação é muito diferente.

Entrevistado 9: A imersiva é muito superior porque, além de chegar a outros sentidos, né? Além do visual, ela entra dentro de você e faz você se colocar no lugar do pintor, sabe? A morte dele foi muito triste, né? Até o dia da morte dele, a vida foi muito triste. Melhora muito a percepção, com certeza.

Entrevistado 10: Acho que é especial, por ser contínua também, deixa tudo mais especial, todo momento mais especial. Acho que é um toque a mais. Mas falando dessa exposição em específico.

Entrevistado 11: É uma experiência positiva porque honra também a memória do artista porque pra ter uma experiência imersiva a pessoa tem que pensar em tudo, então as pessoas que cuidaram pra falar do Van Gogh, elas tiveram muita preocupação em qual coisa, como colocar a sala, as músicas que iam colocar então acho que não só é uma forma muito positiva, mas também é uma forma de honrar aquele artista, honrar a memória.

Eles fizeram um trabalho muito, muito lindo, de verdade, eu amei o cuidado com as palavras, como eles colocaram a sequência de como é importante ele pintar retrato e tinha também umas coisas que eu não sabia dele que eu acabei aprendendo lá. Foi fantástico.

Entrevistadora: Eu quero pedir para vocês dizerem o que gostaram lá. E o que talvez precisasse melhorar.

Entrevistado 11: Eu acho que... o único problema que pode ter é tipo o problema em relação a cair energia ou dar algum problema nessas coisas relacionadas com tecnologia. Agora assim de cabeça porque foi tudo maravilhoso, o que me impressionou foi o cheiro assim que a gente entrou lá, tem aquelas cortinas você já sentiu o cheiro, você fica "meu Deus, cheiro bom!" Eu lembro que na hora eu disse "cheira a cortina, cheira a cortina, cheira a parede, cheira a parede" e você vê, tem também o girassóis todo amarelinho e as músicas quando tava falando o quanto ele gostava de pintar.

Quando chegou a hora de todos os autorretratos dele, ele começa a se mexer e a vir pelo chão. É como se você estivesse literalmente dentro do quadro. Isso é fantástico.

Entrevistado 13: O que eu mais gostei lá? O que eu mais gostei foi a interação com o ambiente da arte. Como eu já tinha dito, Van Gogh é um artista que traz aquela sensação de paisagem e tudo mais. E quando eles trouxeram essa ideia da interação da arte com a pessoa, eu acho que foi uma ótima ideia.

Como a arte tem vários gostos, tem várias pessoas com gostos diferentes e na minha opinião, acho que foi uma ótima ideia trazer especificamente de Van Gogh. Não acho que combina com qualquer arte, porque tem muitas artes que ficam melhores da forma tradicional do que esse estilo de arte. Acho que é isso, tem mais alguma coisa?

Entrevistado 12: O que eu acho interessante disso é que eu já fui em outra exposição e eu levei minha avó e minha tia, que são pessoas que não têm nem conhecimento sobre essas coisas e assim, elas amaram mesmo sem ter um conhecimento, então assim, é algo que envolve que às vezes não vão pesquisar sobre, não tem tanta vontade de se aprofundar, mas essa forma gera uma curiosidade porque tem uma experiência com arte de uma forma que elas nunca imaginaram, porque pra muita gente a experiência de um museu é entediante e tal, e essas pessoas deixam as vezes de conhecer e ir antes por causa disso. Então isso aí abrange todos, todas as idades, a gente viu que tem muita criança lá também aproveitando essa experiência. Então é legal, porque é um contato acessível pra todo mundo.

Entrevistadora: Pegando esse gancho e animação, o que é que vocês sentiram lá?

Entrevistado 13: Uma hipnose, principalmente naquela arte do céu estrelado quando tem aquelas curvas. Acho que tem uma hipnose na pessoa.

Entrevistado 12: A pessoa faz parte daquela obra também. Você tá ali dentro, você consegue sentir tudo, os movimentos e tudo, faz parte daquilo. É uma experiência muito linda.

Entrevistado 9: Senti muita vontade de chorar.

Entrevistadora: Mas foi por motivos ruins?

Entrevistado 9: Mais ou menos, em alguns momentos senti uma tristeza ruim, indignação com a situação, tipo, que vida triste desse cidadão. E eu fiquei naquela ansiedade dele de, sei lá, trocar cartas com o irmão, sabe? E aí, ele mandava com um sentimento e a cartinha chegava, sei lá, um mês depois e não era a mesma coisa mais, o sentimento dele já tinha mudado nesse período. E aí, são essas coisas que eu fiquei pensando durante a apresentação toda. Até sobre a frase que eles colocaram no final.

Entrevistado 10: Dá uma aflição porque ele não tem um final feliz entre aspas, principalmente para quem está acostumado a ver esses finais felizes, todo bonitinho, e esse não teve um final tão feliz assim.

Mas eu queria ressaltar um ponto que eu achei negativo, que é a quantidade de pessoas que tinha por sessão que acabava atrapalhando na hora de tirar uma foto, aproveitar o momento. E acho que basicamente foi só isso. .

Entrevistadora: Vocês participariam de outra exposição imersiva ou semelhante?

Todos os entrevistados: Com certeza.

Entrevistadora: E tradicional? Vocês ainda procurariam após essa experiência os museus e galerias?

Entrevistado 9; Acho que seria interessante adaptar os dois.

Entrevistado 10: Isso, criar um híbrido.

Entrevistado 9: O tradicional ainda continua sendo muito interessante pra mim. Observar algo que seria bem mais limpo.

Entrevistado 10: Eu penso muito em relação ao público foto-sensível também. Pode ter algumas imagens que ele não possa apreciar. Então, da forma tradicional, eles conseguem ver as obras de forma mais acessível para eles.

Entrevistado 13: Eu vou discordar com a opinião do meu colega. Acho que tem artes que são feitas para serem tradicionais, quando a gente quer só modernizar por modernizar você perde o sentido da arte, que é o valor que o artista queria transmitir naquela arte. Eu acho que a gente tem que saber diferenciar qual é aquele que pode ser transformado nessa inclusiva, trazer para a tecnologia, e qual que a gente pode deixar tradicional, porque é perfeito daquela forma onde ele foi feito para ser.

Entrevistado 11: Eu apoio as duas formas, não iria priorizar uma mas acho que esse modelo imersivo poderia passar por mais lugares, tipo só passou em São Paulo e Recife e eu só estou aqui porque a faculdade, a professora desenrolou isso pra gente mas pagando o valor integral pra mim não rolaria vir pra cá então provavelmente eu não iria ver essa exposição.

Entrevistadora: Vocês acharam que compensou ter participado da exposição?

Todos os entrevistados: Sim. com certeza.

Entrevistadora: Agora, definam em uma palavra esse momento que tiveram por favor.

Entrevistado 12: Sensacional!

Entrevistado 13: Belo.

Entrevistado 14: Van Gogh.

Entrevistado 10: Emocionante.

Entrevistado 9: Incrível.

Entrevistado 11: Ai, muito difícil, que maldade fazer essa pergunta pra quem gostou da exposição e tudo mais porque é difícil escolher só uma palavra. Estou tentando pensar numa bonita aqui. Divino.

Entrevistadora: Obrigada pessoal, foi maravilhoso o papo com vocês.

- 5° Entrevista

Entrevistadora: Primeiro me digam a idade de vocês, por favor.

Entrevistado 15: 20.

Entrevistado 16: 19.

Entrevistado 17: 20.

Entrevistadora: Certo. Vocês tem algum interesse por arte e gostam desse universo?

Entrevistada 15: Antes eu não me interessava tanto e passava meio batido, mas desde que comecei a faculdade, principalmente por incentivo de uma professora que estava na matéria de percepção da forma, eu tenho desenvolvido mais interesse.

Entrevistado 17: Eu sempre tive.

Entrevistado 16: Eu sempre gostei muito de arte. Acho que minha família me incentivou nessa área. Só que de forma mais... enfim, no cotidiano. E aí, quando eu entrei na faculdade, eu tive a oportunidade de conhecer mais sobre artistas, sobre pinturas, poder analisar as obras de arte de uma forma melhor.

Entrevistadora: Vocês já foram à alguma exposição antes? Ou essa foi a primeira?

Entrevistado 15: Essa foi a primeira exposição da minha vida.

Entrevistado 17: Não sei dizer bem, se for de um artista específico essa foi a primeira. Mas em estar em um museu e ver outras coisas por lá, já fui.

Entrevistadora: Então você já tinha visitado esse universo cultural antes só que com foco e observando outras coisas?

Entrevistado 17: Isso.

Entrevistado 16: Eu já tinha ido, mas sem ser a experiência imersiva. Só a exposição tradicional.

Entrevistadora: E vocês já conheciam o Van Gogh?

Entrevistado 15: Eu conhecia por alto. Mas aí a professora passou uma atividade antes dessa viagem que era pra gente assistir um filme sobre, né? Aí foi aí que eu conheci um pouco mais.

Entrevistado 16: Já conhecia ele.

Entrevistado 17: Sim.

Entrevistadora: E como foi ter o contato com as obras sem ser somente pela observação de quadros numa moldura? Como foi poder ver em grande escala? Digamos assim.

Entrevistado 15: Eu achei muito interessante, eu queria ter visto melhor porque eu senti um pouco de dificuldade naqueles que tinha textos na frente. Eu me interessei muito pelo texto, eu li todos os textos, mas as obras que estavam por trás eu achei que ficaram um pouquinho ofuscadas, mas quando eu cheguei naquela sala que as obras ficavam passando em todas as paredes, eu achei muito bom, deu vontade de ficar ali por horas. E o cheiro também que tinha nas salas, eu achei muito bom e imersivo.

Entrevistado 17: No início disseram que ia começar com um perfume e eu fiquei impressionada porque achava que seria mais suave. Mas foi bem forte e gostoso. Foi muito bom.

Aquela sala, a principal que tinha as projeções, achei bem interessante porque era imersão meio que muito forte. Sei lá, você sentia as coisas passando e mudando e também tinha questão da música, que eu acho que silenciava também o povo, por ser uma música mais instrumental, mais clássica... Ele meio que incentivava você a sentir as coisas, eu acho. Era tudo tão próximo assim.

Entrevistado 16: Eu adorei a sala dos girassóis e a sala final, com as projeções nas paredes.

Entrevistadora: Valeu a pena ter ido, mesmo a gente demorando mais do que o esperado pra chegar?

Entrevistado 17: Eu acho que sim porque teve a aventura da ida e da volta agora, mas também foi interessante e acho que se eu não tivesse ido pela UFAL, eu nunca iria.

Entrevistado 15: Eu achei uma experiência muito boa, acho que super valeu a pena. Como primeira experiência, eu achei muito bom. A história do Van Gogh em si me interessa bastante. Eu acho uma história muito triste.

Cada quadro daquele que a gente ia lendo sobre a história, me emocionou muito. Eu acho que só não foi mais imersivo, porque como era muita gente, tinha muita criança, essas coisas, como a gente já tava comentando aqui, às vezes se passavam as crianças correndo e distraía um pouco, mas se não fosse isso, teve altas horas lá que dava vontade de chorar.

Entrevistado 16: E teve toda uma preocupação de cuidado com o ambiente, né? Você não chega lá e só vê as obras digitais na última sala. O percurso prepara, conta um pouco sobre o artista, aí você vai conhecendo aos poucos, sabendo da história. É isso que torna mais imersivo além dos sentidos que ele explora.

Entrevistado 17: É, tenta aproximar o público do artista.

Entrevistadora: O que vocês gostaram lá nesse modo que a organização decidiu expor a vida e as obras do artista?

Entrevistado 16: Tem uma coisa que eu gosto muito das obras de Van Gogh, que é, você olha e você meio que sente o movimento e aí você traz isso e foca as apresentações justamente no movimento, vai guiando o seu olho, por toda a sala, não fica só parado num canto. Se você puder ficar lá, sentada um tempinho só olhando, você reflete não só a obra dele, mas até a sua vida. Como é que ela lhe atinge.

Entrevistado 17: Eu não sei.

Entrevistado 16: Eu não sei também.

Entrevistadora: O que vocês sentiram enquanto estavam lá?

Entrevistado 17: Lendo e descobrindo as coisas sobre ele eu sinto tipo empatia, sabe? Me sinto feliz e triste ao mesmo tempo, mas marcada por muita tristeza por causa dos problemas da vida dele e isso acaba que me deixando um pouco triste por ele mas também meio que uma sensação de alegria por saber que apesar das dificuldades da vida dele e da morte que teve, sem fama, saber que ele é um artista bem famoso hoje.

Entrevistado 15: Eu acho que em alguns momentos eu senti muita tristeza, mas pelas cores que ele usa nos quadros dele e tudo mais, em alguns momentos evoca alegria, você observando. E eu me sinto muito alegre também para parar para refletir que, mesmo só depois da morte, ele conseguiu alcançar o que ele queria, que as pessoas tivessem uma visão diferente de quem ele era. Uma visão grandiosa das coisas que ele fez. E eu também me sinto muito inspirada pelas obras que ele fez. Essa mistura de sensação, inspiração, tristeza e empatia, como ela falou, e felicidade também.

Entrevistado 17: Eu senti uma espécie de solidão, sei lá, você presenciar tudo aquilo. Mas a gente já chega alegre, mas aos pouquinhos vai acalmando o sentimento. As paletas de

cores meio que conduzem você a, sei lá, dar um amarelo aí e eu fico muito animada, aí vem uma noite estrelada e já fica lá, tensa, meio inspirada também.

Entrevistadora: Vocês acham relevante esse tipo de exposição que é mais interativo/imersivo? Tipo, ter outro lugar de expor além de museus e galerias?

Entrevistado 17: Eu acho que sim, porque tem muita gente que não é tão interessada, sabe, por essas exposições mais tradicionais pra ficar só andando, vendo um quadro. Mas eu acho que se tiver uma coisa mais imersiva, assim, as pessoas podem até se interessar mais. Mas eu também sou a favor de continuar, obviamente, tendo as duas, né? E tipo, uma não exclui a outra, mas eu acho que por ser mais imersiva, talvez prenda mais algumas pessoas e chame mais atenção incentivando a ir em outras exposições e conhecer outros artistas.

Entrevistado 16: A experiência é mais abrangente, consegue atingir um público maior.

Entrevistado 15: É bom porque traz mais gente, principalmente dessa nova geração, a se aproximar mais, a conhecer. E é um interesse que às vezes surge dessa questão mais digital, se uma pessoa se interessa por essa exposição mais digital e vai pegando o gosto podendo até aderir e frequentar as tradicionais, se interessando mais pela obra em geral, pela arte em geral.

Entrevistadora: Vocês participariam de outra exposição imersiva ou semelhante?

Todos os entrevistados: Sim, seria muito bom.

Entrevistadora: Em relação à visita de vocês, uma palavra que definiria o momento.

Entrevistado 15: Em relação a visita lá, sem contar a viagem e o tempo no ônibus eu acho que calmaria.

Não sei se porque também teve uma parte que eu me afastei do grupo porque não conhecia o resto das pessoas que estavam ao meu redor, então eu fiquei muito sozinha, mas estava lendo as coisas, observando, olhando as coisas e tirando fotos, eu senti muito que acalmaria como se fosse só aquele momento e aquele aquele lugar e era uma coisa que eu não sentia a muito tempo.

Entrevistado 17: Eu acho que emoção, porque a gente já conhece a história do artista, então acaba que entra lá e sente mais as coisas. Acho que seria uma coisa assim, a ver com sentimento, emoção.

Entrevistado 16: Incrível.

Entrevistadora: Eu agradeço muito pelas respostas de vocês, finalizamos.

APÊNDICE E - Quadros de respostas compiladas da conversa com o grupo focal

Pergunta Estruturadas

Fiquei sabendo que vocês passaram por alguns imprevistos até chegar no local da exposição, cês podem dizer se isso pode ter influenciado na experiência de vocês?

Justificativa pra a pergunta

Segundo Desmet e Hekkert (2007), a experiência completa é caracterizada pelas características do usuário e pelas características do produto. No entanto, as ações e processos envolvidos durante o processo, sejam eles operacionais, cognitivos e perceptivos, influenciam a experiência após um julgamento/avaliação de um evento/ situação

Respostas obtidas

Luiza:

Acho que teria mudado sim, porque a gente teve que sair um pouquinho antes de todas as projeções da última sala do Van Gogh finalizar. Se eu não me engano, tinham 45 minutos de exibição na última sala, mas a gente precisava almoçar antes de ir para o instituto Ricardo Brennand porque como a gente chegou atrasado e o instituto funcionava só até determinado horário, tivemos que correr.

Gustavo:

Fiquei pensando no que você perguntou, se como tudo aconteceu atrapalhou a nossa experiência, é que a gente passou mais tempo em viagem do que lá e querendo ou não isso atrapalhou um pouco.

Sara:

Eu já tive uma sensação contrária a dos outros que falaram sobre a viagem. Não sei se é porque eu estava tão ansiosa para chegar lá, sabe? Tanto que a viagem, para mim, ficou mais divertida por tudo que aconteceu, apesar dos pesares.

Síntese

Dada as respostas dos participantes, percebe-se que a afirmação de Hekkert e Desmet sobre a experiência ser influenciada por ações e processos que ocorrem antes/durante ou após um evento/situação e são é verdadeira, já que relatam o tempo de viagem antes de chegar na exposição e o fato de sair da exposição rapidamente para visitar outro local. Mas também demonstra que mesmo num grupo onde todos passaram pelos mesmos acontecimentos, o julgamento individual gera conclusões diferentes sobre os fatos dependendo das características do indivíduo.

Pergunta Estruturadas

Cês ficaram imersos mesmo na exposição ou tavam mais naquilo de “uau, que lindo datashow aqui nessa parede”? Deu pra se perder no tempo, se distrair?

Justificativa pra a pergunta

Para Oliver Grau (2007) o modelo imersivo visa transportar o observador para dentro da imagem o distanciando da realidade ao intensificar a ilusão e aumentar o poder da obra de arte sobre o público.

Respostas obtidas

Luiza:

A sala de projeções, que era a última, era muito grande e assim, você ficava sentada observando, só que a tecnologia tem seus limites visuais, entendeu? Então se você olhasse pro chão, nossa, tá passando embaixo de você, mas tinha aquela coisa meio pixelada que eu acho que é o diferencial, que não foi tão imersivo quanto as outras salas. Porque a sala do girassol é cheia de espelhos, cheia de girassóis, parece que você está dentro de um quadro.

Maria:

Tinha uns lugares com cheiro e foi muito legal poder sentir um cheiro, foi a parte que eu acho que teve mais imersão, porque tinha uns tecidos e enquanto você passava por eles sentia um cheiro muito forte, como se você de flor mesmo, porque a era inspirado num quadro do Van Gogh que tinha flores.

Luiza:

Sobre a última sala, a das projeções, muita gente já tava um pouco desinteressado naquela sala, tinha gente que só sentou lá e ficou pra brincar e tal, ou conversar mas já tava meio desinteressado na experiência em si.

Síntese

Conforme os respondentes, pressupõe-se que o acervo da exposição, juntamente com sua expografia é relativamente imersivo, pois as maiores ilusões e impacto das obras no observador eram nas salas com recursos cenográficas e multissensoriais. Enquanto o salão principal que contava com mais tecnologia e projeções em 8K em 360° graus foi comparado a um computador e a arte digital exposta deixou a desejar, por não iludir e envolver os indivíduos em sua plenitude devido aos pixels visíveis aos olhares mais atentos e os ruídos dos auto falantes.

Pergunta Estruturadas

Eu não fui pra exposição. Minha mãe e tia foram. Minha tia chorou HORRORES, minha mãe achou bacaninha. Vocês estão mais pra minha tia chorona ou minha mãe seca? Cês acham que foi algo mais emocional ou algo mais visual e bonito?

Justificativa pra a pergunta

Donald Norman (2008) afirmou que tudo o que realizamos possui uma parte cognitiva e outra afetiva que por intermédio dos sentidos e processamento cerebral estimula o emocional de cada indivíduo em diferentes intensidades.

Respostas individuais

Luiza:

Eu acho que eu tô no meio-termo, porque assim, eu amei tudo e eu amei o Van Gogh, mas se aquela sala maior era pra ser a que você foi mais imerso, não colou pra mim. Eu não fiquei, uau. Tipo, eu achava muito interessante, porque tinha uns quadros ali que eu não conhecia e que pela história que se passou antes, eu entendi qual era o contexto por trás, mas aquela sala em si, não foi uma coisa tão imersiva. A experiência antes foi mais legal, eu fiquei mais sentida.

Maria:

Eu concordo, Luiza, também estou no meio termo. Teve momentos que eu fiquei "Meu Deus, que lindo, ele merece muito isso" mas a única vez que eu realmente chorei sobre o Van Gogh foi quando eu pude ver presencialmente assim o quadro dele, que eu fiquei "Que lindo, é dele mesmo", foi lá em São Paulo, no Masp. E lá na exposição imersiva eu fiquei sentindo arrepios no corpo foi quando tocou uma música específica durante alguma projeção.

Síntese

Pela expressão dos participantes, a afirmação de Donald Norman após seus estudos se mostra verdadeira e incontestável, pois cada indivíduo absorveu e processou as informações em cada sala de um modo, obtendo um estímulo/reação emocional em algum momento, como: alegria, tristeza, empatia, admiração, mesmo que tais emoções não os levassem ao ápice ou êxtase.

Pergunta Estruturadas

Falando nesse momento sobre as emoções de vocês lá e voltando a conversar sobre algo que aconteceu meses atrás. Vocês se lembram de alguma coisa como se fosse ontem? Ou sentem alguma coisa quando lembram daquele dia?

Justificativa pra a pergunta

Conforme Chip e Dan Heath na obra *O poder do momento*, as pessoas lembram de momentos chaves de suas experiências (o melhor e o pior ou o início e o fim) e que alguns momentos tornam-se decisivos e marcantes independente de sua duração.

Respostas obtidas

Pablo:

Eu acho que ninguém comentou e eu achei massa. É a sala que tem o outro retrato dele em relevo. Eu achei incrível!

Luiza:

Nesse dia eu quase chorei, eu juro a você, porque só sobrou eu e as duas pessoas que estavam comigo. Era os três que faltavam pra entrar no ônibus. Eu rodei, eu saí literalmente do outro lado do Rio Mar, porque onde eu encontrei um lugar pra sair, eu saí. Eu não gosto nem de lembrar.

Sara:

Uma experiência minha que eu lembro, meio que traumatizante, foi porque tem uma hora da exposição que fica um negócio se mexendo. Eu fui andar com a minha amiga, a gente tava pra cair no chão, deu uma vertigem, uma tontura, sabe? Não lembro qual foi a obra, só sei que ficou muito ruim pra andar. Cara, e a gente lá, tipo, andando e caindo para os lados, assim, com medo de levar um tombo, sabe? A gente teve que se sentar no chão.

Maria:

Quando chegou nas salas das projeções, foi para mim as melhores, porque é tudo muito grande e cobre tudo. Tinha crianças brincando por lá e acho que elas estavam se divertindo.

Síntese

Pelas falas dos participantes percebe-se que os momentos mais citados realmente são os melhores e os piores para eles, vinculados ao início e final da exposição, já que foram citadas a segunda, a penúltima e a última sala como o percurso após o fim da exposição (volta ao ônibus). Como também pode-se reparar em cada relato o que foi mais marcante e percebido imediatamente, como a dificuldade de encontrar uma saída em um local diferente, a movimentação de uma imagem que causou tontura, uma sala espaçosa com crianças se divertindo

Pergunta Estruturadas

Cês descobriram ou conheceram algo novo, viram algo interessante ou mudaram o ponto de vista sobre alguma coisa?

Justificativa pra a pergunta

Para Camoleze (2020), levando em consideração o conceito de experiência fornecido por Raymond Willians, em 2007. A constituição da experiência está ligada à memória, pois o que foi vivido individual ou coletivamente gera saberes e conhecimentos utilizados no convívio social, valores morais e éticos.

Respostas obtidas

Gustavo:

Então, sobre o Van Gogh, não mudou tanto minha opinião sobre ele, e sim mais sobre eventos, sabe? Como a inserção de sentidos dentro de um evento faz ele ser marcante, entendeu? Uma coisa que aprendi no primeiro período da faculdade é sobre camadas de sentidos em qualquer trabalho, estimulação visual, olfativa, tátil, todos os sentidos que a gente tem, sabe, principalmente o visual, né, porque é o que nos encanta. O que mudou pra mim foi essa percepção de que o evento bem feito é pensado em cada detalhe. Desde a entrada lá do evento.

Gustavo:

Muita coisa eu aprendi antes, mas foi interessante saber o contexto, Como a Luiza falou, da linha do tempo, que tinha o fato que aconteceu com ele, mas aí também tinha acontecimentos marcantes do mundo. Foi o encaixe das peças, foi muito interessante.

Síntese

Apesar de não ter muitos respondentes nessa pergunta, nota-se que a experiência na exposição imersiva, que tem um objetivo artístico e cultural, foi capaz de proporcionar conhecimentos em mais áreas como história, gestão/planejamento de eventos e o poder do estímulo sensorial.

Pergunta Estruturadas

**Cês animavam de ir de novo num negócio parecido?
Tipo, é uma lembrança boa?**

Justificativa pra a pergunta

O nível reflexivo citado por Donald Norman (2008) é o nível no qual o usuário avalia a sua satisfação e autoimagem ao consultar lembranças.

Respostas obtidas

Luiza:

Já tava lá, consertando o pneu do ônibus. [...] A exposição foi muito boa, mas eu acho que seria muito diferente se eu tivesse com pessoas que eu não gostasse.

Síntese

Levando em consideração não somente a resposta da Luiza, mas de todos os entrevistados anteriormente onde os participantes do grupo focal deram respostas semelhantes, após a avaliação de toda a exposição e como se sentiram lá, a satisfação predominou e o retorno a uma exposição imersiva é quase que iminente, mas não pelo objetivo de transmitir uma imagem elitista e culta, e sim pela possibilidade de programa diferenciado e entretenimento.

Pergunta Estruturadas

Sobre o conteúdo e a forma que expuseram os trem, o que cês acharam? Foi bom, foi ruim, podia ser melhor?

Justificativa pra a pergunta

Donald Norman (2008) lista alguns estímulos que podem causar tanto afeto positivo, quanto afeto negativo, que podem servir como referências para futuros produtos e experiências.

Respostas obtidas

Maria:

A única parte que eu pensei "Meu Deus, isso podia ser melhor" foi na parte dos textos, dos quadros, no início. Porque lá os textos eram colocados num vidro e atrás tinha um quadro. E aí tinha partes que eu ficava tentando enxergar, isso foi uma dificuldade para mim. Como também foi um pouco ruim o áudio da Fernanda Montenegro falando das cartas. Não consegui entender muito bem o que ela estava falando lá.

Sara:

Pra mim, o ruim também foi isso, não dava pra entender o que ela tava dizendo. Eu não entendi quase nada.

Luiza:

Eu esperava mais da última sala que nem eu falei, porque aparentemente ela era a única sala de parada, que você não ia precisar desbravar a sala. Então, acho que ela era a que o povo queria que tivesse mais um negócio especial. Porque não tinha nada pro tato, não tinha nenhum cheiro diferente. Só ouvir e pensar. Era totalmente visual.

Gustavo:

Acho que no final da apresentação tem a obra mais famosa dele, a Noite Estrelada. E, a trilha sonora com o visual da tela, o movimento naquele espaço gigante, e o friozinho acompanhando a projeção foi sensacional. Mas o local dos girassóis também foi muito massa, como a Luiza falou de você se sentir mais dentro de uma obra, lá com as luzes baixinhas e o local repleto de girassóis sendo refletidos nos espelhos.

Aqui foi possível verificar que segundo a lista de Norman apresentada capítulos acima neste trabalho. Os estímulos positivos presentes e relatados foram: Lugares aquecidos e bem iluminados, cores alegres, de matizes intensamente saturados e odores doces. Assim como os estímulos negativos foram: Sons rangentos e discordantes

No entanto, a quantidade de estímulos negativos citados e suas repercussões desconfortáveis foram mais baixas que as positivas, demonstrando que para o grupo a experiência foi mais positiva apesar dos inconvenientes.

Pergunta Estruturadas

Eu imagino que não tenham metido os originais de Van Gogh num ônibus da Real Alagoas pra gente ver aqui. Vocês acham que essas réplicas impactam na autenticidade das obras e no valor dos originais?

Justificativa pra a pergunta

Walter Benjamin (1955) em um dos seus ensaios alega que devido a possibilidade e aprimoramento da reprodução técnica de obras, a autenticidade e a aura das obras de arte resultantes da sua existência única no espaço-tempo é deteriorada e as obras se tornam menos valiosas e seriais.

Respostas obtidas

Luiza:

Sim, para mim faz. Mas é porque eu sou muito ligada a essas coisas emocionais, sabe? Tipo, um dia ele tocou, tirou o tempo dele para fazer essa específica obra aqui, né? Não foi alguém que chegou e imprimiu, ou alguém que já sabia como fazer e que replicou. Entende? É diferente. Na minha cabeça, é isso que dá o tcham

Sara:

Eu concordo, que se fosse assim, até uma blusa que a gente comprasse, com a arte dele, talvez a gente já fosse se emocionar. Tipo, ah, meu Deus, uma blusa que o Van Gogh pintou. Mas é diferente, de fato, você vê e sabe que ele um dia o artista tocou aquilo.

Assim, você tá de frente pra algo tão antigo ali, que, de certa forma, se eternizou, né? Ao longo dos anos, do tempo, dos séculos.

Já sobre a réplica diminuir o valor dos originais, acho que não acontece, na verdade mostra, de certa forma, o quanto a original tem impacto, acho que a gente não faz réplica de algo que a gente acha que não tem valor nenhum.

Síntese

Visto que a reprodutibilidade técnica das obras de artes as tornam objetos seriais de consumo numa sociedade voltada a cultura de massa e mercantilização, as obras reproduzidas tem uma diminuição no seu valor monetário no mercado dependendo das técnicas que são utilizadas na reprodução/replicação. No entanto, é notável que na percepção do público mais sensível e interessado pela arte e sua história, a aura se perde no processo de reprodução, pois não é o mesmo artista, não pertence ao mesmo espaço-tempo do original e principalmente, não está impregnado da mesma emoção que levou ao surgimento do original.

Pergunta Estruturadas

Vocês tiveram vontade de frequentar algum outro ambiente da exposição? Tipo o negócio que vendia café, a lojinha de lembrancinha. Ou vocês focaram mais no percurso da exposição e conhecer mais as obras mesmo?

Justificativa pra a pergunta

Para a socióloga Santos (2002) as megaexposições temporárias que abordam grandes artistas, tem favorecido para o aumento do interesse do público pela arte e museus devido o poder da mídia ou curiosidade por algo novo.

Respostas obtidas

Luiza:

Eu não tive interesse porque não teve tempo.

Gustavo:

Eu nunca tinha participado de algo imersivo, mas fui pela auto explicação da palavra mesmo, de que seria para experimentar coisas diferentes. Seria uma imersão no trabalho do Van Gogh, que durante a minha vida eu fui estudando e conhecendo as pinturas dele.

Síntese

Pelas respostas dos participantes do grupo focal, o maior foco foi o percurso da exposição e o que este tinha a oferecer sobre o artista de uma maneira inovadora, no caso, através das estratégias empregadas que tornaram a exposição atraente. Entretanto, devido o tempo escasso do grupo na exposição, a exploração de tudo o que ela oferecia e era divulgado para aumentar o interesse foi inexistente.

Pergunta Estruturadas

Cês sentiram vontade de comprar aquelas camisetas, canecas, e quadros que tavam lá? Tipo “pegue meu dinheiro eu quero essa almofada de noite estrelada aqui”. Ou era algo mais “vim pra ter contato com a exposição em si, não pra ter uma caneca em forma de orelha”?

Justificativa pra a pergunta

Segundo a socióloga Santos (2002) as exposições blockbusters, trazem consigo uma união de empresas que apelam para o desejo consumista do público ao fornecer atrações extras através de quiosques e produtos temáticos.

Respostas obtidas

Luiza:

Se isso tivesse um preço de gente, eu até pensava. Porque assim, eu sou pobre, mas eu gosto de ter as coisas, entendeu? Não é porque eu sou pobre que eu não posso. Ai... Eu queria? Queria, mas não o deu. O negócio das telas foi o que menos me deu vontade de ter porque as telas eram tipo uma impressão, não tinha nenhum relevo, não tinha nada.

Sara:

E era muito cara a lojinha, uma blusinha, era R\$ 130,00. Eu não vou dar.

Maria:

Um ímã de geladeira. 50 reais. Mano, 50 reais um ímã de geladeira minúscula. Tinha uns sketchbook lá, pequenininho também, 80 reais

Síntese

Nestes relatos, é possível verificar que o apelo para o desejo consumista do público realmente está presente nessa modalidade de exposição, através dos produtos temáticos e vendidos exclusivamente no interior da estrutura itinerante. Este modo de venda pode gerar uma impulsividade nos visitantes devido a exclusividade do evento e vontade de ter um objeto de recordação da experiência, no entanto, alguns visitantes prezam a qualidade do que está sendo oferecido em comparação com o preço, e ao se deparar com preços relativamente altos em produtos de pouca qualidade ou pequenos, a compra não é efetuada, deixando o visitante decepcionado.

Pergunta Estruturadas

Cês acham que dava pra fazer um ambiente imersivo naquela qualidade ou melhor com métodos menos tecnológicos? Tipo "ah, não vou usar datashow, vou só pintar as coisas tudo na parede".

Justificativa pra a pergunta

Para Grau (2007) os antigos meios que buscavam a imersão do observador na arte (afrescos, pinturas e panoramas) e a arte que carregam não se tornaram obsoletos, mas com o avanço tecnológico foram substituídos para fornecer a impressão mais intensa possível de estar no local onde as imagens estão graças às projeções, multissensorialidade, realidade virtual, entre outros.

Respostas obtidas

Sara:

Cara, eu já fui no museu lá do Van Gogh e tipo, no final, é incrível, é muito lindo, porque é de certa forma imersivo porque depende do que é imersivo para cada um. Mas tipo, você vai escutando os áudios, você vai olhando as obras, você ia ouvindo através de fones sobre aquela obra. E no final lá tem o quadro dele do Girassol, é óbvio que alguém pintou e não ele mesmo, mas tem as texturas e você pode tocar pra sentir, sabe? Porque a gente olhando, a gente vê uma coisa, mas quando você toca, você vê como a tinta é grossa etc.

Apesar de ser um museu tradicional, tem uma certa imersão, que a Luiza estava comentando que queria ver de frente, toda essa experiência de tocar. Então, é diferente. De certa forma, não deixa de ser imersivo você ter essa experiência com a obra em si.

Síntese

Pela opinião coletada percebe-se que não existe um método melhor de exposição, e sim, que os diferentes métodos tem qualidades específicas que atingem o observador/visitante de maneiras similares que dependendo de seus interesses e expectativas, podem ser denominados mais gratificante e impactante.

Quando fala-se de métodos tradicionais de exibição como telas pintadas ou pinturas em alguma superfície sem moldura, é lógico que a tecnologia não estará tão presente, mas isso não faz com que a exposição seja pior do que uma como a estudada, que dispõe de diversos projetores que ampliam as obras e rodeiam o observador.

Pergunta Estruturadas

Percebi nessa exposição que não tinha muitas informações sobre as obras depois daquele percurso inicial. Eu queria saber de vocês se sentiram falta do recurso que estamos acostumados a ver nos museus tradicionais por meio de etiquetas com informações específicas daquelas obras.

Justificativa pra a pergunta

Abreu (2014) cita que a expografia pode se tornar um recurso narrativo nas exposições sem prejudicar na transmissão do conteúdo pois além da contextualização do conteúdo por meio de informações escritas e ilustradas, a expografia através de uma ambientação cenográfica pode ativar o interesse do público e transportar o visitante para o universo do tema da mostra exibida.

Respostas obtidas

Maria:

Foi um belo ponto, nem me lembrava disso porque eu acho que depende do objetivo da exposição. Porque num museu, essas informações são mais pra quando você vai lá e sabem que você vai passar muito mais tempo lá vendo as obras. Eu acho que essa exposição imersiva foi tipo "Tu conhece o Van Gogh?"

Vem ver. Olha como ele é. Ele cortou a orelha, mas não só foi isso não. Olha que legal. Se liga nesse cheiro. Escuta esse som. Vai lá agora no museu saber mais dele, vai!" Acho que depende do objetivo de cada exposição.

Síntese

Foi possível verificar que o conteúdo fornecido na tese de Abreu (2014) ainda se mostra atual após uma década, pois sim, a expografia através de recursos cenográficos transcende a necessidade da informação escrita para promover o interesse do público sobre uma temática específica.

Indicando que o cenário museológico está em transição ou ampliação de um espaço que preza por informações detalhadas e que demandam muito tempo para serem absorvidas para um local mais descontraído, que gere curiosidade e esteja em concordância com a rotina corrida da sociedade, que dispõe de cada vez menos tempo para momentos de lazer devido carga horária de trabalho e tempo de locomoção.

Pergunta Estruturadas

Eu sei que teve gente que tava numa expectativa muito grande de ir participar. Vocês procuraram sobre a exposição antes? De onde surgiu essa vontade de participar?

Justificativa pra a pergunta

Conforme Sacchettin (2019) as exposições imersivas conseguem atrair muitos visitantes e incentivar que as pessoas saiam de casa para visitar, devido a divulgação e promoção nas mídias sociais.

Respostas obtidas

Luiza:

Eu também, e um pouco porque eu também sou apaixonada por Artes e aí quando eu estava olhando as postagens dos gringos, fiquei rezando para trazer para o Brasil. Quando eu soube vi que vinha pra Recife fiquei muito, muito feliz

Sara:

O meu interesse e vontade de participar veio da rede social, porque eu nem sabia da existência. Foi pela rede social que eu conheci.

Síntese

Com o surgimento da internet e desenvolvimento das mídias sociais, o alcance das informações não é mais restrito a um alcance estabelecido, tudo pode ser divulgado em inúmeras plataformas e atravessar todas as fronteiras, gerando um interesse em tendências divulgadas, como foi o caso da exposição imersiva do Van Gogh, projetada inicialmente para viajar entre países estrangeiros. Mas que após algum tempo, chegou ao Brasil e foi adaptada para transitar entre os estados, trazendo consigo algo novo a ser experimentado.

Pergunta Estruturadas

Tu acha que a arte, por ser algo mais abstrato assim, deixa possível a gente explorar e, ao utilizar outros métodos como inteligência artificial, ainda é arte? No caso, a arte pode se adaptar e evoluir?

Justificativa pra a pergunta

Após análises bibliográficas por Biesdorf e Wandscheer (2011), chega-se a consideração de Coli (1989, p.27) de que a arte é uma manifestação social e tanto sua função quanto seu modo e meios de representação variam conforme a época devido às transformações sociais e tecnológicas.

Respostas obtidas

Luiza:

E assim, nesse caso da exposição é muito uma instalação, né? É uma coisa pra você ficar olhando ali e interagir. Não necessariamente tocar. É uma coisa nova, que chama a atenção. E nisso... a gente vai usando recursos pra chamar mais atenção pra outros motivos, entendeu? Por isso que eu acho que funciona.

Sara:

Eu também acho.

Luiza:

Eu acho que pode, sim.

Síntese

Como já é visto, a arte é atemporal, mas em cada período da história ela é adaptada para se alinhar com as técnicas/tecnologias disponíveis e desejos, ideais sociais. Falando de forma generalista, é por meio da arte que as pessoas se expressam e também criam conexões e entendimento com o que as cerca, desta forma, mesmo a arte é adaptável e segue as modificações da sociedade, tendo suas funções ampliadas a cada estágio histórico

Pergunta Estruturadas

Cês acham que a galera que faz essas exposições estão interessadas em incentivar a cultura ou só ganhar grana mesmo?

Justificativa pra a pergunta

A publicação de Nacca (2023) levanta o questionamento que as exposições imersivas atendem um público geral e pode ser um espaço de democratização da cultura, no entanto, ao invés de incentivar a cultura com ingressos gratuitos ou com preços baixos, cobra até R\$ 300,00 por pessoa para suprir com gastos de transporte, montagem e equipamentos.

Respostas obtidas

Pablo:

Ganhar dinheiro. É só ver o preço das coisas, né? Se quisessem incentivar a cultura, não era aquele preço.

Luiza:

Nessa questão em relação ao Van Gogh realmente, porque foi muito bem pensado colocar a saída da exposição na loja, até porque você já tava tocado ali, muita gente que tem dinheiro, vai pegar e vai botar cartãozinho pra fora.

Sara:

Nessa pergunta eu diria que 90% é sobre dinheiro e 10% sobre a cultura, porque tem pessoas envolvidas ali nessa promoção da cultura.

Luiza:

É porque é um negócio caro de fazer, esse negócio 8K. Então eu duvido que eles "Ah, é pelo bem da população" Não, é tipo "A gente vai fazer, vai mostrar a tecnologia que a gente tem, mas ó...Quero meu money back, entendeu?"

Sara:

O que é legal dessa parte, é que eles fazem uma promoção em relação aos estudantes, né? Isso eu acho legal porque promove a curiosidade do estudante, entendeu? Que estudante não tem condições de tá pagando 80, 50 reais pra entrar naquilo não. A gente pagou 20 reais.

Síntese

Em relação a exposição imersiva, fica claro que dentre os escutados, a opinião que mais prevalece é que a intenção desse evento é o acúmulo de lucros ao invés da democratização e inclusão da cultura na vida cotidiana da população.

Então apesar de ser um evento que atende um público geral, cada indivíduo deve pagar um valor para usufruir do que está sendo oferecido. A presença da redução de preços é presente para grupos específicos, mais para uma democratização concreta, pressupõe-se que seria necessário um sistema de gratuidade e mais acessibilidade para atender o público PCD.

Pergunta Estruturadas

**O que vocês acham sobre o crescimento desse tipo de exposição?
É pra inovar? O público achou trend e tá indo em massa?
Se vocês fossem dizer, assim, um motivo principal dessas
exposições serem mais frequentes, cês diriam qual?**

Justificativa pra a pergunta

Segundo Sacchettin (2019) alguns dos motivos que explicam o sucesso e crescimento de exposições imersivas é a capacidade desta de tornar a arte mais atraente e fácil para o público que se sentisse excluído por considerar a arte difícil e os museus espaços elitistas. Como também se preocupa com a emotividade e foca em ter um espaço instagramável e favorável para o compartilhamento nas redes sociais.

Respostas obtidas

Sara:

Primeiro eu descobri que em São Paulo isso acontece quase sempre, só vai mudando os temas. Já teve essa do Monet, já teve a do Da Vinci. Teve outros assim. Só que eu fui saber mais por conta da divulgação mesmo, sabe? Instagram... e vlogs de "coisas para fazer em tal lugar"

Então você vai descobrindo, de certa forma, às vezes museus, assim, que você nem sabia que existia, isso das exposições mesmo. Muitas coisas estavam escondidas, mas aí chega alguém com a divulgação e ajuda a espalhar, ganhar fama e nesse caso começam a se espalhar ao redor do Brasil.

Maria:

Eu concordo, porque acaba criando interesse. A pessoa, às vezes, não vai só porque é esteticamente bonita. Acho que ela pode também estar curiosa ou pensar "Deixa eu só olhar aqui esse quadro, pesquisar sobre esse rapazinho aqui, porque vai que aparece um quadro e eu digo, eu conheço" Só para se amostrar, mas acaba recebendo conhecimento. Aí acho que é um pouco de cada.

Mediadora 1:

Eu acho que é porque é um programa diferente também, muitas pessoas podem estar entediadas de ir sempre pro mesmo lugar e algo assim já se destaca, como também disse a Maria, as pessoas também podem querer ir só pra dizer "Eu estive lá e vi tal coisa famosinha"

Síntese

Pelas opiniões do grupo, os maiores fatores para o crescimento de exposições imersivas e sua visitação, está atrelado a divulgação nas redes sociais e a auto imagem que o indivíduo tem de si ou quer transmitir, como cita Donald Norman ao informar que os serviços e produtos consumidos ajudam na construção da personalidade individual e colaboram para o status social.

Pergunta Estruturadas

Arte e design andam juntos? Se sim, em quais aspectos?

Justificativa pra a pergunta

De acordo com uma publicação no site Medium (2017) o design consegue dialogar com a arte pois tem características parecidas, como: a busca pela criatividade e o uso de ferramentas e técnicas.

Ou seja, o design gráfico utiliza-se de técnicas que são inerentes desse ramo, como o desenho e a fotografia. O design de produto tem ligação com a escultura, instalação e produções tridimensionais. Enquanto o design de interiores pode pensar nas intervenções de espaço.

Respostas obtidas

Luiza:

Acho que sim, mas a gente não pode esquecer que design é uma ciência, um estudo diferente da arte que é uma coisa muito mais emocional. É mais sobre expressão e não que o design não possa ser sobre expressão, mas ele não é tão pensado quanto a arte. Acho que andam juntos pela criatividade.

Sara:

Tem isso da criatividade, só que o design vai estar servindo a um propósito de certa forma, tem que ser funcional, não pode só levar em conta a beleza, ou então... As vezes o Design vai vim para acrescentar a criatividade num produto. Se difere um pouco da arte nisso.

Maria:

Sim. Eu também concordo um pouco com a Sara.

Síntese

Pode-se confirmar pelas respostas que arte e design tem vínculos devido o uso da criatividade, apesar de cada área possuir uma finalidade e ter a sua disposição técnicas e ferramentas, que vez ou outra contém similaridade.

Assim, independente de como a arte é feita em cada período, ela inspira e norteia o design na busca por funcionalidade, estética e equilíbrio. No cenário expográfico de imersão, ela auxilia na produção de um local que atenda às finalidades de forma eficaz e fluida.

APÊNDICE F - Transcrição da conversa com o grupo focal

Mediadora 1: Então, gente, como é que vocês estão? Tá tudo tranquilo?

Maria: Cansada.

Gustavo: Tranquilo, tudo tranquilo.

Luiza: Eu tô bem hoje, tô cansadinha, mas tô bem.

Mediadora 1: Então, gente, só retomando aqui, vocês sabem que o meu TCC pretende abordar questões sobre a experiência do usuário lá na exposição do Van Gogh. Eu estou fazendo esse encontro, no caso, essa conversinha com vocês, para tirar algumas dúvidas que acabaram surgindo durante esse tempo que não nos falamos, principalmente quando eu estava lendo o material que eu tinha selecionado. Então eu gostaria da opinião de vocês sobre algumas questões para ter uma noção do que o que os autores citaram em seus trabalhos que podem ser comprovados ou não, por meio do que vocês pensam e os motivos.

Então, quero saber de vocês o que aconteceu lá, se curtiram, se vocês tiveram interesses específicos, etc. Ange vai ser a pessoa oficial a fazer as perguntas programadas e fazer a conversa acontecer porque ela é menos formal que eu e vai deixar vocês mais a vontade.

Mediadora 2: Pensem no seguinte, como o Victória esteve lá, ela viu as coisas, todo mundo diz "Ah Victória, tinha aquele bagulho naquele negócio, naquele canto ali" E a Victória diz "É, com certeza, lembro muito disso" mas eu não sei porque eu não fui. Então, para mim, vocês vão ter que explicar mais detalhadamente. Então, imagina que eu sou uma pessoa com quem vocês amam focar, porque eu estou aqui para ouvir vocês e saber as impressões de vocês sobre o Van Gogh, a exposição e etc.

Mediadora 1: Pode esperar porque vai ter história.

Mediadora 2: Vai com certeza, porque eu não fui, mas conheço gente que foi. Então eu posso começar com as perguntinhas? Porque eu tenho dúvidas. Para começar, Victória comentou que deu trabalho para vocês chegarem lá. Que saiu umas coisas errado, o que tinha para dar errado deu errado, o que não tinha para dar errado, deu errado também. E não era aquele negócio de unidos venceremos, era perdemos todos juntos.

Aí eu queria saber, tipo... Vocês acham que se o negócio fosse todo perfeito do início ao fim, ou seja, saímos, ônibus não quebrou, ninguém passou mal, a viagem pela estrada foi tranquila e chegou no horário previsto, vocês acham que teria mudado alguma coisa na experiência de vocês?

Luiza: Acho que teria mudado sim, na verdade, porque a gente teve que sair um pouquinho antes de todas as projeções da última sala do Van Gogh finalizar. Se eu não me engano, tinham 45 minutos de exibição na última sala, mas a gente precisava almoçar antes de ir para o instituto Ricardo Brennand porque como a gente chegou atrasado e o instituto funcionava só até determinado horário, tivemos que correr. Aí o que aconteceu foi isso, a gente não conseguiu ver todo o ciclo das projeções.

Se bem que assim, é porque o lugar era um pouco parecido com um labirinto, sabe? E essa era a última sala, a sala das projeções, para de lá você ir embora. Então muita gente já tava um pouco desinteressado naquela sala, tinha gente que só sentou lá e ficou pra brincar e tal, ou conversar mas já tava meio desinteressado na experiência em si.

Mediadora 2: Mas vocês passaram por todos os lugares, ou não?

Luiza: Passamos, passamos, porque uma sala levava a outra.

Mediadora 2: Mas vocês passaram assim na carreira, no ódio?

Luiza: Não! Não foi muito corrido. É porque a última sala tinha, tipo, 45 minutos de exibição, se eu não tô enganada, mas era uma coisa muito longa. Aí eu acho que a gente deve ter passado uns 30 minutos lá. Então, antes disso, não precisou ficar na carreira, sabe? Porque lá demorava muito.

Mediadora 2: Você sentiu falta de não ter visto a exibição toda?

Luiza: Não. É porque assim... Já tinha perdido um pouco meu encanto.

Maria: Mas se fosse tudo perfeito qual era a diferença que ia ter pra você lá?

Luiza: Porque a gente ia conseguir ver tudo. E a gente não viu tudo.

Mediadora 2: Mas você não queria ver tudo.

Luiza: Mas tipo, estar ali pra ver a projeção não foi o ponto alto pra mim da experiência, sabe? Só que eu tava com meu namorado, eu tava com a minha melhor amiga, eu tava com gente que eu gosto muito. Então, assim... Tava sendo experiência legal, não tava tipo, "ai, meu Deus, que saco" Só que ver um quadro ou dois a mais não ia fazer a diferença ali, porque já tinha visto, já tinha me "deslumbrado" e já tinha sido legal, não é que não foi legal porque a gente não viu 10 minutos a mais.

Gustavo: Sim, pegando um gancho da Luiza, eu também senti falta de mais camadas de experiência dentro da exposição, né? E também fiquei pensando no que você perguntou, se como tudo aconteceu atrapalhou a nossa experiência, é que a gente passou mais tempo em viagem do que lá e querendo ou não isso atrapalhou um pouco, sabe? Porque a gente poderia ter conhecido mais o Ricardo Brennand, já que, como a Luisa falou, tinham os quadros lá expostos e tinha a apresentação final das telas, e realmente tinha coisas que aguçaram os sentidos, tipo o olfato e a visão mas só eles praticamente. Falando da exposição em si, era um lugar agradável, mas eu realmente senti falta de umas experiências que deixassem a gente mais maravilhado, entendeu? Foi superestimado. Não que eu não tenha gostado. Gostei bastante.

Mediadora 2: No caso, você se sentiu pouco imerso digamos assim?

Gustavo: Isso, me senti pouco imerso.

Mediadora 2: Pelas fotos eu vi que era um negócio bem grande, com várias luzes, parecia um show de techno. Gustavo falou que não se sentiu tão imerso. Vocês que estão aqui e também estiveram lá, se sentiram mais imersos na exposição? Ou vocês ficaram mais aquilo de, que lindo, esse datashow na parede? Vocês se perderam no tempo? Deu para se distrair ou era mais um checklist de coisas pra ver? Como é que foi essa interação?

Sara: Eu já tive uma sensação contrária a dos outros que falaram sobre a viagem. Não sei se é porque eu estava tão ansiosa para chegar lá, sabe? Tanto que a viagem, para mim, ficou mais divertida por tudo que aconteceu, apesar dos pesares. Mas, assim, eu e minha amiga, estávamos ansiosa para estar ali. E, claro, acho que a gente só não conseguiu focar tanto no início por conta do tempo que era curto, então passamos por aquele início que é onde tinha uns textos e quadros, mais rápido. E depois a gente foi adiantando para chegar logo nas projeções. E a gente teve uma experiência assim, muito boa, sabe? A gente, tipo, tentou aproveitar cada minuto que estava ali, porque a gente sabia que, assim, era uma oportunidade rara, a gente conseguir ter a arte de outras maneiras próximo da gente.

Normalmente essas coisas nem chegam às vezes aqui no Nordeste, quando chegam é assim, em Pernambuco. A gente sentou lá na e tentou viver ali cada projeção. Tipo, entrar naquele mundo do Van Gogh junto com a música. E tanto que o tempo pra gente passou muito rápido. Eu acho que a gente viu tudo, porque como eu fui um pouquinho mais rápido pra chegar logo lá, deu pra pegar do início até o fim todas as projeções antes de ir embora. A gente tentou apreciar o ambiente, esquecer o cansaço, esquecer as coisas que aconteceram e foi muito bom, de verdade. Eu achei bem agradável.

Maria: Eu concordo muito com a Sarah. Eu fiquei pensando que demorou muito para chegar lá, então eu deveria apreciar, aproveitar. E a única parte que eu pensei "Meu Deus, isso podia ser melhor" foi na parte dos textos, dos quadros, no início. Porque lá os textos eram colocados num vidro e atrás tinha um quadro. E aí tinha partes que eu ficava tentando enxergar, eu ficava, "Meu Deus, que letra é essa?" Isso foi uma dificuldade para mim, então eu não me sentia muito bem passando nessa parte.

Eu fiquei pensando "Meu Deus, imagina que uma pessoa que tem dificuldade para enxergar essas letras aqui vai perder uma parte da história" Mas quando chegou nas salas das projeções, foi para mim as melhores, porque é tudo como você tinha comentado, é muito grande e cobre tudo, tudo, tudo, tudo. Tinha crianças brincando por lá e acho que elas estavam se divertindo.

Eu acho que mesmo você não conhecendo o Van Gogh, você acaba tendo interesse. Mas a única parte também um pouco ruim foi o áudio da Fernanda Montenegro falando das cartas. Não consegui entender muito bem o que ela estava falando lá. A única coisa que eu consegui ver foi a música, que era muito alta. Mas também tinha uns lugares com cheiro e foi muito legal poder sentir um cheiro, foi a parte que eu acho que teve mais imersão, porque tinha uns tecidos e enquanto você passava por eles sentia um cheiro muito forte, como se você de flor mesmo, porque era inspirado num quadro do Van Gogh que tinha flores.

Pablo: Eu concordo 100% com a Maria. Eu acho que a parte dos quadros e a escrita por cima do quadro em si ficou muito estranha. A pessoa tinha que ficar procurando um lugar bom pra ler. A sala das projeções era imensa e eu achei muito massa lá. Eu lembro de começar a ver umas coisas repetidas, então acho que vi tudo. E no final já tava cansado

demais, por conta da viagem, por conta do atraso e tudo mais, porém compensou. A gente entrava um pouco disperso mesmo, mas com o tempo se tornou uma experiência e tanto.

Luiza: Eu vou linkar o que eles falaram sobre os textos em cima das telas, que me faz pensar muito que pode ter sido uma decisão proposital. Porque você não conseguia ler parado, você tinha que se mexer, porque tinham obras que eram muito claras, e a letra branca, aí você tinha que procurar o lugar que estava escuro para conseguir dar continuidade a leitura, e isso incomodava um pouco, mas assim, se foi de propósito também foi errado, porque não é muito claro na frente dos quadros, então você ia para outro lugar ler, só que tinha alguém na sua frente, aí você não conseguia ler logo. Eu li tudo, porque eu amo Van Gogh, e tipo, tinha coisas que eu não sabia, né? Porque assim, eu amo ver as obras, mas assim, a história eu não entendia.

E aí outra coisa que eu queria falar sobre esse negócio das escritas que eu achei muito, muito interessante. Eu sei que você não foi, mas imagine uma linha do tempo que tinham os anos das obras que ele pintou, o que estava acontecendo com ele, e no mesmo ano estava, sei lá, a invenção do liquidificador, entendeu? Tinha uma linha do tempo que falava sobre os acontecimentos mundiais. Era muito interessante esse painel, sensacional.

E a sala de projeções, que era a última, era muito grande e assim, você ficava sentada observando, só que a tecnologia tem seus limites visuais, entendeu? Então se você olhasse pro chão, nossa, tá passando embaixo de você, mas tinha aquela coisa meio pixelada que eu acho que é o diferencial, que não foi tão imersivo quanto as outras salas. Porque a sala do girassol é cheia de espelhos, cheia de girassóis, parece que você está dentro de um quadro. Você passar ali, aquela coisa de tocar nas flores, mexer com os seus sentidos, é muito diferente de você estar na frente de uma tela, sabe? Parecia que era um telão. Não vou dizer que é feio, mas assim... Não é tão imersivo.

Gustavo: Tocando nisso de novo, sobre a legibilidade dos textos, realmente tem uns textos que como a Luiza falou, para você ler por completo você tem que andar, por conta que as telas do fundo eram claras e a letra branca não dava para ver direito. Mas só para adicionar mais um ponto também, no final teve alguns momentos que pra mim foram parados, porque eu não conhecia a obra, mas eu acho que no final da apresentação tem a obra mais famosa dele, a Noite Estrelada. E, a trilha sonora com o visual da tela, o movimento naquele espaço gigante, e o friozinho acompanhando a projeção foi sensacional. Mas o local dos girassóis também foi muito massa, como a Luiza falou de você se sentir mais dentro de uma obra, lá com as luzes baixinhas e o local repleto de girassóis sendo refletidos nos espelhos.

Pablo: Eu acho que ninguém comentou e eu achei massa. É a sala que tem o outro retrato dele em relevo. Eu achei incrível.

Sara: Eu estava lembrando, isso que a Luiza falou, de, às vezes, realmente não ser tão imersivo. Eu lembrei de um, eu fui na do Monet, que teve lá em São Paulo no começo do ano. E, assim, como é São Paulo, às vezes é outra estrutura. E era bem interessante que tinha isso também da linha do tempo, eu lembro que era Monet à beira d'água. Então, eles fizeram um caminho maior, e era muito lindo. Tinha o azul se mexendo como se fosse água, sabe o barulho de água e tudo mais. Desde o começo, você se sentia imerso.

Talvez eu tenha me sentido mais imersa lá, por conta de todo esse processo. Lá também era mais longo, acho que era uma hora mais ou menos de exposição. O ambiente era maior, de fato, tinha mais projeções, foi um pouco diferente.

Mediadora 1: Eu queria fazer uma pergunta. Eu sei que teve gente que tava numa expectativa muito grande de ir participar. Sara foi uma delas, quando eu tava falando com a Maria também percebi que ela tava bem animada. Por favor me contem de onde vem essa expectativa? Tipo, eu não sabia o que esperar de uma exposição imersiva, porque eu nunca tinha ido em uma, então eu fui procurar nas redes sociais pra saber onde é que eu estava me metendo, o que esperar. Então assim, um pouco da minha expectativa em relação a experiência naquele local veio das divulgações e comentários nas redes sociais. Eu queria saber se vocês também procuraram alguma coisa assim na rede que pode ter influenciado, gerando uma expectativa maior.

Sara: O meu interesse e vontade de participar veio da rede social, porque eu nem sabia da existência. Foi pela rede social que eu conheci. Aí eu via muita gente passeando e divulgando como foi.

Maria: Eu também, e um pouco porque eu também sou apaixonada por Artes e aí quando eu estava as postagens dos gringos, fiquei rezando para trazer para o Brasil. Quando eu soube vi que vinha pra Recife fiquei muito, muito feliz. Sou muito, muito apaixonada pelo Van Gogh. Tanto que minha irmã me deu de presente um livro francês que fala sobre as obras de Van Gogh, só que o livro é muito, muito antigo.

Gustavo: Eu nunca tinha participado de algo imersivo, mas fui pela auto explicação da palavra mesmo, de que seria para experimentar coisas diferentes. Seria uma imersão no trabalho do Van Gogh, que durante a minha vida eu fui estudando e conhecendo as pinturas dele,

Mediadora 2: Vocês falaram tanto de emoção, de amor, gente, na verdade vocês falaram tanto de imersão. E aí eu lembrei de um negócio, eu não fui na exposição do Van Gogh, mas minhas tias foram, e depois de um tempo a minha mãe foi. Minha tia tava tipo "oh meu Deus, Bianca. Vai na exposição porque é isso, porque é aquilo que é muito massa, eu chorei horrores". Minha tia chorou, disse que chorou do início ao fim. E a minha mãe chegou e falou "Massa esse datashow" Isso ocasionou um belíssimo fight no grupo da família sobre insensibilidade.

Vocês são na pegada da minha tia que na exposição ficou "Meu Deus do céu, estou com a minha alma, sou uma nova mulher" Ou vocês são na pegada da minha mãe, que diz "muito bonito esse datashow, achei belíssimo o visual"?

Luiza: Eu acho que eu tô no meio-termo, porque assim, eu amei tudo e eu amei o Van Gogh, mas se aquela sala maior era pra ser a que você foi mais imerso, não colou pra mim. Eu não fiquei, uau. Tipo, eu achava muito interessante, porque tinha uns quadros ali que eu não conhecia e que pela história que se passou antes, eu entendi qual era o contexto por trás, mas aquela sala em si, não foi uma coisa tão imersiva. A experiência antes foi mais legal, eu fiquei mais sentida. Mas nada se compara a se eu visse um Van Gogh de perto, sabe? Eu e o quadro cara a cara.

Maria: Eu concordo, Luiza, também estou no meu termo. Teve momentos que eu fiquei "Meu Deus, que lindo, ele merece muito isso" mas a única vez que eu realmente chorei sobre o Van Gogh foi quando eu pude ver presencialmente assim o quadro dele, que eu fiquei "Que lindo, é dele mesmo", foi lá em São Paulo, no Masp. E lá na exposição imersiva eu fiquei sentindo arrepios no corpo foi quando tocou uma música específica durante alguma projeção.

Mediadora 2: Aí ficou todo mundo nesse meio termo?

Pablo: Eu também fiquei.

Sara: Eu vou mais para aproveitar. Então, para mim, eu tentei estar dentro daquele lugar, daquela obra, esquecer o celular e aproveitar ali. Entrar na imersão. Só se vive uma vez, só se vai nessas oportunidades uma vez. Então, eu tento aproveitar o máximo possível, apesar dos defeitos, guardar assim, no coração.

Mediadora 2: Então pra você foi algo mais emocional mesmo?

Sara: É, sim.

Mediadora 2: E aí, vem a questão. Vocês falaram de várias coisas, mas tem aquela memória, aquela experiência da exposição que você lembra como se fosse ontem? Tem uma coisa que marcou, uma daquelas coisas que você só de contar já chora ou sorri?

Luiza: Não acho uma boa lembrança, mas me perdi no Rio Mar, foi traumatizante.

Mediadora 2: Isso é um shopping?

Luiza: Sim.

Sara: Eu acho que a experiência do usuário também tem que levar em conta que o shopping, é complicado.

Mediadora 2: Como foi isso?

Mediadora 1: Assim que chegamos o ônibus estacionou um pouco longe do local da exposição, então já foi um pouco difícil para a gente contornar o estacionamento e encontrar a exposição. Aí depois que acabou o tempo lá na exposição a gente foi almoçar dentro do shopping. Nisso a professora guiou a gente. Eu acho que a praça de alimentação ficava no terceiro andar e quando chegamos lá cada um pegou o seu destino para a banca com o tipo de lanche desejado. Só que para voltar pro ônibus era cada um por si tentando achar o caminho certo para voltar ao ônibus.

Luiza: Nesse dia eu quase chorei, eu juro a você, porque só sobrou eu e as duas pessoas que estavam comigo. Era os três que faltavam pra entrar no ônibus. Eu rodei, eu saí literalmente do outro lado do Rio Mar, porque onde eu encontrei um lugar pra sair, eu saí. Aquele shopping é um labirinto, não é tipo o nosso, que é um retângulo. Eu não gosto nem de lembrar.

Sara: Uma experiência minha que eu lembro, meio que traumatizante, foi porque tem uma hora da exposição que fica um negócio se mexendo. Eu fui andar com a minha amiga, a gente tava pra cair no chão, deu uma vertigem, uma tontura, sabe? Não lembro qual foi a obra, só sei que ficou muito ruim pra andar. Cara, e a gente lá, tipo, andando e caindo pros lados, assim, com medo de levar um tombo, sabe? A gente teve que se sentar no chão.

Mediadora 1: Acho que foi na penúltima sala, tipo, tinha só algo semelhante a linhas coloridas se mexendo.

Sara: É essa mesmo!

Mediadora 1: Eu também fiquei sem saber onde pisar exatamente.

Mediadora 2: Eu queria saber se vocês descobriram, conheceram algo novo, viram algo interessante ou mudaram o ponto de vista sobre alguma coisa. Porque assim, pelo que vocês falaram, eu ouvi muito, amo Van Gogh, adoro Van Gogh. Mas teve alguma coisa que, putz, mudou minha opinião, nossa, disso eu não sabia, como é que foi?

Gustavo: Então, sobre o Van Gogh, não mudou tanto minha opinião sobre ele, e sim mais sobre eventos, sabe? Como a inserção de sentidos dentro de um evento faz ele ser marcante, entendeu? Uma coisa que aprendi no primeiro período da faculdade é sobre camadas de sentidos em qualquer trabalho, estimulação visual, olfativa, tátil, todos os sentidos que a gente tem, sabe, principalmente o visual, né, porque é o que faz encantar. O que mudou pra mim foi essa percepção de que o evento bem feito é pensado em cada detalhe. Desde a entrada lá do evento.

Mediadora 2: No caso, você ganhou experiência nova, conhecimento novo sobre gestão de eventos do que sobre Van Gogh em si.

Gustavo: Isso, exatamente. Para mim, o evento foi muito rico, a excursão foi muito rica. Mas a minha percepção sobre a gestão de um evento mudou para caramba.

Mediadora 2: Vocês são tudo experts no Van Gogh, né? Teve coisas que vocês descobriram na hora lá?

Gustavo: Muita coisa eu aprendi antes, mas foi interessante saber o contexto, Como a Luiza falou da linha do tempo, que tinha o fato que aconteceu com ele, mas aí também tinha acontecimentos marcantes do mundo. Foi o encaixe das peças, foi muito interessante.

Mediadora 2: E assim, esquecendo a parte de grana, esquecendo a parte da viagem. Vocês acharam uma experiência boa? Se disser que a gente vai ter uma outra de não sei quem semana que vem, vocês animam de ir?

Luiza: Já tava lá, consertando o pneu do ônibus.

Mediadora 2: Mas é porque você gosta de exposição ou porque você gosta de viagens?

Luiza: Dos dois. A exposição foi muito boa, mas eu acho que seria muito diferente se eu tivesse com pessoas que eu não gostasse.

Maria: Também acho.

Mediadora 2: Então, nesse caso, vocês topariam ir de novo, dependendo se as pessoas que estivessem juntos fossem muito legais? Se eu dissesse "vocês vão ter que ir na exposição do Van Gogh, com tudo pago, mas toda turma de Engenharia Civil, Direito." Vocês iam?

Sara: Olha, eu ia... bota o fone do ouvido ali e finge que nem existe a galera, entendeu?

Mediadora 2: E assim, sobre o conteúdo e a forma que eles expuseram. Porque vocês disseram que teve data show, teve coisa com o cheiro, teve música, teve a Fernanda Montenegro. Vocês acharam a forma como eles expuseram isso legal? Foi bom, foi ruim, podia ser melhor? Como é que foi?

Luiza: Eu esperava mais da última sala que nem eu falei, porque aparentemente ela era a única sala de parada, que você não ia precisar desbravar a sala. Então, acho que ela era a que o povo queria que tivesse mais um negócio especial. Porque não tinha nada pro tato, não tinha nenhum cheiro diferente. Só ouvir e pensar. Ah, era só visual. Era totalmente visual.

Maria: Nessa última, o áudio tava estourado, que dava pra ouvir lá do comecinho.

Sara: Pra mim, o ruim também foi isso, não dava pra entender o que ela tava dizendo. Eu não entendi quase nada, porque como tava muito estourado, acho que ainda ficava com a música tocando ao mesmo tempo, bem baixinha.

Maria: Na outra sala, pra ler o negócio dos quadros, dava pra ouvir alguma coisa acontecendo. Eu tentando receber informações, mas ficava pensando na voz e era tipo "Essa voz, o que é isso? Eu conheço? Eu conheço."

Mediadora 2: Ok, sabe a grande onda de Kanagawa? Quando eu era pré-adolescente, sei lá, tinha uns 13 anos, eu lembro que uma vez eu tava vendo documentário dizendo que tem umas réplicas da matriz, né? Que era uma coisa parecida com xilogravura.

Eu acho difícil que a galera tenha metido os quadros originais de Van Gogh no ônibus da Real Alagoas e levado pro shopping. Mas, assim, vocês acham que as réplicas impactam na personalidade, na autenticidade das obras? Tipo, olha, não é original porque Van Gogh não espirrou neste quadro aqui. Então, mesmo que seja igual, para vocês, faz alguma diferença?

Luiza: Sim, para mim faz. Mas é porque eu sou muito ligada a essas coisas emocionais, sabe? Tipo, um dia ele tocou, tirou o tempo dele para fazer essa específica obra aqui, né? Não foi alguém que chegou e imprimiu, ou alguém que já sabia como fazer e que replicou. Entende? É diferente. Na minha cabeça, é isso que dá o tcham.

Sara: Eu concordo, que se fosse assim, até uma blusa que a gente comprasse, com a arte dele, talvez a gente já fosse se emocionar. Tipo, ah, meu Deus, uma blusa que o Van Gogh pintou. Mas é diferente, de fato, você vê e sabe que ele um dia o artista tocou aquilo. Assim, você tá de frente pra algo tão antigo ali, que, de certa forma, se eternizou, né? Ao longo dos anos, do tempo, dos séculos.

Mediadora 2: Mas vocês acham que ter réplicas diminui o valor da original, ou não?

Sara: Acho que não. Acho que isso na verdade mostra, de certa forma, o quanto a original tem impacto. Porque se tem as réplicas, é porque, de certa forma, a original tem a sua força, tem seu impacto. Pelo menos acho que a gente não faz réplica de algo que a gente acha que não tem valor nenhum.

Mediadora 1: Particularmente falando, não acho que réplicas percam personalidade, o tchan principal da obra, porque sabemos que tudo precisa de manutenção para continuar existindo e ainda é algo manual que precisou de técnicas parecidas ou idênticas a do criador.

Mediadora 2: Vocês sentiram vontade de frequentar outro ambiente da exposição? Me contaram que tinha um negócio que vendia café, tinha uma loja de lembrancinhas também, então assim, vocês tiveram algum interesse nesses ambientes ou só focaram mais no percurso da exposição, em conhecer as obras e ouvir a Fernanda?

Luiza: Eu não tive interesse porque não teve tempo.

Sara: E era muito cara a lojinha, uma blusinha, era R\$ 130,00. Eu não vou dar.

Mediadora 1: Eu vi as coisas lá, mas não prestei atenção no preço, porque foi um tempo curto dedicado a essa parte. Mas gente, nem que eu quisesse, eu compraria. Não tenho essa verba.

Maria: Um ímã de geladeira. 50 reais. Mano, 50 reais um ímã de geladeira minúscula. Tinha uns sketchbook lá, pequenininho também, 80 reais!

Mediadora 2: E aí é muito engraçado que eu ia perguntar agora se vocês sentiram vontade de comprar as camisetas, as canecas, os quadros pintados. Quería saber se foi tipo pegue meu dinheiro que eu quero essa almofada de noite estrelada aqui ou algo como não ligo ou ainda um "Se tivesse num preço de gente, eu até pensava".

Luiza: Se isso tivesse um preço de gente, eu até pensava. Porque assim, eu sou pobre, mas eu gosto de ter as coisas, entendeu? Não é porque eu sou pobre que eu não posso. Aí... Eu queria? Quería, mas não o deu. O negócio das telas foi o que menos me deu vontade de ter porque as telas eram tipo uma impressão, não tinha nenhum relevo, não tinha nada. Me deu foi raiva.

Sara: Se fosse, tipo, sei lá, alguma coisa aqui, se tivesse alguma coisa de 30 reais, eu levava. Mas nem uma caneca. Era muito caro.

Mediadora 2: Vocês acham que dava pra fazer um ambiente imersivo nessa qualidade com métodos menos tecnológicos? Você acha que rolava se isso fosse pintado mesmo no chão ao invés de projeção? Você acha que rolava fazer algo com menos datashow, menos alto-falante com a Fernanda Montenegro?

Sara: Cara, eu já fui no museu lá do Van Gogh e tipo, no final, é incrível, é muito lindo, porque é de certa forma imersivo porque depende do que é imersivo para cada um. Mas tipo, você vai escutando os áudios, você vai olhando as obras, você ia ouvindo através de fones sobre aquela obra. E no final lá tem o quadro dele do Girassol, é óbvio que alguém pintou e não ele mesmo, mas tem as texturas e você pode tocar pra sentir, sabe? Porque a gente olhando, a gente vê uma coisa, mas quando você toca, você vê como a tinta é grossa etc. Apesar de ser um museu tradicional, tem uma certa imersão, que a Luiza estava comentando que queria ver de frente, toda essa experiência de tocar. Então, é diferente. De certa forma, não deixa de ser imersivo você ter essa experiência com a obra em si.

Mediadora 1: Eu queria saber de vocês uma coisa relacionado às pinturas. Eu percebi muito nessa exposição que não tinha muitas informações sobre as obras depois daquela parte mais inicial. Principalmente quando chegava lá na última sala, que tinha muitas projeções, eu não vou mentir que eu senti falta de ver informações sobre cada tela que estava passando ali.

Eu queria saber de vocês se também sentiram falta desse recurso que estamos acostumados a ver nos museus tradicionais por meio de etiquetas com informações específicas daquelas obras ou se pra vocês tava ok do jeito que tava.

Maria: Foi um belo ponto, nem me lembrava porque eu acho que depende do objetivo da exposição. Porque num museu, essas informações são mais pra quando você vai lá e sabem que você vai passar muito mais tempo lá vendo as obras. Eu acho que essa exposição imersiva foi tipo "Tu conhece o Van Gogh? Vem ver. Olha como ele é. Ele cortou a orelha, mas não só foi isso não. Olha que legal. Se liga nesse cheiro. Escuta esse som. Vai lá agora no museu saber mais dele, vai!" Acho que depende do objetivo de cada exposição.

Mediadora 2: Vamos falar de arte, vocês acham que a arte por ser algo mais abstrato, ela deixa a gente explorar e transformá-la nos métodos e no modo que a gente faz?

Luiza: Eu acho que hoje em dia, a inteligência artificial não consegue fazer arte. Ela pode replicar. Mas na minha opinião, só a gente consegue ainda criar alguma coisa assim, por mais que seja... Nada se cria, tudo se copia.

Mediadora 2: Eu queria saber se um robô que foi programado por humanos e essa máquina pinta/faz alguma coisa considerada arte, vocês acham que a arte tem essa capacidade de se adaptar ou evoluir?

Luiza: Eu acho que pode, sim.

Sara: Eu também acho.

Luiza: E assim, nesse caso da exposição é muito uma instalação, né? É uma coisa pra você ficar olhando ali e interagir. Não necessariamente tocar. É uma coisa nova, que chama a atenção. E nisso... a gente vai usando recursos pra chamar mais atenção pra outros motivos, entendeu? Por isso que eu acho que funciona.

Mediadora 2: Vocês acham que a galera que faz essas exposições está interessada em incentivar a cultura ou só ganhar grana?

Pablo: Ganhar dinheiro. É só ver o preço das coisas, né? Se quisessem incentivar a cultura, não era aquele preço.

Luiza: Nessa questão em relação ao Van Gogh realmente, porque foi muito bem pensado colocar a saída da exposição na loja, até porque você já tava tocado ali, muita gente que tem dinheiro, vai pegar e vai botar cartãozinho pra fora.

Sara: Nessa pergunta eu diria que 90% é sobre dinheiro e 10% sobre a cultura, porque tem pessoas envolvidas ali nessa promoção da cultura.

Luiza: É porque é um negócio caro de fazer, esse negócio 8K. Então eu duvido que eles "Ah, é pelo bem da população" Não, é tipo "A gente vai fazer, vai mostrar a tecnologia que a gente tem, mas ó...Quero meu money back, entendeu?"

Sara: O que é legal dessa parte, é que eles fazem uma promoção em relação aos estudantes, né? Isso eu acho legal porque promove a curiosidade do estudante, entendeu? Que estudante não tem condições de tá pagando 80, 50 reais pra entrar naquilo não. A gente pagou 20 reais.

Mediadora 1: A gente conseguiu um desconto maior já que a professora tava levando uma turma, mas tinha um ingresso VIP que era entre 120 e 140 reais. Eles te davam uma pulseirinha que te dava direito a um drink no café, eu acho que ganhava um poster tbm e você podia transitar/chegar na exposição com mais tranquilidade, mas fiquei chocada com o valor alto.

Mediadora 2: Eu queria que vocês falassem a opinião de vocês sobre o crescimento desse tipo de exposição. Por exemplo, acho que foi Sarah que falou que foi pra uma do Monet no início do ano. Vocês acham que está rolando o que? Tipo, o público achou trending e aí está indo em massa? É porque o negócio é itinerante e vai para vários lugares? Se vocês fossem dizer "ó, eu acho que o motivo principal desse tipo de exposição imersiva estar sendo mais frequente é este..." O que vocês diriam?

Sara: Primeiro eu descobri que em São Paulo isso acontece quase sempre, só vai mudando os temas. Já teve essa do Monet, já teve a do da Vinci. Teve outros assim. Só que eu fui saber mais por conta da divulgação mesmo, sabe? Instagram... e vlogs de "coisas para fazer em tal lugar"

Então você vai descobrindo, de certa forma, às vezes museus, assim, que você nem sabia que existia, isso das exposições mesmo. Muitas coisas que estavam escondidas, mas aí

chega alguém com a divulgação e ajuda a espalhar, ganhar fama e nesse caso comecem a se espalhar ao redor do Brasil.

Maria: Eu concordo, porque acaba criando interesse. A pessoa, às vezes, não vai só porque é esteticamente bonito. Acho que ela pode também estar curiosa ou pensar "Deixa eu só olhar aqui esse quadro, pesquisar sobre esse rapazinho aqui, porque vai que aparece um quadro e eu digo, eu conheço" Só para se amostrar, mas acaba recebendo conhecimento.

Aí acho que é um pouco de cada.

Pablo: Concordo.

Mediadora 1: Eu acho que é porque é um programa diferente também, muitas pessoas podem estar entediadas de ir sempre pro mesmo lugar e algo assim já se destaca, como também disse a Maria, as pessoas também podem querer ir só pra dizer "Eu estive lá e vi tal coisa famosinha"

Mediadora 2: Última pergunta galera, a gente precisa saber... Vocês acham que arte e design andam juntos?

Maria: Sim.

Luiza: Acho que sim, mas a gente não pode esquecer que design é uma ciência, um estudo diferente da arte que é uma coisa muito mais emocional. É mais sobre expressão e não que o design não possa ser sobre expressão, mas ele não é tão não pensado quanto a arte.

Mediadora 2: Vocês acham que andam juntos, em qual aspecto ? Que um é emoção e o outro é razão?

Luiza: Acho que andam juntos pela criatividade.

Sara: Tem isso da criatividade, só que o design vai estar servindo a um propósito de certa forma, tem que ser funcional, não pode só levar em conta a beleza, ou então... As vezes o Design vai vim para acrescentar a criatividade num produto. Se difere um pouco da arte nisso.

Maria: Eu também concordo um pouco com a Sara.

Mediadora 2: Pablo e Gustavo, vocês concordam com isso?

Pablo: Definitivamente.

Mediadora 2: Então, gente, acabamos. Acho que ficamos por aqui, estou muito satisfeita com as fofocas que eu recebi. Muito obrigado pela presença de vocês hoje.

Mediadora 1: É gente, eu também tenho muito que agradecer a vocês por terem topado participar dessa conversa. Eu sei que tiveram que abrir mão de um tempinho, né, que vocês poderiam estar usando em outra coisa em relação à faculdade, trabalho ou então até mesmo descansando. Mas foi muito proveitoso, eu me diverti bastante e tinha coisas que eu não sabia que vocês pensavam. Já podem sair para descansarem.

Todos os participantes: Tchau, tchau, gente.

APÊNDICE G - Tabela dos comentários de experiência divulgados no meio digital

Comentários Descritivos	Data	Link da postagem	Palavras-chave
Visitante 1: Alguns dias vcs vão voltar pro Rio de Janeiro??? Queria muito ir novamente, me arrependi de não ter comprado o moletom. @vangoghlivebrasil8k	02/02/2023	https://www.instagram.com/reel/CoKbNz5p1Ve/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Retorno/ Compras/ Arrependimento
Visitante 2: mas tem zero acessibilidade para PcDs surdas e cegas	08/02/2023	https://www.instagram.com/p/CoaHZ9O6B5/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Falta de acessibilidade
Visitante 3: Fiquei tao frustrado com a regra de nao poder retornar a sala anterior que nem quis parar na loja oficial. Ainda dentro do espaco percebi que minhas fotos da primeira sala ficaram desfocadas e nao me permitiram voltar a ela pra refazer a foto. Poderia ter saído satisfeito e comprado algumas lembranças pra família. Sai frustrado entao nao comprei nada.	14/02/2023	https://www.instagram.com/p/CoptBjLPrVf/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Frustração/ Fotografia/ Compras
Visitante 4: Que experiência linda! Não vou esquecer como me senti imersa na vida, na época, na obra de Van Gogh. ♥♥♥	28/02/2023	https://www.instagram.com/reel/CpNVKo8pokD/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Experiência/ Imersão/ Memória
Visitante 5: Propaganda enganosa, em momento algum foi informado o limite de pôster, eu e mais 02 amigas fomos assistir o espetáculo que por sinal é maravilhoso, estávamos ansiosas para trazer conosco um pedacinho dessa experiência belíssima e na saída fomos simplesmente informadas que não tinha mais exemplares, saímos devastadas. Gostaria de uma posição da produção do evento	07/03/2023	https://www.instagram.com/p/CpgIfmhugu8/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Experiência/ Emoção/ Informação incompleta/ Desagrado
Visitante 6: Maravilhoso! Ainda impactada com tudo que vi, mesmo depois de 3 dias!!!	21/03/2023	https://www.instagram.com/p/CqEYcAmOGnx/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Impacto/ Duração
Visitante 7: Eu amei, mas eu não gostei que nos quadros da entrada onde tem os textos não tem os nomes dos quadros ... Senti falta disso!	22/03/2023	https://www.instagram.com/p/CqGAK7Yu_PK/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Falta de Informações

<p>Visitante 8: Fui hj, 30.03, coincidentalmente! Ganhei um quadro da pintura que mais gosto: Noite estrelada! 🌟 Não consigo descrever a emoção de ver essa pintura em tela cheia, como na última sala ! Foi emocionante demais! 🥰 As obras desse maravilhoso (porém atormentado) pintor, me fascinam desde criança! IMPERDÍVEL!</p>	29/03/2023	<p>https://www.instagram.com/p/CqYqRIEOmAi/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==</p>	Emoção
<p>Visitante 9: Tenho muitas fotos e vídeos, quando eu fui com minha amiga . Foi uma sensação tão incrível. Eu nem sabia pra onde olhar. A emoção foi tão grande que a gente correu e levou uma reclamação kakakakka .depois o coração acalmou e a gente curtiu muito. 🥰🥰🥰 valeu cada centavo</p>	30/03/2023	<p>https://www.instagram.com/p/CqaklwiOLUh/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==</p>	Emoção/ Fotografia/ Euforia
<p>Visitante 10: Que coisa linda, professora! Alunos da escola pública tendo acesso à uma arte tão linda. 🥰 Que massa! 🙌</p>	31/03/2023	<p>https://www.instagram.com/reel/Cqd0OXFsNLR/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==</p>	Ensino/ Acessibilidade
<p>Visitante 11: A experiência é incrível, porém acredito que deveria ser feito o controle de crianças pelos pais, crianças literalmente pintando e bordando lá dentro e os pais não se tocam que o ambiente não é pra isso. Ou então já que os pais não colaboram, proibir a entrada no evento.</p>	05/04/2023	<p>https://www.instagram.com/p/CqrJL2BuWkb/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==</p>	Experiência/ Controle do ambiente
<p>Visitante 12: esse tipo de exposição é uma ótima forma d apresentar as artes plásticas e os grandes pintores para as crianças. Atualmente, os museus estão cada vez mais apostando em experiências sensoriais e imersivas e investindo em design em suas exposições. Isso tem surtido um efeito muito bom na atração d público - inclusive dos pequenos, o q é maravilhoso pro desenvolvimento deles.</p>	05/04/2023	<p>https://www.instagram.com/p/CqrJL2BuWkb/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==</p>	Experiência sensorial/ Investimento/ Desenvolvimento
<p>Visitante 13: genteeeeee, eu consegui! Eu consegui! Eu fui!!!! Foi a melhor experiência de minha vida! Muito muito muito obrigada!!!!!!! Vou postando fotos e até dancei ♥ foi mágico!</p>	11/04/2023	<p>https://www.instagram.com/p/Cq5pxDnMc57/?utm_source=ig_web_copy_link</p>	Experiência/ Conquista

<p>Visitante 14: Coisa linda de se ver. Professores e alunos em uma nova vivência. Todos precisam romper os muros dos ambientes educacionais para ampliar os horizontes. São conhecimentos e memórias q levam por toda uma vida. 🙏🙏</p>	19/04/2023	<p>https://www.instagram.com/p/CrOebP8OG7e/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==</p>	Vivência/ Educação/ Conhecimento
<p>Visitante 15: na sinceridade, é um valor muito alto pra pouca coisa pra se ver. porém, vá com alguém especial, assim, vai valer a pena. mesmo que não seja tão incrível assim, fui com minha namorada. foi uma experiência única que tivemos e amamos.</p>	27/04/2023	<p>https://www.instagram.com/p/Crjcd4ORHp/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==</p>	Preço alto/ Experiência única
<p>Visitante 16: Experiência incrível com ambientes lindos, porém com profissionais despreparados e grosseiros! Um deles questionou para minha filha que ela estava encostando na tela e a mesma não estava, foi grosso e mal educado com uma criança de 8 anos!</p>	28/04/2023	<p>https://www.instagram.com/p/Crk5dlcOwX7/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==</p>	Despreparação/ Grosseira
<p>Visitante 17: Uma linda imersão sensorial, histórica, artística e cultural! Nossos alunos adoraram e nós também! O aprendizado real e significativo que tanto almejamos, afinal o mundo é uma grande sala de aula! 🌟</p>	19/04/2023	<p>https://www.instagram.com/p/CrOebP8OG7e/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==</p>	Imersão/ Aprendizado
<p>Visitante 18: Fui com o meu namorado comemorar o nosso aniversário de namoro no dia 17/04 na unidade do Recife, a experiência é realmente incrível porém, o atendimento para a compra dos ingressos foi TERRÍVEL! Ficamos mto desanimados com isso, o atendimento ao público é tudo!</p>	21/04/2023	<p>https://www.instagram.com/p/CrUNuRku5re/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==</p>	Comemoração/ Atendimento ruim/ Desânimo
<p>Visitante 19: Que ideia ridícula colocar uma tela de vidro com um texto enorme na frente dos quadros! A pessoa não vê nem os quadros nem consegue ler o texto direito por causa do quadro. Decepcionante!</p>	05/05/2023	<p>https://www.instagram.com/p/CqrJ-wKONYP/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==</p>	Ilegibilidade/ Decepção
<p>Visitante 20: Impressionante como não dá pra escutar quase nada dá voz de Montenegro. Uma decepção! Incompatível com a beleza das projeções que são maravilhosas</p>	08/05/2023	<p>https://www.instagram.com/p/CsAPXh_uyaz/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==</p>	Som/ Decepção/ Projeção

<p>Visitante 21: Uma péssima experiência. Se resume a ver obras que existem na internet, cheias de textos na frente das imagens, um monte de girassóis artificiais podres de poeira, chega minha rinite pipocou, e uma sala improvisada com o teto parecendo o estacionamento do shopping descoberto, mostrando os fios, as luzes e toda bagunça. Quem fez essa curadoria? Pelo amor de Deus, exijo meu dinheiro de volta. Se fosse 20 reais, tava caro, mas ficaria calado. Agora 90 reais inteira? É um roubo. Pra ligar umas luzes e encher o ambiente de flor de plástico.</p>	12/05/2023	https://www.instagram.com/p/CsKhttYOY6_/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Ambiente improvisado/ Experiência ruim/ Desorganização/ Preços altos
<p>Visitante 22: Sempre cabe mais um mesmo. Quando eu fui tinha tanta gente que não conseguimos ver a exposição direto 🤦</p>	12/05/2023	https://www.instagram.com/p/CsKhttYOY6_/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Multidão/ Dificuldade de visualização
<p>Visitante 23: Vale mtoooo a pena, fui chorei três vezes kakakaak (claro de emoção e MTA felicidade Kakkaka)</p>	24/05/2023	https://www.instagram.com/reel/CsoQyTAMZ7_/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Emoção/ Felicidade
<p>Visitante 24: Totalmente frustrada com a desorganização. Um evento tão grande e não ter organização com horário. Eu vim de tão longe e não pude entrar, sendo que eu comprei o ingresso antes de ir</p>	24/05/2023	https://www.instagram.com/reel/CsoQyTAMZ7_/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Desorganização/ Frustração
<p>Visitante 25: Se vc tem labirintite, tome um remédio antes de ir... Eu fui pela manhã e estou passando mal, nauseada, tonta... Deveriam avisar</p>	28/05/2023	https://www.instagram.com/p/CsyoO6OurRH/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Mau estar/ Falta de informação
<p>Visitante 26: sim o ingresso aumentou no último dia um absurdo e fui ainda muito mal recebida por alguns funcionários, comprei pra nunca mais</p>	05/06/2023	https://www.instagram.com/p/CtHboFGO_XL/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Preço elevado/ Atendimento ruim
<p>Visitante 27: Quase 4 meses de imersão e foi a maior e melhor experiência vivida em âmbito profissional. Pra sempre na memória, valeu a pena ❤️</p>	07/06/2023	https://www.instagram.com/reel/CtMbepvPI3S/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Imersão/ Memória/ Experiência

<p>Visitante 28: Uma das melhores experiências que eu já tive, com certeza ficará na minha memória pra sempre. Obrigada por se esforçarem em levar para as pessoas, a história e as artes em desabafo do nosso querido Vincent. Espero que continuem a levar essa história e essas lindíssimas pinturas do nosso querido pintor. Obrigada pela visita e pela experiência!!!! ♥♥</p>	07/06/2023	https://www.instagram.com/reel/CtMbepvPI3S/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	História/ Experiência/ Memória/ Disseminação
<p>Visitante 29: Eu adorei cada lugar principalmente o salão que mostra as obras do Van Gogh com a narração de Fernanda Montenegro, saí maravilhado junto com o meu amigo gringo que me convidou, já estou com saudades! Viva Van Gogh! 🍷</p>	07/06/2023	https://www.instagram.com/reel/CtMbepvPI3S/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Ambiente/ Projeção/ Saudades
<p>Visitante 30: Foi perfeita a experiência nessa imersão, sensações bem diferenciadas em cada lugar da exposição, parabéns aos organizadores e parabéns ao artista Van Gogh</p>	07/06/2023	https://www.instagram.com/reel/CtMbepvPI3S/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Sensações/ Diversidade
<p>Visitante 31: Eu amei cada cantinho, realmente foi muito especial ver as obras de Van Gogh e fazer parte das suas pinceladas . Obg</p>	07/06/2023	https://www.instagram.com/reel/CtMbepvPI3S/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Agradecimento/ Imersão
<p>Visitante 32: Levei minha família, meus filhos amaram demais e nós corremos atrás deles para não fazerem uma arte no local. Uma debutante minha também fez um ensaio e foi maravilhoso.</p>	07/06/2023	https://www.instagram.com/reel/CtMbepvPI3S/?utm_source=ig_web_copy_link&igshid=MzRIODBiNWFIZA==	Experiência/ Passeio em família

Fonte: Autora, 2023. Adaptado de LIMA, 2022.