

UNIVERSIDADE DE LISBOA  
FACULDADE DE LETRAS  
Projecto Final



**Graffiti e Banda Desenhada: diálogos artísticos na  
cidade da Amadora**



Catarina Martins Carvalho Lourenço Valente

Curso Pós-Graduado de Especialização  
em Comunicação de Tendências

2014

(Esta página foi deixada, propositadamente, em branco)

## ÍNDICE

### Agradecimentos

### Resumo

### Abstract

## PARTE I – Enquadramento Teórico

<b>1. Índice de Figuras.....</b>	<b>8</b>
<b>2. Introdução.....</b>	<b>10-13</b>
<b>3. A cidade contemporânea</b>	
3.1 Cultura: a dicotomia entre a cultura erudita e a cultura popular.....	14-16
3.2 Subcultura: as novas dinâmicas sociais.....	16-20
3.3 A Arte Urbana e a <i>nova dimensão da cidade</i> .....	20-25
3.4 A beleza americana sob o olhar de Cornbread. O surgimento do <i>Graffiti</i> ....	25-32
3.5 O mural político: a rua o <i>palco de expressão por excelência</i> .....	32-39
3.6 A cidade à minha imagem: o <i>Graffiti</i> toma forma em solo português.....	39-44
<b>4. A Arte Urbana e a Banda Desenhada</b>	
4.1 Uma Simbiose Artística na Urbanidade.....	44-45
4.2 O fenómeno da Banda Desenhada.....	45-46
4.3 Origens: a Banda Desenhada alimenta o <i>Graffiti</i> ?.....	46-51

## PARTE II – Divisão Prática

<b>5. Objectivos.....</b>	<b>53</b>
<b>6. Plataforma Virtual: “Cartografia do Graffiti na Amadora”</b>	
6.1 Análise SWOT.....	55-57
6.2 Zeitgeist.....	57-58
6.3 Descrição do Processo de Elaboração da Plataforma.....	58-61
6.4 Objectivos Concretos.....	61-62
6.5 Público-Alvo.....	62
6.6 Recursos e Apoios.....	62-63

6.7 Missão.....	64
(65)	
<b>7. Cool Examples.....</b>	<b>65-74</b>
<b>8. Outputs.....</b>	<b>75</b>
<b>9. Insights.....</b>	<b>75-77</b>
<b>10. Vídeo Documental: <i>Speaking Walls</i></b>	
10.1. Descrição do Processo.....	78-79
10.2. Resultado Final.....	79-80
<b>11. Pensar o Graffiti agora</b>	
11.1 Benchmark.....	81-87
11.2. Amadora: projectos para o futuro?.....	87-89
<b>12. Reflexão Conclusiva.....</b>	<b>90-91</b>
<b>13. Referências Bibliográficas.....</b>	<b>92-95</b>
<b>14. Anexos.....</b>	<b>96-110</b>

## **Agradecimentos**

Ao longo deste processo foi fundamental a colaboração de várias entidades que se disponibilizaram a fornecer materiais, apoio na execução do projecto e que permitiram que o resultado final fosse ao encontro do expectável. Gostaria de agradecer especialmente à Câmara Municipal da Amadora pelo acolhimento desta proposta, sobretudo, ao Geógrafo Fernando Ferreira, que se disponibilizou, logo após o primeiro contacto, a auxiliar na elaboração da plataforma virtual. À Dr.<sup>a</sup> Vanda Santos e ao Arquitecto Nelson Dona, da Divisão de Intervenção Cultural da Câmara Municipal da Amadora, obrigada pelo interesse e curiosidade que demonstraram pelo projecto. Agradeço à Subdirectora Sílvia Câmara e à Técnica Superior Inês Machado, da GAU – Galeria de Arte Urbana de Lisboa, pela atenção e simpatia com que analisaram a minha proposta e a disponibilidade que demonstraram em debater ideias e novas abordagens.

Um agradecimento especial a todos os entrevistados neste projecto: ao designer urbano Pedro Soares Neves, obrigada pelo constante acompanhamento e pela parceria que se foi estabelecendo, aos artistas urbanos Slap, Nomen, Odeith, SalDoce, AkaCorleone e Eko agradeço a disponibilidade e o relato de experiências que enriqueceram a minha perspectiva em relação a esta prática. Ao pintor mural António Alves, figura incontornável da pintura mural portuguesa, agradeço o seu testemunho, a sua persistência e o seu contributo no registo da actividade artística em Portugal. Agradeço, igualmente, ao representante da Assembleia Municipal da Câmara Municipal da Amadora, o Professor Doutor Carlos Almeida, pela sua visão política e social sobre um país pelo qual continua a lutar.

À Catarina Dias e ao Paulo Dias obrigada pela vossa confiança, pelo vosso trabalho brilhante, pelas boas ideias e pelo incentivo. À Ana Filipa Neves, obrigada pela tua orientação, experiência e motivação. Ao professor Nelson Pinheiro obrigada pela liberdade temática e pelo acompanhamento sempre presente e rigoroso nas suas observações.

Obrigada à minha família, aos meus amigos e colegas, pelo apoio, estímulo e por, acima de tudo, por estarem presentes ao longo da minha estrada.

Este projecto é meu e vosso.

## **Resumo**

A presente exposição reflecte sobre o papel da Arte Urbana e, sobretudo, do Graffiti na actualidade, tendo por premissa o regresso ao passado para compreender o futuro. Como tal, é apresentada uma base conceptual na qual se apoia esta reflexão crítica, que é complementada por uma componente prática, que integra não só os testemunhos por parte dos praticantes do Graffiti, mas também da pintura mural, defendida nesta exposição como a primeira manifestação do fenómeno da arte executada na urbanidade, tendo em conta o caso português. Por outro lado, esta exposição tem por objecto a cidade da Amadora, que constituiu o Estudo de Caso deste projecto e que resultou na elaboração de uma plataforma virtual, intitulada “Cartografia do Graffiti na Amadora”, e de um vídeo documental, denominado “Speaking Walls”. Ao longo da reflexão crítica, a cidade desempenha um papel fundamental, uma vez que é o meio sobre o qual incidem as manifestações artísticas mencionadas. Este projecto propõe uma abordagem prática aos conceitos de Arte Urbana, Graffiti e Banda Desenhada, através dos quais se desenvolveu uma narrativa escrita e visual que pretende caracterizar estes fenómenos na sociedade actual e aferir da sua importância na relação do indivíduo com o meio.

Palavras-Chave: Arte Urbana, Graffiti, cidade, pintura mural, Banda Desenhada.

## **Abstract**

The present dissertation reflects about the role of Urban Art and, above all, Graffiti in the nowadays society, having in mind the return to the past in order to comprehend the future. So during this text is presented a conceptual base in which this critical reflection supports. This critical reflection is supported by a practical section, which integrates not only the testimonies by the Graffiti writers, but also the Wall Painting, defended here, and in the Portuguese case, as the first manifestation of the phenomenon of the art executed in urbanity. On the other hand, this exposition has as an object the Amadora city, which constituted the Case Study of this project, which resulted in the elaboration of a virtual platform, untitled “Cartografia do Graffiti na Amadora”, and of a documental video, called “Speaking Walls”. During this critical reflection, the city plays a fundamental role, since it is the mean in which focus the artistic manifestations mentioned. This project proposes a practical approach to the concepts of Urban Art, Graffiti and Comics, through which developed a written and visual narrative that intends to characterize these phenomena in nowadays society and assess its importance in the relation between the individual and the mean.

Keywords: Urban Art, Graffiti, city, Wall Painting, Comics.

## 1. Índice de Figuras

Figura 1.....	13
Figura 2.....	24
Figura 3.....	27
Figura 4.....	28
Figura 5.....	30
Figura 6.....	30
Figura 7.....	31
Figura 8.....	35
Figura 9.....	35
Figura 10.....	37
Figura 11.....	38
Figura 12.....	40
Figura 13.....	43
Figura 14.....	47
Figura 15.....	48
Figura 16.....	49
Figura 17.....	60
Figura 18.....	61
Figura 19.....	61
Figura 20.....	78
Figura 21.....	79
Figura 22.....	80
Figura 23.....	82
Figura 24.....	82
Figura 25.....	83
Figura 26.....	84
Figura 27.....	88
Figura 28.....	88
Figura 29.....	89

## **PARTE I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO**

## 2. Introdução

Art is not to be taught in Academies.

It is what one looks at, not what one listens to, that makes the artist.

The real schools should be the streets.

Oscar Wilde

A exposição intitulada “Graffiti e Banda Desenhada: diálogos artísticos na cidade da Amadora” pretende reflectir criticamente sobre o papel da Arte Urbana e, em particular, do *Graffiti* no desenvolvimento de novas dinâmicas sociais e na visualidade no meio urbano.

Vejo este projecto como uma possibilidade de debater o impacto das manifestações artísticas de cariz urbano na actualidade e a forma como a Arte poderá potencializar a criatividade e transformar a visualidade e características da cidade. Considero que estas práticas artísticas não só estimulam a participação activa por parte do habitante da cidade como promovem a liberdade de expressão e potencializam a actividade artístico-cultural local.

Na actualidade, a Arte Urbana e o *Graffiti* são alvo de aproveitamento mediático e o interesse global por este tipo de intervenções no meio urbano cresce de forma célere. Este crescimento confirma o impacto destas novas vanguardas artísticas na cidade contemporânea. Veja-se a plataforma elaborada recentemente pela Google, intitulada *Google Culture Institute*, que dedica uma aplicação completa à *Street Art*. Por outro lado, a proliferação de várias entidades, em Portugal, que se dedicam à promoção e valorização da Arte Urbana e, por conseguinte, do *Graffiti*, como é o caso da plataforma internacional Underdogs. Esta questão encontra-se patente na tendência, primeiramente individual e posteriormente colectiva de demarcar a cidade à imagem dos seus habitantes.

A plataforma virtual “Cartografia do Graffiti na cidade da Amadora” propõe-se colmatar uma necessidade verificada no que toca ao registo documentado das intervenções de *Graffiti*, que devido à sua efemeridade têm uma posição frágil no panorama artístico-cultural. Por outro lado, o acesso à arte é, por vezes, dificultado pelo preço ou pelas características das peças ou do artista. A utilização dos meios de comunicação digitais poderá atenuar estas questões, na medida em que o acesso à arte é facilitado pela rapidez e liberalização de conteúdos nas plataformas virtuais. Assim, o

projecto “Cartografia do Graffiti na cidade da Amadora” tenciona facilitar o acesso à arte através de uma plataforma online e gratuita, acrescentar conhecimento no que diz respeito ao fenómeno do Graffiti na periferia da Grande Lisboa, aumentar a actividade turística na cidade e promover a organização de eventos no âmbito do Graffiti.

Paralelamente, no enquadramento teórico, este projecto apresenta uma reflexão sobre o conceito de Arte Urbana, abordando as diferentes manifestações artísticas associadas e tendo por foco o *Graffiti*, enquanto prática imperante no seio da urbanidade. Para tal, importa apresentar uma contextualização histórico-geográfica e uma base conceptual que apoie esta reflexão, de modo a perceber este fenómeno da forma mais clara e válida possível. Interessa, igualmente, referir a função da cidade enquanto suporte visual e fonte de inspiração da prática do *Graffiti*. Esta prática observa o meio urbano como potencial de criatividade e impulsor de ideias, fenómenos, estilos ou simbologias.

Face à lacuna documental relativamente à pintura mural política em Portugal, entendi realizar duas entrevistas fulcrais no testemunho desta prática durante as décadas de 1970 e 1980, o representante do Partido Comunista Português na Assembleia Municipal da Amadora, Carlos Almeida, e o pintor muralista português António Alves. Estes dois testemunhos foram fundamentais na caracterização da pintura mural política em Portugal no período pós-25 de Abril e na consideração de que o mural político transitou, mais tarde, para o *Graffiti*.

Ao longo do enquadramento teórico é mencionada a realidade artístico-cultural portuguesa no âmbito da Arte Urbana, por oposição aos principais pólos artísticos internacionais e respectivos artistas. Este enquadramento apresenta, igualmente, uma problematização conceptual, que passa por conceitos como as subculturas, grupos sociais dos quais provêm fenómenos como a Arte Urbana, vanguarda artística que visa a intervenção no meio urbano e que propõe uma nova visualidade da cidade. Por outro lado, discute-se nesta reflexão a dicotomia entre cultura popular e cultura erudita e posições assentes no etnocentrismo relativamente às minorias culturais e étnicas, nas quais emergiu esta tipologia de manifestações artístico-culturais.

O projecto em causa incide sobre a cidade da Amadora e o potencial desta periferia enquanto génese de vários registos de *Graffiti*, presentes no mobiliário urbano e demais suportes. Visto que esta cidade é o local de proveniência de conceituados artistas urbanos, é fulcral abordar a importância desta periferia e reposicioná-la relativamente à esfera artística nacional e internacional. O estigma negativo construído

pelos *media* e pela opinião pública, tendo por base a elevada concentração de etnias, de comunidades de emigrantes e a criminalidade contribuíram, significativamente, para enfraquecer as potencialidades desta cidade e da sua multiculturalidade. Por outro lado, a Arte Urbana e, em particular, o *Graffiti* poderão desmistificar estas questões e constituir uma oportunidade para mudar a opinião pública, assente, ainda, no preconceito e na prevalência de um estereótipo. A cidade da Amadora recebe, anualmente, o Festival Internacional de Banda Desenhada, evento impactante no que toca ao universo da Ilustração. Com o término do Salão de Banda Desenhada do Porto, a actividade cultural no âmbito da Banda Desenhada concentrou-se na cidade de Lisboa, concretamente na Amadora. O impacto do Festival Amadora BD traduziu-se em múltiplas iniciativas e parcerias que consagraram este evento anual enquanto pólo atractivo para aficionados da Banda Desenhada e parte integrante dos círculos internacionais desta manifestação artística. A propósito das comemorações do Festival, a organização dinamizou um conjunto de iniciativas que procuraram envolver outras práticas artísticas, através da execução de peças alusivas à Banda Desenhada. Estas parcerias assinalaram o início da relação entre a Arte Urbana e a Banda Desenhada no concelho da Amadora e confirmam o interesse público e institucional manifestado em relação a estas expressões visuais e ao seu impacto na urbanidade e na esfera artístico-cultural. Assim, a presente exposição pretende analisar, igualmente, a fusão entre a Banda Desenhada e a Arte Urbana, através da demonstração de exemplos e iniciativas desenvolvidas ou a desenvolver na cidade da Amadora.

O enquadramento teórico deste projecto é complementado por uma Divisão Prática que apresenta uma descrição do processo de elaboração do mapa cartográfico intitulado “Cartografia do Graffiti na cidade da Amadora”, no qual estão representados os principais registos de *Graffiti* no município. Cada ponto do mapa tem um registo fotográfico associado, um texto de apoio contextual, comentários dos artistas executantes dos murais e a respectiva localização da peça. Neste âmbito, foi elaborada uma Análise SWOT da plataforma, bem como a recolha de *cool examples* que traduzissem as tendências relacionadas com a temática do projecto. Neste caso foram identificadas três tendências principais: a Love Thy City, a From Geek to Cool, a Wonderland, Experience & Stories e a Connection, Convergence & Ergonomics. Por outro lado, foi fundamental a definição dos objectivos, da missão e do público-alvo que permitiram enquadrar o projecto do ponto de vista contextual. Neste âmbito, o ponto respeitante ao *Zeitgeist*, ou “Espírito do Tempo”, e as conclusões retiradas do projecto

que foram traduzidas em *insights* são, também, aspectos fundamentais no resultado final e na pertinência do projecto em termos de inovação e actualidade.

No âmbito da vertente prática do projecto foram, ainda, realizadas entrevistas a artistas urbanos, entre os quais NoMen e Slap, dois dos representantes do movimento mais respeitados em Portugal, e executantes dos murais que figuram, actualmente, na cidade. Paralelamente, procurei realizar registos fotográficos e vídeos que possibilitassem uma perspectiva visual do projecto e no enquadramento da cidade da Amadora. Estas imagens e demais formatos serão apresentados numa exposição audiovisual intitulada “Speaking Walls”.

### 3. A cidade contemporânea

#### 3.1. Cultura: a dicotomia entre a cultura erudita e a cultura popular

O debate em torno do conceito de cultura seguiu duas trajetórias distintas, sendo que a primeira se apoia na hierarquia e ordem social, proveniente das sociedades feudais, e a segunda assente no Marxismo, corrente materializada por Karl Marx e Friedrich Engels, caracterizada pela preocupação com a “working class experience and their active everyday construction of culture” (Barker, 2008: 41). A primeira trajetória teve Matthew Arnold, teórico do século XIX, como matriz de fundamentação. O teórico entendia a cultura como o “estudo da perfeição” e que esta se destinava ao “melhor que foi pensado e conhecido no mundo”, tendo por premissa que todos os seres humanos vivam numa atmosfera delicada e iluminada.<sup>1</sup> Por outras palavras, a cultura dizia respeito a uma determinada elite letrada, pertencente à cultura erudita<sup>2</sup>, por oposição à anarquia e ao caos social próprios das “raw and uncultivated masses” (Barker, 2008: 40); a vontade das massas originou, por conseguinte, o fenómeno da cultura popular.

A cultura popular fundamentou-se a partir da dicotomia existente entre o bom e o mau, o digno e o indigno e refere-se ao que é marginalizado pelo cânone académico e pelas elites culturais. Segundo Chris Barker, na sua obra *Cultural Studies*, a cultura popular “may pertain to the mass-produced culture of the culture industries” (Barker, 2008:51). A este propósito, Maria Laura Pires refere, na sua obra *Teorias da Cultura*, o papel do crítico literário F.R Leavis, influenciado pela obra de Matthew Arnold e fundador da corrente designada por *Leavisismo*, na redução do conceito de cultura popular à esfera da barbárie e do mediatismo, ou seja, “uma cultura empobrecida e anónima, produzida e imposta por razões comerciais” (Pires, 2006: 56). A autora acrescenta que, segundo F.R Leavis, a cultura erudita seria o expoente máximo de civilidade e congregava uma minoria letrada e altamente instruída, sendo que o crítico literário propunha “a reunificação da sociedade através da cultura e de um programa de educação liberal (Pires, 2006: 56).

No entanto, as barreiras conceptuais que definiam a oposição entre a cultura erudita e a cultura popular foram, progressivamente, quebradas com o aparecimento das

---

<sup>1</sup> Arnold, Matthew (1869). *Culture and Anarchy*. In Ed. R. H. Super. Ann Arbor: The University of Michigan Press, 1965.

<sup>2</sup> Matthew Arnold, teórico defensor do termo cultura erudita, entendia a cultura como uma “form of human ‘civilization’”, sendo que a leitura, a observação e a reflexão seriam instrumentos para alcançar a perfeição moral e o bem-estar social (Barker, 2008: 40).

culturas híbridas e o desenvolvimento das tecnologias de informação e de comunicação, que permitiram o livre acesso aos bens de consumo, independentemente da localização geográfica. A separação entre estes dois cânones foi, gradualmente, atenuada e vista como uma distinção de contornos meramente políticos. Raymond Williams, investigador da área dos Estudos Culturais, foi um dos primeiros teóricos a propor uma interpretação do conceito de cultura, apoiada na Antropologia, e, como tal, entendida enquanto estilo de vida. Assim, Raymond Williams propunha uma visão do termo mais ampla e que abrangia todas as classes sociais, concluindo que a cultura é “ordinary, in every society and in every mind.” (Williams, 1989:4). Neste âmbito, a socióloga Laura Bovone sublinha, no capítulo intitulado “Os Novos Intermediários Culturais: Considerações sobre a cultura pós-moderna” constante da obra da autoria de Carlos Fortuna *Cidade, Cultura e Globalização: Ensaio de Sociologia*, o seguinte:

Se, até há pouco, a arte e a cultura eram mundos à parte e altamente selectivos, hoje, perante o processo de desdiferenciação social da pós-modernidade (Lash,1990; Crook-Pakulsky-Waters, 1992), a cultura de elite e a cultura popular misturam-se e a cultura de massas contém-nas a ambas.

(Bovone, L., in Fortuna, 2001:115)

Esta afirmação por parte de Laura Bovone entende que a cultura confluiu na consolidação de uma cultura de massas e que, segundo Marita Sturken e Lisa Cartwright, consiste numa cultura “for ordinary people who are subjected to and buy the same messages; hence this culture is conformist and homogeneous” (Sturken e Cartwright, 2009: 448). Marita Sturken e Lisa Cartwright consideram que a cultura de massas surgiu para caracterizar as mudanças que ocorreram na Europa e nos Estados Unidos da América a partir do processo de industrialização do século XIX e que culminou na Segunda Guerra Mundial, com a deslocação em massa das populações para os centros urbanos (Sturken e Cartwright, 2009). Segundo as autoras, estas populações

were subject to centralized forms of national and international media and they received the majority of their opinions and information not locally or within their families but from a larger broadcast medium through which mass views were promulgated and reproduced.

(Sturken e Cartwright, 2009: 447)

Esta conjuntura originou uma concentração elevada de comunidades provenientes de diferentes pontos de origem nas metrópoles urbanas e, por conseguinte, atribuiu uma nova visualidade ao meio urbano, através da multiplicidade cultural.

### **3.2 Subcultura: as novas dinâmicas sociais na cidade**

Após a Segunda Guerra Mundial, emerge o termo subcultura, concretamente na década de 1950, num contexto de tumultos sociais sucessivos e de redefinição dos cânones existentes. O sociólogo e investigador das subculturas Dick Hebdige apresenta uma possível definição do termo subcultura, na sua obra *Subculture: The Meaning of Style*. Segundo o autor são grupos “who are alternately dismissed, denounced and canonized; treated at different times as threats to public order and as harmless buffoons” (Hebdige, 1979:02).

Já Chris Barker entende a subcultura como uma declaração de independência “and of alien intent. It is at one and the same time an insubordination of and conformation to powerlessness. It is a play for attention and a refusal to be read transparently” (Barker, 2008: 434).

A Segunda Guerra Mundial impulsionou, sobretudo na América do Norte e na Europa Ocidental, o crescimento das migrações e o êxodo rural por parte de populações carenciadas, que se viram confrontadas com o desemprego e que procuravam melhores condições de vida. Esta conjuntura obrigou as cidades a definirem estratégias de requalificação urbana após as duas grandes guerras, bem como políticas de planeamento e ordenamento do território, com o objectivo de integrar estas novas comunidades.

Assente numa perspectiva arquitectónica de cunho funcionalista, os bairros sociais, ou zonas residenciais de população heterogénea (com escassos recursos económicos), foram a solução encontrada para albergar estas comunidades e integrá-las no meio urbano. Estas zonas urbanas acolhem grupos sociais que partilham entre si normas e valores culturais específicos. Devido às características destes espaços habitacionais, que sugerem uma proximidade intrínseca entre os indivíduos e que, como tal, condicionam as relações residenciais, estas comunidades integram uma multiplicidade de etnias<sup>3</sup>, que regulam a actividade económica e cultural local. A este

---

<sup>3</sup> “An ethnic group is one whose members share a distinct awareness of a common cultural identity, separating them from other groups around them.” (Giddens, 1993: 741) - definição do termo etnia proposta pelo sociólogo Anthony Giddens, na sua obra *Sociology*.

propósito, o teórico Daniel Innerarity, na sua obra *O Novo Espaço Público*, recupera as características principais da cidade definidas pela Escola de Chicago, nos primórdios do século XX e que, segundo o autor, “já se converteram num lugar-comum: *heterogeneidade, espessura e grande tamanho*. Na cidade, todos os elementos – habitantes, edifícios e funções – estão em estreita proximidade, «condenados», por assim dizer, à tolerância recíproca” (Innerarity, 2010: 109). As subculturas surgem no seio das minorias étnico-culturais, provenientes das periferias das grandes cidades, e caracterizam-se pela resistência face à prevalência de uma cultura dominante.

Tendencialmente, as subculturas são compostas por indivíduos provenientes de classes sociais<sup>4</sup> baixas; pertencentes a estas camadas devido à precariedade laboral e, por conseguinte, à escassez de recursos económicos. Os membros destes grupos sociais expressam-se através de rituais, que envolvem a partilha de códigos e valores estabelecidos pelo grupo, e utilizam o estilo, enquanto suporte de afirmação de uma determinada ideologia<sup>5</sup>. Tal como Marita Sturken e Lisa Cartwright indicam:

[subcultures] use style to signify resistance to dominant culture. (...) use style in fashion, music and lifestyle as signifying practices to convey resistance to norms

(Sturken & Cartwright, 2009: 462)

De carácter jovem e desviante, as subculturas opõem-se à uniformização social e cultural imposta pela globalização<sup>6</sup> e adoptada pelas massas. Segundo Arjun Appadurai, a globalização é responsável por muitas problemáticas actuais, entre as quais a homogeneização cultural e a perda progressiva das identidades locais:

A globalização estreitou a distância entre as elites, deslocou relações essenciais entre produtores e consumidores, quebrou muitos laços entre o trabalho e a vida familiar, obscureceu as linhagens entre locais temporários e vínculos nacionais imaginários.

(Appadurai, 2004:22)

---

<sup>4</sup> Anthony Giddens, na sua obra *Sociology*, define classe social do seguinte modo: “Socioeconomic differences between groups of individuals which create differences in their material prosperity and power.” (Giddens, 1993: 738).

<sup>5</sup> “The shared set of values and beliefs that exist within a given society and through which individuals live out their relations to social institutions and structures” - definição do termo ideologia retirada da obra *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture* (Sturken & Cartwright, 2009: 445)

<sup>6</sup> Chris Barker define, na sua obra *Cultural Studies*, o conceito de globalização da seguinte forma: “Increasing multi-directional economic, social, cultural and political global connections across the world and our awareness of them.” (Barker, 2008: 480).

Partindo desta argumentação, o mundo é cada vez mais representado segundo uma lógica global e orientado para uma crescente atenuação das identidades culturais<sup>7</sup>, com menor impacto social. A constante padronização dos hábitos culturais e a tentativa de imposição de uma cultura ocidental em detrimento das chamadas culturas periféricas, que devido à sua localização geográfica e fragilidade socioeconómica, abrangem somente um nicho e têm impacto num número reduzido de indivíduos. A assimilação de uma cultura por uma cultura dominante poderá ser benéfica do ponto de vista económico para a que possui menos relevância social. No entanto, a preponderância de uma cultura dominante poderá levar à adopção de posições radicais. Veja-se a proliferação de ideias de carácter extremista contra a hierarquia social e o multiculturalismo<sup>8</sup>. Esta situação conduz não só a problemas de segregação social mas também ao etnocentrismo, ou seja, a consideração de que o correcto é submeter culturas tidas como inferiores a situações de dependência e de subjugação.

Neste âmbito, Innerarity aborda o conceito de «rotulação» que, nas palavras do filósofo, “reduz os indivíduos à categoria em que são classificados” (Innerarity, 2010:57). Segundo o autor, a “rotulação” poderá ter origem, inclusive, no seio das subculturas ou minorias culturais, devido ao progressivo afastamento destes grupos em relação à cultura dominante. De modo a atenuar a proliferação desta ideia, o autor propõe que “o melhor que se pode fazer a uma pessoa é permitir-lhe que na configuração da sua identidade intervenham várias instâncias (...) tornar-lhe possível libertar-se da pertença exclusiva a uma única denominação de origem” (Innerarity, 2006: 57). No entanto, a proliferação de subculturas e a sua presença ubíqua na cidade sugere que a adesão a este tipo de grupos se encontra em expansão e que a noção de pertença é, acima de tudo, uma prioridade para as camadas mais jovens da sociedade. Estes últimos e, em particular, as subculturas das quais fazem parte, “respond to surveillance by making a ‘spectacle’ of themselves for the admiring glances of strangers (and the media in particular)” (Barker, 2008: 434).

---

<sup>7</sup> Segundo Chris Barker, a identidade cultural poderá ser entendida como “a description of ourselves with which we identify (...) Cultural identity relates to the nodal point of cultural meaning most notably class, gender, race, ethnicity, nation and age” (Barker, 2008: 476).

<sup>8</sup> Stuart Hall propõe, na sua obra *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*, uma distinção entre os termos “multicultural”, que segundo o autor “Descreve as características sociais e os problemas de governabilidade apresentados por qualquer sociedade na qual diferentes comunidades culturais convivem e tentam construir uma vida em comum, ao mesmo tempo em que retêm algo da sua identidade “original””, e multiculturalismo, conceito que, de acordo com Stuart Hall, se refere “às estratégias e políticas adoptadas para governar ou administrar problemas de diversidade e multiplicidade gerados pelas sociedades multiculturais” (Hall, 2003: 52).

Assim, as subculturas assumem-se contra os padrões dominantes, apresentando-se contra a hegemonia cultural e uniformização social. Os membros destes movimentos encontram-se organizados hierarquicamente; estrutura que é respeitada através da partilha de interesses comuns e do cumprimento de determinadas normas que facilitam a coesão do grupo. A cidade acolhe estes movimentos, que coexistem no meio urbano e delimitam o espaço público à sua imagem, através de insígnias, mensagens ou da expressão artística: “[The] less powerful inhabitants of the city (...) use cultural representations to stamp their identity on place and to exert their cultural presence in public spaces” (Lin & Mele, 2012: 19). A este propósito, o antropólogo Ricardo Campos acrescenta, na sua obra *Porque Pintamos a Cidade?: Uma Abordagem Etnográfica do Graffiti Urbano*, que:

A juventude denuncia aquilo que de melhor e pior a condição humana encerra. (...) esta parece representar a idade do ouro, propagandeada pelo mercado e matéria de desejo de uma sociedade que tenta a todo custo ressuscitar o velho mito da eterna juventude.

(Campos, 2010:41)

A subcultura *hip hop* personifica esta questão ao utilizar a cidade como suporte para a afirmação de uma ideologia, veiculada através da expressão visual e artística. A cidade de Nova Iorque foi o local de origem desta subcultura, que teve início na década de 1970, num período marcado pelo caos, devido às sucessivas manifestações de contestação social, à instabilidade político-económica, à corrupção nos mercados bolsistas e à segregação racial. A rua apresentava-se como o local de lazer e de convívio entre as comunidades marginalizadas e residentes nos subúrbios. Estas comunidades eram estigmatizadas pela violência, pela criminalidade e pela ausência de recursos económicos. Os seus membros provinham, maioritariamente, da América do Sul e do continente africano e foi neste contexto que emergiram diferentes manifestações artístico-culturais. No que diz respeito à subcultura *hip hop*, esta manifestou-se, fundamentalmente, nas seguintes áreas: na música, com o nascimento do *rap*<sup>9</sup>, género musical originário da Jamaica e que representa a resistência contra a injustiça social e problemáticas análogas, que envolvem o quotidiano dos seus intérpretes; na dança,

---

<sup>9</sup> Ricardo Campos define o *rap*, expressão musical com origem nos Estados Unidos da América, do seguinte modo: “Acrónimo de *rhythm and poetry*, compreende duas componentes expressiva, contidas na própria designação: o *Djing* (actividade desempenhada pelo *disk jockey* que manipula os discos e produz a sonoridade típica do *rap*) e o *MCing* (actividade a cargo do *mestre de cerimónias* ou cantor *rap*). Pela sua componente de oralidade, o *rap* funciona como a voz da cultura *hip hop*.” (Campos, 2010: 300).

patente na proliferação do estilo *Breakdance*<sup>10</sup>. No que diz respeito à arte, a subcultura hip hop deu origem, primeiramente, ao *bombing*<sup>11</sup>, vertente do *graffiti* executada de forma ilegal e associada, frequentemente, ao vandalismo, e, posteriormente, ao *graffiti*, expressão artística que utiliza os suportes ou infra-estruturas urbanas para inscrever mensagens, desenhos, figuras, símbolos ou representações.

Ricardo Campos refere o contexto histórico em que, segundo o autor, surgiu o *graffiti*. Segundo o antropólogo, o *graffiti* corresponde a uma “marca ou inscrição feita num muro/parede”, sendo que estas inscrições terão origem no “império romano (presentes nas catacumbas de Roma ou em Pompeia)” (Campos, 2010: 79). Através destas manifestações, os membros desta subcultura circunscrevem territorialmente o meio urbano, seja através de inscrições, símbolos, desenhos ou grafismos. O objectivo fundamental dos intervenientes no *graffiti* é sobressair e destacar-se dos demais. A arte desempenha um papel de relevo nesta questão, porque permite ao indivíduo expressar-se no anonimato, porém, atribuindo-lhe uma voz que poderá, ou não, ser muito influenciadora.

### 3.3. A Arte Urbana e a *nova dimensão da cidade*

A arte executada na rua ou nos diferentes suportes urbanos, a denominada Arte Urbana, é uma vanguarda que resulta da Arte Rupestre. Esta representação, proveniente do período Paleolítico Superior, utilizava materiais naturais, como osso ou sangue, para delinear figuras humanas e de animais ou representar rituais, tendo como suporte as paredes e tectos das cavernas. Pedro Soares Neves, designer urbano, discute a importância desta corrente na actualidade, aferindo do seu papel na representação do eu e na relação do indivíduo com a cidade: “A expressão “Arte Urbana” põe em evidência uma nova dimensão da cidade: a cidade como organismo vivo que se constrói e cria de uma forma espontânea, natural e livre”.<sup>12</sup> Na mesma publicação, o designer urbano aborda a origem do termo que, segundo o próprio, remete para os “pré-urbanistas culturalistas como Ruskin ou Morris e posteriormente ao urbanismo culturalista de Sitte

---

<sup>10</sup> O *Bombing*, segundo Ricardo Campos, consiste no “*Graffiti* de natureza ilegal. No entanto, é comum distinguir entre *street bombing* (ou *bombing* de rua) e *train bombing* (ou *bombing* em comboios).” (Campos, 2010: 299).

<sup>11</sup> Ricardo Campos considera que o *Breakdance* “É uma das vertentes do movimento *hip hop*” e uma “Expressão corporal com influências diversas, é composta por movimentos de pés, braços, mãos e acrobacias apoiadas nas mãos e na cabeça praticada ao som de música *hip hop*.” (Campos, 2010: 299).

<sup>12</sup> Excerto retirado de um texto publicado na primeira brochura da Galeria de Arte Urbana, organismo pertencente ao Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal de Lisboa, a propósito dos painéis executados na Calçada da Glória, em 2009.

e Haward. A designação “culturalista” tem o cunho de Françoise Choay sendo que seria utilizado para “identificar o “refinamento” de determinados traços, no desenho da cidade, executados pelos urbanistas”.<sup>13</sup> Porém, mais tarde, com o aparecimento do conceito de Arte Pública, corrente que envolve um consentimento por parte das entidades reguladoras do património urbano e que segundo Pedro Soares Neves, no mesmo artigo, serve “os interesses de quem a encomenda e a expõe visivelmente ao colectivo”, o termo Arte Urbana caiu em desuso. No entanto, na obra *Arte Pública e Cidadania: Novas leituras da cidade criativa*, o conceito de Arte Pública é alvo de uma interpretação que refuta a argumentação por parte de Pedro Soares Neves, e que entende este conceito da seguinte forma:

(...) nomadismo, a apropriação do destroço gerado pelo abandono e pelo tempo histórico, a capacidade de usar criativamente recursos não convencionais, a transgressão, as formas individuais e colectivas de “equacionar” problemas estruturais da vida na metrópole.

(Andrade et al., 2010:156).

Na actualidade, a utilização do termo Arte Urbana foi retomada. Contudo, adquiriu novos contornos, integrando todas as expressões artísticas realizadas no espaço público e acessíveis ao colectivo. Neste âmbito e tendo por objecto a entrevista de Steve Lazarides, proprietário da Lazarides Gallery, à publicação *Dazed & Confused*, o galerista considera que a Arte Urbana é vista segundo dois ângulos distintos no Ocidente e no Oriente e que esta visão contribui, significativamente, para o duplo impacto desta manifestação na sociedade actual. O galerista refere, sucintamente, o seguinte: “In the west, it’s become more of an art form, whereas in the east it’s become more of a protest thing”.<sup>14</sup> Paralelamente à recuperação do conceito de Arte Urbana, surge o termo *Street Art*, originário dos Estados Unidos da América, com o propósito de integrar as novas expressões artísticas que vão surgindo no meio urbano e que ainda não possuem reconhecimento como tal. De acordo com Ricardo Campos, o termo *Street Art* “ou pós-graffiti (...) [é] uma intervenção feita na cidade, principalmente à base de stickers [autocolantes com grafismos], stencils [molde, que através do decalque permite

---

<sup>13</sup> Excerto retirado de um texto publicado na primeira brochura da Galeria de Arte Urbana, organismo pertencente ao Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal de Lisboa, a propósito dos painéis executados na Calçada da Glória, em 2009.

<sup>14</sup> Gavin, Francesca. “20 Q&AS: Steve Lazarides.” *Dazed & Confused Digital*, Outubro, 2012. <http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/11558/1/20-qas-steve-lazarides> (Acedido a 28 de Dezembro de 2013).

criar formas ou representações], posters ou até através da colagem de azulejos” (Campos, 2010: 301).

Segundo o sociólogo urbano Robert E. Park, a cidade desempenha um papel fundamental enquanto impulsionadora das potencialidades do indivíduo, já que é construída à imagem de quem a habita:

“[The city] is involved in the vital processes of the people who compose it; it is a product of nature, and particularly of human nature”.

(Park, Robert E. in Gelder e Thornton, 2005: 25)

Neste âmbito, o filósofo espanhol Daniel Innerarity aborda a questão da urbanidade, segundo uma perspectiva liberal e de aceitação do outro: “Se há alguma coisa que define a urbanidade, ela será precisamente a capacidade de relacionar-se com estranhos sem sentir necessidade de lhes censurar essa estranheza nem de a suprimir” (Innerarity, 2010: 117). O autor sublinha que a cidade “tem de ser pátria e máquina, lugar de anonimato e de identificação; deve proteger e dar possibilidades, deve ser espaço de indiferença e de reconhecimento” (Innerarity, 2010:122). Deste modo, poder-se-á afirmar que a Arte Urbana tem potenciado, por via da aprovação do colectivo, a participação activa da população no meio urbano, e estimulado o interesse do indivíduo pelo espaço público.

O debate em torno de questões como a cidadania e a regulamentação da prática artística na cidade tem sofrido inúmeras interpretações. No caso português, ter-se-á concluído que o incentivo à Arte Urbana, através do controlo e da regulação das práticas associadas a este movimento, tem surtido efeitos bastante positivos na relação entre o indivíduo e a cidade. Organismos como a Galeria de Arte Urbana têm sido importantes na promoção desta vanguarda, ainda que de forma controlada e respeitando a vontade colectiva relativamente aos locais intervencionados. Já o *graffiti* permanece ainda, apesar das iniciativas realizadas no âmbito de organismos institucionais, associado à preservação do anonimato e do individualismo. As instituições têm verificado, por vezes, entraves por parte dos *writers*<sup>15</sup> face à exposição da sua imagem associada ao seu trabalho. Para os executantes do *graffiti*, o controlo exercido pelos organismos que regulam a prática é visto de forma duvidosa e ambígua. Nancy Macdonald confirma esta

---

<sup>15</sup> Ricardo Campos entende que o *writer* é o executante do Graffiti, indo mais longe ao referir ser “Alguém que pinta a aerossol, de acordo com uma série de regras e convenções, sendo, portanto, reconhecido como membro de uma comunidade que faz *graffiti*.” (Campos, 2010:302)

afirmação, no artigo intitulado “The Graffiti Subculture: Making a world of difference”, concretamente, numa entrevista a um *writer* em que o mesmo refere que o *graffiti* tem por premissa libertar o indivíduo “from the features or factors that might normally hold you back” (Macdonald, Nancy in Gelder e Thornton, 2005: 312). Partindo desta afirmação, pressupõe-se que o *graffiti* é um exercício de liberdade e que, tendencialmente, não deverá ser submetido ao juízo público ou ao domínio institucional. Por outro lado, organismos como a Galeria de Arte Urbana dão visibilidade aos autores e executantes desta prática, que adquirem dimensão mediática pela divulgação e promoção do seu objecto artístico. Veja-se *writers* como Alexandre Farto, artista que assina as suas peças sob o pseudónimo Vhils, que tem executado murais em países como o Brasil, o Reino Unido ou os Estados Unidos da América, e é apoiado pela londrina Lazarides Gallery. Ou Nuno Reis, o aclamado *writer* NoMen, considerado um dos pioneiros da Arte Urbana em Portugal.



Figura 1 – Peça da autoria do artista urbano Vhils, realizada em 2011, no âmbito do Festival Walk&Talk, em Ponta Delgada, Açores.



Figura 2 – Hulk (2010). Mural da autoria de NoMen, realizado no âmbito do Concurso de Pintura de Murais promovido pelas Estradas de Portugal em parceria com Câmara Municipal da Amadora.

Gradualmente, o *Graffiti* tem adquirido uma posição de relevo no mercado da arte, com a entrada deste movimento nos círculos das elites culturais, através da exposição dos seus objectos artísticos em galerias, museus e espaços similares. Parte do valor e estatuto adquirido pela Arte Urbana e em particular pelo *Graffiti* deve-se, antes de mais, à redefinição do conceito de arte e à sua constante adaptação ao público, possibilitando a abertura por parte do mercado a novas formas de expressão artística.

No entanto, esta conjuntura foi possível graças ao panorama artístico actual, no qual a produção cultural é encarada como mercadoria. Esta situação poderá ser desfavorável aos artistas urbanos, que procuraram ao longo das suas intervenções questionar o mercado especulativo e a progressão de uma mentalidade orientada para e pelo *hiperconsumo*. O teórico Gilles Lipovetsky apresenta uma reflexão sobre a sociedade do hiperconsumo na sua obra *A Felicidade Paradoxal: Ensaio sobre a sociedade do hiperconsumo*. O autor entende que, na actualidade, a sociedade encontra-se revestida pela “procura das felicidades privadas” e que “o consumo do indivíduo «para si» suplantou o consumo «para o outro», seguindo o irresistível movimento de individualização das expectativas, dos gostos e comportamentos” (Lipovetsky, 2010:36). Por outro lado, o teórico alemão Theodor Adorno debate, na sua obra *Sobre a Indústria da Cultura*, o papel do que o autor designa como o “novo homem”, aquele que

possui um interesse meramente especulativo e que entende a cultura como um fenómeno propício à obtenção de riqueza e estatuto. A visão pessimista do autor relativamente à cultura aponta, porém, para o perigo inerente relacionado com a dependência por parte desta indústria em relação aos detentores do poder, que pretendem moldar o público aos seus interesses. Segundo Adorno, “os produtos culturais regulam-se pelo princípio do seu valor de troca e não pelo seu próprio conteúdo e uma lógica formal intrínseca” (Adorno, 2003:98).

No caso do *Graffiti* e da sua inclusão na indústria cultural, o risco inerente a este envolvimento insere-se na perda da natureza interventiva, contestatária e revolucionária; elementos que definem, à partida, esta corrente artística.

### **3.4. A beleza americana sob o olhar de Cornbread. O surgimento do *Graffiti*.**

Supõe-se que a origem do *Graffiti* terá tido lugar no período Paleolítico Antigo, pela designação de Arte Rupestre, manifestação que utilizava materiais como o osso ou o sangue de animal para inscrever desenhos, figuras ou insígnias nas cavernas e muros. O historiador de arte Martin Kemp confirma esta asserção e sublinha o rigor destas gravuras, destacando a gravura intitulada *Bisão Ferido*, localizada na região do Norte de Espanha, concretamente na caverna Altamira:

“As obras mais impressionantes da arte paleolítica são as representações de animais, pintadas, gravadas ou esculpidas nas superfícies internas das cavernas, como o maravilhoso Bisão Ferido de Altamira, no norte de Espanha (...) uma imagem viva e realista (...) pelos matizes subtis que dão volume e relevo às formas ou, talvez ainda mais, pela força e dignidade da fera agonizante”

(Janson, H.W., 2005: 27)

Mais tarde, no século I, surge uma manifestação semelhante na cidade romana de Pompeia, os grafitos. A cidade de Pompeia, ou Pompeios (seguindo a tradução correcta da expressão latina *Pompeii*), encontra-se situada a sudeste de Nápoles. Pompeia ficou completamente soterrada, no ano 79 d.C., após ter sido vítima de uma erupção vulcânica, da qual pereceram cerca de duas mil pessoas. A cidade foi redescoberta em 1748, iniciando-se o processo de escavação a partir de 1806 que consagrou esta cidade como uma das jazidas arqueológicas mais relevantes devido à sua conservação e achados históricos.

As cidades de Pompeia, Herculano e Estábias eram as que possuíam mais vestígios de grafitos, visto que a população proveniente destas cidades retratava os acontecimentos do seu quotidiano nos suportes urbanos, entre os quais muros, paredes, tectos e calçadas. Na verdade, estas cidades contribuíram, indirectamente, para preservar a memória histórica da sociedade romana do século I. Os grafitos, na sociedade romana do século I, tinham uma conotação positiva associada, eram vistos como a forma mais válida de divulgar informação. Partindo desta afirmação, poder-se-á dizer que o estigma negativo associado ao *Graffiti* é relativamente recente e impõe-se como um preconceito face à expressão artística individual nas ruas. No artigo intitulado “Reading the Writing on Pompeii’s Walls”, constante da revista online do The Smithsonian Institution, a autora Kristin Ohlson discute essa mudança de opinião relativamente ao *Graffiti*, encarando a prática, na actualidade, como uma manifestação destrutiva: “In the ancient Roman world, graffiti was a respected form of writing—often interactive – not the kind of defacement we now see on rocky cliffs and bathroom stalls”.<sup>16</sup> De acordo com Kristin Ohlson, os investigadores consideravam que o *Graffiti* na sociedade romana do século I era, sobretudo, praticado por uma não-elite e por grupos marginais, no entanto a prática “was widespread among all groups across the ancient world”.<sup>17</sup> Kristin Ohlson acrescenta, ainda, que é por a prática ter caracterizado a sociedade romana, que hoje o *Graffiti* “is valued for the nuance it adds to our understanding of historical periods”.<sup>18</sup>

---

<sup>16</sup> Ohlson, Kristin. “Reading the Writing on Pompeii’s Walls” *Smithsonian Magazine*, 27 de Julho, 2010. <http://www.smithsonianmag.com/history/reading-the-writing-on-pompeii-walls-1969367/?no-ist> (Acedido a 08 de Maio de 2014).

<sup>17</sup> *Ibidem*.

<sup>18</sup> *Ibidem*.

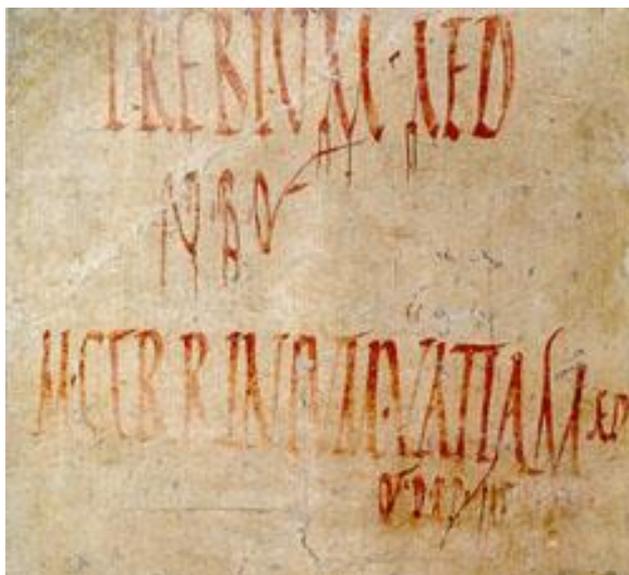


Figura 3 – Grafito situado na cidade de Pompeia, em Itália. Esta inscrição apresenta um apelo ao voto de dois candidatos ao senado, M. Cerrinius Vatia e A. Trebius Valente.

Na actualidade, o termo *Graffiti* remete para a década de 1970, nos Estados Unidos da América, país no qual esta prática adquiriu um lugar de prestígio no seio das culturas urbanas e na representação da subcultura do *hip hop*. A este propósito, e de acordo com Anna Waclawek, o *Graffiti* surgiu:

in the mid-to late 1960's in Philadelphia, exploded as a subculture in New York City in the 1970's, and has over the past forty years become an undeniable ingredient of street cultures worldwide

(Waclawek, 2011: 10)

Dos pioneiros no seio desta manifestação artística sobressai Cornbread, artista urbano que inicia o seu percurso no *Graffiti* em 1967, em Filadélfia, cidade norte-americana considerada o berço desta prática.

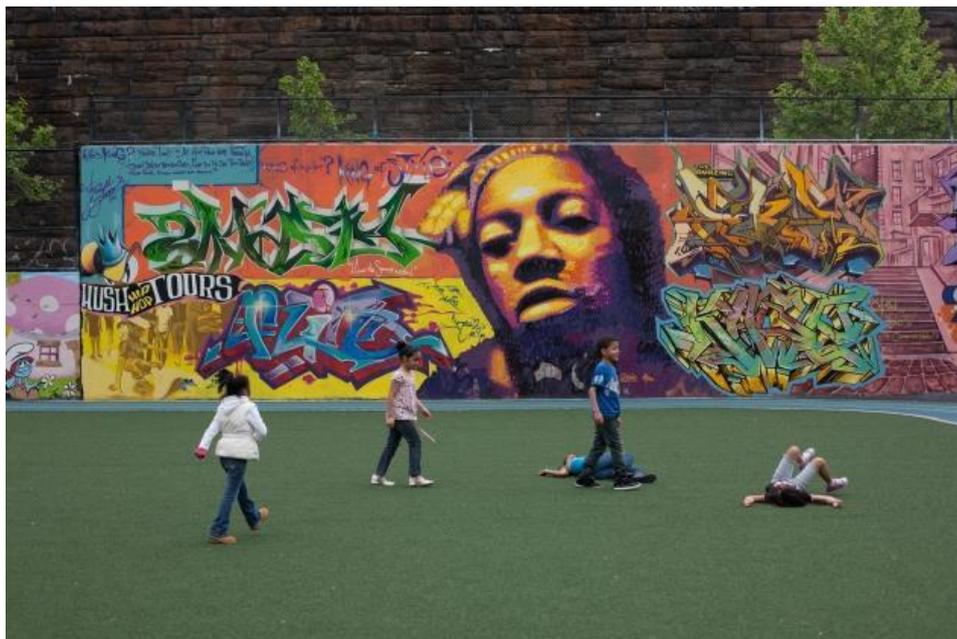


Figura 4 - *Cornbread's Hall of Fame*. (n.d) Extensão mural executada por Cornbread, situada em Nova Iorque (Estados Unidos da América).

Membro da subcultura *hip hop*, Cornbread possuía objectivos semelhantes aos jovens da sua época, ou seja, demarcar-se do domínio e controlo parental e emancipar-se. Para tal, concluiu que a forma mais consistente de se afirmar e de transmitir a sua ideologia seriam as ruas da sua área de residência. Tomando a cidade de Filadélfia como a sua tela, Cornbread inscreveu a sua assinatura em praticamente todas as infra-estruturas e mobiliário urbano existente, originando o movimento artístico agora denominado por *Graffiti*. As suas representações visavam o entendimento entre movimentos juvenis hostis, nomeadamente entre os chamados *gangs* urbanos<sup>19</sup>, numa época marcada pela violência e pela contestação social. A obra de Cornbread edificou-o como o primeiro artista de *Graffiti*, apesar de parte do seu espólio ter sido realizado ilegalmente; característica que, de acordo com a historiadora de arte Anna Waclawek, define esta prática artística e a distingue das demais:

[*graffiti*] is an art movement begun and sustained primarily by youth, a visual vocabulary whose subject is the signature, and a pictorial tradition that developed and continues to flourish illegally (Waclawek, 2011: 12)

<sup>19</sup> De acordo com Frederic M. Thrasher, sociólogo norte-americano que se dedicou ao estudo do fenómeno dos *gangs* urbanos, um *gang* poderá ser definido da seguinte forma: “[*gang*] is an interstitial group originally formed spontaneously, and then integrated through conflict. It is characterized by the following types of behaviour: meeting face to face, milling, movement through space as a unit, conflict, and planning. The result of this collective behaviour is the development of a tradition, unreflective internal structure, *esprit de corps*, solidarity, morale, group awareness, and attachment to a local territory.” (Thrasher, 1927:57 in Gelder, 2005: 214).

Paralelamente ao percurso traçado por Cornbread, surgia no universo da prática do *Graffiti* Jean-Michel Basquiat, um jovem prodígio na arte e que dava os seus primeiros passos no *graffiti*, tendo por suporte a cidade de Nova Iorque, concretamente a baixa de Manhattan. Em 1988, o jornal *New York Times* descreveu o jovem artista, no artigo que noticiava o seu óbito, da seguinte forma: “Jean Michel Basquiat, a Brooklyn-born artist whose brief career leaped from graffiti scrawled on SoHo foundations to one-man shows in galleries around the world”<sup>20</sup>. Esta premissa por parte do jornal exalta a ascensão célere do artista, que iniciou o seu percurso no *Graffiti* em Brooklyn, com o seu amigo e artista urbano Al Diaz. A dupla ficou conhecida por utilizar a designação SAMO (termo que surgiu da junção das palavras “same” e “old”), com a qual assinavam fachadas de edifícios, autocarros, carris de comboios e outros suportes urbanos. Esta assinatura era acompanhada do símbolo de *copyright*, pois a dupla tinha por objectivo demarcar-se das restantes *crews* e impedir a cópia da sua designação por outros artistas e aspirantes, defendendo a denominada *lei das ruas*. Em 1980, após um desentendimento entre Diaz e Basquiat, a dupla chegou ao fim e para assinalar o seu término, Basquiat decorou as ruas de Nova Iorque com a expressão “SAMO is dead”. Basquiat deixou, progressivamente, o mobiliário urbano e o *Graffiti*, dedicando-se inteiramente ao seu novo registo artístico e às suas colaborações com Andy Warhol. O jovem prodígio fora aclamado pela crítica, que elogiava as suas representações com base na sua composição, cor e equilíbrio entre a espontaneidade e o controlo.<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> Hays, Constance L. “Jean Basquiat, 27, An Artist of Words And Angular Images” *New York Times*, 15 de Agosto, 1988. <http://www.nytimes.com/books/98/08/09/specials/basquiat-mag.html> (Acedido a 20 de Março de 2014).

<sup>21</sup> Hays, Constance. “Jean Basquiat, 27, An Artist of Words and Angular Images” *New York Times*, 15 de Agosto, 1988. <http://www.nytimes.com/books/98/08/09/specials/basquiat-mag.html> (Acedido a 20 de Março de 2014).

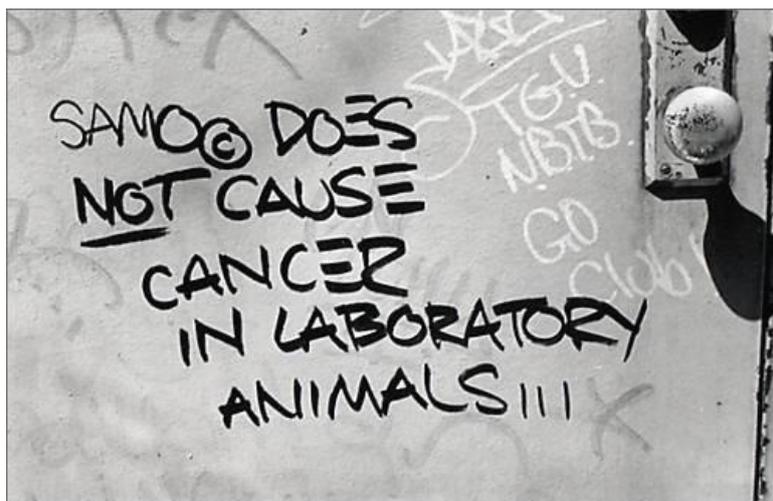


Figura 5 – *SAMO does not cause cancer in laboratory animals*. Tag executado pela dupla SAMO, e localizado em Nova Iorque (Estados Unidos da América).

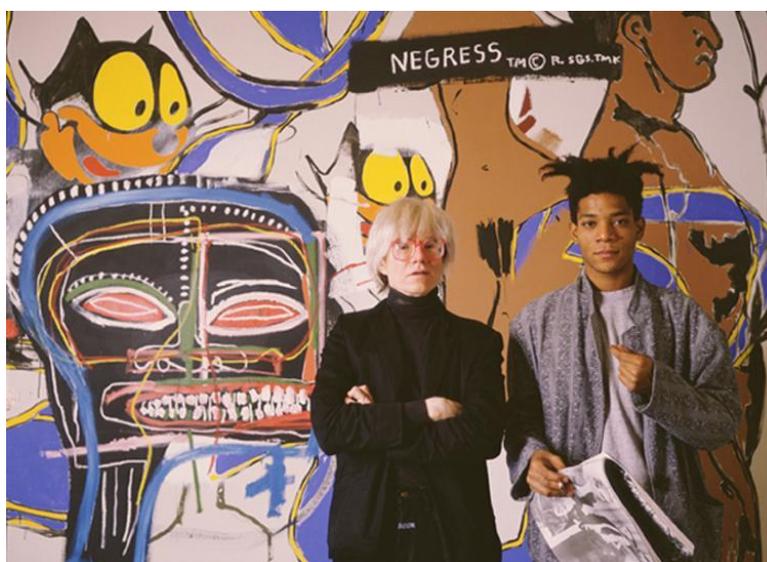


Figura 6 – Fotografia tirada em 1986, no âmbito da gravação do documentário *State of the Art*, na qual surge Jean-Michel Basquiat ao lado de Andy Warhol.

O *Graffiti* define-se como uma prática muito competitiva e geradora de rivalidades. Os suportes urbanos são, frequentemente, utilizados para revelar ameaças, disputas territoriais e outras formas de conflito: “[graffiti is part of] a subculture fuelled by competition and divided by status” (Gelder, 2005: 320). Assim, poder-se-á dizer que o *Graffiti* se define como uma prática altamente politizada e reivindicadora.

Por outro lado, o *Graffiti* desempenha uma função fundamental na transição de um lugar de passagem para um “lugar praticado”, tal como refere Marc Augé, na sua obra *Não-lugares: Introdução a uma Antropologia da Sobremodernidade*, citando Michel de Certeau. Quando um local ou suporte urbano é intervencionado por um

artista e sofre uma interpretação e, por conseguinte, uma nova visualidade, adquire a designação de lugar recuperado, renovado, reabilitado. Esta atribuição de qualificadores ao lugar procura torná-lo visível e integrá-lo no meio urbano, enquanto património que se pode definir como “identitário, relacional e histórico” (Augé, 2005:67). A Arte Urbana e, em especial, o *Graffiti* refutam a argumentação por parte de Marc Augé. O autor vê a “sobremodernidade” enquanto produtora de “espaços que não são eles próprios lugares antropológicos”, e destinada “à individualidade solitária, à passagem, ao provisório e ao efémero” (Augé, 2000: 67). Porém, veja-se a crescente apropriação e qualificação dos espaços urbanos, através de intervenções artísticas em infra-estruturas abandonadas.

A Avenida Fontes Pereira de Melo exemplifica esta questão de forma evidente. Esta avenida no centro de Lisboa viu as suas infra-estruturas abandonadas intervencionadas por artistas urbanos no âmbito do projecto CRONO, iniciativa promovida pela ACA (Azáfama Cidadina Associação), em parceria com a Galeria de Arte Urbana, do Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal de Lisboa. Esta acção realizou-se em 2010, na Av. Fontes Pereira de Melo, e recebeu intervenções de Arte Urbana, em grande escala, por parte da dupla de São Paulo “Os Gémeos”, o artista urbano italiano Blu e o espanhol Sam3.



Figura 7 – Murais realizados em 2010, no âmbito do Projecto CRONO, da autoria de “Os Gémeos”, do artista urbano Blu e de Sam3, com a colaboração de *writers* portugueses.

A acção referida anteriormente reflecte a preocupação por parte dos organismos autárquicos em melhorar a paisagem urbana, seleccionando edifícios devolutos para receberem intervenções artísticas, quando não existe verba monetária para demoli-los ou recuperá-los. Após estas intervenções artísticas, Lisboa tornou-se um pólo atractivo em termos turísticos, passando a figurar nos roteiros artístico-culturais europeus. Esta foi a primeira tentativa de integrar Lisboa no circuito internacional de Arte Urbana e de atrair turistas e interessados na temática. A partir desta intervenção em grande escala, com a colaboração de artistas de renome internacional, estavam criadas condições para futuras parcerias e intervenções, entre artistas portugueses e internacionais.

### **3.5. O mural político: a rua o palco de expressão por excelência**

Em Portugal, durante o Estado Novo, grupos opositores ao regime, apoiados na extrema-esquerda, manifestavam o seu descontentamento face à conjuntura político-social nas ruas, inscrevendo nas paredes, infra-estruturas e mobiliário urbano mensagens de carácter ideológico e revolucionário.

Frequentemente, os membros destes movimentos revolucionários eram submetidos a torturas físicas e psicológicas pelo aparelho repressor do Estado, à época, representado pela denominada PIDE (Polícia Internacional e de Defesa do Estado). António Alves, membro do partido político PCTP (Partido Comunista dos Trabalhadores Portugueses), numa entrevista ao Diário de Notícias, explica os métodos utilizados para executar murais políticos antes da Revolução de 25 de Abril de 1974: “Comecei a pintar na parede pelos 15 anos, mas não eram ainda murais. Eram grafites, frases políticas: pelo regresso dos soldados, em solidariedade com os povos das ex-colónias. Fiz parte de uma organização que na altura fazia campanhas sobre essas matérias”.<sup>22</sup> A este propósito, Carlos Almeida, representante do Partido Comunista Português na Assembleia Municipal da Câmara Municipal da Amadora, acrescenta que “o mural político pressupunha um processo de preparação de uma mensagem política, com base num acontecimento, num evento social, ou seja, no âmbito de uma greve, manifestação ou congresso partidário”.<sup>23</sup> Por outro lado, segundo Carlos Almeida, a

---

<sup>22</sup> Silva, Graciosa. “Murais políticos continuam [a ser] forma de passar mensagens.” *Diário de Notícias*, 04 de Novembro, 2012. [http://www.dn.pt/inicio/portugal/interior.aspx?content\\_id=2864894&page=-1](http://www.dn.pt/inicio/portugal/interior.aspx?content_id=2864894&page=-1) (Acedido a 22 de Dezembro de 2013).

<sup>23</sup> Excerto de uma entrevista realizada pela autora da presente exposição ao membro do Partido Comunista Português, representante da Assembleia Municipal da Câmara Municipal da Amadora e doutorado em Antropologia, Dr. Carlos Almeida, no dia 13 de Março de 2014.

execução do mural implicava ainda “um trabalho de organização, quer na questão plástica, que passava pela compra dos materiais e pela escolha do suporte e respectivo local do mural, quer na mobilização de militantes para intervir e marcar a presença na rua”.<sup>24</sup> Sendo que após a Revolução, em 1974, que conduziu à cisão do Estado Novo, a rua tornou-se “o palco de expressão por excelência”.

Após a Revolução, que teve lugar no dia 25 de Abril de 1974, começou a usar-se a tinta para fazer as chamadas *pichagens*, inscrições ou insígnias projectadas nos suportes urbanos. A cidade servia de suporte ideológico para a veiculação de mensagens destinadas a mobilizar indivíduos para integrarem as frentes partidárias. Os murais de propaganda política revestiam o meio urbano, tal como confirma o depoimento por parte de António Alves: "Tinha havido o 25 de Abril [de 1974] e este país estava em ebulição. Os grandes centros urbanos, Lisboa em particular, respiravam energia e isso reflectia-se também na arte e na cultura, e nós nessa vertente fazíamos murais que espelhavam a nossa posição face ao momento político".<sup>25</sup> Na exposição oral de Augusto Araújo, durante a conferência subentendida ao tema “Cartazes e murais de Abril” e que teve lugar na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa no dia 02 de Abril de 2014, o arquitecto começou por referir que “Lisboa após o 25 de Abril estava cheia de palavras de ordem, expressadas através de mensagens políticas”. Durante a mesma sessão, o arquitecto e redactor da revista *Vértice* acrescentou ainda que a “imprensa internacional apelidava os portugueses de bárbaros e que a cidade de Lisboa era uma selvajaria”. De acordo com o testemunho por parte de Augusto Araújo, os murais “eram maioritariamente reproduções por parte dos partidos políticos com influência social na época, sendo que se intervinha, quase sempre, em edifícios degradados”. Neste âmbito, Augusto Araújo referiu, ainda, o Movimento Democrático dos Artistas Plásticos, fundado em 1974 e do qual faziam parte Júlio Pomar e Fernando de Azevedo. No dia 10 de Junho de 1974, este movimento mobilizou 48 artistas plásticos para pintar um mural na Galeria de Arte Moderna, em Belém, Lisboa. Paralelamente a esta iniciativa, produziam-se, no mesmo espaço, outras manifestações culturais. Augusto Araújo lembrou, no fim da sessão, que, após o período ditatorial, existia uma autêntica “escola de murais, que se dividia entre o PCP [Partido Comunista Português] e o MRPP [Movimento Reorganizativo do Partido do Proletariado]. No caso do MRPP, as pessoas

---

<sup>24</sup> *Ibidem*.

<sup>25</sup> Silva, Graciosa. “Murais políticos continuam [a ser] forma de passar mensagens.” *Diário de Notícias*, 04 de Novembro, 2012. [http://www.dn.pt/inicio/portugal/interior.aspx?content\\_id=2864894&page=-1](http://www.dn.pt/inicio/portugal/interior.aspx?content_id=2864894&page=-1) (Acedido a 22 de Dezembro de 2013).

eram preparadas do ponto de vista plástico e os murais apresentavam mais complexidade, uma preocupação estética, porque o partido tinha uma linha gráfica muito marcada”. Neste âmbito, surge, paralelamente, o *stencil*, enquanto manifestação de desacordo relativamente à sociedade e ao sistema político. De acordo com Tristan Manco, na obra intitulada *Stencil Graffiti*, o *stencil* poderá definir-se da seguinte forma: “A stencil is essentially a template which can be painted through with a paint-brush or spray-paint” (Manco, 2012: 07). Tristan Manco considera que, mais tarde, o *Graffiti* se apropriou do *stencil*, a fim de obter uma nova visualidade e realçar a sua mensagem política: “Appropriating this technique, graffiti artists also use stencils to communicate their ideas in a free and ephemeral form of artistic expression” (Manco, 2002: 8). No caso português, o *stencil* foi muito utilizado durante o Estado Novo, como forma de reivindicação política através de figuras e slogans que aludissem à conjuntura político-social existente. De acordo com António Alves, um dos primeiros pintores murais em Portugal, começou-se por fazer “os *stencils* primeiro a uma cor e depois a várias cores”.<sup>26</sup> António Alves acrescenta que o *stencil* ainda subsiste na urbanidade, porém de forma mais ténue: “Ainda existem muitos *stencils* nas cidades que espelham a crítica social e política ou o próprio sistema”. Segundo António Alves, assiste-se a “uma conjugação de artes e empenhamentos que leva a que haja espaço para essas formas. Há uma concordância face a uma situação social e política que leva a que as pessoas exprimam a sua revolta nas mais variadas formas”.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Excerto da entrevista realizada via telefone a António Alves, um dos primeiros pintores de murais português e membro do COML (Centro de Estudos Operários – Memória Laboral), no dia 14 de Abril de 2014.

<sup>27</sup> Excerto da entrevista realizada via telefone a António Alves, um dos primeiros pintores de murais português e membro do COML (Centro de Estudos Operários – Memória Laboral), no dia 14 de Abril de 2014.



Figura 8 - *Os Explorados Vencerão os Exploradores*. Mural realizado durante a década de 1980 pelo Centro de Trabalho do Partido Comunista Português da Amadora, na freguesia da Falagueira, na Amadora.



Figura 9 - Fotografia da autoria de Conceição Neuparth, que regista um mural do pós-25 de Abril, localizado em Lisboa. Esta fotografia consta da Colecção Maria da Conceição Neuparth, cedida ao Centro de Documentação 25 de Abril da Universidade de Coimbra.

Assim, tendo em conta António Augusto Araújo “houve uma transição para o *graffiti*”<sup>28</sup> e um afastamento, gradual, da pintura mural política e do *stencil*. Na verdade,

<sup>28</sup> Excerto da exposição oral por parte de Augusto Araújo durante a Conferência intitulada “Cartazes e Murais de Abril”, realizado no dia 02 de Abril de 2014.

poder-se-á dizer que o *Graffiti* incorporou elementos de ambas as práticas e construiu novas narrativas que vão para além da política. Por outro lado, o *Graffiti* político tem conquistado muitos admiradores devido, principalmente, à conjuntura político-social existente. António Araújo confirma esta asserção ao referir os exemplos do Mural da Amoreiras e da iniciativa “40 Anos, 40 Murais”: “os murais nas Amoreiras, que exibem representantes políticos caricaturados, e que lembram os cartoons do João Abel Manta. O mural que está a ser feito em Alcântara [intitulado “40 anos, 40 murais”] em parceria com a SIC e o Expresso e para comemorar os 40 anos do 25 de Abril de 1974”.<sup>29</sup> O *Graffiti* associado a uma ideologia política terá surgido durante a década de 1980, aquando do período pós-revolucionário, aliando a mensagem política a uma preocupação estética. O que distingue o *Graffiti* político da pintura mural de contornos semelhantes é o tipo de técnicas e materiais utilizados. No caso do *Graffiti*, os membros deste movimento pintam a aerossol ou spray e, habitualmente, recorrem a uma interpretação individual para realizar as suas peças. Enquanto que a pintura mural é, tendencialmente, encomendada por um movimento partidário e realizada em grupo, composto por militantes. A iniciativa “40 Anos, 40 Murais” exemplifica esta questão, na medida em que funde o *Graffiti* e a pintura mural política. A acção criada por António Alves, pintor mural português e membro do COML (Centro de Estudos Operários – Memória Laboral), consiste na reprodução de cerca de 40 murais políticos, alguns já extintos, em diversos locais por todo o país ao longo do ano de 2014. “40 Anos, 40 Murais” reúne um conjunto de voluntários, composto por membros associativos, artistas e amadores, e conta com o apoio da APAURB (Associação Portuguesa de Arte Urbana) e do COML. De acordo com António Alves este projecto distingue-se dos demais “porque defende a luta pela liberdade de expressão, porque associa as artes da pintura mural e da Arte Urbana e porque é inter-geracional, pois mobilizou pessoas de todas as idades”.<sup>30</sup> António Alves destaca, igualmente, o mural já realizado em Alcântara e descreve, inclusive, o processo de execução:

[O mural em Alcântara] mobilizou cerca de 67 pessoas, entre voluntários e artistas. Isto reflecte o envolvimento e empenhamento de pessoas que, em certos casos, nunca tinham pintado e que se identificaram com o projecto. Eu acho que é um projecto vencedor, [o mural] tem cerca de 105

---

<sup>29</sup> *Ibidem*.

<sup>30</sup> Excerto da entrevista realizada via telefone a António Alves, um dos primeiros pintores de murais português e membro do COML (Centro de Estudos Operários – Memória Laboral), no dia 14 de Abril de 2014.

## Graffiti e Banda Desenhada: diálogos artísticos na cidade da Amadora

metros de comprimento por 6,5 metros de altura, ou seja, cerca de 600 metros quadrados de mural, 21 painéis. É um projecto que não é apoiado institucionalmente, cujos dinheiros gastos foram obtidos pelos próprios activistas.<sup>31</sup>

O mural localizado em Alcântara exibe um acervo visual que evoca a memória histórica de Portugal, passando pelos diferentes registos de pintura mural ainda existentes e já extintos, agora repostos através desta iniciativa. António Alves evoca as temáticas presentes neste mural e relata a sua importância em termos de preservação da pintura mural e dos elementos das expressões artísticas na urbanidade:

[O mural de Alcântara] representa não só elementos do passado, nomeadamente painéis associados à repressão, à descolonização, à censura de murais que existiam e que foram, posteriormente, repostos, mas também aspectos do presente, desde a luta dos estivadores, da austeridade, da luta contra a Troika ou contra a corrupção<sup>32</sup>



Figura 10 - Mural localizado em Alcântara e realizado no âmbito da iniciativa “40 Anos, 40 Murais”.

A extensão mural localizada nas Amoreiras é possivelmente o local mais emblemático no que diz respeito à reflexão política através da prática do *Graffiti*. Um

<sup>31</sup> Excerto da entrevista realizada via telefone a António Alves, um dos primeiros pintores de murais português e membro do COML (Centro de Estudos Operários – Memória Laboral), no dia 14 de Abril de 2014.

<sup>32</sup> Excerto da entrevista realizada via telefone a António Alves, um dos primeiros pintores de murais português e membro do COML (Centro de Estudos Operários – Memória Laboral), no dia 14 de Abril de 2014.

dos murais mais antigos na cidade de Lisboa, que começou a sofrer intervenções à revelia dos órgãos institucionais a partir da década de 1990. O artista urbano que assina sob o pseudónimo NoMen, tornou-se uma figura polémica quando decidiu tomar o mural das Amoreiras e realizar um conjunto de intervenções alusivas à conjuntura política actual. O autor das peças, acompanhado pelos artistas Slap, Exas e Kurtz, desenvolveu uma narrativa satírica e que envolveu ícones políticos da sociedade vigente. Na intervenção intitulada “Marionetas de Merkel” e realizada em 2012 surge Angela Merkel, Chanceler alemã, acompanhada de duas marionetas, protagonizadas por Pedro Passos Coelho, Primeiro-Ministro de Portugal, e Paulo Portas, Ministro dos Negócios Estrangeiros de Portugal. Esta peça, em particular, teve cobertura mediática por parte dos *media*, nacionais e internacionais, e surpreendeu os órgãos institucionais portugueses. A esta intervenção sucederam-se várias alusivas a esta temática. As composições exibem uma técnica complexa e uma preocupação estética aliada à mensagem política transmitida.



Figura 11 - *Marionetas de Merkel* (2012). Mural realizado por NoMen, Slap, Exas e Kurtz, e localizado nas Amoreiras, em Lisboa.

Os exemplos mencionados anteriormente sugerem uma fusão entre a pintura mural política e a prática do *Graffiti*. Estas duas manifestações artísticas partilham simbologias e valores semelhantes porque ambas sofrem com a ambiguidade no discurso da opinião pública. Tanto o *Graffiti* como a pintura mural foram expressões, frequentemente, apelidadas de marginais e estigmatizadas negativamente pela

sociedade. Na verdade, os estereótipos associados ao *Graffiti* e à pintura mural prendem-se com o facto de ambas provocarem o observador e alterarem, à sua imagem, o espaço público. António Alves justifica a presença política e a expressão artística no espaço público com o facto de as ruas serem “o palco dos mais desfavorecidos. São o local onde podem fazer eco das suas posições, dos seus anseios”.<sup>33</sup> Desde os primórdios da Humanidade que o espaço público tem sido alvo de intervenções, inscrições e outro tipo de insígnias. O ser humano ao longo da sua evolução sempre sentiu necessidade de se expressar junto dos seus pares e viu no meio urbano um suporte disponível para receber as suas ideias e crenças. Este tipo de fenómenos continuam a multiplicar-se devido à pressão social e à necessidade de afirmação individual.

### **3.6 A cidade à minha imagem: o *Graffiti* toma forma em solo português**

Após as circunstâncias mencionadas anteriormente, estavam reunidas as condições para o aparecimento da Arte Urbana e, em simultâneo, do *Graffiti*. Isto porque, tal como a pintura mural de contornos político-ideológicos, os praticantes do *Graffiti* consideram que “what you write determines exactly who you are and where you stand”.<sup>34</sup> Assim, como a pintura mural política, o *Graffiti* é praticado nas infra-estruturas da cidade, concretamente nas paredes, muros e outros suportes localizados nas imediações dos centros urbanos, para discutir simbolicamente controvérsias da sociedade que os rodeia: “Writers use their city walls as a billboard of information” (Gelder, 2005: 313). A este propósito, o antropólogo Ricardo Campos considera que o *Graffiti* “é invulgarmente adequado para averiguar a natureza política dos diálogos na cidade contemporânea”, enquanto prática que encontra “nos muros, nos transportes públicos ou no mobiliário urbano, suportes para a afirmação de identidades, para a marcação territorial ou, simplesmente, para uma proclamação de existência.” (Campos, 2010: 25).

A primeira vaga de artistas urbanos em Portugal surgiu na cidade de Carcavelos, localizada no concelho de Cascais, com a constituição do primeiro colectivo de praticantes de *Graffiti* detentores de uma insígnia própria, o CAC (Criminal Assassins

---

<sup>33</sup> Excerto da entrevista realizada via telefone a António Alves, um dos primeiros pintores de murais português e membro do COML (Centro de Estudos Operários – Memória Laboral), no dia 14 de Abril de 2014.

<sup>34</sup> Macdonald, Nancy. “The Graffiti Subculture: Making a world of difference” (2001) In Gelder, Ken and Sarah Thornton. *The Subcultures Reader*. New York and Canada: Routledge, 2005, cap. 29, 313.

Crew), composto pelos *writers* Mistik, Spin, Safari e Gizmo (Moore, 2010). Paralelamente, surgia na Margem Sul do Tejo, na cidade do Barreiro, a primeira equipa de *breakdancing* portuguesa, a B-Boy Fox, fundada por Orlando Russo, proprietário da marca líder de vestuário urbano STATION (Moore, 2010). A segunda vaga de artistas urbanos teve lugar durante a década de 1990, entre as cidades de Paço de Arcos e Carcavelos, e foi responsável pela criação do colectivo PRM (Paint Rackin' Máfia), composto por Wize, Kase One, Exas e Youth. (Moore, 2010) Este núcleo foi precursor na prática do *Bombing* na cidade de Lisboa, ocupando extensões vastas de muro e transformando estes equipamentos públicos em *Hall of Fame*.<sup>35</sup> As extensões mais significativas desta manifestação encontravam-se nas freguesias de Belém, Campolide e Amoreiras (Moore, 2010).

Os colectivos mencionados e seguintes apoiaram-se nas subculturas norte-americanas, concretamente na música, dança e estilo provenientes da comunidade *hip hop*. Tupac Shakur foi, provavelmente, o ícone musical com maior influência na geração da década de 1990. Apesar das composições misóginas e do incentivo à integração em *gangs* urbanos, o intérprete norte-americano do estilo musical *rap* destacou-se pelo combate à violência e à criminalidade.



Figura 12 – *Bob Marley* (2010). Mural da autoria do artista urbano *Odeith*, localizado no bairro da Cova da Moura, na cidade da Amadora.

<sup>35</sup> De acordo com Ricardo Campos, o *Hall of Fame* consiste no “*Graffiti* realizado, na maior parte dos casos, em paredes legais ou pouco expostas. Resulta numa execução de grandes dimensões e com maior complexidade pictórica” (Campos, 2010: 300).

As periferias dos centros urbanos marcam o início desta subcultura, que se sentia segregada e, como tal, reconhecia no meio urbano o potencial para afirmar os seus anseios e as suas convicções. Neste âmbito e de acordo com Pedro de Andrade, Carlos Almeida Marques, e José da Cunha Barros, na obra intitulada *Arte Pública e Cidadania: Novas leituras da cidade criativa*:

Na periferia, em que somente a construção pós construção se aglomera, o vazio desqualificado (...) ou a rua, adquirem valor para uso público. Estes espaços qualificam-se e podem ser compreendidos como um território social altamente politizado, não homogéneo, que dá acesso à construção de novas subjectividades e identidade e comporta divisões, fragmentações, conflitos, hierarquias, diferentes etnias.

(Andrade, et al., 2010:158)

Na actualidade, a prática do *Graffiti* em Portugal tem projectado artistas nacionais para o mundo, devido à criatividade e à aptidão artística revelada no acervo visual português. A Internet e as novas tecnologias desempenharam um papel importante na divulgação dos objectos artísticos deste movimento. Estes novos mecanismos de informação e de comunicação permitem aos utilizadores disponibilizar os seus trabalhos numa plataforma que possui uma abrangência global. Assistimos à amálgama entre o local e o global, sendo que esta premissa pressupõe vantagens e desvantagens no que diz respeito à cultura e às suas indústrias.

Por um lado, os artistas urbanos, através de plataformas como a Internet, auto-promovem-se, suscitando, por conseguinte, o interesse por parte de possíveis mecenas, curadores ou galeristas pertencentes ao mercado artístico-cultural. Por outro lado, esta dependência face a um possível agente condiciona a criatividade e a liberdade de uma prática que se assume contrária aos padrões dominantes e exercida de forma autónoma, já que o *Graffiti* “encontra nos exercícios lúdicos refúgios comunicacionais que escapam às lógicas do mundo dominante e dos adultos” (Campos, 2010: 26). Importa, portanto, segundo o designer urbano Pedro Soares Neves, “dinamizar o conhecimento e aproximação (mesmo que através de formas simbólicas ou representativas) dos executantes aos projectistas e dos projectistas aos cidadãos”.<sup>36</sup> Partindo desta afirmação, que organismo poderia interceder na relação entre o público, o artista e as entidades? A

---

<sup>36</sup> Excerto retirado de um texto publicado na primeira brochura da Galeria de Arte Urbana, organismo pertencente ao Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal de Lisboa, a propósito dos painéis executados na Calçada da Glória, em 2009.

resposta a esta questão tem sido alvo de inúmeros debates e posicionamentos distintos, ainda que a alternativa seja o recurso à mediação cultural.

Os organismos responsáveis por esta mediação têm fomentado a inclusão das populações locais nas intervenções no espaço urbano, originando uma nova abordagem: a arte participativa. A título de exemplo, veja-se a campanha intitulada “Reciclar o Olhar”, levada a cabo pela Galeria de Arte Urbana e que, numa fase inicial, constituía uma acção de marketing de guerrilha elaborada pela agência de comunicação Torke em parceria com os serviços municipais de higiene urbana. Numa primeira fase foram intervencionados os camiões de recolha de lixo da Câmara Municipal de Lisboa e, mais tarde, os vidrões, a partir de uma sugestão por parte dos serviços municipais de higiene urbana. Esta acção consistiu na pintura e intervenção artística de centenas de vidrões existentes na cidade de Lisboa, aberta à população em geral, e tinha por objectivo alertar os residentes da cidade de Lisboa para a existência de mobiliário urbano que poderia ser intervencionado, de modo a melhorar a paisagem urbana e a retardar a degradação destes equipamentos. Para tal, através de um concurso público, foi pedido a todos os cidadãos, que entendessem participar, que realizassem um esboço para posterior intervenção. Face ao sucesso da iniciativa, esta passou a ser realizada todos os anos, agora somente com o apoio da Galeria de Arte Urbana e da Câmara Municipal de Lisboa.



Figura 13 – Vidrão intervencionado por Nicolae Negură, em 2013, no âmbito da 6.ª Fase da Campanha "Reciclar o Olhar".

Assim, e tendo em conta os exemplos referidos, a Arte Urbana adquire uma nova forma, afirmando progressivamente a sua presença no meio urbano, bem como nos círculos artístico-culturais. Uma prática que toca o improvável e cativa a atenção de inúmeros transeuntes, que de outra forma estariam perfeitamente alienados desta temática e da paisagem que os rodeia.

Assumindo-se como uma arte de todos para todos, a Arte Urbana e, em particular, o *Graffiti* procuram não só provocar o observador como também cultivar na sociedade uma preocupação em identificar o desconhecido como parte de si. Uma preocupação semelhante à indústria da publicidade, que se terá inspirado no *Graffiti* para surtir impacto num número mais abrangente de públicos. Durante a década de 1980, a cidade de Nova Iorque estava repleta de vestígios de *Graffiti*, em praticamente todo o mobiliário urbano existente. Partindo desta constatação, a indústria da publicidade verificou que o impacto destas manifestações na população nova-iorquina era ambíguo. Porém, provocava um efeito, ainda que positivo ou negativo, no observador.

A publicidade decidiu, assim, começar a fabricar os denominados *billboards* que passaram a decorar as principais avenidas da cidade. Esta proliferação da publicidade

para fins comerciais no cenário urbano causou uma ruptura significativa no número de intervenções urbanas de carácter artístico. O predomínio de elementos publicitários na urbanidade alargou-se às empresas de transportes públicos, com a concretização de protocolos entre estas infra-estruturas e as agências publicitárias, para a utilização dos meios de transporte enquanto veículos de divulgação de mensagens publicitárias. Segundo estes organismos, estas parcerias visavam reduzir a poluição visual e a degradação urbana causadas pela proliferação de intervenções artísticas no mobiliário urbano. Visão relativamente ambígua, visto que o objectivo primordial destas campanhas publicitárias seria a obtenção de lucro e a procura de um maior número de possíveis clientes.

#### **4. A Arte Urbana e a Banda Desenhada**

##### **4.1 Uma Simbiose Artística na Urbanidade**

A relação entre a Arte Urbana e a Banda Desenhada resulta do interesse demonstrado por parte de determinadas capitais culturais, como Angoulême ou Lyon, em “decorar” as suas fachadas sob o traçado de artistas provenientes destas duas vertentes artísticas. Esta união foi possível, partindo da premissa de que a arte pode ser interpretada de modo interdisciplinar e tendo em conta diferentes posicionamentos relativamente às suas expressões. A Arte Urbana e a Banda Desenhada estimulam no colectivo o interesse pela arte e pela prática artístico-cultural e renovam a importância da cultura na representação da identidade individual e na relação com o outro.

Tanto a Arte Urbana como a Banda Desenhada são consideradas manifestações da *cultura popular*<sup>37</sup>. O termo cultura popular surgiu em meados do século XVIII, numa conjuntura económico-social de transformação visível nos padrões socioculturais. O processo de industrialização, fenómeno que originou a descida acentuada do preço dos produtos e a elevada especulação comercial, foi responsável pela liberalização do consumo, patente no acesso livre aos bens culturais e à sua reprodução em massa. O historiador de arte Martin Kemp aborda esta questão na sua obra *História da Arte no Ocidente*, mencionando o papel de artistas plásticos como Andy Warhol (1928-1987) e Roy Lichtenstein (1923-1997) na disseminação da cultura popular. Neste âmbito e a

---

<sup>37</sup> Segundo Chris Barker, na sua obra *Cultural Studies*, a cultura popular é definida da seguinte forma: “Widespread and common public texts. The meaning and practices by popular audiences. (...) The popular transgresses the boundaries of cultural power and exposes the arbitrary character of cultural classification through challenging notions of high/low” (2008: 485).

propósito da reprodução de objectos artísticos em série, a chamada serigrafia, Martin Kemp refere que “reproduzir este tipo de imagens numa escala grandiosa e apresentá-las dentro do contexto de uma galeria de arte acabaria por alterar os seus significados e desafiar a noção do que devia ser entendido como arte” (Kemp, 2000: 419).

Recentemente, a Arte Urbana e a Banda Desenhada têm suscitado o interesse por parte das elites culturais provenientes de círculos mais eruditos, responsáveis pela integração destas expressões artísticas no mercado da arte, concretamente, em galerias, leilões e espaços culturais.

#### **4.2 O fenómeno da Banda Desenhada**

Antes de mais, importa apresentar uma possível definição de Banda Desenhada que, segundo Jean Auquier, membro da direcção do Centro Belga de Banda Desenhada, não é fruto de uma descoberta mas antes “[la Bande Dessiné] est le résultat d’une complicité toujours plus forte entre le désir de raconter et l’art de dessiner. Elle est le plus littéraire des arts plastiques” (Auquier, J., 2013). Importa referir que a origem da Banda Desenhada e da Arte Urbana remonta ao mesmo período histórico, concretamente à Arte Rupestre. Esta representação artística surgiu no período Paleolítico Superior e utilizava matérias-primas naturais, como folhagens ou terra, para descrever formas nas paredes e tectos das cavernas.

Na Idade Média, no período compreendido entre os séculos V e XIV, as imagens, enquanto veículo para comunicar determinados acontecimentos ou narrar factos, foram o recurso utilizado pela Igreja para transmitir os ensinamentos religiosos a uma população, à época, desprovida de instrução. Assim, a narração oral e com recurso a imagens, iniciada em épocas longinquamente remotas e que se prolongou até ao século XIX, evoluiu para o género literário que hoje entendemos por banda desenhada. Este tipo de narrativa tem uma fundamentação relativamente recente, já que o seu uso para fins artístico-literários teve lugar na transição do século XIX para o século XX. Pedro Mota e Teresa Maria Guilherme confirmam esta asserção, na obra intitulada *A Linguagem da BD*, ao referir que a “origem da moderna banda desenhada assenta na ilustração e na caricatura política dos séculos XVIII, quando os jornais procuram novas formas de atrair mais e mais leitores, e a sequência narrativa se começa a impor” (Mota e Guilherme, 2000:5).

Poder-se-á definir banda desenhada como uma narrativa sequencial e temporal de imagens acompanhada, preferencialmente, por texto, que recorre a personagens e a objectos que interagem entre si. Umberto Eco, porém, propõe uma definição mais aprofundada deste género literário, na sua obra *Apocalípticos e Integrados*. O autor acrescenta que a Banda Desenhada consiste num “produto cultural, [que] funciona segundo a mecânica da persuasão oculta, pressupõe no recetor uma posição de evasão [...] refletindo, na sua maioria, a pedagogia implícita de um sistema e funciona como reforço dos mitos e dos valores vigentes” (Eco, U., 1987:293).

No caso português, a Banda Desenhada integrou a actividade cultural a partir da década de 1980, com a proliferação de iniciativas e de eventos alusivos a esta temática “no âmbito dos movimentos culturais associativos juvenis” (Santos, et al., 2006: 5). Em 1985, tem lugar na cidade do Porto, partindo da iniciativa da Comicarte (Comissão de Jovens de Ramalde), o 1.º Festival de Banda Desenhada e do Fanzine que mobilizou colecionadores e admiradores de BD. No entanto, o evento que marcou o início da afirmação da Banda Desenhada e que “constituiu o primeiro esforço de afirmação institucional da banda desenhada portuguesa, e, progressivamente da sua internacionalização” (Santos, et al., 2006: 10) foi o Salão Internacional de Banda Desenhada do Porto, realizado em 1993 e que teve o seu término em 2001. De facto, o Festival da cidade do Porto foi fulcral na promoção de autores emergentes e da Banda Desenhada de contornos alternativos, bem como no envolvimento de parceiros, nomeadamente de editoras de BD e Ilustração. Findo o Festival na cidade do Porto, o concelho da Amadora demonstrou interesse em desenvolver um formato semelhante, dedicado ao universo da Banda Desenhada. O Festival teve a sua primeira edição em 1990 com o apoio da Câmara Municipal da Amadora e, gradualmente, foi-se configurando como um “local de culto” de aficionados e interessados pela temática.

Tal como Helena Santos, Nelson Dona e Helena Cardoso sugerem, a presença de autores internacionais, como Morris, criador de *Lucky Luck*, ou, recentemente, Maurício de Sousa, autor da célebre personagem *Mónica*, permitiu “capitalizar simbolicamente a cidade da Amadora como «berço» da banda desenhada nacional e residência do emblemático Vasco Granja – incontornável impulsionador, quer da banda desenhada, quer do cinema de animação portugueses” (Santos et al., 2006: 11).

#### **4.3 Origens: a Banda Desenhada alimenta o Graffiti?**

## Graffiti e Banda Desenhada: diálogos artísticos na cidade da Amadora

Na actualidade, a Arte Urbana e a Banda Desenhada adquiriram novas cambiantes quanto ao seu impacto, características e posicionamento, sendo consideradas manifestações artísticas do universo da(s) subcultura(s)<sup>38</sup>.

A incorporação da Banda Desenhada na Arte Urbana surge em cidades como Angoulême, palco do maior Festival de Banda Desenhada do mundo, e Lyon, cidade na qual a Banda Desenhada adquiriu o estatuto de “arte-mãe” com a criação do colectivo CitéCréation. Este projecto é composto por um núcleo de artistas de pintura muralista, criado em 1978, responsáveis pela elaboração de mais de 600 murais em todo o mundo, dedicados, sobretudo, à Banda Desenhada e à Ilustração.



Figura 14 - *Réalité, Sortie de Secours* (1999). Mural da autoria de Marc-Antoine, realizado no âmbito do Festival de Banda Desenhada da cidade francesa Angoulême.

No seio da Arte Urbana, foi sobretudo o *Graffiti* que, progressivamente, alcançou maior impacto, devido não só aos suportes e materiais utilizados, mas também ao mediatismo adquirido por alguns dos *writers* provenientes desta expressão artística. Tal como a Arte Urbana, a Banda Desenhada, segundo Helena Santos, Nelson Dona e Ana Cardoso: “continua a veicular muitos traços da sua emergência no quadro das tecnologias de reprodutibilidade tornadas possíveis pela industrialização, e das tensões,

<sup>38</sup> Chris Barker entende o conceito de subcultura enquanto grupos de pessoas “who share distinct values and norms which are held to be at variance with dominant or mainstream society.” (2008: 489).

hoje renovadas, entre arte e indústria, entre criação e mercado, entre apreciação estética e entretenimento composto” (Santos, et al., 2006:05).

A relação entre a Arte Urbana e a Banda Desenhada é proporcionada, igualmente, pelo interesse recentemente demonstrado pelo universo *geek*<sup>39</sup>, existindo no seio da Arte Urbana uma terminologia para descrever esta fusão, designada por *Urban Art Geek* ou *Geek Graffiti*. Este tipo de Arte Urbana, que alia as personagens, os cenários televisivos, a Banda Desenhada e os símbolos das subculturas, é visível na obra polémica do artista urbano Banksy. De origem britânica, Banksy transporta o universo da subcultura *geek* para as fachadas e mobiliário urbano. O universo de Banksy personifica os aspectos caracterizadores das subculturas, ou seja: a resistência face à normalização social, a adopção de posições contestatárias face à conjuntura político-social existente, à alienação social e comodismo das massas ou as referências constantes aos mecanismos de manipulação dos media e dos sistemas políticos. À semelhança de Banksy, o artista urbano Miguel Januário, que utiliza o pseudónimo MaisMenos, é considerado o fenómeno de *stencil* de contornos político-ideológicos mais mediatizado em solo português.



Figura 15 – *O povo vencido jamais será unido* (2014). Peça da autoria de Miguel Januário (MaisMenos).

---

<sup>39</sup> De acordo com a definição proposta pelo Urban Dictionary, “A geek is a person who is socially excluded from a general population. (...) geeks do not necessarily have to be smart. They often create groups among themselves, and generally have these similar characterizations: lack of participation in physical activities, such as sports; an interest in computer; a crude sense of humour radically different from common society; a negative attitude toward common society.” Dicionário Online acedido no dia 02 de Janeiro de 2014: <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=geek>



Figura 16 - Mural da autoria de Banksy, realizado em 2010, em Massachusetts, Boston.

No entanto, na actualidade, a ideia de subcultura sofreu uma mudança inesperada, quando os símbolos destes grupos sociais foram apropriados pela cultura dominante ou *mainstream* por serem considerados *Cool* ou inovadores. A campanha publicitária “Geek is Good” da agência de publicidade londrina *Inferno* personifica esta questão, ou seja, a exaltação do universo *geek* e a crescente adopção de elementos e símbolos desta subcultura pelo *mainstream*. O manifesto disponibilizado na plataforma virtual da agência e que tem por premissa “Changing the world, step by step, geek by geek” propõe que o termo *geek* seja redefinido de acordo com a visão actual desta subcultura e que, segundo a agência, é a seguinte:

‘geeks’ have been complicit in making our world a more interesting place of late. Their dedication to their chosen craft, wether it be making science fiction, building apps, creating social media or just being Geek Chic, they have certainly upped the interestingness, so much so, that we have all got a little bit geeky now<sup>40</sup>

A televisão e a publicidade desempenharam um papel fundamental nesta nova abordagem ao universo marginal das subculturas. O aparecimento de séries televisivas como a *Big Bang Theory* (2007), que retrata os aficionados pelas novas tecnologias e pela ciência sob uma perspectiva cómica e atractiva, ou o fascínio pelo universo de

---

<sup>40</sup> Palmer, Tim. “Changing the world, step by step, geek by geek.” *Inferno Group*, 28 de Agosto, 2013. <http://www.inferno-group.com/blog/changing-the-world-step-by-step-geek-by-geek-2/> (Acedido a 27 de Março de 2014).

*Anime*, que abrange toda a produção de desenhos animados japoneses, estimularam o interesse por parte das massas por estas representações no contexto real. A indústria da Moda e do Cinema foram, igualmente, determinantes na reprodução das imagens das subculturas. Veja-se o crescimento de produções cinematográficas dedicadas aos fundadores de empresas das novas tecnologias, como a *Apple* e o seu criador Steve Jobs, ou de redes sociais, como a plataforma *Facebook*, criada por Mark Zuckerberg. Estes filmes alcançaram sucesso imediato, entrando, inclusive, no núcleo de nomeados aos Óscares da Academia do Cinema Norte-Americano. Os protagonistas destas produções tornaram-se figuras mediáticas e autênticos ícones de estilo, possuindo muitos seguidores. Esta questão é investigada e problematizada pelos chamados Estudos de Tendências que, de acordo com o Trends Research Center, consiste na “análise transversal da sociedade, de modo a obter pistas que suportem o desenvolvimento de estratégias de inovação”.<sup>41</sup> A tendência *From Geek to Cool* aplica-se a esta emergência do unívoco *geek*, já que identifica a crescente apropriação dos símbolos desta subcultura pela cultura *mainstream*. A cultura dominante atribui aos símbolos da subcultura *geek* novas características, passando a considerá-los atractivos e inspiradores.

Em Portugal, o universo *geek* teve um impacto significativo no mercado da arte, concretamente na Arte Urbana, patente na fusão entre o *Graffiti* e a Banda Desenhada. Os organismos institucionais desenvolveram parcerias com galerias de arte, associações e colectivos, de modo a concretizar peças de intervenção urbana em edifícios degradados, mobiliário urbano e outros suportes existentes na cidade. Estas colaborações permitiram a interdisciplinaridade artística, já que as acções promovidas até ao momento, e as que se encontram em desenvolvimento, envolvem diferentes manifestações artísticas que, à partida, seriam opostas entre si. A fusão entre a Arte Urbana e a Banda Desenhada exemplifica este núcleo de iniciativas que promovem o envolvimento criativo de diferentes manifestações artísticas e que tem sido proporcionada pelo interesse público e institucional manifestado em relação a estas expressões visuais.

No que diz respeito à Banda Desenhada, este género artístico-literário tem sofrido negativamente com a emergência das novas tecnologias, porém tem beneficiado do impacto da Internet na comunicação. Apesar de a Internet ter contribuído para uma perda progressiva dos direitos de autor e na reprodução, ilegal, de imagens e narrativas

---

<sup>41</sup> Gomes, Pinheiro Nelson e Ana Filipa Francisco (2013). *Introdução aos estudos de tendências: conceitos e modelos*. Estoril: Trends Research Center: 4.

da Banda Desenhada, esta nova dinâmica comunicacional tem permitido a autores emergentes publicar e divulgar as suas ilustrações e adquirir visibilidade. Pedro Brito, co-fundador das edições Polvo e do fanzine *Mesinha de Cabeceira*, confirma esta nova dimensão da arte e da literatura, acrescentando que “existe uma maior proximidade e uma criação de público a partir das plataformas online” que, outrora, não existia e que facilitou a interação entre o público e os artistas de Banda Desenhada.<sup>42</sup> Situação semelhante ocorre com os artistas urbanos, que consideram a Internet como a ferramenta ideal de divulgação e de arquivo das suas representações. Isto porque, ao intervirem no meio urbano, os seus registos são susceptíveis de serem removidos, caso sejam executados à revelia dos organismos institucionais ou sem o consentimento do(s) proprietário(s) dos suportes utilizados.

---

<sup>42</sup> Bernarda, Tiago. “A Banda Desenhada Nunca Vai Morrer.” *Público*, 21 de Novembro, 2013, sec. Cultura. Online. <http://www.publico.pt/cultura/noticia/a-bd-independente-portuguesa-dentro-e-fora-das-prateleiras-1613246#/3> (Acedido em 19 de Dezembro de 2013).

## **PARTE II – DIVISÃO PRÁTICA**

## 5. Objectivos

Na presente exposição serão abordadas as questões práticas associadas à elaboração da plataforma virtual intitulada “Cartografia do Graffiti na Amadora”. O subcapítulo 5.1 descreve o processo de elaboração da plataforma, passando pelos obstáculos encontrados e os contactos efectuados, nomeadamente a referência às entidades que prestaram apoio e que colaboraram no projecto e a pertinência da dicotomia entre legalidade e ilegalidade, patente nas inúmeras peças executadas à revelia dos órgãos institucionais e proprietários dos suportes. Este acervo virtual foi elaborado pela autora, em parceria com a Divisão de Informação Geográfica da Câmara Municipal da Amadora, que procedeu à localização dos murais identificados. Contudo, os registos fotográficos, as entrevistas realizadas e a recolha de documentação para suportar a base documental da plataforma foram, integralmente, concretizadas pela autora.

No subcapítulo 5.2 surgem explicitados os objectivos que envolveram a elaboração da plataforma. Parte dos objectivos apresentados foram definidos previamente à elaboração da plataforma e foram, de facto, orientadores no que diz respeito às diferentes etapas de elaboração e de aplicação do projecto.

Já no subcapítulo 5.3 encontra-se referenciado o público-alvo a que se destina esta plataforma. Optei por não a circunscrever apenas aos interessados nesta temática e abranger a mesma para o público no geral que se identifique com esta manifestação artística e, acima de tudo, tencione credibilizar a mesma. Por outro lado, no subcapítulo 5.4 encontram-se enumerados os recursos utilizados durante a elaboração da plataforma virtual e que contribuíram, positivamente, para o resultado final. Desde a Câmara Municipal da Amadora, passando pela Galeria de Arte Urbana e o Partido Comunista Português, considero que estes apoios foram fundamentais na viabilização da base documental apresentada.

Quanto ao subcapítulo 5.5, que diz respeito ao tema “Missão”, procurei ser concisa na definição e no que caracteriza este projecto. Considero que a pertinência na existência desta plataforma é, antes de mais, colmatar uma lacuna existente na base documental portuguesa no que toca à prática do *Graffiti*. Isto porque, não existe, na actualidade, nenhum acervo que documente a prática e que possua testemunhos dos artistas executantes de *Graffiti*. Verifica-se, de facto, uma preocupação por investir nesta manifestação artística por parte das autarquias e dos órgãos institucionais. Porém,

a importância atribuída à documentação e ao registo destas expressões é negligenciada por estes órgãos. Assim, e face a esta carência, procurei acrescentar o testemunho dos artistas, de modo a perceber as suas motivações e a forma como a cidade estimula a prática artística.

O subcapítulo 5.6 diz respeito ao *Zeitgeist*, conceito estudado durante os seminários curriculares concernentes ao estudo das tendências e à gestão de inovação. O termo *Zeitgeist*, defendido pelo filósofo alemão Friedrich Hegel, consiste no “Espírito do Tempo”, ou seja, os tópicos que surgem com frequência na actualidade e que caracterizam a sociedade vigente.

Já no subcapítulo 5.7 é apresentada a análise SWOT referente à plataforma virtual. Esta ferramenta é utilizada para analisar a pertinência de um determinado projecto, através da planificação e definição das forças, fraquezas, ameaças e oportunidades da plataforma, empresa, ou outro tipo de cenário. O subcapítulo 5.8 diz respeito aos *outputs* retirados da realização do projecto, ou seja, os serviços que poderão resultar da aplicação da plataforma virtual.

No capítulo 6 são apresentados os *insights* retirados, ou seja, as conclusões obtidas ou pistas para criar inovação. Os *insights* apresentados traduzem mentalidades emergentes intimamente ligadas ao fenómeno das manifestações urbanas, sobretudo, do Graffiti.

O capítulo 7 apresenta um conjunto de seis *Cool examples*, ou seja, exemplos de produtos e eventos com potencial de crescimento, devido à sua natureza inspiradora e atractiva. Neste caso, os exemplos apresentados estão relacionados com três tendências: “Love Thy City”, ou seja, quero melhorar a minha cidade através da minha marca pessoal; “Wonderland, Experience & Stories”, tendência que identifica a necessidade de recordar o passado e a importância das simbologias na projecção de narrativas e imagens para o futuro; e a “From Geek to Cool”, ou seja, os símbolos do universo *geek* e das subculturas que agora são atractivos para a *cultura mainstream*.

O capítulo 8 propõe a aplicação do Graffiti no mercado e a apropriação desta manifestação artística para fins comerciais. Os símbolos e valores da subcultura do Graffiti tornaram-se atractivos e com potencial comercial para as agências de comunicação, de publicidade e de marketing. O Graffiti tem adquirido, progressivamente, uma nova projecção devido ao seu impacto na urbanidade e à adesão por parte das massas aos elementos da cultura urbana, passando pela moda, pela música ou o cinema.

## 6. Plataforma Virtual “Cartografia do Graffiti na Amadora”

### 6.1. Análise SWOT

De acordo com o IAPMEI (Agência para a Competitividade e Inovação, I.P.) a Análise SWOT é uma ferramenta de gestão “muito utilizada pelas empresas para o diagnóstico estratégico. O termo SWOT é composto pelas iniciais das palavras Strengths (Pontos Fortes), Weaknesses (Pontos Fracos), Opportunities (Oportunidades) e Threats (Ameaças)”. De acordo com a página oficial da agência a análise SWOT permite:

- Efectuar uma síntese das análises internas e externas;
- Identificar os elementos chave para a gestão da empresa, permitindo estabelecer prioridades de actuação;
- Preparar opções estratégicas - a análise Swot permite ver claramente quais são os riscos a ter em conta e quais os problemas a resolver, assim como as vantagens e as oportunidades a potenciar e explorar;
- Constituir um elemento fundamental para fazer a previsão de vendas em articulação com as condições do mercado e com as capacidades da empresa.<sup>43</sup>

Segue-se a análise da plataforma virtual intitulada “Cartografia do Graffiti na Amadora”, executada no âmbito deste projecto:

#### FORÇAS

- Baixo custo de elaboração e manutenção da plataforma virtual;
- Constituição de um acervo visual que promoverá a actividade turística na cidade;
- Potencial de visualizadores é elevado, visto tratar-se de uma plataforma virtual disponibilizada online;
- A única plataforma em Portugal que constitui um acervo virtual de *Graffiti*, com testemunhos dos artistas.

#### FRAQUEZAS

---

<sup>43</sup> Informação retirada da página oficial do IAPMEI – Agência para a Competitividade e Inovação, I.P. <http://www.iapmei.pt/> (Acedida no dia 25 de Junho de 2014).

## Graffiti e Banda Desenhada: diálogos artísticos na cidade da Amadora

- Necessidade de constante actualização da plataforma virtual;
- Requer mão-de-obra para efectuar a manutenção da plataforma;
- O facto de a plataforma se dedicar somente ao *Graffiti* e estar disponibilizada em formato digital poderá excluir públicos;
- Entraves burocráticos relativamente à disponibilização de uma plataforma virtual subentendida à temática do *Graffiti*;

### OPORTUNIDADES

- Lisboa ocupa o 6.º lugar da lista das 26 melhores cidades no mundo para ver *Street Art*, elaborada pelo portal Huffington Post;
- Artistas urbanos de renome internacional provêm do município da Amadora;
- As autarquias do município da Amadora promovem acções no âmbito da Arte Urbana e dinamizam a economia local para estas iniciativas;
- Constituição de várias associações de apoio e promoção da Arte Urbana e do Graffiti na cidade de Lisboa: APAURB, GAU e UNDERDOGS.
- Possibilidade de dinamização da economia local, através de acções associadas à plataforma virtual e, sobretudo, ao *Graffiti*.

### AMEAÇAS

- Legislação que criminaliza e controla a prática do *Graffiti*;
- Concorrência no que toca ao interesse por esta prática e na dinamização da mesma;
- Desconfiança relativamente à credibilidade dos registos de *Graffiti*, visto que grande parte destes foram realizados ilegalmente;
- Prática encontra-se associada à criminalidade e vandalismo.

### Conclusões retiradas da Análise SWOT:

- A Arte Urbana e fenómenos adjacentes são tendência;
- A adesão por parte do público a este tipo de manifestações de carácter urbano está em crescimento;
- Estão criadas condições favoráveis a oportunidades de negócio com este tipo de fenómenos, devido ao seu impacto social e nos *media*;

- A cidade da Amadora tem potencial de crescimento na vertente artístico-cultural, porém deve ser explorado, dinamizado e rentabilizado;
- A forte concorrência pode prejudicar e colocar em causa a fomentação de novas ideias e projectos nesta área.

## 6.2. Zeitgeist

O conceito de Zeitgeist, defendido pelo teórico dos séculos XVIII e XIX Friedrich Hegel, significa “Espírito do Tempo” e consiste num conjunto de tópicos que quando agregados descrevem a cultura num determinado período de tempo. Deste modo, elaborei uma lista de tópicos que, de algum modo, traduzissem a sociedade actual e, de preferência, estivessem na ordem do dia. Encontram-se enumerados abaixo os tópicos seleccionados:

- Crise
- Tecnologia
- Conectividade
- Urbano
- Individualismo

Conclusões retiradas a partir da análise do Zeitgeist:

Tendo em conta os tópicos do Espírito do Tempo apresentados considero que poder-se-á dizer que as novas tecnologias desempenham uma posição de relevo no dia-a-dia dos indivíduos, uma vez que, na actualidade, estar permanentemente conectado é visto como uma necessidade. O ser humano já não dispensa os dispositivos digitais no seu dia-a-dia, não só por ser pressionado socialmente para corresponder ao padrão do senso comum mas também em termos profissionais uma vez que, hoje em dia, as empresas e entidades empregadoras exigem aos seus trabalhadores estarem permanentemente ligados e disponíveis. A presença das tecnologias na sociedade encontra-se, inclusive, presente na mobilização social, uma vez que, na actualidade, as manifestações e eventos sociais são divulgados através das redes sociais e das plataformas virtuais. Na verdade esta conjuntura foi motivada pela crise económica, uma vez que as populações, quando confrontadas com situações de violação dos seus

direitos, vêm na Internet e nas ferramentas digitais uma oportunidade de transmitirem as suas crenças e ideologias. Por outro lado, o indivíduo é confrontado com a pressão social para se afirmar individualmente e distinguir-se dos demais, num momento histórico em que a competição adquiriu proporções exacerbadas, devido não só ao sistema político mas também aos valores preconizados pelas empresas.

### 6.3. Descrição do Processo de Elaboração da Plataforma

O projecto intitulado “Cartografia do Graffiti na Amadora” iniciou-se em Novembro de 2013 e tinha por objectivo inicial concretizar uma recolha de vestígios de Graffiti na cidade da Amadora e apresentá-la em formato virtual. O primeiro obstáculo encontrado foi a execução da plataforma, principalmente quanto ao formato em que esta iria ser apresentada. Deste modo, optou-se por definir que a plataforma consistiria num acervo virtual, disponibilizado online e acessível a qualquer utilizador, de modo a abranger todos os tipos de público e não, somente, o nicho interessado na Arte Urbana e no *Graffiti*. Posteriormente, surgiu a dificuldade em localizar cada mural geograficamente e atribuir-lhe um autor, visto que grande parte dos murais não se encontram assinados ou com uma autoria explícita associada. Assim, optou-se por retirar estas identificações do acervo visual, visto que verificar-se-ia um desfasamento relativamente aos demais. Como tal, procurou-se, durante o processo de recolha e edição das imagens, identificar um autor, de modo a credibilizar e validar o acervo.

Tal como foi aprofundado na revisão literária, os praticantes de *Graffiti* caracterizam-se pela preservação do anonimato e dos valores que caracterizam a sua comunidade, ou subcultura. Sara Cerejo confirma esta asserção, na sua obra intitulada *Risco e identidade de género no universo do graffiti*, e acrescenta que os *writers*, ou artistas de graffiti, se caracterizam por:

(...) cultivarem uma diferenciação marcante em relação ao resto da sociedade. Esta separação e/ou distanciamento é instigada, aprovada e conscientemente perpetuada pelos *writers*. Ao situarem-se num mundo à parte, cujos meandros poucos entendem, o *writer* e a sua comunidade apresentam como principal atractivo para os seus potenciais membros a separação e consequentemente a criação de um universo apenas pertencente a alguns e do qual apenas poucos terão total controlo.

(Cerejo, 2007:17)

No que diz respeito à recolha de testemunhos por parte dos artistas executantes, esta foi complexa devido à ausência de resposta aos contactos efectuados e à reticência dos artistas em colaborar para um projecto de teor académico. Os praticantes de *Graffiti* vêem o meio académico com alguma resistência, devido às questões levantadas pelos cânones e estudiosos mais tradicionais, que encaram esta expressão artística com alguma ambiguidade e que rejeitam, inclusive, a sua integração e discussão nos círculos eruditos. Aliás, o *Graffiti* distingue-se das demais manifestações devido ao seu carácter desviante e à crença preconizada pela cultura *mainstream* que associa o *Graffiti* ao vandalismo e à destruição do património. Isto porque e de acordo com Sara Cerejo:

O *graffiti* assume-se como um espaço ideal para a criação de uma identidade alternativa e afastada do socialmente aprovado, ou seja, uma identidade livre de laços sociais ou sistemas culturais restritivos que são vistos pelos *writers* como limitativos da conduta do indivíduo.

(Cerejo., 2007: 19)

Posteriormente, procedeu-se à recolha e à identificação dos murais, através da documentação fotográfica. Este processo de registo dos murais identificados iniciou-se em Janeiro de 2014 e terminou em Maio do mesmo ano. Após a análise dos registos recolhidos, concluiu-se que a maior parte dos murais tinham sido realizados à revelia, ou seja, em contexto ilegal e em suportes não autorizados. Porém, optou-se por integrar estes registos no acervo virtual, visto que apresentam uma preocupação estética e uma técnica bastante rigorosa e complexa. Segundo Sara Cerejo, “o graffiti apresenta uma dualidade: ao nível artístico e ao nível da ilegalidade da pintura. Se, por um lado, é uma actividade que apresenta uma vertente mais artística, com maior aperfeiçoamento técnico, por outro, pode ser actividade legal ou ilegal” (Cerejo, 2007: 15).



Figura 17 – Print Screen da Hiperligação que apresenta o mural da autoria de Nomen, com o testemunho do artista. Este mural foi realizado em 2010, no âmbito do Concurso de Pintura de Murais, promovido pelas Estradas de Portugal.

Procurou-se, junto das entidades responsáveis pela organização de iniciativas de Arte Urbana no município, obter alguma documentação e informação que confirmasse a recolha, e posterior identificação. Para tal, estabeleceu-se uma parceria com a Câmara Municipal da Amadora, e recolheu-se apoio, sobretudo, por parte da Divisão de Informação Geográfica, da Divisão de Intervenção Cultural e do Departamento de Habitação e Reabilitação Urbana. Com o estabelecimento destas parcerias, pretendeu-se tornar a plataforma rigorosa do ponto de vista documental e geográfico. O DIG (Divisão de Informação Geográfica) da Câmara Municipal da Amadora começou a colaborar no processo de elaboração da plataforma a partir de Dezembro de 2013, procedendo à localização geográfica de cada mural identificado. Paralelamente, a GAU (Galeria de Arte Urbana) prontificou-se a disponibilizar contactos dos artistas e bibliografia, bem como documentação referente às iniciativas promovidas pela Galeria.

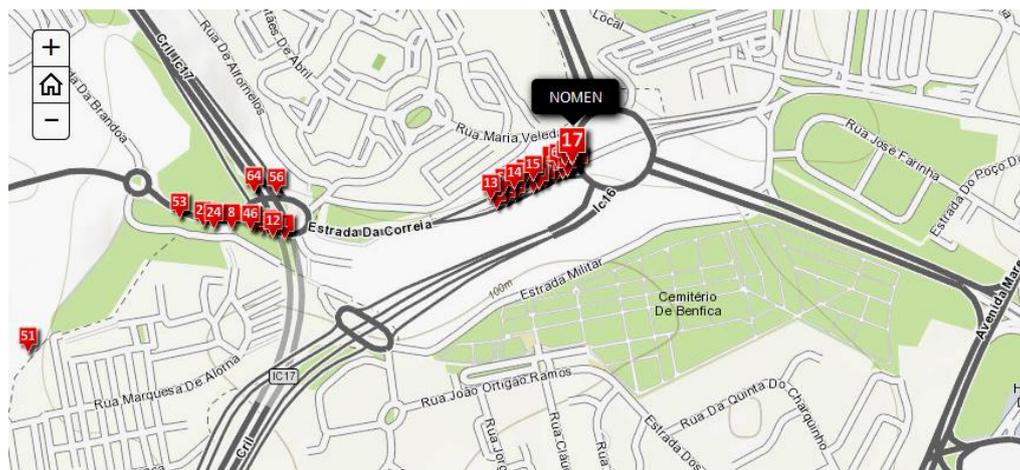


Figura 18 – Print Screen com pormenor do mapa cartográfico e dos registos de *Graffiti* identificados.

Em suma, o projecto consiste numa plataforma virtual, que reúne um acervo visual dos principais registos de *Graffiti* localizados no município da Amadora. Estes registos encontram-se discriminados geograficamente e identificados no mapa que representa territorialmente a cidade da Amadora. Cada ponto identificado no mapa apresenta um registo fotográfico do mural identificado, um texto de apoio contextual e a respectiva localização do painel. Por fim, este acervo virtual reúne 64 murais, com testemunhos de alguns dos artistas executantes.

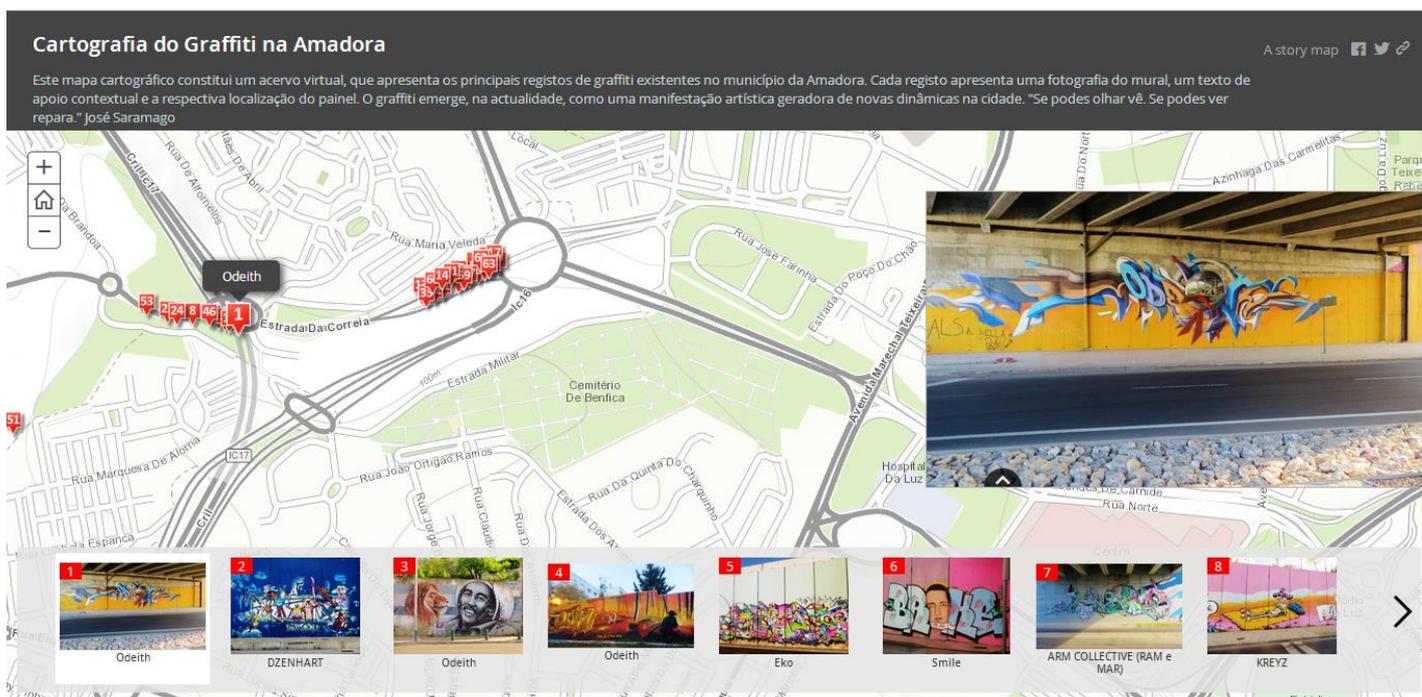


Figura 19 – Plataforma Virtual Cartografia do Graffiti na Amadora.

#### 6.4. Objectivos Concretos:

- Recolher vestígios de *Graffiti* na cidade da Amadora e criar um acervo visual digital;
- Credibilizar a prática do *Graffiti* junto da comunidade e organismos institucionais do município em causa;
- Sensibilizar a população do município e órgãos institucionais para a existência destes registos e dos seus autores;
- Atrair turismo cultural ao município da Amadora;
- Mobilizar os organismos locais para a dinamização de actividades associadas à prática do *Graffiti*;
- Utilizar a comunicação digital para reposicionar o município nas rotas artístico-culturais nacionais e internacionais;

### **6.5. Público-Alvo:**

- Jovens (entre os 15 e os 45 anos, habilitações não especificadas);
- População residente no município da Amadora (entre os 15 e os 45 anos, habilitações não especificadas);
- Órgãos institucionais do município dedicados à intervenção cultural e informação geográfica;
- Associações artístico-culturais, que promovam acções no âmbito do fenómeno da Arte Urbana, da Banda Desenhada ou do *Graffiti*;
- Comunidade académica docente e não-docente.

### **6.6. Recursos e Apoios:**

- Câmara Municipal da Amadora:
  - Divisão de Intervenção Cultural prestou apoio de âmbito bibliográfico, contextual e burocrático. Sugeriu a cedência de um espaço pertencente à Câmara Municipal da Amadora para receber uma apresentação pública da plataforma virtual e da exposição audiovisual. Responsáveis colaboradores no projecto final: Dr.<sup>a</sup> Vanda Santos e Dr. Nelson Dona;
  - Divisão de Informação Geográfica colaborou, na figura do Geógrafo Fernando Ferreira, no processo de elaboração da plataforma virtual, auxiliando

no reconhecimento e localização geográfica dos murais identificados e na organização do acervo visual, composto por registos fotográficos e comentários dos artistas executantes;

- Departamento de Habitação e Requalificação Urbana cedeu documentação relativa aos projectos e acções levadas a cabo pelo departamento no âmbito da Arte Urbana e do Graffiti. Responsável colaborante: Dr.<sup>a</sup> Telma Correia.

- Departamento de Património Cultural – Galeria de Arte Urbana: disponibilização de documentação e bibliografia relacionada com a Arte Urbana e o Graffiti; cedência de contactos e endereços de correio electrónico de artistas urbanos; sensibilização sobre as acções promovidas pela Galeria da Arte Urbana na cidade de Lisboa e as parcerias concretizadas entre o Amadora BD – Festival Internacional de Banda Desenhada da Amadora e esta divisão. Responsáveis colaboradores no projecto final: Dr.<sup>a</sup> Sílvia Câmara e a Técnica Superior Inês Machado;
- Partido Comunista Português – Centro de Trabalho da Amadora, cedeu bibliografia seleccionada respeitante à execução de murais políticos; foi realizada uma entrevista ao membro e representante na Assembleia Municipal da Câmara Municipal da Amadora, o Dr. Carlos Almeida;
- APAURB – Associação Portuguesa de Arte Urbana, disponibilizou informação relativa às acções promovidas por esta associação; foi realizada uma entrevista ao Vice-Presidente da Associação e artista urbano Slap;
- Centro Nacional de Banda Desenhada e Imagem, prestou apoio na disponibilização de bibliografia, documentação, artigos e fotografia no âmbito da Banda Desenhada e do papel deste organismo na promoção, preservação e divulgação da Banda Desenhada e da Ilustração;
- Designer Urbano Pedro Soares Neves disponibilizou documentação e maquete subentendida ao projecto de pintura dos sublanços Damaia/Portas de Benfica e Pontinha/Alfornelos da IC17/CRIL, no âmbito de uma parceria com as Estradas de Portugal; foi realizada uma entrevista presencial ao designer;
- Centro de Estudos de Teatro, através da investigadora Eunice Azevedo que disponibilizou contactos e informação no âmbito da pintura de murais políticos após a Revolução do dia 25 de Abril de 1974;

### **6.7. Missão:**

→ Reconhecer o município da Amadora enquanto pólo artístico-cultural de relevo no seio da Arte Urbana, sobretudo, do Graffiti. A concretização desta missão passa por atribuir ao município da Amadora a nomenclatura de pólo artístico-cultural no circuito nacional de Arte Urbana e potencializar recursos para efectivar este objectivo.

## 7. Cool Examples

### Principais tendências relacionadas com o projecto:<sup>44</sup>

- Connection, Convergence and Ergonomics – A Internet e os novos *media* transformaram as dinâmicas sociais globais e moldaram o quotidiano dos indivíduos.
- Wonderland, Experience & Stories – Tendência que combina a Economia da Experiência e as Identidades Narradas sob a seguinte premissa: uma cultura da experiência e da narrativa que destrona a cultura material. A mentalidade associada agrega conceitos como o *storytelling*, a nostalgia, ou o discurso. Esta tendência identifica a necessidade de relembrar o passado. Por outro lado, realça a importância de o ser humano se rodear de símbolos, imagens e histórias que estão ligadas ao nosso imaginário e que são capazes de projectar experiências e narrativas para o futuro.
- Love Thy City – Tendência que identifica a necessidade de o indivíduo melhorar a sua cidade através do seu cunho pessoal. Um exemplo da manifestação desta mentalidade são os nómadas urbanos, indivíduos que são capazes de trabalhar em qualquer local porque estão sempre disponíveis e conectados.
- From Geek to Cool – O universo *geek* e os símbolos desta subcultura foram apropriados pela cultura *mainstream*, que atribuiu a estes elementos um valor atractivo e divertido.

---

<sup>44</sup> As tendências apresentadas acima e parte dos *cool examples* sugeridos foram baseados na investigação e relatórios do Trends Research Center. As definições das tendências apresentadas podem ser encontradas em [www.trendsobserver.com](http://www.trendsobserver.com).

## Art Everywhere: Obras de Arte reproduzidas nas ruas



### O que é:

A Art Everywhere é uma iniciativa artística lançada em 2013, no Reino Unido, por um grupo de associações artístico-culturais e agências publicitárias britânicas, entre as quais a Tate e o Art Fund. Esta acção consiste na reprodução de obras de arte de reconhecidos artistas plásticos em mobiliário urbano, como billboards ou paragens de autocarro, espalhado pela cidade de Londres. Esta acção tem por objectivo tornar a arte erudita acessível a todos os indivíduos através de uma galeria ao ar livre. Paralelamente a esta iniciativa, foi criada uma aplicação para smartphones pela empresa Blippar, que permite ao observador descarregar informação relativa à peça.

### Porque é cool:

Porque transporta a arte mais erudita para as ruas, de modo a torná-la acessível a outros tipos de públicos. A iniciativa utiliza os suportes urbanos, locais improváveis para expor este tipo de peças, e as novas tecnologias através de aplicações que tornam a experiência do observador mais interactiva e dinâmica com a peça e com a cidade.

### Tendências relacionadas:

Love Thy City

Connection, Convergence & Ergonomics

## Darth Vader é o primeiro personagem a estrear o Instagram da saga “A Guerra das Estrelas”



### O que é:

O vilão da saga “Guerra das Estrelas” Darth Vader foi o personagem escolhido para estrear a conta do filme na rede social Instagram. Darth Vader surge a tirar uma ‘selfie’, ou seja, uma fotografia de si próprio, integrando este movimento que tem impactado as redes sociais nos últimos meses.

### Porque é cool:

Porque transforma um personagem da ficção científica num ícone, através de uma narrativa e de um discurso Cool. Neste exemplo, Darth Vader personifica o interesse em massa pelas redes sociais e a forma como estas novas formas de comunicar são orientadoras do dia-a-dia do indivíduo.

### Tendências Relacionadas:

From Geek to Cool

Connection, Convergence & Ergonomics

## Colecção de t-shirts recria os visuais de Dr. Who



### O que é:

A empresa Forbidden Planet, face ao elevado número de fãs da série Dr. Who, decidiu recriar os vários visuais que a personagem exhibe durante a série, em formato de t-shirt. Segundo a empresa, esta ideia inovadora permite aos fãs poupar tempo na escolha do visual para usar durante os encontros e convenções de fãs da série britânica.

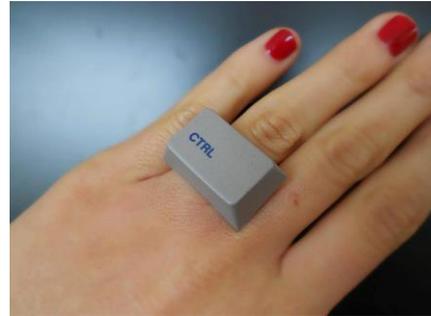
### Porque é cool:

Este exemplo demonstra o interesse por parte do público em assemelhar-se aos seus ídolos ou ícones. O universo *geek* tornou-se cool e como tal os acessórios e peças utilizadas pelos *geeks* tornaram-se giras e interessantes para o público em geral. Assiste-se à transição de um nicho cultural, como a subcultura *geek*, para o *mainstream*.

### Tendências Relacionadas:

From Geek to Cool

## Marca Portuguesa de Joalheira reutiliza teclas do computador e transforma em jóias



### O que é:

A marca portuguesa de acessórios de moda K3yboard desenvolveu uma linha de bijuteria que reutiliza peças retiradas de aparelhos electrónicos em fim de vida e que tenham na sua composição teclas, membranas, chips, entre outros. O lema da marca é “Uma nova abordagem dos teclados “abandonados””.

### Porque é cool:

Os acessórios de moda da K3yboard têm uma abordagem Cool e juvenil e confirmam a disseminação da tendência “From Geek to Cool”. A marca recupera materiais do universo *geek* e atribui-lhes uma visualidade Cool e atractiva. Por outro lado, a marca demonstra uma preocupação sustentável relativamente ao ambiente e à importância da reutilização.

### Tendências relacionadas:

From Geek to Cool

EcoSustainability

Reuse and be Responsible

## Croché decora ruas e árvores de Sagres



### O que é:

O movimento artístico “Crochet Urbano”, constituído por mulheres entre os 10 e os 83 anos de idade, decidiu decorar o mobiliário urbano da vila de Sagres com croché. Árvores, postes de electricidade, sinais de trânsito e placas de informação turística contam-se entre os objectos intervencionados. “Crochet Urbano” tem por objectivo recuperar e personalizar locais públicos, através da arte urbana.

### Porque é cool:

O movimento demonstra uma preocupação em melhorar a paisagem urbana e a harmonia na cidade. Além disso procura mobilizar a população local e convida-a a participar nestas intervenções, nomeadamente os utentes do lar da Santa Casa da Misericórdia de Sagres. Por outro lado, através da personalização pretende atribuir novos significados e simbologias ao espaço intervencionado. O espaço público adquire, assim, uma nova dinâmica e visualidade.

### Tendências relacionadas:

Love Thy City

Symbolic Personalisation

Cool Nostalgia

## Montras da Hermés decoradas com símbolos da cultura portuguesa

### O que é:

Montra da marca de luxo francesa Hermés decorou as suas montras no Chiado, Lisboa, com símbolos da cultura portuguesa, entre os quais o bacalhau e os acessórios de Fernando Pessoa.

### Porque é cool:

Promove uma aproximação entre a narrativa da marca e o público português, através dos símbolos que caracterizam a cultura portuguesa. Por outro lado, estimula a interacção entre a marca e o consumidor português.

A marca recuperou imagens da memória colectiva que relembram a identidade cultural portuguesa.

### Tendências relacionadas:

Wonderland, Experience and Stories

Liquid Hypermodernity

Revivalism



## Retratos de Fado surgem nas paredes da Mouraria

### O que é?

Camilla Watson, fotógrafa de origem britânica mas residente em Lisboa há quatro anos, é a mentora por trás do projecto “Retratos de Fado: um Tributo à Mouraria”. A artista decorou as fachadas e paredes da freguesia da Mouraria com composições fotográficas, em



grande formato, de fadistas portugueses. Ao todo, Camilla Watson compôs 26 fotografias que revestem o percurso com início na Rua do Capelão e término no Grupo Desportivo da Mouraria.

### Porque é cool?

As intervenções de Camilla Watson demonstram uma preocupação com a identidade do lugar e em divulgar a história local aos indivíduos que transitam pelas ruas da Mouraria. Assim, a artista propõe uma nova visualidade ao meio urbano através de figuras icónicas para aquela



comunidade. A técnica utilizada por Camilla Watson é, também, inovadora e realça o papel dos suportes urbanos na transmissão de simbologias e imagens.

### Tendências Relacionadas:

Wonderland, Experience & Stories

Love Thy City

## **Artista urbano expõe no Panthéon, em Paris, colagem com 2500 fotografias**

### **O que é?**

JR, artista urbano francês, expôs uma colagem que reúne 2500 fotografias num dos templos religiosos mais emblemáticos da cidade de Paris, o Panthéon. No âmbito da restauração do Panthéon, JR decidiu percorrer o país e fotografar indivíduos ao acaso, reunindo um acervo visual que reveste, agora, o chão do



templo. O artista urbano JR é o responsável pelo projecto global de arte urbana participativa, “Inside Out”. Também Lisboa recebeu uma intervenção semelhante na Avenida da Índia, na qual estão representados 138 retratos.

### **Porque é cool?**

Este projecto apresenta uma nova abordagem à expressão artística, que acolhe elementos do senso comum e os transforma em objecto de arte. A proposta de JR revela, por outro lado, uma narrativa associada não só ao local que acolhe a exposição, emblemático por tumular personalidades da sociedade francesa, mas também por retirar do anonimato os indivíduos representados na colagem e atribuir-lhes uma faceta icónica.



### **Tendências relacionadas:**

Graffiti e Banda Desenhada: diálogos artísticos na cidade da Amadora

Popnography

Wonderland, Experiences & Stories

Symbolic Personalization

## 8. Outputs

- Facilitar o acesso à arte através de uma plataforma online e gratuita;
- Acrescentar conhecimento no que diz respeito ao fenómeno do *Graffiti* na periferia da Grande Lisboa;
- Aumentar a actividade turística na cidade;
- Organização de eventos no âmbito do *Graffiti*: Festivais, palestras, workshops, entre outras acções;
- Produção de uma linha de *merchandising* em torno do *Graffiti* e a sua relação com a cidade da Amadora.

## 9. Insights

Os *insights* consistem nas pistas retiradas de uma manifestação emergente e que explicam o porquê daquele acontecimento ou manifestação.



As conclusões retiradas do projecto de investigação subjacente à elaboração da plataforma virtual, que reúne um acervo visual de *Graffiti*, foram as enumeradas no organigrama acima. A comunicação digital é a forma mais eficaz de adquirir projecção e reputação no universo cibernético. Esta afirmação é confirmada pela tendência “Connection, Convergence and Ergonomics”. Actualmente, o indivíduo encontra-se permanentemente conectado através dos dispositivos digitais. Assim, conclui-se que estes novos suportes de transmissão da informação condicionam a interacção do indivíduo com o outro e com o meio. Adriano Duarte Rodrigues debate esta questão na sua obra intitulada *Comunicação e Cultura: A Experiência da Cultura na Era da Informação*. O autor refere o papel dos novos media e da Internet no dia-a-dia do indivíduo e a forma como este é condicionado por estes suportes:

Os dispositivos electrónicos da informação permitem ultrapassar cada vez mais as limitações do espaço e do tempo que, até há pouco tempo, nos mantinham relativamente confinados à comunidade que nos tinha visto nascer, viver e crescer. Mas devido à abundância, à rapidez e à instantaneidade da informação, a percepção da actualidade tornou-se uma realidade cada vez mais desfasada em relação aos ritmos concretos da experiência humana que alimentam os processos comunicacionais.

(Rodrigues, 1993: 24)

De facto, a influência das novas tecnologias e suportes de transmissão da informação verifica-se em todos os níveis da sociedade, principalmente no domínio empresarial e profissional. Actualmente, uma empresa que procure ser bem sucedida no mercado terá de apostar, fortemente, numa eficaz plataforma online de promoção e divulgação da marca. Isto porque o consumidor actual encontra-se munido dos mais variados dispositivos digitais, de modo a se manter permanentemente informado ou a comunicar com os seus pares, a qualquer hora e em qualquer lugar. Por outro lado, a proliferação dos novos media e veículos de informação acompanhou a crescente valorização e progresso individual. O indivíduo actual tem por prioridade afirmar-se junto dos seus pares, seja através da sua carreira profissional ou das suas aptidões físicas e emocionais. Assistimos à recuperação de um ideal do Renascimento, o antropocentrismo, concepção que surgiu no início do século XV e que defende a valorização do indivíduo e do seu potencial nas diferentes áreas que rodeiam o mesmo. Trata-se de dotar o ser humano de qualidades que lhe permitam ser bem sucedido familiarmente, profissionalmente e fisicamente. Porém, esta dotação terá de provir do

próprio indivíduo, ou seja, este terá de contribuir individualmente para melhorar o seu meio. Esta conceptualização baseia-se numa noção capitalista do ser humano, o chamado *self-made man* preconizado pela sociedade norte-americana. Esta perspectiva entende que a progressão profissional, ascensão social e, por conseguinte, a conquista de uma estabilidade financeira serão somente concretizáveis através do contributo individual. Veja-se, por outro lado, a crescente adopção da personalização de artigos por parte das marcas, com base nos interesses e desejos do consumidor.

Esta questão é, também, visível na expressão artística. Os praticantes de *Graffiti* caracterizam-se pelo controlo e domínio que imprimem na sua actividade. A comunidade desta expressão artística constrói-se com base na hierarquização, na disputa e rivalidade entre os seus membros. Os membros da comunidade do *Graffiti* distanciam-se da sociedade que os rodeia para definirem os seus próprios padrões, técnicas e visão estética. Tal como adianta Sara Cerejo, os praticantes de *Graffiti* procuram “um universo único e privado a que apenas os *writers* têm acesso, onde apenas eles têm o controlo sobre todas as suas actividades, um espaço onde eles sejam os donos de um território/espaço social exclusivo” (Cerejo, 2007:19). De acordo com Luís Rasquilha, é no universo destas subculturas que surgem mentalidades emergentes e com potencial de adesão, no futuro, pela cultura *mainstream*: “É, portanto, nesta forma de organização social que existirá tendencialmente mais propensão ao aparecimento da diferenciação (...) o que resulta em novos estilos e novos comportamentos” (Rasquilha, 2011: 49). As expressões artísticas na cidade encontram-se em crescimento, possivelmente, devido à ausência de investimento na cultura e demais suportes. A rua ressurgiu como o “palco de expressão por excelência”, tal como outrora. Em Portugal, durante as décadas de 1980 e 1990 disseminaram-se vários movimentos de expressão artística, com ligações a entidades partidárias e de outra ordem. Estes movimentos, devido à ausência de apoios e à censura vivida na época, entendiam que a rua era o único suporte disponível para transmitirem a sua mensagem. Actualmente, a conjuntura, apesar de relativamente diferente, parece despoletar fenómenos semelhantes na cidade. Contudo, na actualidade os movimentos artístico-culturais distanciaram-se das entidades partidárias, a fim de construírem a sua própria ideologia e valores subjacentes.

Assim, conclui-se que a cidade do futuro estará cada vez mais envolvida na expressão artística e, por conseguinte, na construção de novas narrativas associadas à cidade.

## 10. Vídeo Documental: *Speaking Walls*

### 10.1. Descrição do processo

A criação de um vídeo documental surgiu no seguimento da elaboração da plataforma virtual “Cartografia do Graffiti na Amadora” e da necessidade por parte da autora deste projecto de expor o material fotográfico e vídeo, que, na sua opinião, traduz o cenário envolvente das intervenções urbanas e atribui uma voz aos autores e intervenientes. Partindo desta argumentação, a autora da presente exposição contactou diferentes artistas urbanos que estivessem disponíveis para colaborar com este projecto. Entre as entidades contactadas, a GAU (Galeria de Arte Urbana de Lisboa) foi, de facto, a que, cordialmente, anuiu ao pedido e disponibilizou os contactos pessoais dos artistas. Após este processo, iniciou-se as entrevistas com os artistas contactados para o efeito.



Figura 20 – *Frame* da entrevista ao writer NoMen, realizada na Calçada da Glória, em Lisboa.

Neste processo foram entrevistados artistas não só presencialmente, mas também por e-mail, uma vez que a sua agenda de eventos estava demasiado preenchida para um encontro presencial. Assim, procedeu-se à edição dos conteúdos, à selecção das imagens e citações, bem como de possíveis elementos para integrar a banda sonora. De modo a não violar os direitos de copyrighting dos artistas musicais, procedeu-se ao contacto com cada autor das faixas sonoras que seriam utilizadas, a fim de solicitar a autorização de utilização dos seus conteúdos. A escolha do título “Speaking Walls” prende-se com o facto de a autora deste projecto considerar que os muros, paredes e demais suportes urbanos quando intervencionados adquirem uma nova identidade e, por conseguinte,

interagem com o observador. As intervenções de *Graffiti* definem-se pela forma como provocam o público, promovendo uma reacção por parte de quem vê a peça. Assim, creio que o título traduz essa interacção. O mobiliário urbano passa, através das intervenções deste movimento artístico, a comunicar com o observador, originando uma interacção entre três intervenientes: quem vê, quem quer ser visto e o suporte da mensagem e/ou imagem. A fim de o vídeo documental obter o melhor resultado possível, foi fundamental o empenho por parte da estudante de Audiovisual e Multimédia da Escola Superior de Comunicação Social, Catarina Dias, e do estudante de Mestrado em Cultura e Comunicação pela Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Paulo Dias. Ambos prestaram apoio na edição dos conteúdos e nas filmagens dos cenários e entrevistados.



Figura 21 – *Frame* do vídeo documental intitulado “Speaking Walls”.

## 10.2 Resultado Final

A versão final do vídeo documental intitulado “Speaking Walls” traduz a reflexão crítica desenvolvida na vertente teórica deste projecto, contudo transpõe a questão canónica e aborda a prática do *Graffiti* do ponto de vista visual e documental. A autora do projecto apresentado considera que o vídeo documental elaborado reflecte o propósito deste projecto, ou seja, retirar do anonimato os autores executantes das intervenções e propor uma nova abordagem a este fenómeno, contextualizando e

problematizando a sua existência na urbanidade. Por outro lado, este vídeo documental expõe uma outra imagem do município da Amadora, associada à expressão artística e às potencialidades desta cidade no que toca à existência concreta destes fenómenos. Com a elaboração deste vídeo documental prevê-se a apresentação do mesmo em conferências e eventos públicos que permitam reconhecer dimensão do *Graffiti*, da Arte Urbana e demais manifestações nas periferias dos grandes centros urbanos e a forma como estes fenómenos condicionam as vivências e dinâmicas sociais dos locais em que se inserem.

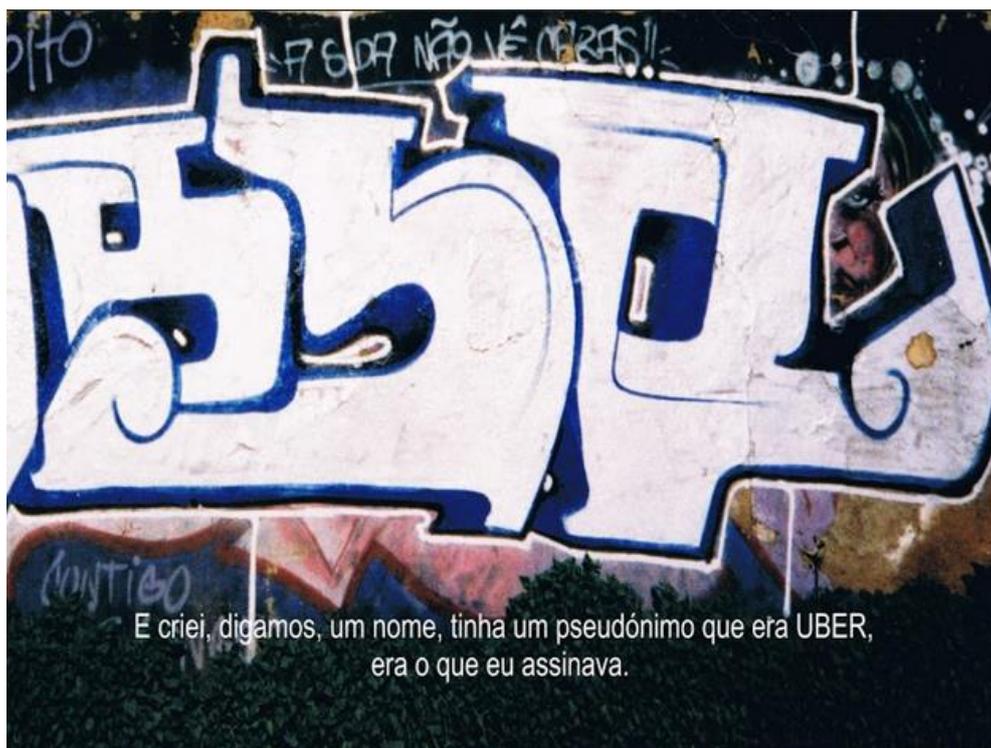


Figura 22 – Frame do vídeo documental intitulado “Speaking Walls”.

## 11. Pensar o Graffiti agora

### 11.1. Benchmark

Neste capítulo serão abordadas diferentes áreas que aplicaram o *Graffiti* nos seus projectos e segundo uma lógica de mercado especulativo. Partindo desta afirmação, enumerarei diferentes áreas disciplinares que vêem o *Graffiti* como uma abordagem criativa que poderá influenciar a sociedade, ou seja, entender o *Graffiti* enquanto valor e produto comercial. A fim de esclarecer eficazmente esta argumentação, procurei basear-me em projectos que se encontram activos, que identificam o *Graffiti* como uma tendência e que vêem nesta manifestação artística uma oportunidade de negócio ou um potencial comercial.

O Walk & Talk é um festival de arte pública, fundado em 2011 e realizado anualmente nos Açores. Este projecto tem por objectivo desafiar artistas de Arte Urbana a desenvolverem actividades que promovam o diálogo com a comunidade local. Os artistas convidados do Festival apresentam as suas obras em exposições colectivas, performances, concertos, workshops e outros encontros temáticos. As peças devem estar de acordo com as particularidades da geografia e arquitectura local. Segundo o artigo do jornal Açoriano Oriental, o Festival, que comemora este ano a sua 4ª edição, “destacou-se pela criação de um museu ao ar livre, com obras inéditas de mais de três dezenas de

artistas portugueses e estrangeiros e a participação da população local”.<sup>45</sup> Por outro lado, surgiu, em 2011, na Covilhã o WOOL – Festival de Arte Urbana da Covilhã, com a proposta de dinamizar o interior do país e com o objectivo de tornar esta cidade um pólo de referência no circuito nacional de Arte Urbana. O Festival transitou há cerca de dois anos para o complexo criativo LX Factory, espaço no qual tem realizado várias intervenções.



Figura 23 – Peça realizada, em Ponta Delgada, pelo artista urbano Eime, durante a edição de 2011 do Festival Walk&Talk Azores.



<sup>45</sup> Lusa, internac  
<http://www.internac>

*Figura 24* – Peça localizada na Covilhã e da autoria do colectivo de artistas urbanos ARM Collective, durante a edição de 2011 do WOOL – Festival de Arte Urbana da Covilhã.

Recentemente, a organização do Festival Internacional de Banda Desenhada da Amadora, ou Amadora BD, estabeleceu uma parceria com a Galeria de Arte Urbana, organismo do Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal de Lisboa, no âmbito das comemorações da 23.<sup>a</sup> edição do Festival, em 2012. De acordo com a Galeria de Arte Urbana, a finalidade desta iniciativa foi associar “as figuras que habitam o universo da BD às personagens que frequentam a *street art*”<sup>46</sup>. No âmbito desta acção, foi estabelecida, ficticiamente, uma ponte entre a cidade de Lisboa, que recebeu, no Largo da Oliveirinha, a intervenção por parte do artista de Banda Desenhada Richard Câmara, local no qual o ilustrador evocou “uma das mais simbólicas figuras do universo comics – um Mickey Mouse (...) com um nariz pinoquiano de onde descolam aviões”, e a Amadora, que acolheu um mural executado pelo artista urbano AkaCorleone, mural esse que exhibe uma paleta de cores frenética e no qual é visível “a ausência de contorno, as manchas monocromáticas e as transparências, os padrões abstratos, as setas, o “BANG”, [que] parecem problematizar o que em Corleone deriva do graffiti, da serigrafia, da BD, talvez até da pintura cubista.”<sup>47</sup> Esta iniciativa foi o primeiro passo dado pela Câmara Municipal da Amadora em fundir a Arte Urbana e a Banda Desenhada, proporcionada pelo interesse público e institucional manifestado em relação a estas expressões visuais. Futuramente, o município avançará com mais um projecto neste âmbito. O objectivo por parte do município prende-se com o desenvolvimento de acções de promoção da Banda Desenhada, através da Arte Urbana, de modo a tornar a cidade atractiva do ponto de vista artístico-cultural, bem como referenciar a Amadora

---

<sup>46</sup> Machado, Inês et al. “Festival Amadora BD.” *GAU* 02 Abril (2013) : 02. Impresso.

<sup>47</sup> *Ibidem*.

enquanto pólo criativo e pioneiro na fusão da Banda Desenhada com a Arte Urbana em Portugal.



Figura 25 - *It All Falls Down* (2012). Peça realizada pelo artista urbano AkaCorleone no âmbito da 23.<sup>a</sup> edição do Festival Amadora BD e localizada na fachada do Fórum Luís de Camões, Amadora.

Por outro lado, Lisboa receberá, em Julho de 2014, a conferência internacional “Lisbon Street Art and Urban Creativity: International Conference”, que terá um painel de oradores especialistas nacionais e internacionais em fenómenos artísticos na urbanidade. As palestras e encontros no âmbito da Arte Urbana e do *Graffiti* têm proliferado na cidade de Lisboa e, recentemente, na cidade do Porto, com o investimento por parte da autarquia em ações e eventos subentendidos a esta temática.

Veja-se, ainda no âmbito disciplinar, a variedade de workshops de Arte Urbana e de *Graffiti* disponibilizados por galerias, escolas profissionais, e lojas alusivas a estas expressões artísticas. Como é o caso da Primeira Arte Shop&Gallery que possui, não só, uma galeria de exibição de ilustrações, esculturas, quadros e instalações de arte urbana mas que também comercializa artigos de moda, como vestuário ou relojoaria, personalizados e exclusivos. O franchising Montana Shop&Gallery Lisboa é, igualmente, exemplar nesta questão devido ao seu reconhecimento no universo da cultura urbana em Portugal. O espaço recebe exposições e instalações de vários artistas nacionais e internacionais e comercializa artigos personalizados pelas celebridades do *Graffiti* em Portugal, como é o caso do artista urbano Vhils. Já o espaço *Station*, primeira loja em Portugal de cultura urbana e fundada pelo artista de *Breakdance* conhecido pelo pseudónimo B-Boy Fox, em 1997, permanece enquanto local de culto de artistas e interessados na prática de manifestações na urbanidade em Portugal.

Contudo, o caso mais aclamado na questão da transição do *Graffiti* e da Arte Urbana para o mercado especulativo será o do artista Shepard Fairey, conhecido mundialmente por ser o designer da marca OBEY Clothing. O frenesim em torno de Shepard Fairey começou quando este decidiu criar um autocolante com a inscrição “OBEY”, em 1989, enquanto estudava na Escola de Design de Rhode Island, nos Estados Unidos da América. Em 2001, esta criação por parte de Shepard Fairey resultou num fenómeno mundial baseado numa política de DIY (Do It Yourself) e apoiado na subcultura *punk*.



Figura 26 – Design e artigos de moda comercializados pela marca de cultura urbana OBEY.

A campanha OBEY inspirou-se, igualmente, em símbolos da cultura popular como a massificação dos produtos culturais e a reprodução em série, e alude ao mercado especulativo tendo em conta o marketing comercial e a propaganda política. A influência da subcultura *punk* na marca OBEY reside, sobretudo, no conceito de

bricolage. Segundo Marita Sturken e Lisa Cartwright, na sua obra intitulada *Practices of Looking: An Introduction to Visual Culture*, o termo bricolage consiste no seguinte:

The practice of working with whatever materials are at hand, “making do” with what one has. The punk practice of wearing safety pins as body ornamentation is an example of bricolage. One origin of the term (...) is derived from the anthropologist Claude Lévi-Strauss in reference to how so-called primitive cultures differ in their processes of meaning making from dominant colonial cultures.

(Sturken e Lisa Cartwright, 2009: 433)

Já Chris Barker entende o termo bricolage como um fenómeno da cultura pós-moderna<sup>48</sup> e observável em diferentes vertentes culturais, como o cinema, a arquitectura, o design ou a música:

“The rearrangement and juxtaposition of previously unconnected signifying objects to produce new meanings in fresh contexts. A process of re-signification by which cultural signs with established meanings are reorganized into new codes of meaning”

(Barker, 2008: 475)

Neste âmbito, as autoras Marita Sturken e Lisa Cartwright discutem o termo pós-modernismo e a sua influência no mercado da arte e no marketing publicitário. Partindo da argumentação das autoras, é possível constatar que as subculturas surgiram, em simultâneo, com a consolidação da pós-modernidade, já que este conceito se apoia numa visão disruptiva para com os padrões dominantes e propõe uma visualidade baseada na desconstrução do senso comum:

In terms of its [postmodernism] application to art and visual style, postmodernism is a set of trends in the art world in the late twentieth century that question, among other things, concepts of authenticity, authorship, and the idea of style progression.

(Sturken e Cartwright, 2009: 454)

---

<sup>48</sup> Segundo Marita Sturken e Lisa Cartwright o termo pós-modernismo ou pós-modernidade “is a term used to capture life during a period marked by radical transformation of the social, economic, and political aspects of modernity (...) It describes a set of social, cultural, and economic formations that have occurred “post” or after the height of modernity and that have produced both a different worldview and different ways of being in the world than was the case in modernity. (...) The concept is also used to describe particular styles in art, literature, architecture, and popular culture that engage in parody, bricolage, appropriation, and ironic reflexivity, as if there is nothing truly new to say, no ultimate knowledge to reveal” (Sturken e Cartwright, 2009: 454).

Ainda no seguimento da premissa anterior, Chris Barker sublinha o carácter disruptivo da cultura pós-moderna, acrescentando o seguinte: “Postmodern culture is marked by the blurring and collapse of the traditional boundaries between culture and art, high and low culture, commerce and art, culture and commerce” (Barker, 2008: 202). Pelo contrário, Gilles Lipovetsky e Jean Serroy afirmam, na obra intitulada *A Cultura-Mundo: Resposta a uma Sociedade Desorientada*, que estamos perante a hipermodernidade que, apesar de se sustentar nas condicionantes apresentadas por Chris Barker, é uma época marcada pelo poder económico e orientada segundo uma lógica sobretudo especulativa: “Na época da hipermodernidade, é a economia e o seu poder multiplicado que se impõem como instância principal de produção cultural” (Lipovetsky e Serroy, 2008: 20). Gilles Lipovetsky e Jean Serroy acrescentam o papel dos novos *media* nesta conjuntura sociocultural, referindo que a sociedade hipermoderna é sustentada por estes novos instrumentos de comunicação, que dominam a interacção e relação humanas: “os *media* e o ciberespaço se tornam instrumentos primordiais do relacionamento com o mundo e através deles se afirmam novas formas de vida transnacional e novas percepções do mundo” (Lipovetsky e Serroy, 2008: 19).

Assim, conclui-se que a apropriação do *Graffiti* para fins comerciais se encontra em crescimento. Por um lado, o aproveitamento mediático da prática tem permitido promover e divulgar artistas através da sua integração nas galerias de arte, nos anúncios publicitários ou nos festivais. Por outro lado, os artistas e a prática em si tornam-se parte de um mercado especulativo, que não tolera falhas e que exige um determinado padrão ou ordem. Deste modo, a prática do *Graffiti* vê-se condicionada e controlada pelo mercado, impedindo a criatividade e liberdade artística que a definiam à partida. Esta nova realidade da prática artístico-cultural poderá constituir uma ameaça à criatividade e originar uma uniformização e homogeneidade cultural.

## **11.2. Amadora: Projectos para o futuro?**

No presente subcapítulo importa lembrar, antes de mais, os projectos que envolveram o reconhecimento do *Graffiti* e a utilização desta prática como forma de melhorar a paisagem urbana, neste caso na cidade da Amadora. Para tal, é incontornável não abordar a proposta por parte das Estradas de Portugal, em 2010, e que consistiu na pintura de quatro extensões murais da Circular Regional Interior de Lisboa

(IC17/CRIL), no sublanço entre a Buraca e a Pontinha. A iniciativa procurou legalizar o Graffiti enquanto prática artística no meio urbano, através da redução do *Bombing*<sup>49</sup> e da limpeza da via pública. A acção foi realizada em parceria com a Câmara Municipal da Amadora e o colectivo GRAAU, grupo composto por artistas urbanos, que entretanto terá sido extinto, e teve lugar entre Novembro e Dezembro de 2010. Através da divulgação de um concurso público, foram contactados diferentes artistas urbanos para “decorar” os viadutos desta circular. Os murais em *Graffiti*, alusivos à temática da Banda Desenhada, foram submetidos à apreciação de um júri que, posteriormente, deliberou o vencedor do concurso. Paralelamente, a iniciativa esteve associada à celebração da 21.ª Edição do Festival Internacional de Banda Desenhada da Amadora. Isto porque os murais estão localizados nos troços concernentes ao território geográfico do município em causa. O objectivo por parte das Estradas de Portugal foi transformar as vias rodoviárias em galerias de arte ao ar livre, bem como retardar a degradação destes troços. Esteve, igualmente, subjacente a esta acção a promoção da cidadania, através da expressão artística associada à urbanidade, e a redução do impacto negativo deste tipo de infra-estruturas na cidade, patente na poluição visual que as caracteriza.



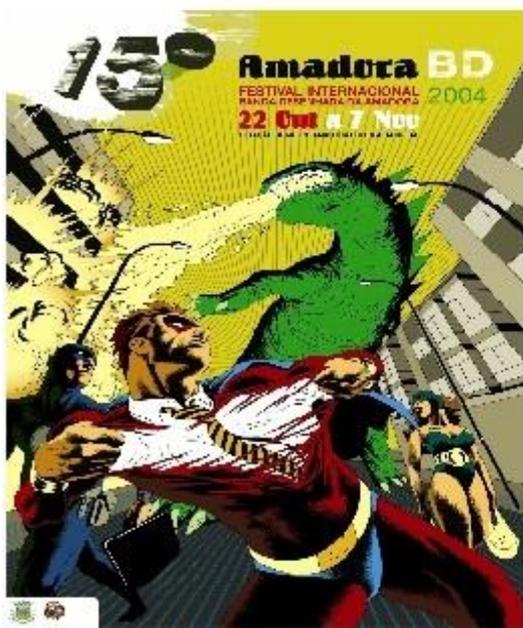
Figura 27 – Mural da autoria do artista urbano VILE, realizado no âmbito da iniciativa das Estradas de Portugal, em parceria com a Câmara Municipal da Amadora, em 2010.



<sup>49</sup> De  
entar  
comb

*Figura 28* – Mural da autoria de KREYZ, realizado no âmbito da iniciativa da Estradas de Portugal, em parceria com a Câmara Municipal da Amadora, em 2010.

Futuramente a cidade receberá mais uma proposta, mas desta vez, por parte da APAURB (Associação Portuguesa de Arte Urbana) e do designer urbano Pedro Soares Neves. A acção consiste na pintura de empenas de edifícios devolutos e muros, em três das principais ruas do município: Rua Gonçalves Ramos, Av. D. Filipa de Lencastre e Estrada de Queluz. De acordo com Pedro Soares Neves no documento intitulado “Proposta de projecto para pinturas murais (Arte Urbana) alusivas ao AMADORA BD - Festival Internacional de Banda Desenhada da Amadora”, existiu a preocupação em procurar “estabelecer relações entre o território e as ilustrações, relações assentes em factores formais oriundos do território e da ilustração, acompanhadas por adições de cor e forma com os propósitos de ajudar à relação entre ilustração e local de implementação assim como o sentido de continuidade e relação com o entorno”. Esta iniciativa propõe



a pintura de mobiliário urbano, através da reprodução de elementos provenientes das ilustrações dos cartazes de todas as edições do Festival Amadora BD. As ilustrações serão adaptadas aos suportes em causa e às especificidades do território. Esta acção vem no seguimento do investimento delegado ao Festival Amadora BD por parte da Câmara Municipal da Amadora, sendo que o objectivo será dinamizar e divulgar o Festival de modo a projectar este evento e, por conseguinte, o município.

*Figura 29* – Protótipo: adaptação do cartaz da 15.<sup>a</sup> edição do Festival Amadora BD na empena de um edifício devoluto da Rua Gonçalves Ramos, na Amadora.

## 12. Reflexão Conclusiva

Sharon Zukin afirma, na sua obra intitulada “Space and Symbols in an Age of Decline”, que a cidade actual é um local favorável a relações simbólicas e a disputas que envolvam a representação e a luta pelo poder:

To ask ‘whose city?’ suggests more than a politics of occupation; it also asks who has the right to inhabit the dominant image of the city. This often relates to real geographical strategies as different social groups battle over access to the center of the city and over symbolic representations in the center.

(Zukin, S, 1996: 43)

No caso das periferias, poder-se-á dizer que são propícias ao aparecimento de fenómenos urbanos associados à expressão cultural e artística, porque se encontram delimitadas pelas disputas territoriais e simbólicas entre os seus habitantes. A prática da Arte Urbana e, sobretudo do *Graffiti*, reflecte esta questão, uma vez que ambas surgiram no interior das rivalidades entre gangs e grupos urbanos. Estas disputas originaram fenómenos artísticos que alteraram, significativamente, a fisionomia das cidades, que até à década de 1970 se definia pela arquitectura funcionalista e de carácter uniforme. O município da Amadora ao qual é dedicada uma análise profunda ao longo deste projecto, exemplifica esta afirmação uma vez que alberga várias comunidades interculturais. A multiculturalidade e a desigualdade social patente nestes locais são factores que inspiram os artistas urbanos do ponto de vista estético e emocional. Estas

assimetrias sociais constituem um aspecto fundamental para a concepção artística no âmbito do *Graffiti*.

Assim, poder-se-á afirmar que o *Graffiti* se assume, frequentemente, como um acto político, na medida em que representa, através de uma mensagem, os anseios e reivindicações dos seus executantes e do meio que os envolve. Neste ponto, o *Graffiti* enquanto manifestação artística adjudica-se como uma prática altamente politizada, que em Portugal, teve a sua origem na actividade político-partidária e contestação social.

A fusão demonstrada entre a Arte Urbana e a Banda Desenhada proporciona-se por ambas provirem do mesmo momento histórico. Ambas resistiram ao domínio e à subjugação cultural, artística e ideológica e afirmaram-se enquanto movimentos de defesa da liberdade criativa. Apesar de serem concretizadas no anonimato procuram, ainda que de forma implícita e não declarada, o reconhecimento por parte do público. No caso do *Graffiti*, o pulsar urbano impulsiona a sua prática, já a Banda Desenhada permanece no limbo entre a realidade e a ficção. Ainda que consideradas manifestações ambíguas, o *Graffiti* e a Banda Desenhada procuram reinventar-se continuamente e, sobretudo, questionar os cânones artístico-literários e atenuar a dicotomia entre arte e “não-arte”.

### 13. Referências Bibliográficas

- Andrade, Pedro de., Marques, Carlos Almeida; Barros, José da Cunha (Coord.) (2010). *Arte Pública e Cidadania: Novas leituras da cidade criativa*. Sintra: Caleidoscópio;
- Appadurai, Arjun (2004). *Dimensões Culturais da Globalização: A modernidade sem peias*. Tradução de Telma Costa. Lisboa: Editorial Teorema.
- Augé, Marc. (2005) *Não-Lugares: Introdução a uma Antropologia da Sobremodernidade*. Tradução de Miguel Serras Pereira. Lisboa: 90 Graus Editora.
- Barker, Chris (2008). *Cultural Studies: Theory and Practice*. London: Sage Publications.
- Campos, Ricardo (2010). *Porque Pintamos a Cidade?: Uma Abordagem Etnográfica do Graffiti Urbano*. Lisboa: Fim de Século.
- Cerejo, Sara (2007). *Risco e identidade de género no universo do graffiti*. Lisboa: Edições Colibri.
- Eco, Umberto (1987). *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Editora Perspetiva.
- Fortuna, Carlos (Org.) (2001). *Cidade, Cultura e Globalização: Ensaios de Sociologia*. Oeiras: Celta Editora.
- Gelder, Ken, Sarah Thornton (2005). *The Subcultures Reader*. New York and Canada: Routledge.
- Giddens, Anthony (1993). *Sociology*. Oxford: Polity Press.

- Gomes, Pinheiro Nelson e Ana Filipa Francisco (2013). *Introdução aos estudos de tendências: conceitos e modelos*. Estoril: Trends Research Center.
- Hall, Stuart (2003). *Da Diáspora: Identidades e Mediações Culturais*. Tradução de Adelaine La Guardia Resende, Ana Carolina Escosteguy, Cláudia Álvares, Francisco Ruduger, Sayonara Amaral. Belo Horizonte: Editora UFMG.
- Hebdige, Dick (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. London and New York: Routledge.
- Innerarity, Daniel (2010). *O Novo Espaço Público*. Lisboa: Editorial Teorema.
- Kemp, Martin (2000). *História da Arte no Ocidente*. Lisboa: Editorial Verbo.
- Kerrien, Fanny et Jean Auquier (2013). *L'invention de la Bande Dessinée: Dossier pédagogique*. Belgique: Centre Belge de la Bande Dessinée;
- Lin, Jan, Christopher Mele (2012). *The Urban Sociology Reader*. London and New York: Routledge.
- Lipovetsky, Gilles (2010). *A Felicidade Paradoxal: Ensaio sobre a Sociedade do Hiperconsumo*. Lisboa: Edições 70.
- Moore, Miguel (2010). *Underdogs*. Lisboa: Vera Cortês: Agência de Arte.
- Rasquilha, Luís (2011). *Tendências e Gestão da Inovação: Como Aplicar as Tendências na Estratégia de Inovação Empresarial*. Oeiras: Verlag Dashöfer Portugal.
- Rodrigues, Adriano Duarte (1993). *Comunicação e Cultura: A Experiência da Cultura na Era da Informação*. Lisboa: Editorial Presença.
- Santos, Helena, Nelson Dona e Ana Cardoso (2006). *Práticas na Banda Desenhada: Os visitantes do 16.º Festival Internacional de Banda Desenhada da Amadora*. Porto: Edições Afrontamento.
- Sturken, Marita, Lisa Cartwright (2009). *Practices of Looking: Na Introduction to Visual Culture*. Oxford and New York: Oxford University Press, 2009.
- Waclawek, Anna (2011). *Graffiti and Street Art*. London and New York: Thames and Hudson;
- Zukin, Sharon (1996). "Space and Symbols in an Age of Decline" in A.D. King (ed.) *Re-presenting the City*. London: Macmillan.

Outros materiais utilizados:

- *Bomb it* (2007). Documentário realizado por Jon Reiss. USA: Antidote Films.
- Entrevista a Carlos Almeida, Antropólogo e Representante do Partido Comunista Português na Assembleia Municipal da Câmara Municipal da Amadora (realizada no dia 13 de Março de 2014).
- Entrevista via telefone a António Alves, pintor muralista português e membro do CEOML (Centro de Estudos Operários – Memória Laboral) (realizada no dia 14 de Abril de 2014).
- Entrevista presencial ao artista urbano Nuno Reis (pseudónimo NoMen) (realizada no dia 14 de Abril de 2014).
- Entrevista presencial ao artista urbano Slap (realizada no dia
- *Conferência Artes por Abril: 40 obras*. “Cartazes e Muros de Abril: Conversa com Augusto Araújo”. Lisboa: Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa. (realizada no dia 02 de Abril de 2014).
- Entrevista realizada via e-mail ao artista urbano SalDoce, no dia 20 de Maio de 2014;
- Entrevista realizada presencialmente ao artista urbano Odeith, no dia 02 de Julho de 2014;
- Dicionário Online acessado no dia 02 de Janeiro de 2014: <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=geek>.
- Bernarda, Tiago. “A Banda Desenhada Nunca Vai Morrer.” *Público*, 21 de Novembro, 2013, sec. Cultura. Online. <http://www.publico.pt/cultura/noticia/a-bd-independente-portuguesa-dentro-e-fora-das-prateleiras-1613246#/3> (Acedido em 19 de Dezembro de 2013).
- Gavin, Francesca. “20 Q&AS: Steve Lazarides.” *Dazed & Confused Digital*, Outubro, 2012. <http://www.dazeddigital.com/artsandculture/article/11558/1/20-qas-steve-lazarides> (Acedido a 28 de Dezembro de 2013).
- Hays, Constance L. “Jean Basquiat, 27, An Artist of Words And Angular Images” *New York Times*, 15 de Agosto, 1988. <http://www.nytimes.com/books/98/08/09/specials/basquiat-mag.html> (Acedido a 20 de Março de 2014).
- Lusa, AO Online, Regional. “Festival “Walk&Talk” aposta no “talento açoriano” depois da internacionalização” *Açoriano Oriental Online*, 05 de Maio,

- 2014 <http://www.acorianooriental.pt/noticia/festival-walk-talk-aposta-no-talento-acoriano-depois-da-internacionalizacao> (Acedido a 20 de Maio de 2014).
- Machado, Inês et al. “Festival Amadora BD.” *GAU* 02 Abril (2013). Impresso.
  - Ohlson, Kristin. “Reading the Writing on Pompeii’s Walls” *Smithsonian Magazine*, 27 de Julho, 2010. <http://www.smithsonianmag.com/history/reading-the-writing-on-pompeii-walls-1969367/?no-ist> (Acedido a 08 de Maio de 2014).
  - Palmer, Tim. “Changing the world, step by step, geek by geek.” *Inferno Group*, 28 de Agosto, 2013. <http://www.inferno-group.com/blog/changing-the-world-step-by-step-geek-by-geek-2/> (Acedido a 27 de Março de 2014).
  - Silva, Graciosa. “Murais políticos continuam [a ser] forma de passar mensagens.” *Diário de Notícias*, 04 de Novembro, 2012. [http://www.dn.pt/inicio/portugal/interior.aspx?content\\_id=2864894&page=-1](http://www.dn.pt/inicio/portugal/interior.aspx?content_id=2864894&page=-1) (Acedido a 22 de Dezembro de 2013).

## **14. Anexos**

**Entrevista realizada presencialmente ao Pintor Mural Português António Alves, no dia 14 de Abril de 2014**

1- Como caracteriza a pintura mural política em Portugal?

A pintura mural política teve a sua evolução a partir do 25 de Abril de 1974. Fazia a pintura, *Graffiti*, as pinturas rápidas com slogans contra a Guerra Colonial, contra a situação de repressão que havia no país. No fundo, o objectivo era a defesa da liberdade, através de pinturas rápidas nas ruas e em zonas de confluência, desde fábricas, escolas, praças principais das cidades, era onde se fazia esse tipo de intervenções. E depois houve um processo evolutivo, portanto começou-se a fazer os *stencils*, primeiro a uma cor e depois a várias cores e passado algum tempo é que se começou a fazer os próprios murais. As pinturas murais que caracterizaram os anos do pós-revolução, portanto 1975, 1976. Nestes murais, a qualidade foi evoluindo com a experiência dos executantes. Claro que quando a Revolução se concretizou e é aceiteada depois com golpes e contra-golpes, o mural político foi definhando. Ao longo dos anos 1980 e 1990, fizeram-se alguns murais e houve depois largos períodos em que se deixou de fazer murais. Só há pouco tempo é que se retomaram novamente os murais, alguns deles feitos com técnicas novas, principalmente dentro do *Graffiti*, alguns deles até bastante expressivos. Recordo-me do que foi feito nas Amoreiras e onde surgia a Merkle. Hoje não há assim muitos murais, o que também reflecte um pouco a actividade política, porque não há grandes empenhamentos por parte da população apesar das condições terríficas verificadas na situação política e que afectam as pessoas no seu dia-

a-dia. Esta forma de expressão não é tão corrente, diria, embora se note um crescendo na actividade de expressão do mural político.

2 – Houve uma transição do mural político para o *Graffiti*?

Há o *Graffiti* como é hoje executado mas ainda há o mural político porque os partidos ainda executam murais. Estou a lembrar-me do PCP [Partido Comunista Português], do Bloco de Esquerda, são duas organizações que ainda hoje fazem murais na periferia das grandes cidades e ainda recorrem às velhas técnicas embora existam jovens dentro da Arte Urbana que executam murais por iniciativa própria e inseridos nos movimentos sociais dos quais fazem parte, ou por auto-iniciativa. Até porque há muitos *stencils* nas cidades que espelham a crítica social e política ou o próprio sistema. Há uma conjugação de artes e empenhamentos que leva a que haja espaço para essas formas. Há uma concordância face a uma situação social e política que leva a que as pessoas expressem a sua revolta nas mais variadas formas. A actividade artística pode espelhar também isso, através do *Graffiti*, do mural, de um slogan simples, de um *stencil*. Não com as dimensões que deveriam ser face ao volume de situações nefastas, leis que são promulgadas diariamente pelo Parlamento que fazem regredir as condições de vida e a qualidade de vida das pessoas, promovem a ausência de saúde, da cultura, da educação. Situações que justificavam mais actos. Mesmo assim assiste-se a um certo caudal de revolta, de repulsa pelo actual quadro do país face às condições miseráveis que foram ditadas através dos acordos com a Troika.

3 – Considera que a utilização das ruas enquanto suporte para a transmissão de uma mensagem política é eficaz?

Sim, porque a rua é o meio privilegiado daqueles que não têm dinheiro. As ruas são o palco dos mais desfavorecidos, são o local onde podem fazer eco das suas posições, dos seus anseios. Porque nos canais de televisão é o poder económico que domina, nos jornais são os bancos, são as companhias de seguros, são os grandes *lobbies* do poder económico, isso associado aos formadores de opinião que estão todos os dias na televisão, que são sempre os mesmos, e relacionados com os dois grandes partidos que estão no centro do poder, naturalmente as pessoas têm de se socorrer de outros meios. O mural e o *Graffiti* são formas legítimas de expressar pontos de vista.

4 – Que benefícios derivaram das intervenções murais? Este tipo de actividade contribuiu para despertar consciências?

Eu acho que a pintura mural é uma forma de expressão, de passar uma ideia, uma atitude política em relação à situação actual, quer em relação ao passado quer em relação ao presente. Quem diz a pintura mural, diz o teatro porque havia teatro de intervenção nas bibliotecas operárias, nas associações. Tudo isto teve um papel muito importante na evolução do estado de consciência das pessoas. Até ao 25 de Abril de 1974 havia já muita gente esclarecida e identificada com os problemas do país e que se regia em virtude dos seus conhecimentos, do seu grau de consciência. Os murais também reflectem isso. Em 1974, 1975 tinha uma finalidade e depois deixou de ter essa finalidade para passar a ter outras nuances relacionadas com o actual momento. Actualmente temos outras situações e algumas idênticas, nomeadamente a repressão visível na penalização forte da pintura mural nas ruas, com leis completamente anti-democráticas que não abonam nada à liberdade. O *Graffiti* ou a pintura mural é uma coisa marginal, algo que é completamente absurdo. Porque marginal é sim um sistema que mata os seus cidadãos, que expulsa os jovens do país, as coisas deveriam estar colocadas neste patamar e não noutra.

5 – Hoje em dia, que perspectiva tem da pintura mural?

Acho que houve uma aprendizagem com o passado. Há uma justificação plena para a existência da pintura mural e do *Graffiti* interventivo face ao pano de fundo social e político que vivemos no país. Houve um mural que fizemos em Alcântara para iniciar o projecto “40 Anos, 40 Murais”, que representa não só elementos do passado, nomeadamente painéis associados à repressão, à descolonização, à censura de murais que existiam e que foram, posteriormente, repostos, mas também aspectos do presente, desde a luta dos estivadores, da austeridade, da luta contra a Troika, contra a corrupção. Portanto há paralelos entre o passado e o presente e daí justificar-se a criatividade, o empenho dos muralistas, dos *graffiters*. Significa que estamos vivos e que não estamos disponíveis para sermos classificados conforme o sistema pretende. As pessoas podem exprimir-se através destas formas.

6 – Fale um pouco da iniciativa intitulada “40 Anos, 40 Murais”?

“40 Anos, 40 Murais” foi uma ideia pensada por mim há alguns meses. É uma ideia que não é concretizável por uma pessoa só e daí ter-me socorrido de contactos, nomeadamente amigos ligados a associações, numa perspectiva de fazer um trabalho, com a mobilização de artistas, voluntários, parceiros e associações. É um projecto de todos e que é obra de todos os que participam porque o baluarte desta actividade vai ser o lançamento de um livro que sintetize todo o trabalho realizado durante estes largos meses, já que este projecto vai continuar até ao final do mês de Outubro. Na sequência disso foram efectuados contactos, nomeadamente as parcerias com o CEOML [Centro de Estudos Operários – Memória Laboral], que é um centro documental que descreve a história do país nestas últimas décadas através de materiais panfletários e de fotografias dos murais, com a APAURB [Associação Portuguesa de Arte Urbana], e outros parceiros locais, que estão a assumir murais próprios mas associados ao projecto “40 Anos, 40 Murais”, bem como voluntários e artistas convidados. Por exemplo o mural realizado em Alcântara mobilizou cerca de 67 pessoas, entre voluntários e artistas. Isto reflecte o envolvimento e empenhamento de pessoas que, em certos casos, nunca tinham pintado e que se identificaram com o projecto. Houve uma aproximação de voluntários muito grande e isso é muito gratificante. Portanto as pessoas têm consciência e inserem-se nesta obra. Eu acho que é um projecto vencedor, uma vez que já concretizou um grande mural, com cerca de 105 metros de comprimento por 6,5 metros de altura, ou seja, cerca de 600 metros quadrados de mural, 21 painéis. É um projecto que não é apoiado institucionalmente, cujos dinheiros gastos foram obtidos pelos próprios activistas, que elaboraram uma campanha de angariação de fundos através da venda de *pins*, camisolas e outros objectos, e das associações locais. Este projecto é importante porque defende a luta pela liberdade de expressão, porque associa as artes da pintura mural e da Arte Urbana, porque é inter-geracional, já que mobilizou pessoas de todas as idades. Há uma passagem de testemunho neste projecto, visível no número significativo de voluntários e artistas que nasceram depois do 25 de Abril de 1974 e que se identificaram com o projecto.

**Entrevista realizada por e-mail ao artista urbano Aka Corleone, no dia 14 de Novembro de 2013**

**1- Em que contexto surgiu o seu interesse por este tipo de arte?**

O meu interesse pela arte surgiu cedo influenciado pelo meu pai que é escultor e rapidamente me inculuiu o gosto pela criação, pelas diferentes disciplinas das artes visuais...Mais tarde na minha adolescência interessei-me pelo graffiti, que me ocupou toda a adolescência até aos 25 anos, surgindo naturalmente o interesse pela arte urbana e muralismo.

**2- Tem formação na área ou adquiriu as técnicas necessárias através da experiência?**

A minha formação académica é como designer gráfico, que me abriu alguns horizontes, mas aprendi, maioritariamente, pela "escola" do graffiti e pela minha vontade de ser melhor e aprender outras técnicas, experiências que nunca conseguiria aprender na Faculdade.

**3- Exerce este tipo de arte enquanto profissão?**

Sim, divido o meu trabalho entre ilustração e muralismo.

**3- Como surgiu o convite por parte da GAU, em colaboração com o Festival Internacional de BD da Amadora, para a execução do mural?**

Já trabalhei diversas vezes com a GAU, este convite surgiu depois de uma colaboração com a GAU no Elevador da Glória, onde estão os painéis da GAU, onde illustrei um

painel com uma intervenção muito próxima dos *Comics*, da banda desenhada, sendo essa a razão pela qual a GAU achou que fazia sentido a pedido da organização do Festival Amadora BD, escolher-me para intervir no mural do festival.

**4 - Qual o balanço que faz dessa colaboração e da experiência na cidade?**

Este é um dos meus murais preferidos. Em primeiro lugar porque sempre fui um frequentador deste festival, sou muito influenciado pela banda desenhada e sigo de perto este mundo, por isso era uma honra colaborar com o festival. Em segundo lugar porque foi um mural no qual desenvolvi um estilo que ainda não tinha transportado para uma parede e foi um processo que me deu bastante satisfação. Relativamente à cidade admito que tive pouco contacto, porque o dia era todo passado em frente ao muro, mas o feedback foi sempre positivo e a interacção com quem passava era sempre interessante.

**6 - Considera que esta arte ainda se encontra associada à marginalidade e clandestinidade?**

Não, acho que esse é um conceito retrógrado e preconceituoso, é uma abordagem simplista e que não revela nada a realidade associada com este movimento de arte urbana. Aliás, as cidades mais cosmopolitas cada vez procuram mais ser associadas com este movimento contemporâneo e vanguardista, em que os artistas comunicam com a cidade, ajudam a dar vida a prédios devolutos, atraem turismo, promovem o diálogo. A noção de arte urbana= vandalismo é uma visão medieval desta corrente artística e a prova disso é a crescente interacção, em grande escala, de artistas com as cidades.

**Entrevista realizada por e-mail ao artista urbano Eko, no dia 18 de Novembro de 2013**

**1 - Em que contexto surgiu o teu interesse por este tipo de arte?**

O meu interesse surgiu no ano de 1997, ano esse que se assistia a um grande boom da cultura hip-hop, desse boom surgem muitas crews e muitos writers. Eu fui um deles, surji no seio de uma das crews mais antigas de Portugal, GVS, que actualmente está activa, com writers espalhados por todo o mundo.

**2 - Tens formação na área ou adquiriste as técnicas necessárias através da experiência?**

Não existe qualquer tipo de formação para o Graffiti, Graffiti é feito na rua, a sua aprendizagem é na rua, todas as técnicas e experiência que se adquirem no graffiti depende do empenho de cada writer. Não há curso nem aulas de graffiti.

**3 - Exerces este tipo de arte enquanto profissão?**

Não pinto para viver, eu vivo para pintar

**4 - Qual a tua ligação à cidade da Amadora?**

Sou residente na Venda-Nova desde 1983.

**5 - Onde estão localizados os murais que executaste na cidade?**

A maior parte dos murais estão situados na Venda-Nova e Alfoanelos, essa duas freguesias sempre tiveram boas condições para se poder pintar

**6 - Consideras que esta arte ainda se encontra associada à marginalidade e clandestinidade?**

Considero que o Graffiti é uma arte urbana, e como tal será sempre vista a margem da lei, para se poder julgar ou estereotipar tem que se ter conhecimento de causa. Não considero que o Graffiti seja de todo uma arte que se possa considerar marginal ou clandestina, vejamos que hoje em dia essa opinião está a mudar, se bem que será um tema muito controverso.

**7 - Concordas que a cidade da Amadora tem potencial para implementar um projecto deste género?**

A cidade da Amadora, tem muitas potencialidades para receber vários eventos e projectos relacionados com Graffiti, tem murais enormes que se podem aproveitar e desenvolver pinturas relacionadas com a cidade e/ou com a/as freguesias intervenientes.

**Entrevista realizada por e-mail ao artista urbano SalDoce, no dia 20 de Maio de 2014**

“O *Graffiti* para mim é tudo o que eu imagino de bem-estar. É tudo o que toda a gente que pinta acha, juntando a isso a minha liberdade. Agarrar em latas e ir para uma parede e ver traços finos e grossos a surgir, cores e mais cores, alegria e prazer em formas e traços. O gosto de ter a tinta a sair pelo *Cap* [pulverizador] e sentir aquela vibração da lata na mão sabendo que dali vai sair algo, é realmente o maior prazer”.

“O dia-a-dia hoje é feito entre muitas outras coisas. A pensar na próxima peça, onde vai ser pintada, com quem, que cores...tem um papel pequeno ainda mas é no graffiti que vou buscar muitos exemplos da minha vida. Muitas escolhas são feitas a pensar no *Graffiti* e na forma como faria caso fosse nele que essa escolha estivesse embutida. A tentativa de promover o meu "pequeno" trabalho dá-me mais e mais força para continuar e batalhar para no futuro acordar e deitar a pensar no *Graffiti*.

**1- Em que contexto surgiu o teu interesse por este tipo de arte?**

Surgiu em 2000/2001 quando andava de comboio e via tanta cor espalhada pela parede e sabia que aquilo não era uma galeria de arte convencional mas sim algo fora desse mundo "normal". Os caminhos de comboio com a minha mãe nas férias a ir para o trabalho dela porque não fazia nada sozinho em casa fez com que começasse a ver essas pinturas na parede de outra forma, até então. Quando arranjei umas moedas e apareceu uma loja que vendia latas em Queluz comprei as primeiras latas e mandei-me para a parede. Aí vi que aquilo era melhor do que eu pensava. Passado um ano e meio deixei de pintar porque não tinha como ganhar dinheiro e dediquei-me a outras coisas.

**2 - Tens formação na área ou adquiriste as técnicas necessárias através da experiência?**

Tudo através de experiência, na rua. Da forma que todos começamos.

**3 - Exerces este tipo de arte enquanto profissão?**

Neste momento exerço como profissão. Estou desempregado há dois anos e nestes dois anos tentei ao máximo aperfeiçoar a minha técnica ao ponto de conseguir satisfazer vários pedidos a nível de trabalhos particulares.

**4 - Qual a tua ligação à cidade da Amadora?**

A cidade da Amadora é a minha vida. Nasci, cresci e vivi na cidade.

**5- Onde estão localizados os murais que executaste na cidade?**

Neste momento tenho um mural que fica em frente à escola D Francisco Manuel de Melo e à Seomara da Costa Primo. Ainda só existe um mural feito mas a intenção é pintar todo esse muro que lá existe. Foi um pedido meu e de outros 3 amigos à Câmara Municipal da Amadora e foi-nos dada essa autorização.

**6 - Consideras que esta arte ainda se encontra associada à marginalidade e clandestinidade?**

O *Graffiti* nasceu aí. Na marginalidade. Embora muita gente pense que não e não concorde, o *Graffiti* são letras. A isso se chama *Graffiti*. Ao resto chama-se pintar com latas. Daí eu não me chamar *writer* por inteiro. Existem muitos mas eu não sou um deles. Eu faço de tudo com uma lata. *Fame, bomb*, arte, escultura...O *Graffiti* vai estar sempre associado à vertente do crime. Sempre. Porque vai haver sempre quem pinte só ilegalmente. E ainda bem.

**7 - Concordas que a cidade da Amadora tem potencial para implementar um projecto deste género?**

Pessoalmente ainda acho que a cidade está muito pobre nesse registo. Nós estamos a tentar trabalhar para que isso mude, mas a CMA, até à data, ainda não se mostrou muito interessada em ajudar. Na pintura da primeira peça no mural em frente às escolas, falámos com a presidente da CMA e ela ficou com o nosso contacto para futuros trabalhos porque já há muito que andavam a pensar em modificar alguns muros mas são coisas que só mesmo depois de feitas é que sabemos que são reais. Já sabemos como são as autarquias.

**Entrevista a Carlos Almeida, representante do PCP na Assembleia Municipal da Câmara Municipal da Amadora, realizada no dia 13 de Março de 2014**

**1 – Como caracteriza a pintura mural no período pós-25 de Abril?**

O mural pressupunha um processo de preparação de uma mensagem política, com base num acontecimento, evento, bem como um trabalho de organização, quer na questão plástica (na selecção dos materiais e dos suportes a serem intervencionados), quer na questão da mobilização de militantes para intervir ou marcar a presença na rua. O *stencil* era o método mais utilizado na pintura de murais, porém moroso e complexo. A seguir ao 25 de Abril de 1974, verifica-se uma apropriação deliberada do espaço público, devido à opressão vivida durante décadas. O objectivo era afirmar uma presença política, sob um ponto de vista estético. O pós 25 de Abril de 1974 foi uma época altamente politizada. Surgiram muitas corporações e comissões de todo o género. Completamente distinta do período fascista, durante o qual a prática partidária e ideológica era, deliberadamente, proibida.

**2 – Qual a razão que aponta para a presença do Partido Comunista Português na pintura mural?**

O PCP precisava de marca esta presença na rua e junto das pessoas, porque era, de facto, um partido que não tinha o apoio da comunicação social, ou seja, não possuía uma voz nos media.

**3 – A pintura mural foi perdendo impacto a partir da década de 1990. Porquê?**

Hoje em dia a pintura de murais é feita, apenas, de forma extraordinária, porque é menos acessível quando comparada com a comunicação digital e as ferramentas online que permitem fazer brochuras, cartazes, entre outros suportes de uma forma muito mais rápida e acessível. O sentido de propriedade do espaço, na actualidade, é também diferente. Começaram, inclusive, a fazer placas, e a colocá-las nas fachadas das propriedades, que proibiam a afixação de qualquer elemento partidário ou de outra ordem. Por um lado as pinturas murais ou são feitas com alguma exigência estética ou, caso contrário, criam uma imagem menos favorável do partido junto das pessoas. Por outro lado, as pessoas, hoje em dia, são mais exigentes relativamente a este tipo de intervenções, porém continuamos a assistir a uma complacência para com a publicidade para fins comerciais, que reflecte uma ideia de descrédito da política.

#### **4 – O que levou o Partido Comunista Português a manter a prática da pintura mural?**

O PCP decidiu manter a prática de pintura de murais porque considera uma actividade de liberdade de expressão.

#### **5 – Qual o papel do Partido Comunista Português na mobilização social?**

Há critérios que menosprezam partidos com uma voz política menos preponderante por parte da Imprensa, que entende a lógica da informação enquanto um produto meramente comercial. Porém a influência política e social do PCP vai para além dos resultados eleitorais. É um partido com 93 anos de história, baseados nas conquistas sociais que os portugueses têm alcançado.

#### **6 – Em relação ao município da Amadora, como define a presença do partido nesta cidade?**

A Amadora foi o primeiro município criado após o 25 de Abril de 1974, já que a realidade social da Amadora impôs-se às forças políticas como um imperativo na construção deste município. A cidade era um centro de concentração fabril, devido à sua localização no centro da primeira coroa de Lisboa. O município teve sempre uma

Graffiti e Banda Desenhada: diálogos artísticos na cidade da Amadora

relação muito próxima com o PCP, partido que imprimiu no município o seu cunho e que ainda hoje está presente em todos os momentos políticos.

**Exemplar do Convite enviado a publicitar o evento de apresentação do Projecto “Graffiti e Banda Desenhada: diálogos artísticos na cidade da Amadora**

## CONVITE

A aluna Catarina Valente tem a honra de convidar sua Excelência a comparecer na apresentação pública do projecto:

*Graffiti e Banda Desenhada: diálogos artísticos na cidade da Amadora*

07 de Julho

18:00

Sala 5.2

Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa

**Lançamentos:**

Plataforma “Cartografia do Graffiti na Amadora”

Exibição do vídeo documental “Speaking Walls”



