

UNIVERSIDADE DE LISBOA

FACULDADE DE LETRAS



A Street Art no feminino. O lugar da mulher na Arte
Pública.

Catarina Martins Carvalho Lourenço Valente

Dissertação orientada pelo Professor Doutor Manuel Frias Martins,
especialmente elaborada para a obtenção do grau de Mestre em
Cultura e Comunicação.

Lisboa, 2016

Esta dissertação foi escrita ao abrigo do Novo Acordo Ortográfico, conforme a Resolução n.º 8/2011 do Conselho de Ministros publicada em Diário da República.

Agradecimentos

Ao longo deste processo foi fundamental a colaboração dos artistas e do vasto número de investigadores nos quais me apoiei para esta reflexão. Contudo, a motivação e a confiança dos amigos e da família foi indispensável. Obrigada por continuarem a apostar em mim e por me incluírem nas vossas vidas.

Um agradecimento especial a todos os entrevistados. Às artistas Ana Dias, Elsa Pedrosa, Teresa Gomes e Catarina Monteiro pela disponibilidade e pelo testemunho de experiências que enriqueceram a minha perspetiva em relação a esta prática. Ao pintor mural António Alves, figura incontornável da pintura mural portuguesa, agradeço o seu testemunho e o seu contributo no registo da atividade 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 interventiva e consciente.

Em tom de apreço e gratidão, agradeço ao meu orientador Professor Doutor Manuel Frias Martins pelo voto de confiança, pela sabedoria, pela amplitude de conhecimentos e de experiências e por ter abraçado a minha reflexão desde o primeiro momento. Ao professor Nelson Pinheiro, obrigada pelo incentivo e pelos conselhos sempre oportunos.

Gostaria ainda de agradecer à Câmara Municipal da Amadora por acolher as minhas ideias e os meus projetos, sobretudo, à Dr.^a Vanda Santos e à Ângela Rodrigues.

Resumo

A cidade assume um papel ativo na construção da identidade individual e coletiva. A arte no espaço público tem exercido um impacto significativo na paisagem urbana apresentando-se como um motivo de união e de cisão, simultaneamente. Se por um lado a Arte Pública representa o palco de expressão por excelência, por outro destrói, desconstrói e provoca quem observa e quem é observado. Em Portugal, esta manifestação é maioritariamente representada por um público masculino. As rivalidades entre os géneros masculino e feminino manifestam-se, sobretudo, na representação da mulher enquanto símbolo sexual e objeto de desejo. Contudo, com a aproximação da mulher às expressões artísticas urbanas assistimos a uma amálgama de discursos e narrativas, cujas potencialidades estão em crescimento. As subculturas são os grupos aos quais pertencem estes jovens artistas, cujos valores, no início deste processo, rejeitam a presença feminina, como se verifica na prática do *graffiti*. Porém, com o aparecimento de novas vanguardas e manifestações, os conflitos são substituídos pela inclusão e pela união com o objetivo de exaltar a diversidade de linguagens estéticas.

Os testemunhos das artistas de *Street Art* são determinantes para compreender qual a função destas artistas nestas práticas. O questionamento da condição da mulher pautado por um discurso rico em simbologias históricas e sociais é um tema recorrente no trabalho artístico destas mulheres. Através de uma análise comparativa entre o caso português e o contexto internacional, propõe-se uma reflexão sobre o atual lugar da artista feminina na arte contemporânea. Importa realçar que esta análise apoia-se numa cronologia histórica com enfoque nos séculos XX e XXI. Simultaneamente, procurar-se-á traçar um perfil da artista de *Street Art* em Portugal com recurso a um vasto número de exemplos práticos, entre artistas, trabalhos e projetos artístico-culturais.

Esta abordagem teórico-prática procura caracterizar os fenómenos artísticos urbanos na sociedade atual e aferir da sua importância na relação do indivíduo com o espaço público. A este propósito, a artista portuguesa de *Street Art* constitui o estudo de caso. A partir dele tentaremos verificar se existem oportunidades para a consolidação da artista urbana enquanto agente impactante no mercado da arte.

Palavras-chave: *Street Art*, mulher, espaço público, subcultura, cidade.

Abstract

The city plays a key role in the construction of individual and collective identity. Art in the public space is simultaneously a subject of union and division creating a deep impact in the urban landscape. On the one hand, Public Art represents an opportunity to express ourselves. On the other hand, it destroys, deconstructs and provokes the observer and the observed. In Portugal, this artistic practice is mostly represented by a male audience. The opposition between masculine and feminine genres lies in the representation of woman as sexual symbol and object of desire. However, the integration of women in the manifestations of urban art gave rise to multiple discourses and narratives which keep growing. Usually, these young artists belong to various subcultures. As in *graffiti*, the values of these groups tend to reject the female presence. However, with the emergence of new art expressions the conflicts have been replaced by a desire of inclusion as well as a mutual sense of belonging to a movement towards exploring and enhancing the diversity of the aesthetic languages.

The street-artists' testimonies are crucial to understand their personal roles in this artistic practices. The most recurrent theme in the female artistic work is the questioning of women's condition by means of a rich discourse about historical and social symbols. Through a comparative analysis between Portugal and the international reality, we reflect about today's female contemporary artist. This analysis is based on a chronological context focusing on 20th and 21st centuries. It provides at the same time a profile of the female street-artist in Portugal through a wide range of examples, from artistic work to cultural projects.

Our theoretical-practical approach aims at identifying the urban art phenomena in today's society by studying its importance in the relation between people and the public space. The Portuguese female street-artist will be our case study. We will try to verify if there are opportunities to consolidate the female street-artist as a relevant agent in the market of art.

Key-words: *Street Art*, woman, public space, subculture, city.

ÍNDICE

Agradecimentos.....	III
Resumo.....	IV
Abstract.....	V
Índice de Figuras	VIII

Introdução.....	1
-----------------	---

Parte I - A cidade contemporânea

1. O conceito de cultura.....	7
1.1 Cultura erudita, cultura popular e cultura de massas	9
2. As novas dinâmicas sociais	12
3. O novo espaço público	17
3.1 Regulação e legitimação	20
4. A representação artística no meio urbano	24

Parte II - A arte no espaço público

1. Os conceitos de Arte Pública e Arte Urbana.....	28
2. A pintura mural política	35
2.1 Afirmação ideológica nas ruas.....	38
2.2 Arte mural em decadência	41
3. Emergência da <i>Street Art</i>	44
4. O <i>graffiti</i>	47
4.1 Rivalidades.....	51
4.2 A transição para as galerias.....	56
5. Dos livros para as ruas	58
6. A mediatização das artes plásticas	62
7. Os meios de transporte enquanto veículo de expressão	66

Parte III - A afirmação da mulher nas artes

1. A influência das indústrias audiovisuais	71
1.1 A publicidade e a televisão	71

1.2 Os símbolos da Moda e da Música	79
2. A mulher enquanto objeto de representação	85
3. Movimento sociais: o Feminismo	89
4. A mulher no espaço artístico	96
4.1 Arte feminista: uma vanguarda revolucionária.....	103
4.2 Posicionamento da artista de Arte Pública.....	107
4.3 O caso português.....	117
4.3.1 A artista portuguesa de <i>Street Art</i>	122
4.3.2 A mulher como elemento diferenciador	126
Conclusão	131
Bibliografia.....	135
Anexos.....	143
Entrevistas.....	143
Figuras	161

Índice de Figuras

Figura 1 Campanha “Reciclar o Olhar - Enamorados por Lisboa” (2013).....	157
Figura 2 <i>Tributo a Carlos Paredes</i> (2015) de Odeith.....	157
Figura 3 <i>Frame</i> do filme “Modern Times” (1936).....	158
Figura 4 Exposição do Mundo Português (1940).....	158
Figura 5 Intervenção da dupla “Os Gémeos” (2010).....	159
Figura 6 <i>Enquanto há vida há cobrança</i> (2014) de MaisMenos.....	159
Figura 7 <i>Os Explorados Vencerão os Exploradores</i> (s.d).....	160
Figura 8 <i>Sem título</i> . Mural do pós-25 de Abril, por Conceição Neuparth.....	160
Figura 9 <i>Sem título</i> . Mural da autoria de Banksy (2012).....	161
Figura 10 <i>Ó Pátria sente-se atroz</i> (2012) de MaisMenos.....	161
Figura 11 <i>Porto Alegre precisa de mais</i> (2011).....	162
Figura 12 “40 Anos, 40 Murais”. Mural localizado em Alcântara.....	162
Figura 13 <i>Marionetas de Merkel</i> (2012) por NoMen, Slap, Exas e Kurtz.....	163
Figura 14 <i>Bisão Ferido</i> (s.d). Gravura na caverna de Altamira, Espanha.....	163
Figura 15 Grafito em Pompeia, Itália (s.d).....	164
Figura 16 <i>Hall of Fame</i> de Campolide (s.d).....	164
Figura 17 <i>Cornbread’s Hall of Fame</i> (s.d) de Cornbread.....	165
Figura 18 <i>SAMO does not cause cancer in laboratory animals</i> (1979) de SAMO.....	165
Figura 19 <i>We the Youth</i> (1987) de Keith Haring.....	166
Figura 20 <i>Muro de Berlim</i> (1986).....	166
Figura 21 <i>Undiscovered Genius Of The Mississippi Delta</i> (1983) de Jean-Michel Basquiat.....	167
Figura 22 <i>Monsieu A</i> (s.d) de André Saraiva.....	167
Figura 23 <i>Réalité, Sortie de Secours</i> (1999) de Marc-Antoine Mathieu.....	168
Figura 24 <i>The Cité Library</i> (s.d) do coletivo Cité Création.....	168
Figura 25 Mural da autoria de Banksy (2011).....	169
Figura 26 <i>Do great things</i> (2015) de Odeith.....	169
Figura 27 Metro de Nova Iorque (s.d).....	170
Figura 28 <i>Frame</i> do vídeo da música “Smells like teen spirit” de Nirvana.....	170
Figura 29 <i>Frame</i> do vídeo da música “The Loco-motion” de Kylie Minogue.....	171

Figura 30 Automóvel personalizado pela artista urbana Vanessa Teodoro para a Citroën.....	171
Figura 31 Imagem criada pela artista urbana portuguesa Tamara Alves para o Festival NOS Alive.....	172
Figura 32 <i>Andre the Giant</i> (s.d) de Shepard Fairey.....	172
Figura 33 Campanha da marca Louis Vuitton “Artist Scarves Collection” (2014).....	173
Figura 34 <i>A Bar at the Folies-Bergere</i> (1882) de Edouard Manet.....	173
Figura 35 <i>Demoiselles d’Avignon</i> (1907) de Pablo Picasso.....	174
Figura 36 Grupo de jovens da subcultura <i>mod</i> no Reino Unido (1965).....	174
Figura 37 <i>Teddy-boys</i> em Clapham Common, Reino Unido (1954).....	175
Figura 38 <i>Suffragettes</i> , durante uma manifestação no Reino Unido (s.d).....	175
Figura 39 Movimento WAF (Women Against Fundamentalism) num protesto junto ao Parlamento britânico (1989).....	176
Figura 40 Cartaz do filme “Suffragette” (2015).....	176
Figura 41 Bobbi Kelly and Nick Ercolino no Festival Woodstock (1969).....	177
Figura 42 <i>Self-Portrait with Thorn Necklace and Hummingbird</i> (1940) de Frida Kahlo.....	177
Figura 43 <i>Tree of Life Series</i> (1977). Performance de Ana Mendieta.....	178
Figura 44 <i>Medusa</i> (2013) de Vanessa Teodoro.....	178
Figura 45 <i>Gigantes do Mar</i> (2015) de Kruella d’Enfer.....	179
Figura 46 <i>Cut Piece</i> (1964). Performance de Yoko Ono.....	179
Figura 47 <i>The Dinner Party</i> (1975). Instalação de Judy Chicago.....	180
Figura 48 <i>Barbara Krueger</i> (1991). Instalação de Barbara Krueger.....	180
Figura 49 <i>Do Women have to be naked to get into the Met. Museum?</i> (1989) do coletivo Guerrilla Girls.....	181
Figura 50 <i>Panamerica</i> (1974) do coletivo “Las Mujeres Muralistas”.....	181
Figura 51 <i>The Great Wall of Los Angeles</i> (1974). Mural comunitário de Judy Baca....	182
Figura 52 Mural das ilustradoras Ana Dias e Elsa Pedrosa no âmbito da primeira edição do projeto “Conversas na Rua”.....	182
Figura 53 Intervenção de Lady Pink num comboio em Nova Iorque (1983).....	183
Figura 54 Mural de Miss Van em colaboração com o artista urbano CiroSchu (2014).....	183
Figura 55 Mural da autoria de Shamsia Hassani (2014).....	184

Figura 56 “A Menina Maria Amélia que vive na Rua do Almada” (1968) de Clara Menéres.....	184
Figura 57 “Relicário” (1969) de Clara Menéres.....	185
Figura 58 Mural das ilustradoras Ana Dias e Elsa Pedrosa no âmbito do projeto “Conversas na Rua” (2015).....	185
Figura 59 Mural de Murta e Uivo no âmbito da Mostral Anual de Arte Urbana (2014).....	186
Figura 60 <i>O Virar da Página</i> (2015) de Glam.....	186
Figura 61 <i>You Got Me</i> (2015). Peça de Kruella d’Enfer.....	187
Figura 62 <i>My outfit is not an invitation</i> (2013) de Tatyana Fazlalizadeh.....	187

INTRODUÇÃO

Introdução

As a woman I have no country.

As a woman I want no country.

As a woman, my country is the whole world.

Virginia Woolf

Ao longo dos tempos, assistimos à consolidação da relação entre a sociedade e o espaço público. Como veremos neste trabalho, na Grécia e Roma Antigas a cidade era um local profundamente politizado, no qual se promovia a discussão e reflexão públicas. Foi precisamente durante este período que se iniciou a propaganda política na rua. Nas paredes, muros e infraestruturas figuravam cartazes, editais e pinturas que aludiam aos candidatos políticos, aos mecenas e senhores da cidade. Com a emergência de partidos e regimes políticos autoritários, a intervenção no espaço público foi censurada e inclusivamente proibida. Apesar de a conjuntura referida ter fragilizado a intervenção política, social e artística no espaço público, a mobilização persistiu e, como tal, surgiram grupos sociais com um perfil fortemente contestatário e proactivo, as chamadas subculturas.

Contrariamente ao que seria de esperar, a sociedade procurou unir-se em prol de ideais e valores comuns. Neste contexto, a arte desempenhou um papel determinante na reivindicação de posições políticas e sociais servindo de suporte ideológico. A liberdade que a expressão artística encerra permitiu ao indivíduo emancipar-se face ao controlo político e económico e questionar-se em relação à sociedade que o rodeia.

O contributo das expressões artísticas urbanas reside no desenvolvimento de novas dinâmicas sociais e na transformação da paisagem urbana. Por isso, mais do que nunca importa debater o impacto das manifestações artísticas na cidade e a forma como a arte poderá potencializar a criatividade e celebrar a diversidade. Considero que estas práticas artísticas não só estimulam a participação ativa do habitante da cidade como promovem a liberdade de expressão e as economias locais. O 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 e a emergência de uma tendência, primeiramente individual e posteriormente coletiva, de configurar a cidade à imagem dos seus habitantes.

Face à lacuna documental relativamente à pintura mural política em Portugal, procurei perceber os meandros desta prática consultando fontes que estiveram diretamente envolvidas nestes processos. Assim e apoiando-me numa ordem cronológica de acontecimentos situados nas décadas de 1970 e 1980, o representante do Partido Comunista Português na Assembleia Municipal da Amadora, Carlos Almeida, o arquiteto António Araújo e o pintor muralista português António Alves foram determinantes para estabelecer um paralelismo com as recentes expressões artísticas urbanas.

*

A *Street Art* e o *graffiti* serão as temáticas principais, sobre as quais se procurará refletir ao longo desta dissertação. Estas expressões artísticas estabelecem uma relação de elevada proximidade com a cidade e com os seus habitantes. O objetivo destas práticas passa por provocar uma reação no observador tornando o espaço público num fórum de opinião, cujas trocas discursivas e estilísticas figuram habitualmente no mobiliário urbano. Na verdade, o artista urbano apresenta uma dupla identidade na medida em que, por um lado, defende a preservação do anonimato e, por outro, expõe-se através da sua arte.

Ao realizar-se na rua, o *graffiti* encontra-se vulnerável e suscetível à crítica. Contudo, dada a representatividade destas expressões no espaço público, a sociedade civil viu-se impelida a consentir estes fenómenos cedendo, inclusive, uma autorização e incentivos à sua continuidade. Contudo, a tolerância em relação à *Street Art* não se verifica no *graffiti* ainda encarado como um fenómeno hostil por parte dos públicos. Esta reflexão estará sempre complementada por exemplos práticos e comparativos entre a realidade portuguesa e internacional, uma vez que ambas distinguem-se contextualmente. É importante, por isso, referir artistas, projetos e ações que situem a análise no tempo e no espaço.

A fusão entre diferentes expressões artísticas encontrou no espaço público o território ideal para acolher uma diversidade de estilos e linguagens. A amálgama de técnicas e metodologias consagra o espaço público como uma arena politizada. Desde o *stencil* ao aerossol existem múltiplas formas de revestir o mobiliário urbano. Neste âmbito, importa referir a influência da banda desenhada e da ilustração na *Street Art*. Esta apropriação reflete a proliferação de festivais destas expressões pelo mundo inteiro. Tudo terá começado na Europa com a mediatização dos autores de banda desenhada, cujos

personagens se tornaram ícones nos média. Influenciados pela indústria do entretenimento, os artistas urbanos apropriaram-se destas ilustrações e reproduziram-nas nas fachadas, muros e paredes das cidades. Deste modo, a paisagem urbana assumiu uma nova visualidade. A identidade dos lugares outrora despersonalizada encerra agora novas narrativas e simbologias.

A efemeridade inerente ao *graffiti* e à *Street Art* coloca estas expressões numa posição frágil no panorama artístico-cultural. Porém, recentemente assistimos à transição da arte de rua para o espaço expositivo. Ou seja, as galerias e museus têm demonstrado um interesse crescente por estas expressões e pelos seus intervenientes. Esta mudança deve-se à mediatização destas práticas, cujos símbolos e narrativas foram apropriados pelas indústrias da moda, do cinema, da música, da publicidade, da televisão e, no geral, do entretenimento. Na verdade, o novo posicionamento do artista urbano tem surtido efeitos positivos, na medida em que permite a valorização do seu trabalho artístico e, por conseguinte, o aumento do seu valor de mercado. Retomando a discussão acerca da efemeridade das peças no espaço público, importa ainda mencionar que com o apogeu da Internet e das plataformas virtuais os artistas passaram a deter o monopólio da divulgação. Isto porque, com a criação de páginas pessoais e de galerias e lojas virtuais, os artistas podem vender as suas peças diretamente ao cliente e, ao mesmo tempo, autopromover-se junto dos seus públicos. O acesso à arte é, assim, facilitado pela rapidez e liberalização de conteúdos no universo cibernético.

*

O título desta dissertação remete-nos para o papel da mulher na arte enquanto autora e figura representada. As indústrias audiovisuais têm por objetivo mediar a relação entre as audiências e os conteúdos transmitidos. Ao longo dos tempos, a mulher surge no cinema, na televisão, na literatura e na arte como a personagem submissa e superficial. Vejam-se os anúncios a produtos para o lar tendencialmente protagonizados por mulheres. Por outro lado, entre os atributos da mulher destacava-se a sua sensualidade. No mercado da arte, a mulher era frequentemente representada enquanto objeto de desejo sobressaindo a sua pose e as suas formas. Na indústria do entretenimento, as mulheres mais requisitadas tinham necessariamente de ser sensuais e voluptuosas. Já os homens eram representados como figuras *viris* assumindo o lugar de protagonistas pela sua destreza física e intelectual. A imagem da mulher cortesã era recorrente na pintura

romântica e terá perdurado até à arte moderna. Esta representação reflete a mentalidade vigente que permaneceu inalterável até finais do século XX devido à prevalência de regimes autoritários um pouco por todo o continente europeu. Os Estados Unidos da América foram pioneiros na mudança de mentalidade relativamente ao papel da mulher na sociedade, com a emergência de movimentos sociais de defesa dos direitos humanos. Esta mobilização em massa permitiu a consolidação de grupos feministas, cujo objetivo consistia na defesa dos direitos das mulheres e na sua emancipação familiar, social e profissional. Esta conjuntura influenciou a criação artística da época, altamente interventiva e contestatária destacando-se entre os demais alguns ícones femininos, como Yoko Ono ou Judy Chicago. Surgia, assim, a arte feminista como corrente revolucionária da arte contemporânea revelando a influência do dadaísmo e do surrealismo. Aqui destaca-se a arte contemporânea mexicana de Frida Kahlo e de Ana Mendieta.

A arte feminista acrescentou um registo interessante do ponto de vista conceptual à arte contemporânea: a performance. A arte performativa motiva o aparecimento de uma nova forma de fazer arte, a instalação. Ou seja, a fusão de estilos e técnicas que permite a criação de uma peça multidisciplinar. Neste contexto, e influenciada pelo contexto histórico e social que a rodeia, surge a artista de Arte Pública, primeiramente inserindo-se no movimento muralista e, mais tarde, no *graffiti*.

O muralismo surgiu como uma oportunidade para a mulher se expressar no espaço público e, assim, criar novas possibilidades de expor a sua arte, uma vez que os espaços expositivos resistiam à presença de autoras femininas devido ao predomínio de homens na gestão do mercado da arte. Persuadidas pelo muralismo mexicano de contornos políticos, as mulheres iniciaram-se na pintura mural com a representação da sua herança cultural. As cidades norte-americanas de Los Angeles e São Francisco assumiram-se como as capitais da arte mural sob o olhar feminino. Mais tarde, surge o interesse por experimentar novos suportes e linguagens e gradualmente a artista plástica transita para o *graffiti* e para a *Street Art*.

As artistas urbanas apontam a escala e o impacto como os principais fatores para o aumento da criação artística no espaço público. Não só a multiplicidade de suportes e a possibilidade de atingir um maior número de públicos condicionaram esta transição, também os constrangimentos impostos pelos espaços expositivos influenciaram a tomada de decisão. Contrariamente ao expectável, as mulheres não foram bem recebidas pelos membros do *graffiti*, cujo perfil se caracteriza pela demonstração de virilidade e pujança

física. Como tal, a integração das mulheres nesta prática foi difícil e problemática para ambas as partes. Face à hostilidade por parte da maioria masculina, as artistas femininas encontraram na *Street Art* o veículo ideal para se expressarem artisticamente nas ruas. Estas artistas trouxeram novos estilos, linguagens e narrativas que permitiram enriquecer o acervo de Arte Pública e de *Street Art*. Por outro lado, o seu perfil interventivo e socialmente consciente chamou a atenção das entidades políticas e da sociedade civil devido ao alerta para problemáticas locais e globais.

Assim, assistimos a uma mudança no mercado da arte que poderá conduzir a uma crescente multidisciplinaridade. Prevê-se que a posição da mulher na arte será cada vez mais impactante e impulsionadora de novos caminhos criativos. Como tal, também o seu contributo estará sempre associado a uma luta histórica que a antecede, mas que a influencia no seu estado presente.

PARTE I
| A CIDADE CONTEMPORÂNEA

1. O conceito de cultura

Poder-se-á dizer que o termo cultura teve a sua origem no cultivo da terra e na exploração agrícola. Contudo, mais tarde, a ciência apropriou-se do termo para definir determinados fenómenos bacteriológicos. John Fiske confirma esta asserção:

It stems, originally, from a purely agricultural root; culture as cultivation of the soil, of plants (...) By extension, it encompasses the culture of creatures from oysters to bacteria. Cultivation such as this implies not just growth but also deliberate tending of ‘natural’ stock to transform it into a desired ‘cultivar’ – a strain with selected, refined or improved characteristics.

(Fiske., et al, 1994: 69).

No século XIX, o conceito de cultura foi transposto para a esfera política com o surgimento de duas grandes ideologias: o marxismo e o capitalismo. A Revolução Industrial, o aumento da produção e a melhoria das condições de vida, especialmente das elites, consagraram uma nova política de consumo de bens culturais. A cultura tornou-se, assim, uma indústria e, como tal, deveria corresponder às expectativas da procura por parte das elites, cujo espólio artístico era sinónimo de riqueza e de *status quo*. Neste âmbito John Fiske refere o seguinte:

(...) the early hegemony of the aristocratic landowning capitalists was subjected by the nineteenth century to the altogether more disruptive development of urban, industrial, commercial capital. No sooner was culture established as a term that referred freely to rulers without echoes of rhizomes than economic and political changes began to challenge the naturalized right of the cultured to rule.

(Fiske, et al, 1994: 69)

Durante este período, na Europa Ocidental o conceito de cultura era idêntico ao de civilização. A este propósito, vale a pena citar Edmund Leach: “Durante a primeira metade do século XIX, o termo alemão *Kultur* era sinónimo dos termos inglês e francês *civilisation*” (Leach, in Enciclopédia Einaudi, 1989: 102). Mais, tarde, surge o termo cultura material que segue a linha conceptual defendida anteriormente. Contudo, atribui-

lhe uma nova característica: a noção de coletivo, que, como iremos referir adiante, irá contrariar futuras argumentações antropológicas. Segundo Richard Bucaille e Jean-Marie Pesez: “A cultura material pode ser definida antes de mais como a cultura do grosso da população. (...) a cultura material, cultura do coletivo, contrapõe-se sobretudo à individualidade” (Bucaille, e Jean-Marie Pesez, 1989: 21). Ao longo da reflexão, os autores recuperam a obra de Edward B. Tylor, o antropólogo britânico cuja definição de cultura terá exercido um impacto considerável na modernidade. Edward B. Tylor confirma na sua obra que o conceito de cultura é sinónimo de civilização, acrescentando o seguinte: “Culture or Civilization (...) is that complex whole which includes knowledge, belief, art, morals, law, custom, and any other capabilities and habits acquired by man as a member of society” (Tylor, 1920: 01).

Partindo destas definições, o termo cultura enquanto cultivo da terra foi perdendo fôlego face ao surgimento da Antropologia que viu no conceito uma hipótese de abrangência ao ser humano, dando origem ao adjetivo “cultura/culto”. Neste âmbito, importa citar Matthew Arnold, o primeiro antropólogo a aplicar o conceito de cultura neste contexto. Porém, o teórico rejeita a argumentação de que o termo deverá abranger o coletivo, afirmando que a cultura deverá ser entendida como “the best that has been thought and said in the world” (Arnold, 1960: 06). Podemos afirmar que a reflexão de Matthew Arnold deu início à consolidação de uma *cultura erudita*, cuja preocupação residia na procura da perfeição moral através da leitura, observação e pensamento (Barker, 2008: 40). A definição de Arnold relacionava o conceito de cultura com a civilidade. Por outras palavras, a cultura dizia respeito a uma determinada elite letrada, estabelecendo uma crítica feroz à cultura de massas, representada pela publicidade, o cinema e a chamada ficção popular, patente nas novelas populares, paratextos da ficção em prosa (Barker, 2008: 41). De acordo com Dominic Strinati, a cultura de massas poderá ser definida da seguinte forma: “Mass culture (...) is a standardised, formulaic, repetitive and superficial culture, which celebrates trivial, sentimental, immediate and false pleasures at the expense of serious, intellectual, time honoured and authentic values” (Strinati, 1995: 14). O autor acrescenta ainda que este fenómeno pressupõe a construção de universos fantásticos que atraem o consumidor pelo uso da manipulação e da persuasão: “Mass culture is therefore a culture which lacks intellectual challenge and stimulation, preferring the undemanding ease of fantasy and escapism” (Strinati, 1995: 14).

Já John Fiske propõe uma reflexão sobre os conceitos de cultura erudita e cultura popular que subscreve a dicotomia existente entre a elite cultural e as massas. O autor acrescenta que os códigos de ambas distinguem-se pela sua complexidade:

High culture works of art tend to use elaborated codes, whether they be works of literature, drama, music, dance, painting or sculpture. Works in mass or folk culture, however, tend to use restricted codes, because they operate through shared tastes and common social bonds and do not express, as do the high culture works, the individual uniqueness and originality of the artist.

(Fiske, et al., 1994: 103).

O conceito de cultura foi alvo, portanto, de diferentes interpretações ao longo dos tempos. Devido à sua ambiguidade, a definição deste termo implicou um estudo aprofundado da realidade social de modo a esmiuçar o fenómeno. Até ao momento, não existe uma definição definitiva do conceito de cultura, mas antes múltiplas opiniões e pareceres sobre a sua terminologia. Apoiando-me na análise de John Fiske, creio que a resposta reside no seguinte:

The term culture is multi-discursive; it can be mobilized in a number of different discourses. This means you cannot import a fixed definition into any and every context and expect it to make sense. What you have to do is identify the discursive context itself. It may be the discourse of nationalism, fashion, anthropology, literary criticism, viti-culture, Marxism, feminism, cultural studies, or even common sense.

(Fiske, et al, 1994: 68-9).

1.1 Cultura erudita, cultura popular e cultura de massas

O apogeu do consumo e a produção de artefactos artísticos e culturais em massa originou o fenómeno da *cultura popular*. Este conceito 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, a cultura popular “may pertain to the mass-produced culture of the culture industries”

(Barker, 2008:51). A este propósito, Maria Laura Pires refere o papel do crítico literário F.R Leavis, influenciado pela obra de Matthew Arnold e fundador da corrente designada por *Leavisismo*. O teórico reduz o 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). Segundo F.R Leavis, a cultura erudita era o expoente máximo de civilidade e encontrava-se associada a uma minoria letrada e instruída. Esta corrente propunha “a reunificação da sociedade através da cultura e de um programa de educação liberal” (Pires, 2006: 56). Ou seja, tinha por pressuposto ideológico o liberalismo, apoiado numa noção capitalista da esfera cultural. Um produto cultural deveria, à semelhança de outros bens, dar lucro e originar investimento. Assim, as famílias mais abastadas eram as detentoras do espólio cultural e artístico mais vasto, por oposição às classes sociais¹ mais baixas que não detinham poder económico para investir em bens culturais e na formação académica.

Contudo, as barreiras conceptuais que definiam a oposição entre a cultura erudita e a cultura popular foram quebradas. A separação entre estes dois cânones foi gradualmente atenuada e vista como uma distinção de contornos meramente políticos. Raymond Williams foi um dos primeiros teóricos a defender uma interpretação do conceito de cultura enquanto estilo de vida. O investigador propunha uma visão do termo mais ampla e que abrangia todas as classes sociais. O autor conclui que a cultura é: “ordinary, in every society and in every mind.” (Williams, 1989: 04).

Com o aparecimento das culturas híbridas e o desenvolvimento das tecnologias de informação e de comunicação consagrou-se o livre acesso aos bens de consumo, independentemente da localização geográfica ou do estatuto social. Assim, destaca-se o período subsequente à Segunda Guerra Mundial, com a criação de redes de transporte mais eficientes, a redução dos preços dos bens culturais, o aumento do investimento na cultura e nas artes e o impacto do cinema e da literatura. No caso português, vivia-se um período de ditadura, apoiada num regime opressivo e autoritário. Por este motivo, o desenvolvimento cultural e artístico iniciou-se tardiamente, o que contribuiu para o desconhecimento e desinformação total da população portuguesa até à década de 1970.

¹ De acordo com John Fiske, o conceito de classe social poderá ser definido do seguinte modo: “Social classes are those distinct social formations made up of groups of people who have a similar relationship to the means of production in society and, as a result, a common social and cultural position within an unequal system of property ownership, power and material rewards” (Fiske, et al, 1994: 39).

Com a emergência dos movimentos sociais de carácter revolucionário, verificou-se uma necessidade por parte da população de se agrupar e de, em conjunto, questionar o sistema político e a ordem social. Neste contexto, afirmam-se novas cambiantes na forma como a cultura e a arte são percebidas e teorizadas. Neste âmbito, a socióloga Laura Bovone sublinha 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, in Fortuna, 2001:115)

Esta afirmação por parte de Laura Bovone entende que a cultura confluíu na consolidação de uma *cultura de massas*. Este conceito advoga o livre acesso aos bens culturais, causando um aumento na oferta face à procura. Segundo Marita Sturken e Lisa Cartwright, a cultura de massas tem como destinatário a população comum que, de acordo com as autoras, “(...) 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 acrescentam ainda 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)

Neste contexto, vale a pena citar Dominic Strinati, cuja argumentação conclui que a cultura de massas tem origem nos Estados Unidos da América. Assim, a referência ao conceito de cultura de massas parece estar intrinsecamente associada à prevalência da cultura norte-americana, fenómeno vulgarmente designado por Americanização:

“Because mass culture is thought to arise from the mass production and consumption of cultural commodities, it is relatively easy to identify America as the home of mass culture since is the capitalista society most closely associated with these processes” (Strinati, 1995: 22).

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.

2. As novas dinâmicas sociais

O hibridismo é um fenómeno que pressupõe a existência de múltiplas origens culturais apropriadas pelo indivíduo quando este não se identifica somente com uma cultura ou um movimento social. Marita Sturken e Lisa Cartwright definem este conceito da seguinte forma:

A term [hybridity] referring to anything of mixed origins that has been used in contemporary theory to describe those people whose identities are derived simultaneously from many cultural origins, ethnicities, or sexualities. Hybridity has been used to describe diasporic cultures that are neither in one place nor the other but of many places.

(Sturken and Cartwright, 2009: 444)

Após a Segunda Guerra Mundial, concretamente na década de 1950, num contexto de tumultos sociais sucessivos e de redefinição dos cânones existentes surge a diáspora. Este período histórico impulsionou, sobretudo na América do Norte e na Europa Ocidental, o crescimento das migrações e, por conseguinte, o êxodo rural por parte das populações carenciadas, que se viram confrontadas com o desemprego e que procuravam melhores condições de vida. De acordo com Lisa Cartwright e Marita Sturken, a diáspora pressupõe: “the existence of various communities, usually of a particular ethnicity, culture, or nation, scattered across different places outside of their land of origin or homeland.” (Sturken e Cartwright, 2009: 438). As autoras acrescentam ainda que estudar estas comunidades é um processo de elevada complexidade devido à dificuldade em

dialogar com estes grupos étnicos, que partilham hábitos culturais e tradições entre si, transmitindo-os de geração em geração. Assim, as autoras esclarecem: “[communities] who not only negotiate memory and nostalgia for original homelands but have the shared histories of migration, displacement, and hybrid identity of other local diaspora communities.” (Sturken e Cartwright, 2009: 438).

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 objetivo de integrar estas novas comunidades. Assente numa perspetiva arquitetónica 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. As características destes espaços habitacionais sugerem uma maior proximidade entre os indivíduos, contudo as relações sociais estão condicionadas devido às diferentes proveniências destas comunidades, que descendem de etnias² distintas. A este propósito, o teórico Daniel Innerarity recupera as características principais da cidade defendidas 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).

Nestes locais assistimos à prevalência de conflitos inter-raciais e à ausência de diálogo entre as populações, situação na qual predomina um clima de hostilidade e rivalidade. A atividade económica e cultural local é gerida por estes grupos sociais, contudo as divisões são claras. Face aos conflitos de territorialidade, estes grupos estabeleceram barreiras virtuais, que impedem a colisão entre as populações atenuando aparentemente a rivalidade entre os nichos culturais. O clima de hostilidade descrito contribuiu, progressivamente, para a constituição de grupos que preconizam a violência e o crime nestes espaços urbanos. Neste âmbito, surgem as subculturas, que segundo Dick

² Definição apresentada por Anthony Giddens do termo etnia, na sua obra *Sociology*: “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).

Hebdige 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).

Até à década de 1980, estes nichos culturais dedicavam-se essencialmente à assimilação de estilos e ideologias defendidos pelos seus grupos musicais de eleição, pelos ícones da cultura popular ou pelos personagens da indústria do cinema. Assim, importa referir a afirmação por parte de Chris Barker, que entende a subcultura como uma declaração de independência e uma tentativa de alienação: “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). Marita Sturken e Lisa Cartwright confirmam a asserção anterior, referindo que as subculturas utilizam o estilo enquanto declaração de resistência face à cultura dominante através da moda, da música, do estilo de vida enquanto práticas para transmitir resistência face às normas estabelecidas (Sturken & Cartwright, 2009: 461).

Paralelamente, os teóricos da Sociologia Urbana reúnem consenso quanto à definição de um conceito que recupera a simbologia associada às tribos nómadas. Estes grupos constroem-se no espaço público e retiram do meio urbano as suas principais ideologias e formas de estar. As tribos urbanas 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, estes grupos são compostos por indivíduos provenientes de classes sociais baixas, pertencentes a estas camadas devido à precariedade laboral e, por conseguinte, à escassez de recursos económicos. Os membros expressam-se através de rituais que envolvem a partilha de códigos e valores estabelecidos pelo grupo. Estes indivíduos utilizam o estilo enquanto suporte de afirmação de uma determinada ideologia³. De carácter jovem e desviante, as tribos urbanas opõem-se à uniformização social e cultural imposta pela globalização⁴ e adotada pelas massas.

³ “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)

⁴ Chris Barker define 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).

Assiste-se a uma constante padronização dos hábitos culturais e à tentativa de imposição de uma cultura ocidental em detrimento das chamadas culturas periféricas. Devido à sua localização geográfica e fragilidade socioeconómica, as culturas periféricas 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. No entanto, a preponderância de uma cultura dominante poderá levar à adoção de posições radicais. Veja-se a proliferação de ideologias de carácter extremo contra a hierarquia social e o multiculturalismo⁵. Esta situação conduz não só a problemas de segregação social mas também ao etnocentrismo, ou seja, a consideração de que o correto 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 nichos culturais 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 tribos urbanas 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).

Assim, estes grupos sociais assumem-se contra os padrões dominantes, apresentando-se contra a hegemonia cultural e a uniformização social. Os membros destes

⁵ Stuart Hall propõe 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 adotadas para governar ou administrar problemas de diversidade e multiplicidade gerados pelas sociedades multiculturais” (Hall, 2003: 52).

movimentos encontram-se organizados hierarquicamente. A estrutura 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 o seguinte:

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 ao *hip hop*, este manifestou-se, fundamentalmente, nas seguintes áreas: na música, com o nascimento do *rap*⁶, género musical originário da Jamaica, e na

⁶ 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* (atividade 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).

dança, através do estilo *Breakdance*⁷. No que diz respeito à arte, a subcultura *hip hop* deu origem, primeiramente, ao *bombing*⁸, vertente do *graffiti* executada de forma ilegal e associada, frequentemente, ao vandalismo, e, posteriormente, ao *graffiti*, expressão artística que utiliza os suportes urbanos para inscrever mensagens, desenhos, figuras, símbolos ou representações.

3. O novo espaço público

Antes de mais, importa refletir sobre a função do espaço público e o seu posicionamento na sociedade atual. Na Grécia Antiga, o espaço público era considerado um local de discussão aberta, uma arena democrática, à época designada por *ágora*. As questões que preocupavam a sociedade eram discutidas neste espaço, do qual resultavam, inclusive, deliberações políticas acerca das problemáticas vigentes. Por outro lado, constituía um lugar de troca comercial. Devido à sua ligação ao mar, esta região era propícia às transferências de bens e matérias-primas transportadas nos barcos vindos, maioritariamente, da Europa, Ásia e Norte de África.

Na atualidade, o espaço público recupera o seu passado histórico, afirmando-se como um local no qual se estabelecem relações sociais e fenómenos artístico-culturais. De acordo com o filósofo francês Henri Lefebvre, assistimos a um novo conceito de sociedade, uma vez que lhe acrescentámos o qualificador “urbana” que alterou profundamente a forma como os indivíduos se relacionam. Neste âmbito, Henri Lefebvre explica o conceito de sociedade urbana defendendo que somos confrontados com uma versão virtual do termo: “An urban society is a society that results from a process of complete urbanization. This urbanization is virtual today, but will become real in the future” (Lefebvre, 2003: 01). O autor vai mais longe ao afirmar que estamos perante uma

⁷ 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).

⁸ 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).

revolução urbana, cuja génese parece não existir pois vai-se desenvolvendo conforme as transformações de que a cidade é alvo diariamente:

(...) by urban revolution I refer to the transformations that affect contemporary society, ranging from the period when questions of growth and industrialization predominate (...) to the period when the urban problematic become predominate, when the search for solutions and modalities unique to urban society are foremost.

(Lefebvre, 2003: 05).

Posto isto, o filósofo introduz o conceito de rua enquanto palco de expressão por excelência. A rua afirma-se como o lugar de passagem e de interação que se alimenta do movimento para criar novas linguagens e novas dinâmicas sociais. Henri Lefebvre exalta o papel da rua na construção da identidade individual e coletiva:

In the street, a form of spontaneous theatre, I become spectacle and spectator, and sometimes an actor. The street is where movement takes place, the interaction without which urban life would not exist, living only separation, a forced and fixed segregation.

(Lefebvre, 2003: 18).

De facto, a rua desempenha uma função fundamental nas relações interpessoais. Por outro lado, também contribui para a liberdade de expressão, na medida em que a sua amplitude e dimensão permitem ao indivíduo expressar-se publicamente. Possivelmente, se o espaço público não se tornasse um lugar politizado e identitário, no qual decorrem manifestações e outros eventos, ainda hoje o indivíduo estaria circunscrito à esfera privada e, claro está, familiar. Como veremos mais tarde, a ocupação da rua não se restringe à reivindicação política.

A partir da década de 1960, a rua passou a acolher performances artísticas e culturais que permitiram ao indivíduo criar uma relação de proximidade com o espaço público retirando proveito das suas potencialidades. Assistimos a uma autêntica invasão do espaço público com fim à descoberta individual e à mobilização coletiva. Neste contexto, Henri Lefebvre refere que o espaço público pressupõe trocas identitárias,

discursivas e simbólicas. Implicitamente, o autor infere que o papel das expressões artísticas urbanas como o *graffiti* é reivindicar e questionar a sociedade:

Revolutionary events generally take place in the street. Doesn't this show that the disorder of the street engenders another kind of order? The urban space of the street is place for talk, given over as much to the exchange of words and signs as it is to the exchange of things. A place where speech becomes writing. A place where speech can become "savage" and, by escaping rules and institutions, inscribe itself on walls.

(Lefebvre, 2003: 19).

O espaço público encontra-se em constante mudança devido principalmente à pressão exercida pelo aglomerado urbanístico e pelo aumento demográfico. Na verdade, assistimos à transição da esfera privada para o espaço público. Deste modo, os indivíduos encontram na cidade e no espaço público uma oportunidade de expressarem os seus anseios, as suas convicções e, até mesmo, a sua criatividade.

Na contemporaneidade, o espaço público assume o papel de mediador entre a identidade individual e o meio, o que permite ao indivíduo atribuir-se diferentes papéis sociais. De acordo com Daniel Innerarity "Há uma espécie de irrupção do privado, do pessoal, nos cenários públicos" (Innerarity, 2006: 31). O autor acredita que esta situação conduz à privatização do privado, ou seja "A intimidade é impregnada pela política sem que seja fácil determinar quem invade quem: se o privado invade o público ou o público invade o privado" (Innerarity, 2006: 32). Veja-se a política e os seus protagonistas, cujas histórias e meandros domésticos invadem a esfera pública e alimentam o discurso mediático. Cada vez mais, a vida familiar e doméstica determinam a opinião pública e, claro está, a forma como o indivíduo é percecionado pela sociedade. Se a imagem pública do candidato for imaculada, garantidamente ascenderá nas esferas política e social. Neste caso, os atores políticos são personagens da vida pública e, como tal, marionetas do sistema político cuja audiência assiste expectante ao decorrer dos acontecimentos como se de um enredo romântico se tratasse. As entidades partidárias tomaram consciência desta nova realidade social e da função dos média na construção da imagem pública dos candidatos. Com o intuito de elegerem os seus candidatos, as máquinas partidárias criaram uma autêntica escola de preparação para a vida política, contratando equipas compostas por assessores, mediadores e consultores cuja função corresponde somente à

construção de narrativas eficazes de promoção dos candidatos. Nunca antes, as histórias pessoais dos protagonistas políticos tiveram tamanha relevância na esfera pública. Daniel Innerarity explica os meandros deste novo político, cuja privacidade tomou agora proporções de ordem pública e mediática:

Os temas políticos transformam-se em assuntos de imagem, sentimentos e dramas pessoais; o principal instrumento da acção política é a emoção, a simulação de autenticidade e os sentimentos pessoais comunicados pelos que detêm a autoridade.

(Innerarity, 2006: 33).

Mais à frente, discutiremos em pormenor a acção política através da intervenção urbana apoiando-se no caso português. A partir da década de 1970, os partidos políticos procuraram mecanismos de aproximação entre os cidadãos e o seu programa eleitoral. As ruas afirmaram-se, assim, como o suporte ideal para a propaganda política e ideológica. Os artistas associaram-se a esta prerrogativa, formando coletivos de pintura mural que alteraram a paisagem urbana e o espaço público agora, mais do que nunca, verdadeiramente politizado.

3.1 Regulação e legitimação

Verifica-se o consentimento por parte das entidades reguladoras dos espaços, que constatarem as vantagens inerentes à abertura do espaço público à comunidade e à indústria criativa. O lucro e o aumento exponencial da atividade turística resultantes das performances de rua contribuiu em larga escala para afirmar algumas capitais europeias enquanto polos artístico-culturais. A título de exemplo, vejam-se as cidades de Lisboa e de Málaga, consideradas por publicações internacionais as capitais renovadas e mais apelativas no continente europeu devido à crescente aposta na Arte Pública. Este movimento e demais manifestações artísticas alargaram as potencialidades da cidade atingindo, inclusive, proporções globais. A legislação e a regulação destas práticas têm

sido progressivamente atenuadas, optando-se, antes, por estimular a ocupação do espaço público com fenómenos artísticos.

Assim, o debate em torno de questões como a cidadania e a regulamentação da prática artística na cidade tem sofrido inúmeras interpretações. De acordo com o investigador Stephen Craig, instituições como as galerias de arte e os museus promovem o diálogo sobre a arte e a cultura:

These institutions have been tried and tested and would seem to work quite well in their own right. They are also very necessary in their function of trying to create and develop a dialogue of culture (art culture) within the public realm. (...) They seem to be (as do also in a similar sense art schools for instance) necessary for the survival of certain (...) “wandering free spirits” within a society which otherwise would have no place for them.

(Craig, 2004:91)

Contudo, Stephen Craig ao definir o conceito de espaço público alerta para o facto de que a liberdade proporcionada pelas instituições deverá procurar ir ao encontro dos seus protocolos e características, uma vez que existem um conjunto de normas e restrições que o indivíduo deverá cumprir de modo a não perturbar a coesão social:

Public space, as I see it (...) is an *open area*. Accessible – circumstances permitting – to every member of a given society at any given time. An area in which every person is afforded access, so long as a certain set of rules, set up by this society, is adhered to by its individual members.

(Craig, 2004:87).

Já, o artista plástico alemão Hans Haacke refuta a argumentação de Stephen Craig, considerando que a opinião pública condiciona a forma como o espaço público é apropriado pelos artistas e percecionado pela sociedade. O artista refere o seguinte:

Like the “elite” spaces of the art world, traditional public spaces – like so many others – are subject to the pressures of today’s entertainment-driven society, where ratings are all important. In addition, art works offer developmental aid for real estate interests, marketing, and tourism.

No caso português ter-se-á concluído que o incentivo à *Street Art*, através do controlo e do investimento económico-financeiro, surte efeitos positivos na relação entre o indivíduo e a cidade. Organismos como a Galeria de Arte Urbana têm desempenhado uma importante função na promoção destas vanguardas, ainda que de forma controlada e respeitando a vontade coletiva relativamente aos locais intervencionados. Apesar das iniciativas realizadas no âmbito de organismos institucionais, estas práticas permanecem ainda associadas à preservação do anonimato e do individualismo. As instituições têm verificado, por vezes, entraves por parte dos *writers*⁹ 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 argumentação referindo que o *graffiti* tem por premissa libertar o indivíduo “from the features or factors that might normally hold you back” (Macdonald, in Gelder and Thornton, 1997: 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 ou a plataforma Underdogs dão visibilidade aos autores e executantes desta prática, que adquirem dimensão mediática pela divulgação e promoção do seu objeto artístico.

As instituições responsáveis pela mediação cultural e artística têm fomentado a inclusão das populações locais nas intervenções no espaço urbano. Esta nova abordagem apoia-se no que Nicolas Bourriaud designou por estética relacional. De acordo com o autor, a arte contemporânea enfrenta o seguinte dilema: criar uma interação com o observador e provocá-lo; ou cingir-se a um registo estético, cuja interpretação depende somente do artista. Neste contexto, Nicolas Bourriaud refere o seguinte: “(...) the liveliest factor that is played out on the chessboard of art has to do with interactive, user-friendly and relational concepts” (Bourriaud, 1998: 08). O autor acrescenta que a arte contemporânea tem procurado refletir os ideais do Iluminismo reconhecendo novos

⁹ 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).

modelos e formas de experimentação: “(...) today’s art is carrying on this fight, by coming up with perceptive, experimental, critical and participatory models, veering in the direction indicated by Enlightenment philosophers, Proudhon, Marx, the Dadaists and Mondrian” (Bourriaud, 1998: 12). Nicolas Bourriaud considera ainda que os artistas procuram cada vez mais explorar novas formas de arte, técnicas e meios através de uma abordagem empírica contrariamente à utópica que caracterizou a arte até ao início do século XIX: “(...) the role of artworks is no longer to form imaginary and utopian realities, but to actually be ways of living and models of action within the existing real, whatever the scale chosen by the artist” (Bourriaud, 1998: 13).

Em Portugal, a campanha intitulada “Reciclar o Olhar” assume um papel fundamental na inclusão da sociedade na prática artística urbana. Primeiramente, a campanha constituía uma ação de marketing de guerrilha elaborada pela agência de comunicação Torke, em parceria com a Galeria de Arte Urbana e com os serviços de higiene urbana. Na primeira fase, foram intervencionados camiões de recolha de lixo da Câmara Municipal de Lisboa. Mais tarde, os vidrões foram alvo de uma nova visualidade a partir de uma sugestão por parte dos serviços municipais. Esta ação consistiu na pintura e intervenção artística de centenas de vidrões existentes na cidade de Lisboa, aberta à população em geral.¹⁰ O objetivo passou por alertar os residentes 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.

Durante o ano de 2015, teve lugar na cidade da Amadora um projeto de intervenção artística urbana que procurou promover o diálogo entre artistas emergentes e consagrados na vertente da *Street Art*. O projeto “Conversas na Rua” que terá, em 2016, a sua segunda edição, despertou o interesse por parte da comunidade e instituições locais. Os artistas colaborantes moderaram um conjunto de *workshops* e aulas abertas que resultaram em duas intervenções urbanas em grande escala. A autora da presente dissertação é

¹⁰ Veja-se, em anexo, a Figura 1 que apresenta um vidrão intervencionado no âmbito da campanha “Reciclar o Olhar” promovida pela Galeria de Arte Urbana.

responsável pela curadoria do projeto em colaboração com a Câmara Municipal da Amadora que face ao potencial artístico local decidiu patrocinar esta iniciativa. Após a realização de um trabalho de investigação por parte da autora da presente investigação, a Câmara Municipal da Amadora concluiu que o incentivo às manifestações artísticas no espaço público através da legalização de determinados locais na cidade é fundamental para estimular a dinamização artística e cultural e o interesse cívico. Finalizados os eventos, a comunidade procurou junto da autarquia dar continuidade à iniciativa solicitando, inclusive, intervenções artísticas nas fachadas dos seus edifícios. O artista local Odeith, cuja técnica tem impactado o mercado artístico internacional, foi um dos primeiros artistas colaborantes na iniciativa.¹¹ Apesar do elevado número de murais e do *hall of fame* da sua autoria, Odeith encontrou neste projeto uma oportunidade de estabelecer uma relação de proximidade com a comunidade local através de um trabalho artístico autorizado e, como tal, sem os constrangimentos habituais inerentes à prática do *graffiti*, quando realizado sem a autorização dos proprietários dos espaços.

Assim, a relação que se tem estabelecido entre a comunidade artística e os organismos institucionais tem surtido efeitos positivos nas dinâmicas sociais e na paisagem urbana. A cidade é agora um polo cultural e artístico, cujas potencialidades estão ainda a ser descobertas face à proliferação global de fenómenos urbanos performativos. Deste modo, a rua é um importante instrumento de divulgação do trabalho artístico apresentando-se como uma montra democrática para a criatividade individual e coletiva.

4. A representação artística no meio urbano

A partir da Revolução Industrial, entre os séculos XVII e XVIII, a cidade afirmou-se como um polo atrativo dos pontos de vista cultural, artístico, social e tecnológico. No século XX, Charlie Chaplin retratou exemplarmente o caos e a atividade intensa inerente à vivência num contexto urbano aquando do apogeu das indústrias metalúrgica e têxtil. No filme “Modern Times”, realizado por Charles Chaplin em 1936, destaca-se a frase

¹¹ Veja-se, em anexo, a Figura 2 que apresenta a intervenção artística de Odeith no âmbito da primeira edição do projeto “Conversas na Rua”.

emblemática do chefe da linha de montagem que enfatiza o ambiente competitivo, o ritmo célere e a robotização dos membros do Proletariado: “Remember, if you wish to keep ahead of your competitor, you cannot afford to ignore the importance of the Billows Feeding Machine”.¹² Já Fernando Pessoa, sob o pseudónimo de Álvaro de Campos, descreve a impossibilidade de sentir profundamente e intensamente. No poema “Ode Triunfal”, Álvaro de Campos é autobiográfico exaltando a sua veia futurista e a sua especial admiração pela modernidade. O autor é contagiado pelo fulgor e fúria inerentes a uma máquina industrial:

Ah, poder exprimir-me todo como um motor se exprime! Ser completo como uma máquina! (...) Rasgar-me todo, abrir-me completamente, tornar-me passento. A todos os perfumes de óleos e calores e carvões. Desta flora estupenda, negra, artificial e insaciável!

(Pessoa, 1914 in Andrade, 1995: 152)

A cidade consagrou-se enquanto dinamizadora da expressão artística nas mais diversas vertentes, passando pelo cinema, pelas artes plásticas e pela literatura. Desde os primórdios da humanidade que o ser humano estabelece uma relação intrínseca com a rua. O espaço público começou por ser um suporte de divulgação. Nas paredes e nas fachadas surgiam os editais das peças de teatro, os cartazes que referiam a passagem das bibliotecas e do teatro itinerantes. A necessidade de comunicar os acontecimentos no meio urbano sofreu uma mudança inesperada quando os artistas decidiram expor o seu trabalho nas ruas. Criaram-se as feiras de artesanato e as mostras de arte enquanto iniciativas nas quais a promoção artística era um pré-requisito. Contudo, a transição para as paredes e outros suportes urbanos foi entendida com uma ameaça ao equilíbrio no planeamento urbano.

A partir da década de 1970, a ocupação do espaço público com a propaganda política marcou uma viragem na forma como os suportes urbanos poderiam ser aproveitados e com que finalidades. Nas décadas seguintes, assistimos a uma mudança de mentalidade e a uma maior aceitação da presença artística no espaço público. De acordo com Anna Waclawek, os artistas urbanos desempenham um papel importante na atribuição de

¹² Veja-se, em anexo, a Figura 3 que apresenta um *frame* do filme “Modern Times” (1936) realizado por Charles Chaplin.

símbolos e ideologias ao espaço público. Segundo a autora, estes fenómenos desencadeiam mudanças na forma como o espaço público é percebido: “The way urban artists use and experience public spaces affects their relationships with cities and mobilizes their conceptions of social agency” (Waclawek, 2008: 22). Na atualidade, as expressões artísticas afirmam progressivamente a sua presença no espaço público, bem como nos círculos artístico-culturais, através da exposição dos seus objetos artísticos em galerias, museus e espaços similares. Parte do valor e estatuto adquirido por estas expressões deve-se, antes de mais, à redefinição do conceito de arte e à sua constante mutação, possibilitando a abertura por parte do mercado a novas formas de expressão artística. Estas práticas atraem cada vez mais a atenção dos públicos, que de outra forma estariam perfeitamente alienados destas temáticas e da paisagem que os rodeia. A liberalização do acesso à arte contribuiu em larga escala para a proliferação destes fenómenos.

Verifica-se uma procura crescente por novas formas de arte que impliquem a apropriação e ocupação do espaço público, uma vez que este permite a construção de uma relação de proximidade entre o artista e o observador. Assim, infere-se que os artistas urbanos procuram não só provocar o observador como também cultivar na sociedade a preocupação em identificar o desconhecido como parte de si.

PARTE II

| A ARTE NO ESPAÇO PÚBLICO

1. Os conceitos de Arte Pública e Arte Urbana

A arte executada na rua e 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 o osso ou o sangue, para delinear figuras humanas, animais ou representar rituais, tendo como suporte as paredes e tetos das cavernas. A importância destes fenómenos na atualidade reside no papel que desempenham na representação do eu e na relação do indivíduo com a cidade (Janson, 2005: 26-27).

As manifestações como a Arte Pública e a Arte Urbana advogam o livre-arbítrio, a democratização do espaço público e do acesso à arte. Na publicação periódica da Galeria de Arte Urbana, o *designer* urbano Pedro Soares Neves aponta a origem do termo Arte Urbana que, segundo o próprio, remete para os “pré-urbanistas culturalistas como Ruskin ou Morris e posteriormente ao urbanismo culturalista de Sitte 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”.¹³ Porém, o termo Arte Urbana caiu em desuso devido ao aparecimento do conceito de Arte Pública, corrente que envolve um consentimento por parte da sociedade e do mercado da arte. Na obra *Arte Pública e Cidadania: Novas leituras da cidade criativa*, o conceito de Arte Pública é alvo de uma interpretação que refuta as argumentações anteriores, e que entende este fenómeno 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).

¹³ 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.

A este propósito, importa citar o escultor Iraniano Siah Armajani. No texto intitulado “Public Art and the City”, o escultor interpreta o conceito de Arte Pública segundo uma perspetiva social:

“It is not about the myth of the artista but it is about its civicness. (...) It is not about the gap between culture and public, but it is to make art public and artists citizens again. (...) Public art depends upon some interplay with the public based upon some shared assumptions. (...) Public art has social functions. It has moved from large-scale, site-specific art into work with social content. Its language is a hybrid of the social sciences, art, architecture, and city planning.”

(Armajani, 2004:70)

A função social que Siah Armajani associa ao conceito de Arte Pública é a característica que distingue este fenómeno da Arte Urbana. Deste modo, a Arte Pública surge como uma manifestação que se caracteriza pela relação que estabelece com a cidade e os seus habitantes, predisposta, inclusive, a seguir um paradigma político se tal for necessário para servir a vontade do coletivo. Stephen Craig considera que a Arte Pública é um conceito que se aplica às democracias ocidentais (Craig, 2004). O autor justifica a sua afirmação da seguinte forma: “Simply because the concept as such seems to have evolved from, and is therefore determined by the basic political ideology of this type of society” (Craig, 2004: 87). O autor acrescenta que se aplicarmos o conceito a outra cultura que poderá não ter qualquer relação com esta forma de pensamento, poderemos incorrer no risco de tomarmos uma postura cultural imperialista (Craig, 2004:87).

Partindo dos pressupostos referidos, a premissa de que toda a arte é pública tem, na atualidade, uma fundamentação empírica, uma vez que assistimos à crescente exposição de objetos artísticos em locais acessíveis ao público em geral. De facto, o conceito de Arte Pública pressupõe uma interação com o observador e alimenta-se do seu olhar em relação ao objeto artístico representado, propondo uma abordagem democrática ao estado da arte. Anna Waclawek discute esta questão na sua tese de doutoramento. A autora refere que a Arte Pública adquiriu novas cambiantes no presente, afirmando-se como uma prática cujo sucesso depende da reação do observador:

“As public art has become more abstract, more demanding of the viewer, more political and critical of both the categories "public" and "art," it has fostered dialogue and criticism about art museums, audiences, and the construction of art works.”

(Waclawek, 2008:21)

A autora acrescenta ainda que apesar da ilegalidade e da marginalidade inerentes à prática do *graffiti*, a recente popularidade desta expressão artística suscitou o interesse por parte das instituições e das indústrias criativas dedicadas à Arte Pública:

Although graffiti has generally been excluded from public art discourse, its popularity worldwide tends to incite exciting discussions about cities and the processes of urban change.

(Waclawek, 2008:21)

Em Portugal, as primeiras manifestações de Arte Pública surgiram em 1940 e foram encomendadas pelo Antigo Regime aquando da realização da Exposição do Mundo Português, organizada pelo embaixador Alberto de Oliveira e pelo diretor do Secretariado de Propaganda Nacional António Ferro.¹⁴ A este propósito importa referir que, à época, o conceito de Arte Pública era um assunto tabu, contudo subjacente às características da exposição. O objetivo da iniciativa era glorificar o Estado Novo através de um conjunto de obras artísticas que refletissem os valores e os ideais preconizados pelo regime político salazarista, nomeadamente a exaltação dos conceitos de pátria, família e fé. Entre as peças artísticas expostas, destacavam-se as imponentes obras de escultura em grande escala e estrategicamente posicionadas no jardim de Belém, localizado entre a margem do Rio Tejo e o Mosteiro dos Jerónimos. Da autoria do arquiteto José Ângelo Cottinelli e do escultor Leopoldo de Almeida, o monumento erguido retratava as principais personalidades da História de Portugal, exaltando o período dos Descobrimentos. Em destaque, surgia o Infante D. Henrique enquanto representante máximo desta época histórica. No entanto, importa salientar que este evento de contornos políticos terá surgido na sequência de três grandes momentos históricos, as exposições internacionais de Paris (1937), Nova Iorque e S. Francisco (1939). A Exposição Universal de Paris, denominada

¹⁴ Veja-se, em anexo, a Figura 4 que apresenta uma fotografia da Exposição do Mundo Português (1940).

“Exposition Internationale des Arts et des Techniques Appliqués a la Vie Moderne”, procurou criar um espaço no qual todos os países participantes pudessem divulgar os artistas plásticos e as suas obras, assim como os costumes, tradições e hábitos culturais. Já a Feira Mundial de Nova Iorque propunha um olhar futurista sobre a sociedade vigente. De acordo com a publicação Time, esta feira distinguiu-se dos acontecimentos anteriores devido ao seu tema e proposta de reflexão:

The 1939 world exposition (...) was unique in many respects, not least in that it differed in both theme and purpose from the expositions that had come before, in places like Paris, London, Chicago, and St. Louis. (...) The New York World’s Fair (...) took as its focus nothing less than, in the words of the fair’s official bulletin, presenting visions of “the World of Tomorrow”.

(Cosgrove, 2014)

A publicação acrescentou ainda que o *design* dos pavilhões apresentava uma visualidade urbana e estéril. Porém, segundo a organização a visão apresentada seria a sua interpretação do futuro inspirando-se no minimalismo e no apogeu das novas tecnologias, justificando-se com a seguinte afirmação: “this is what we believe the future will look like” (Cosgrove, 2014). Mais tarde, assiste-se à celebração do conceito de Arte Pública aquando da realização da Expo 98, em Lisboa. Durante este acontecimento, o espaço público tornou-se o palco ideal para a divulgação artística através da diversidade de eventos, passando pela escultura, pelo *design*, pela arte mural e pela performance. A constante mutação do espaço público e a sua relação, neste caso, com a água, foi o tema escolhido para definir uma linha conceptual comum a todos os eventos. A relação explorada durante os eventos vai ao encontro da definição já referida do conceito de Arte Pública e que pressupõe uma quebra com as fronteiras pré-determinadas na arte, uma vez que o espaço público se encontra em constante mudança e evolução e, como tal, não deverá estar circunscrito ou condicionado nas suas cambiantes.

Assim, a arte executada no espaço público tem permitido atribuir novas ideias, valores e símbolos à cidade e aos locais. Poder-se-á afirmar que a Arte Pública desempenha uma função importante na transição de um lugar de passagem para um “lugar praticado”, tal como refere Marc Augé, 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). Marc Augé 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). No entanto, a Arte Pública tem procurado refutar a argumentação de Marc Augé, ao reivindicar a não-efemeridade das obras artísticas no espaço público.

Segundo os movimentos de expressão plástica urbana, a arte pressupõe um processo que se inicia com a observação, seguindo-se a apropriação, a interpretação e a reflexão sobre o objeto representado. Deste modo, a constante reposição de imagens sobre imagens impede o observador de contemplar a obra e torná-la sua, integrando-a no seu percurso e nas suas vivências. Por este motivo, estes movimentos recorreram às instituições artísticas e culturais, a fim de evitarem a efemeridade das suas obras, procurando a legalização e a legitimação das práticas artísticas no espaço público. Na atualidade, assistimos à crescente apropriação e qualificação dos espaços públicos, através de intervenções em infraestruturas abandonadas. A Avenida Fontes Pereira de Melo exemplifica esta questão. Esta avenida no centro de Lisboa viu o seu património abandonado intervencionado por artistas urbanos no âmbito do projeto 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.¹⁵ Esta ação 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”, do artista urbano italiano Blu e do espanhol Sam3.

A ação referida anteriormente reflete a conciliação entre o artista e o mercado da arte e uma crescente preocupação por parte dos organismos autárquicos em melhorar a paisagem urbana, selecionando 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 polo turístico, passando a figurar nos roteiros artístico-culturais europeus. Esta foi a primeira tentativa de integrar Lisboa no circuito internacional de Arte Pública e de atrair turistas e interessados na temática. A partir desta

¹⁵ Veja-se, em anexo, a Figura 5 que revela a intervenção da dupla brasileira “Os Gémeos” no âmbito do projeto “CRONO”.

intervenção em grande escala, com a colaboração de artistas de renome internacional, estavam reunidas as condições para futuras parcerias e intervenções entre artistas portugueses e internacionais.

De acordo com o curador de arte Pedro Lapa, o espaço público é hoje um palco de expressão por excelência que pressupõe trocas discursivas e linguagens visuais divergentes e convergentes. Observa-se o encontro e a fusão de fenómenos artísticos que dão origem a novas formas de arte no espaço público. Atente-se na seguinte afirmação do curador:

As contínuas transformações que as práticas artísticas têm imprimido aos seus objectos deram a perceber uma articulação com o espaço envolvente. Que este não é apenas uma realidade física, mas um lugar vivido como um conjunto de relações com uma identidade e uma memória, é uma ocorrência significativa manifestada no curso das reconfigurações do próprio gesto artístico.

(Lapa, s.d).

Pedro Lapa salienta ainda a transição do lugar de passagem para o lugar praticado através do diálogo entre a arte e a cidade que imprime uma nova dinâmica na relação entre o indivíduo, o artista e o espaço público.

Veja-se o fenómeno fotografado e comentado pelo artista português Miguel Januário, que assina sob o pseudónimo “MaisMenos”. O artista inscreveu numa fachada de uma habitação abandonada a seguinte frase: “Enquanto há vida, há cobrança”.¹⁶ No dia a seguir à intervenção, um indivíduo, presume-se do prédio vizinho, pintou de branco a afirmação de Miguel Januário, censurando aquilo que havia sido escrito na fachada. Dias depois, o artista responde, referindo: “É estritamente proibido pintar (assim tão mal de branco)”. O morador sentindo-se, eventualmente, provocado com a reação do artista, decide pintar novamente a parede eliminando a nova afirmação. O artista reage de novo à provocação, escrevendo “Lava mais branco”. A frase manteve-se durante um mês, contudo voltou a ser censurada. Este diálogo exemplifica a relação que se estabelece, inevitavelmente, entre o observador e o artista. Neste âmbito e citando o curador Pedro

¹⁶ Veja-se, em anexo, a Figura 6 que apresenta o mural da autoria do artista urbano MaisMenos.

Lapa, assistimos a um conjunto de novos discursos que se estabelecem no meio urbano e que promovem transformações constantes nas relações interpessoais:

A possibilidade de experimentar uma relação dinâmica com os lugares, sujeita à indeterminação da vivência ou surpreendendo as suas determinações, permite escapar à reprodução da sua origem prévia e produzir uma diferença na vivência do próprio lugar, talvez mais crítica ou potenciadora de outras possibilidades perceptivas.

(Lapa, s.d).

O sociólogo urbano Robert E. Park retoma a questão da interação que se estabelece entre o observador e o artista, acrescentando que 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, in Gelder and Thornton, 1997: 25)

Já o filósofo espanhol Daniel Innerarity aborda a questão da urbanidade, segundo uma perspetiva 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 Pública tem potenciado a participação ativa da população no meio urbano, estimulando o interesse do indivíduo pelo espaço público. O termo paisagem urbana está na ordem do dia, à medida que emergem a um ritmo célere os fenómenos de ocupação do espaço público, com instalações artísticas, com performances de rua, entre outras. Assistimos ao apogeu da cidade enquanto espaço

criador de potencialidades, de inspirações, de novas ideologias e estilos de vida. A criação artística beneficiou desta situação, ao ver-lhe aquiescida a ocupação de lugares outrora restritos e condicionados pela legislação e burocracia veiculada pelos sistemas políticos.

2. A pintura mural política

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, infraestruturas e mobiliário urbano, mensagens de carácter ideológico e revolucionário. Frequentemente, os membros destes movimentos 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 do dia 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” (Graciosa, S., 2012). 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”.¹⁷ Por outro lado, segundo ainda Carlos Almeida, a execução do mural implicava também “um trabalho de organização, quer na questão plástica, que passava pela compra dos materiais e pela escolha do suporte e respetivo local do mural, quer na mobilização de militantes para intervir e marcar a presença na rua”.¹⁸

¹⁷ Excerto de uma entrevista realizada pela autora da presente dissertação 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.

¹⁸ Id.

Após a Revolução em 1974 que conduziu ao fim do Estado Novo, a rua tornou-se “o palco de expressão por excelência”.¹⁹ As chamadas pichagens, inscrições ou insígnias projetadas nos suportes urbanos decoravam o país de Norte a Sul. 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 testemunho 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 refletia-se também na arte e na cultura, e nós nessa vertente fazíamos murais que espelhavam a nossa posição face ao momento político" (Graciosa, S., 2012).

Na exposição oral de Augusto Araújo, durante a conferência subentendida ao tema “Cartazes e murais de Abril” que teve lugar na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa no dia 02 de Abril de 2014, o arquiteto começou por referir que “Lisboa após o 25 de Abril estava cheia de palavras de ordem, expressadas através de mensagens políticas”.²⁰ Durante a mesma sessão, o arquiteto e redator da revista *Vértice* acrescentou ainda que a “imprensa internacional apelidava os portugueses de bárbaros e que a cidade de Lisboa era uma selvajaria”.²¹ 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”.²² 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.²³ 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, outros eventos culturais. Augusto Araújo lembrou, no fim da sessão, que, após o período ditatorial, existia uma

¹⁹ Veja-se, em anexo, a Figura 7 que apresenta o mural realizado durante a década de 1980 pelo Centro de Trabalho do Partido Comunista Português da Amadora, na freguesia da Falagueira, na Amadora.

²⁰ Informação retirada da exposição oral de Augusto Araújo, durante a conferência subentendida ao tema “Cartazes e murais de Abril” que teve lugar na Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, no dia 02 de Abril de 2014.

²¹ Id.

²² Id.

²³ Veja-se, em anexo, a Figura 8 que apresenta um mural estima-se da autoria do Movimento Democrático dos Artistas Plásticos realizado durante após 1974.

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 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”.²⁴

Paralelamente, surge o *stencil*, técnica que reflete a oposição face à sociedade e ao sistema político. De acordo com Tristan Manco, o *stencil* poderá definir-se da seguinte forma: “A stencil is essentially a template which can be painted through with a paintbrush 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 de 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: 08). No caso português, o *stencil* era o método mais utilizado durante o Estado Novo. Esta técnica reivindicava a democracia e a consagração das liberdades individuais através da criação de moldes com contornos de figuras e *slogans* que aludiam à conjuntura político-social existente. De acordo com António Alves, o processo iniciava-se com a elaboração dos *stencils* “primeiro a uma cor e depois a várias cores”.²⁵ António Alves acrescenta que o *stencil* ainda resiste nos muros e paredes da cidade, 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 expressem a sua revolta nas mais variadas formas”.²⁶

²⁴ Id.

²⁵ 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.

²⁶ Id.

2.1 Afirmação ideológica nas ruas

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 revelou uma necessidade de se exprimir junto dos seus pares e viu no meio urbano um suporte disponível para acolher as suas ideias e crenças. Este tipo de fenómenos continuaram a multiplicar-se devido à pressão social e à necessidade de afirmação individual.

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”.²⁷ Marc Augé contraria esta perspetiva ao referir que a cidade é um local de passagem. Neste âmbito, o autor acrescenta que a globalização é responsável pelo crescente domínio do global sobre o local:

O mundo da globalização económica e tecnológica é um mundo da passagem e da circulação – tudo tendo como fundo o consumo. Os aeroportos, as cadeias hoteleiras, as auto-estradas, os supermercados (...) são não-lugares, na medida em que a sua vocação primeira não é territorial, não é a de criar identidades singulares, relações simbólicas e patrimónios comuns, mas bem mais de facilitar a circulação (e, dessa maneira, o consumo) num mundo com as dimensões do planeta.”

(Augé, 2003, p.84).

Arjun Appadurai defende uma teoria semelhante. Contudo, alerta para a progressiva homogeneização cultural e a perda 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).

²⁷ 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.

Partindo desta argumentação, o mundo é, cada vez mais, representado segundo uma lógica global e orientado para uma crescente atenuação das identidades culturais²⁸ com menor impacto social. Na atualidade, esta conjuntura alterou-se, uma vez que o homem tende a afirmar-se cada vez mais no espaço público moldando-o à imagem das suas crenças, valores, símbolos e ideologias.

A politização do espaço público é um fenómeno que se iniciou com a propaganda política nas ruas nas décadas de 1970 e 1980. Contudo, é na atualidade que têm lugar os projetos mais disruptivos do ponto de vista criativo. A título de exemplo, importa referir o artista urbano britânico Banksy e o artista português Miguel Januário. As representações visuais do primeiro desde logo mereceram a atenção dos *media* internacionais.²⁹ De acordo com Johannes Stahl, as expressões artísticas urbanas transformam o controlo e a regulação em objeto de reflexão pública, promovendo o debate e agudizando a discussão sobre os sistemas políticos. A autora apoia-se no artista Banksy para esclarecer este ponto de vista, exemplificando: “(...) o irónico contra-ataque do artista de rua Banksy (...) [quando] pergunta a uma câmara de vigilância para onde olha cada vez que roda” (Stahl, 2008: 69). Já Miguel Januário provoca o observador com ditados populares alterados, expressões polémicas que apontam para as problemáticas da sociedade atual, com especial enfoque no sistema político português.³⁰ O artista urbano apoia-se nas notícias e nos escândalos políticos divulgados pelos *media* para questionar a ordem social, o sistema empresarial e os grandes *lobbies* económicos. Estas ações artísticas encontraram no meio urbano os suportes ideais para atingir um maior número de públicos e, como tal, produzir uma mensagem em rede que reforça a oposição face ao sistema político. Porém, emerge a questão sobre quem tem o poder e a permissão para mudar a paisagem urbana e, neste caso, ferir suscetibilidades. O receio da classe política em relação a estes fenómenos é visível, uma vez que ressurge um passado histórico ainda recente. Johannes Stahl refere alguns exemplos:

²⁸ 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).

²⁹ Veja-se, em anexo, a Figura 9 que apresenta um mural realizado na cidade de Bristol por Banksy.

³⁰ Veja-se, em anexo, a Figura 10 que apresenta uma intervenção artística de Miguel Januário na cidade de Guimarães.

De uma maneira mais ou menos secreta, mais ou menos pública, os símbolos das paredes contribuíram sempre para a criação de opinião ou, pelo menos, para a agitação. Existem dois exemplos desta evolução que se podem citar aqui: a cruz cristã e o peixe passaram de símbolos secretos para se transformarem num símbolo reconhecido por todos; o lema da casa Habsburgo, «AEIOU», interpretado de diferentes maneiras, tornou-se o símbolo não-oficial da resistência austríaca contra o Terceiro Reich.

(Stahl, 2008: 71-74)

Os exemplos referidos constituem perigosos obstáculos à uniformização da opinião pública, uma vez que expõem assuntos-tabu para a sociedade. De facto, o papel das ideologias é questionar os detentores do poder e as hierarquias sociais. As entidades partidárias atentas ao fenómeno da arte de rua, convidaram os artistas a integrar as suas campanhas e, assim, associarem às imagens representadas *slogans* de ordem política. A cidade tornou-se assim um fórum de escrutínio público através de linguagens gráficas que expunham as ideologias dos seus autores. Johannes Stahl recupera o papel dos ilustradores das revistas satíricas “La Caricature” e “Le Charivari”, destacando por outro lado o artista plástico Heinrich Zille, que “integrou em numerosas ocasiões *slogans* de diferentes campanhas políticas nos seus quadros” (Stahl, 2008: 77). Recentemente, veja-se o projeto “Shoot the shit” em Porto Alegre, no Brasil. Sob a premissa “Cidades mais Criativas”, um coletivo de artistas realizou um conjunto de intervenções urbanas dispersas pela cidade e cujo objetivo foi alertar a população para as problemáticas existentes e promover a cidadania e a manutenção do espaço público.³¹ Entre as ações realizadas destacou-se a intervenção “Porto Alegre precisa de mais”, na qual o coletivo convidava a população local a refletir sobre a cidade e sobre a ausência de recursos com que cada cidadão é confrontado no dia-a-dia.

Assim, conclui-se que a reivindicação do espaço público é um fenómeno com um crescimento exponencial que poderá alterar consideravelmente a relação entre os indivíduos e a cidade. As constantes mutações no espaço público revelam-se inspiradoras para o indivíduo que encontra neste meio novas formas de expressão. A aproximação do indivíduo ao espaço público desencadeia novas linguagens e discursos em relação à

³¹ Veja-se, em anexo, a Figura 11 que apresenta uma intervenção artística no âmbito do projeto “Shoot the shit”.

cidade aprofundando a discussão sobre a democratização do meio urbano para fins artísticos, culturais e de mobilização social.

2.2 Arte mural em decadência

Segundo António Augusto Araújo “houve uma transição para o *graffiti*”³² e um afastamento, gradual, da pintura mural política e do *stencil*. Na verdade, poder-se-á dizer que o *graffiti* incorporou elementos de ambas as práticas e construiu novas narrativas que vão para além da política.

Na atualidade, verifica-se um fenómeno interessante no que diz respeito à utilização do *graffiti* para fins políticos e, por conseguinte, na disseminação de mensagens ideológicas. Esta recente politização do *graffiti* encontra-se associada à crescente reivindicação do espaço público, tomando os suportes urbanos como veículos para a consolidação de uma matriz política. António Araújo confirma esta asserção ao referir os exemplos do mural das Amoreiras e a 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”.³³ Contudo, o *graffiti* associado a uma ideologia política detém um passado histórico enriquecedor do ponto de vista etnológico. Como iremos referir mais à frente, desde os grafitos de Pompeia que assistimos à constante apropriação do espaço público para servir a propaganda político-partidária.

No caso português, durante a década de 1980 aquando do período pós-revolucionário, os praticantes de *graffiti* aliavam 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 a pintura mural é, tendencialmente, encomendada por um movimento

³² 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.

³³ Id.

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 ação criada por António Alves, pintor mural português e membro do COML (Centro de Estudos Operários – Memória Laboral), consistiu na reprodução de cerca de 40 murais políticos, alguns já extintos, em diversos locais por todo o país ao longo do ano de 2014. O projeto “40 Anos, 40 Murais” reuniu um conjunto de voluntários, composto por membros associativos, artistas e admiradores, e contou com o apoio da APAURB (Associação Portuguesa de Arte Urbana) e do COML. De acordo com António Alves este movimento associativo distingue-se dos demais “porque defendeu a luta pela liberdade de expressão, porque associou as artes da pintura mural e da Arte Urbana e porque foi inter-geracional, pois mobilizou pessoas de todas as idades”.³⁴ António Alves destaca o mural já realizado em Alcântara que entretanto foi vandalizado e substituído recentemente pelo “Mural das Independências”, realizado no âmbito de um concurso. Esta iniciativa organizada pela Galeria de Arte Urbana da Câmara Municipal de Lisboa propunha aos candidatos a conceção e execução de um mural inspirado nas antigas colónias portuguesas e nas interações culturais, sociais e linguísticas entre os PALOP e Portugal. Retomando as declarações por parte de António Alves, o pintor mural político procurou descrever, sinteticamente, o processo de execução:

[O mural em Alcântara] mobilizou cerca de 67 pessoas, entre voluntários e artistas. Isto reflete o envolvimento e empenhamento de pessoas que, em certos casos, nunca tinham pintado e que se identificaram com o projeto. Eu acho que é um projeto vencedor, [o mural] tem 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 projeto que não é apoiado institucionalmente, cujos dinheiros gastos foram obtidos pelos próprios ativistas.³⁵

³⁴ Excerto da entrevista realizada via telefone a António Alves, um dos primeiros pintores de murais em Portugal e membro do COML (Centro de Estudos Operários – Memória Laboral), no dia 14 de Abril de 2014.

³⁵ 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.

O antigo mural de Alcântara exibia um acervo visual que evocava a memória histórica de Portugal, passando pelos diferentes registos de pintura mural ainda existentes e já extintos, repostos através da iniciativa.³⁶ 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 aspetos do presente, desde a luta dos estivadores, da austeridade, da luta contra a Troika ou contra a corrupção.³⁷

A extensão mural localizada nas Amoreiras é possivelmente o local mais emblemático no que diz respeito à reflexão política através da prática do *graffiti*. Este muro exhibe um dos *hall of fame*³⁸ mais antigos na cidade de Lisboa. De acordo com Ricardo Campos, o *hall of fame* é um mural que reúne os artistas mais consagrados da prática:

Pintar neste local representa, portanto, um acto simbolicamente importante, na medida em que significa a partilha de um espaço onde figuram os consagrados da cultura graffiti. Verificamos que o Hall of Fame é caracterizado por uma maior complexidade pictórica, exigindo capacidade de composição e técnica na execução.

(Campos, 2007: 298)

³⁶ Veja-se, em anexo, a Figura 12 que apresenta um mural realizado no âmbito da iniciativa “40 Anos, 40 Murais”.

³⁷ Id.

³⁸ De acordo com Ricardo Campos, o conceito de *hall of fame* da seguinte forma: “Graffiti, na maior parte dos casos em paredes legais ou paredes pouco expostas, sem grandes riscos de problemas com as autoridades. Hall-of-fame é um graffiti mais pensado e mais trabalhado, dando importância não só ao lettering, mas também aos fundos e eventuais characters. Quando o hall-of-fame atinge uma proporção considerável, é muitas vezes também chamado de produção.” (Campos, 2007: 482).

O muro das Amoreiras começou por 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 realizar neste suporte um conjunto de intervenções alusivas à conjuntura política vigente. O autor das peças, acompanhado pelos artistas Slap, Exas e Kurtz, desenvolveu uma narrativa satírica 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, atual Primeiro-Ministro de Portugal, e Paulo Portas, Vice-Primeiro-Ministro de Portugal.³⁹ 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 vários outros murais alusivos a esta temática. As composições exibem uma técnica complexa e uma preocupação estética aliada à mensagem política transmitida.

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 as práticas provocarem o observador e alterarem, à sua imagem, o espaço público.

3. Emergência da *Street Art*

Na atualidade, verificou-se uma transição do conceito de Arte Urbana para a banalização do termo norte-americano *Street Art*. Este estrangeirismo integra todas as expressões artísticas realizadas no espaço público e que são acessíveis ao coletivo. Neste âmbito e tendo por objeto a entrevista de Steve Lazarides, proprietário da Lazarides

³⁹ Veja-se, em anexo, a Figura 13 que apresenta uma fotografia do mural localizado nas Amoreiras e que retrata a chanceler alemã Angela Merkel manobrando os anteriores representantes políticos portugueses, o ex-Primeiro-Ministro Pedro Passos Coelho e o outrora Ministro dos Negócios Estrangeiros Paulo Portas.

Gallery, à publicação *Dazed & Confused*, o galerista considera que a “Street Art” é vista segundo dois ângulos distintos no Ocidente e no Oriente. Esta visão contribui, significativamente, para o duplo impacto desta manifestação na sociedade atual. 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” (Gavin, F., 2012).

Retomando a definição do termo *Street Art*, este conceito acrescenta uma nova característica ao fenómeno da Arte Urbana: procura não só integrar as novas expressões artísticas que têm lugar no meio urbano como também reconhecer um valor estético na chamada arte emergente. Estas novas formas de arte acompanham uma tendência mundial que corresponde à crescente individualização da cadeia produtiva, ou seja, o novo artista é aquele que procura representar-se autonomamente, distanciando-se das indústrias e das agências que detêm o monopólio do mercado da arte. Deste modo, os artistas procuram gerir a sua carreira a título individual, recusando uma dependência de ordem financeira, jurídica e autoral. 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 criar formas ou representações], posters⁴⁰ ou até através da colagem de azulejos” (Campos, 2010: 301). Já Anna Waclawek, defende que o *graffiti* precede a *Street Art*. Segundo a investigadora, a *Street Art* apropriou-se dos ideais, códigos e símbolos do seu antecessor: “Post-graffiti art, commonly referred to as “neo-graffiti”, “urban painting”, or simply “street art” exists as a new term in the graffiti literature to identify a renaissance of illegal, ephemeral, public art production.” (Waclawek, 2008: 03). Anna Waclawek conclui que a *Street Art* e demais manifestações correspondem a uma evolução na literatura do *graffiti*. Este movimento apresenta uma maior complexidade técnica e estética e reúne uma vasta diversidade de estilos:

Unlike the easily recognizable letter-based graffiti style, the post-graffiti art movement boasts greater diversity and includes art produced as an evolution of, rebellion against, or an addition to the established signature graffiti tradition.

⁴⁰ De acordo com Johannes Stahl, na obra intitulada “Street Art”, os posters podem ser “(...) pintados à mão ou impressos (...) são, mais ou menos, desde o princípio do século XX, um meio artístico que propaga com frequência manifestos programáticos e declarações políticas” (Stahl, 2008: 278).

O movimento da *Street Art* foi fundamental para a transição do *graffiti* para as galerias, museus, entre outros. Por outro lado, os novos membros deste movimento artístico apresentam uma preocupação com o investimento numa formação académica, verificando-se, frequentemente, a transição de uma carreira na área do Design para a *Street Art*. Na verdade, esta procura por uma formação complementar procura responder ao controlo e à pressão exercidos pela sociedade atual, pelos média e pelo sistema político. Ao artista de *Street Art* é-lhe pedido que contextualize e situe a sua obra numa unidade temporal, facto que permitirá “justificar” o ato de expressar-se na rua. Verifica-se um processo cíclico de pergunta e resposta, no qual os agentes (média, sistema político e sociedade) reclamam uma explicação para a criação da obra de arte num espaço que é comum a todos. Johannes Stahl apresenta um novo obstáculo para os artistas de rua, referindo-se à concorrência e à competitividade inerentes a esta prática. Segundo a autora, o elevado número de artistas de *Street Art* exerce um impacto profundo no mercado da arte e na formação artística.

Enquanto as academias de arte, como lugares de formação, representam um obstáculo inegável para as gerações vindouras de artistas, o acesso à *Street Art* está aberto a qualquer um. Só a enorme quantidade de praticantes de *Street Art* faz com que este fenómeno seja dificilmente manuseável para o mercado da arte ou para a crítica artística.

(Stahl, 2008: 63).

Esta situação poderá dificultar a consolidação de carreiras artísticas no âmbito desta manifestação e, assim, impedir a progressão e a evolução na criação. Por outro lado, verifica-se uma constante reprodução de obras de *Street Art* já existentes, originando um sem número de réplicas do mesmo objeto. O fenómeno da cópia entre artistas de *Street Art* é uma problemática que fragiliza a prática e os seus autores, colocando-os num patamar de amadorismo. Esta questão prende-se com a ausência de uma entidade protetora dos direitos de autor e com a multiplicidade de suportes urbanos disponíveis. Este duplo dilema reacende a discussão relativamente à legitimação da *Street Art* enquanto movimento artístico. Os agentes culturais e as indústrias criativas são constantemente confrontados com réplicas dos trabalhos dos seus agenciados nas paredes e muros das cidades. Infere-se que a diversidade de estilos inerentes a estas manifestações

encontra-se em risco e poderá, eventualmente, colocar em causa a evolução na carreira desta comunidade artística.

4. O *graffiti*

Supõe-se que a origem do *graffiti* provém do 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 H.W. Janson confirma esta asserção e sublinha o rigor das gravuras, destacando a gravura intitulada *Bisã Ferido*, localizada no Norte de Espanha, concretamente na caverna de Altamira⁴¹:

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, 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 correta da expressão latina *Pompeii*), encontra-se situada a sudeste de Nápoles. Pompeia ficou completamente soterrada, no ano de 79 d.C., após ter sido vítima de uma erupção vulcânica, na 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.

⁴¹ Veja-se, em anexo, a Figura 14 que apresenta a gravura “Bisã Ferido”, localizada na caverna de Altamira.

As cidades de Pompeia, Herculano e Estábias eram as que possuíam mais vestígios de grafitos, visto que a população retratava os acontecimentos do seu quotidiano nos suportes urbanos, entre os quais muros, paredes, tetos e calçadas.⁴² Ricardo Campos confirma esta asserção ao referir que o *graffiti* será originário do “império romano (presentes nas catacumbas de Roma ou em Pompeia)” (Campos, 2010: 79). Na verdade, estas cidades contribuíram, indiretamente, para preservar a memória histórica da sociedade romana do século I. Os grafitos tinham uma conotação positiva associada a eles, uma vez que eram vistos como a forma mais válida de divulgar a informação. Partindo desta afirmação, poder-se-á dizer que o estigma negativo associado ao *graffiti* é recente e impõe-se como um preconceito face à expressão artística individual nas ruas. No artigo intitulado “Reading the Writing on Pompeii’s Walls”, Kristin Ohlson discute essa mudança de opinião relativamente ao *graffiti*, encarando a prática, na atualidade, 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” (Ohlson, 2010). 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” (Ohlson, 2010). 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” (Ohlson, 2010).

As primeiras referências sobre o *graffiti* não se esgotam na Roma Antiga. Em 1731, Hurlo-Thrumbo reúne uma compilação de registos fotográficos de frases inscritas em casas de banho públicas e publica o primeiro compêndio sobre a inscrição de mensagens em espaços públicos. De acordo com Johannes Stahl, o autor utilizava um pseudónimo com receio de represálias políticas devido ao prólogo da sua obra, que referia o seguinte: “Original Manuscripts written in Diamond by Persons of the first Rank and Figure in Great Britain”. Mais tarde, em 1812, Thomas Rowlandson cria o personagem Dr. Syntax, um investigador de grafitos. O ano de 1866 marca o reconhecimento do *graffiti* enquanto prática artística pela imprensa. Por esta altura uma revista francesa

⁴² Veja-se, em anexo, a Figura 15 que apresenta um grafito situado em Pompeia com um apelo ao voto de dois candidatos ao senado, M. Cerrinius Vatia e A. Trebius Valente.

mencionava a importância da prática enquanto veículo para comunicar e transmitir as ideologias individuais ou coletivas, especialmente das camadas mais jovens:

No ano de 1866, uma revista francesa, que se tinha autodesignado como *Intermédiaire* para as perguntas e respostas do seu público, comentava que «as paredes são o meio natural de intercâmbio para os rapazes de rua».

(Stahl, 2009:16)

As características do *graffiti* atual remontam à 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 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)

À semelhança da pintura mural de contornos político-ideológicos, os praticantes do *graffiti* consideram o seguinte: “what you write determines exactly who you are and where you stand”. O *graffiti* é praticado nas infraestruturas 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, in Gelder and Thornton, 1997: 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 *writers* em Portugal surgiu na cidade de Carcavelos, localizada no concelho de Cascais, com a constituição da primeira *crew*⁴³ de praticantes de *graffiti* detentores de uma insígnia própria, o CAC (Criminal Assassins 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*. As intervenções mais impactantes encontravam-se nas freguesias de Belém, Campolide e Amoreiras (Moore, 2010).⁴⁴

Os coletivos mencionados e seguintes apoiaram-se nas subculturas norte-americanas, concretamente na música, dança e estilo provenientes da comunidade *hip hop*. As periferias dos centros urbanos marcam o início desta subcultura, que se sentia segregada e, como tal, reconhecia no espaço público o potencial para afirmar os seus anseios e as suas convicções. Os membros deste movimento circunscrevem territorialmente o meio urbano, seja através de inscrições, símbolos, desenhos ou grafismos. O objetivo fundamental dos intervenientes do *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 influenciadora. Neste âmbito e de acordo com Pedro de Andrade, Carlos Almeida Marques e José da Cunha Barros, a periferia das grandes cidades revela-se o local ideal para a criação artística:

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

⁴³ De acordo com Nicholas Ganz uma *crew* deve ser entendida como “A group of graffiti artists who create group pieces and tag the crew initials along with their name” (Ganz, 2004: 374).

⁴⁴ Veja-se, em anexo, a Figura 16 que apresenta uma fotografia do muro de Campolide.

construção de novas subjectividades e identidade e comporta divisões, fragmentações, conflitos, hierarquias, diferentes etnias.

(Andrade, et al., 2010:158)

A prática do *graffiti* em Portugal tem projetado 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 objetos 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, promovem-se autonomamente, suscitando, por conseguinte, o interesse 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. Segundo Ricardo Campos, o *graffiti* “encontra nos exercícios lúdicos refúgios comunicacionais que escapam às lógicas do mundo dominante e dos adultos” (Campos, 2010: 26). Partindo desta afirmação, que organismo poderia interceder na relação entre o público, o artista e as entidades? A resposta a esta questão tem sido alvo de inúmeros debates e posicionamentos distintos, ainda que a alternativa seja o recurso à mediação cultural.

4.1 Rivalidades

Cornbread sobressai entre os pioneiros da prática do *graffiti*. Este artista urbano iniciou o seu percurso artístico em 1967, em Filadélfia, cidade norte-americana considerada o berço do *graffiti*. Membro da subcultura *hip hop*, Cornbread possuía objetivos semelhantes aos dos 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 infraestruturas e mobiliário urbano existente, originando o movimento artístico agora denominado por *graffiti*.⁴⁵ As suas representações visavam o entendimento entre movimentos juvenis hostis, nomeadamente entre os chamados *gangs* urbanos⁴⁶, 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. De acordo com a historiadora de arte Anna Waclawek, a ilegalidade define esta prática artística e distingue-a 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)

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. 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.⁴⁷ Esta assinatura era acompanhada do símbolo do *copyright*, pois a dupla tinha por objetivo demarcar-se das restantes *crews* e

⁴⁵ Veja-se, em anexo, a Figura 17 que apresenta uma fotografia do *hall of fame* de Cornbread, localizado em Nova Iorque, Estados Unidos da América.

⁴⁶ 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 and Thornton, 1997: 214).

⁴⁷ Veja-se, em anexo, a Figura 18 que apresenta uma fotografia de um mural da dupla SAMO, composta pelos artistas Jean-Michel Basquiat e Al Diaz.

impedir a cópia da sua designação por outros artistas e aspirantes, defendendo a denominada *lei das ruas*. A dupla pretendia estabelecer uma rivalidade entre os membros da comunidade, inscrevendo as suas disputas territoriais, ideológicas e sociais nas paredes, muros e linha ferroviária de Nova Iorque. Esta reivindicação por parte de Basquiat poderá estar relacionada com a orientação sexual do artista. Jean-Michel Basquiat terá sido alvo de discriminação por parte dos restantes membros da comunidade do *graffiti*, uma vez que esta prática se encontrava associada a uma maioria masculina, autoritária e hostil defensora acérrima da heterossexualidade e da representação da mulher enquanto objeto de desejo. 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 ao seu novo registo artístico e às suas incursões na *pop art* com a elite alternativa frequentadora do espaço “The Factory”, fundado por Andy Warhol. O jovem prodígio outrora aclamado pela crítica era elogiado pelas suas representações com base na sua composição, cor e equilíbrio entre a espontaneidade e o controlo (Hays, 1988).

O *graffiti* assume-se como uma prática 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, in Gelder and Thornton, 1997: 320). Poder-se-á afirmar que o *graffiti* se define como uma prática altamente politizada e reivindicadora. Neste âmbito, importa referir outra importante figura do movimento, porém alvo recorrente do preconceito por parte da comunidade. Keith Haring foi um artista mediático durante a década de 1980 devido ao seu papel enquanto ativista pelos direitos dos homossexuais e pela luta contra o HIV, doença da qual padecia e que causou a sua morte aos 31 anos de idade. O artista urbano era profundamente influenciado pelo cosmopolitismo da cidade de Nova Iorque, aliando a esta inspiração o gosto pela banda desenhada, pelas caricaturas e pelos *cartoons*.⁴⁸ O jornal “The New York Times” recupera a memória de Keith Haring num artigo sobre a exposição que recuperou o legado do

⁴⁸ Veja-se, em anexo, a Figura 19 que apresenta um mural da autoria de Keith Haring localizado na cidade de Filadélfia, Estados Unidos da América.

artista plástico e que decorreu em Brooklyn, em 2012. O artigo descreve Keith Haring da seguinte forma:

Keith Haring's ebullient, graffiti-based work epitomized an entire strain of 1980s art. His inspiration came from the street and from comic books (...) Though simply drawn, Haring's figures, particularly the "radiant baby," were instantly recognizable. By the time of his death at the age of 31 in 1990 his work had become famous, in part through its wide dissemination on T-shirts, buttons and other merchandise, much of it sold through his retail outlet, the Pop Shop, which lasted from 1986 to 2005.

(Loos, 2012)

O artista encontrou alguns entraves na sua integração no movimento do *graffiti* devido à sua personalidade amistosa e aos grupos sociais com quais se identificava. Desde logo e apesar do seu registo estar intrinsecamente associado ao *graffiti* e à *Street Art*, integrou o movimento *pop art*, inaugurando inclusive uma loja de artigos de *merchandising* com a representação das suas criações artísticas. As situações enumeradas contribuiram para o distanciamento por parte destes artistas em relação à comunidade do *graffiti*.

O clima de rivalidade e de hostilidade preconizado por estes grupos apoiava-se nas figuras icónicas da cultura afro-americana, como é o caso do ativista político Malcom X e do cantor de *rap* Tupac. Na década de 1980, os membros da indústria da música *rap* provinham dos chamados guetos localizados nos subúrbios das grandes cidades, entre as quais destacam-se Nova Iorque, Filadélfia, Cidade do Cabo e Berlim. Na Europa, o muro de Berlim foi de facto o centro nevrálgico da cultura urbana, servindo de suporte para disputas ideológicas, para o ativismo político-social e para as rivalidades entre os grupos culturais.⁴⁹ A este propósito, Johannes Stahl descreve este local da seguinte forma:

Surgiu durante a Guerra Fria como o meio de contenção para evitar a fuga da RDA e tornou-se um símbolo com um significado político muito especial. Embora se encontrasse num terreno elevado, era muito pouco controlado pelos postos fronteiriços da RDA no lado ocidental. Precisamente por esta mesma razão, a polícia da parte ocidental apenas actuava contra os graffiti. Juntamente com

⁴⁹ Veja-se, em anexo, a Figura 20 que apresenta uma fotografia do Muro de Berlim.

uma grande quantidade de mensagens variadas, havia muitos graffiti, representações ou murais que reflectiam precisamente esta situação.

(Stahl, 2008: 81)

Neste contexto, importa explicar o conceito de cultura urbana que, de acordo com Diana Crane, consiste no seguinte: “Produced and marketed by small cultural organizations to audiences that are fairly homogeneous in terms of either age, social class, ethnic or racial background, or education” (Crane, Diana, 1992:109).

O *graffiti* afirma-se, assim, como uma prática que pressupõe um duplo sentido: destrutivo e construtivo. A faceta destrutiva diz respeito à prevalência de um perfil violento e hostil entre grupos rivais e em relação aos chamados *outsiders*, indivíduos que não pertencem à comunidade e que celebram a cultura dominante e os seus valores, símbolos e ideologias adotando uma postura conformista em relação à sociedade. Por outro lado, esta manifestação permite aos seus membros preservar a coesão entre o grupo e promover a união entre as suas convicções, ideais e princípios, contribuindo para o carácter construtivo da identidade individual e coletiva através de um sentimento de pertença e solidariedade. Na obra intitulada *Risco e identidade de género no universo do graffiti*, Sara Cerejo traça o perfil dos artistas de *graffiti*, que se caracterizam pela premência em:

(...) 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)

A autora realça que os membros desta comunidade estabelecem uma relação de ambiguidade em relação ao meio que os rodeia, facto que impossibilita uma interação com o outro e com o desconhecido. Por outro lado e como será mencionado adiante, a apropriação dos símbolos destes grupos sociais pela cultura de massas poderá constituir uma ameaça à coesão destas comunidades. Eventualmente, os membros destes grupos

poderão questionar a sua credibilidade conduzindo à recusa da ideologia devido à célere reprodução dos elementos da sua subcultura.

4.2 A transição para as galerias

Com o advento da cultura de massas, assistiu-se à progressiva integração do *graffiti* no mercado da arte e, por conseguinte, nos museus, galerias e outros espaços culturais. Os principais fatores que conduziram à mudança de mentalidade relativamente à prática do *graffiti* e à sua inclusão no mercado da arte prendem-se com o desenvolvimento tecnológico, a livre-circulação de bens e mercadorias no continente europeu, a apropriação da cultura urbana pela indústria da Moda, o hiperconsumo e a influência da publicidade. De facto, a conjuntura económico-social provocou uma transformação visível nos padrões socioculturais. Por conseguinte, assistimos à descida acentuada do preço dos produtos e à elevada especulação comercial, responsável pela liberalização do consumo, patente no acesso livre aos bens culturais e na sua reprodução em massa. A este propósito, importa atentar na obra do historiador de arte Martin Kemp que aborda o papel da cultura popular e dos artistas plásticos como Andy Warhol (1928-1987) e Roy Lichtenstein (1923-1997). A propósito da serigrafia, reprodução de objetos artísticos em série com recurso a padrões gráficos, 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).

A prática do *graffiti* e as suas cambiantes pressupõem a realização de intervenções artísticas no espaço público, afigurando-se como o meio que alimenta e inspira os membros deste movimento. Assim, importa retomar o exemplo de Jean Michel Basquiat, enquanto artista pioneiro na transição do *graffiti* para as galerias. 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” (Hays, 1988). Jean Michel Basquiat descontente com o fim do seu coletivo artístico de

graffiti transitou, progressivamente, para as galerias e espaços culturais de Nova Iorque.⁵⁰ O artista apontou o lucro com a venda das obras de arte e a integração nas elites culturais nova-iorquinas como as principais razões pelas quais abandonou o seu percurso artístico inicial. De facto, a carreira artística de um praticante de *graffiti* é confrontada com a ausência de uma forma de subsistência bem como a exaltação da preservação do anonimato, característica inerente à prática e preconizada pelos seus membros. Estes fatores condicionam a construção de uma carreira sólida por parte dos artistas de *graffiti*, uma vez que as ideologias e princípios da comunidade são influenciadoras na tomada de decisão dos membros. Por outro lado, pressupõe-se que o *graffiti* seja realizado ilegalmente, quebrando as normas e convenções instituídas. A confrontação político-ideológica defendida pelos membros desta comunidade contribuiu para que esta expressão artística fosse associada à marginalidade. A preservação da identidade do grupo é para os praticantes do *graffiti* uma prioridade. Como tal, o membro que viole os princípios e as ideologias da comunidade será convidado a sair, uma vez que constitui uma ameaça à coesão do grupo. Na Europa, o luso-descendente André Saraiva, que utiliza o pseudónimo “Mr.A”, construiu uma carreira artística com início na prática do *graffiti* afirmando-se na atualidade como uma marca, resultado de uma forte aposta pessoal no *merchandising* da sua assinatura e das suas icónicas figuras. O seu personagem “Mr.A” ganhou uma vida própria preenchendo as ruas e paredes da cidade de Paris.⁵¹ O artista propõe uma nova conceção do *graffiti*: “He (...) reinterprets the meaning of graffiti art, from underground opposition to a more friendly and utopian alternative to the day time” (Zahm, s.d.).

Os aspetos enumerados condicionaram fortemente o reconhecimento do *graffiti* enquanto prática artística. Contudo, o mercado da arte sofre mutações constantes devido ao ritmo célere a que a sociedade se constrói e se desenvolve. A conjuntura político-social foi determinante na perceção atual do *graffiti*. Assistimos à reapropriação da cidade pelo indivíduo que concebe o meio urbano à sua imagem, com o objetivo de promover a sua integração e identificação com os lugares. Assim, o mercado da arte, os agentes e mediadores culturais declararam tréguas à perseguição dos fenómenos artísticos urbanos.

⁵⁰ Veja-se, em anexo, a Figura 21 que apresenta uma obra pictórica da autoria de Jean-Michel Basquiat intitulada “Undiscovered Genius of the Mississippi Delta”.

⁵¹ Veja-se, em anexo, a Figura 22 que apresenta uma fotografia de uma intervenção de André Saraiva sob o pseudónimo “Monsieur A”.

A tolerância recíproca entre o consumidor e o produtor contribuiu para afirmar a prática do *graffiti* enquanto estímulo para a criação artística e para a revitalização do espaço público. Johannes Stahl discute esta recente mudança, realçando o papel das indústrias criativas no novo entendimento sobre a *Street Art*, referindo os festivais e eventos que promovem a prática. De acordo com Johannes Stahl “Está a recorrer-se cada vez mais ao apoio aos festivais da *Street Art* que se estão a realizar atualmente, os quais desfrutam de uma certa tolerância, pelo menos no momento e em lugares concretos” (Stahl, 2008:82). A título de exemplo, o autor refere Berlim, afirmando que a cidade “(...) tornou-se um lugar no qual se persegue com rigor a composição mural ilegal e, ao mesmo tempo, um cenário oficial no qual se realizam os festivais de Street Art” (Stahl, 2008:82).

5. Dos livros para as ruas

A relação entre a *Street Art* e a ilustração 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.⁵² 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 *Street Art*, a ilustração e a banda desenhada estimulam no coletivo 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.

Enquanto manifestações da cultura popular, a *Street Art*, a ilustração 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.

Na atualidade, estas expressões adquiriram novas cambiantes quanto ao seu impacto, características e posicionamento, sendo consideradas manifestações artísticas do universo das subculturas. Antes de mais, serve apresentar uma possível definição de banda desenhada, uma vez que representa a primeira expressão artística a integrar a *Street*

⁵² Veja-se, em anexo, a Figura 23 que apresenta um mural em banda desenhada da autoria de Marc-Antoine Mathieu, localizado na cidade de Angoulême.

Art. Segundo Jean Auquier, membro da direção do Centro Belga de Banda Desenhada, a banda desenhada não é fruto de uma descoberta mas antes resulta do seguinte: “[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, 2013). Por outro lado, importa referir que a origem da banda desenhada e da *Street Art* remonta ao mesmo período histórico, concretamente à Arte Rupestre, período do Paleolítico Superior caracterizado pelo uso de matérias-primas naturais para descrever formas nas paredes e tetos das cavernas.

Na Idade Média, concretamente 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 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 ao referirem 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). Assim, poder-se-á definir a banda desenhada como uma narrativa sequencial e temporal de imagens acompanhada, preferencialmente, por texto, que recorre a personagens e a objetos que interagem entre si. Umberto Eco propõe uma definição mais aprofundada deste género literário. 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, 1987:293).

No caso português, a banda desenhada integrou a atividade 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). Em 1985, partindo da iniciativa da Comicate (Comissão de Jovens de Ramalde), tem lugar na cidade do Porto o 1.º Festival de Banda Desenhada e do Fanzine que mobilizou colecionadores e admiradores de banda desenhada. No entanto, o evento que marcou o

início da afirmação deste género literário e que constituiu o primeiro esforço de afirmação institucional da banda desenhada portuguesa foi o Salão Internacional de Banda Desenhada do Porto, realizado em 1993 e que teve o seu término em 2001 (Santos, et al., 2006). 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 destes géneros literários. 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.

A incorporação da banda desenhada e da ilustração na *Street Art* 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 coletivo CitéCréation.⁵³ Este projeto é composto por um núcleo de artistas de pintura muralista, criado em 1978, responsáveis pela elaboração de cerca de 600 murais em todo o mundo, dedicados, sobretudo, à banda desenhada e à ilustração. Segundo Helena Santos, Nelson Dona e Ana Cardoso, à semelhança da *Street Art*, a banda desenhada: “continua a veicular muitos traços da sua emergência no quadro das tecnologias de reprodutibilidade tornadas possíveis pela industrialização, e das tensões, hoje renovadas, entre arte e indústria, entre criação e mercado, entre apreciação estética e entretenimento compósito” (Santos, et al., 2006:05). A relação entre a *Street Art* e a banda desenhada é proporcionada pelo interesse recentemente demonstrado pelo universo da ficção científica. Na *Street Art* existe, inclusive, uma terminologia para descrever esta fusão, designada por “Urban Art Geek” ou “Geek Graffiti”. Este tipo de *Street Art*, 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 recria

⁵³ Veja-se, em anexo, a Figura 24 que apresenta uma fotografia de um mural da autoria do coletivo CitéCréation, localizado na cidade de Lyon, França.

elementos da subcultura *geek*⁵⁴ nas fachadas e mobiliário urbano.⁵⁵ O universo de Banksy personifica os aspetos caracterizadores das subculturas, ou seja: a resistência face à normalização social, a adoção de posições contestatárias face à conjuntura político-social existente, a alienação social e o comodismo das massas, recorrendo a referências constantes aos mecanismos de manipulação dos media e dos sistemas políticos.

O universo *geek* patente nas obras literárias provenientes da banda desenhada, com particular enfoque nas sagas “Superman” de Jerry Siegel e “The Incredible Hulk” de Stan Lee, 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 coletivos, 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 ações 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 *Street Art* e a banda desenhada exemplifica este núcleo de ações que promovem o envolvimento criativo de diferentes manifestações e que tem sido proporcionada pelo interesse público e institucional manifestado. Com a integração do *design* e do desenho digital, as técnicas e metodologias que definiam, à partida, as manifestações de carácter urbano alteram-se e dão origem a novas linguagens e posicionamentos no âmbito da *Street Art*. Veja-se a utilização da tipografia na criação do *stencil*, habitualmente, construído manualmente. Na atualidade, a ambivalência de materiais e de equipamentos permite à *Street Art* reunir um acervo visual versátil e polivalente.

⁵⁴ 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.”

⁵⁵ Veja-se, em anexo, a Figura 25 que apresenta uma fotografia de um mural de Banksy inspirado no filme “Star Wars” e realizado em 2011, em Los Angeles, Estados Unidos da América.

6. A mediatização das artes plásticas

Antes de mais, importa contextualizar historicamente o fenómeno da utilização da imagem e da arte para fins comerciais. A partir do século XIX, a ilustração passou a integrar a imprensa escrita quando os artistas plásticos foram convidados a criar caricaturas para os jornais e revistas da época. Estas ilustrações decoravam as capas das mais importantes publicações retratando, principalmente, a conjuntura social, política e económica da sociedade vigente. Veja-se a título de exemplo, as litografias do caricaturista francês J.J Grandville que ilustraram grandes publicações diárias assim como famosas obras literárias, entre as quais as fábulas de Jean La Fontaine. O seu olhar satírico sobre a sociedade da época representou um marco para as artes visuais, marcando o início do culto da imagem. A este propósito, Anne Friedberg refere que este fenómeno da utilização da imagem nos media deriva do impacto resultante da multiplicação e reprodução em série das imagens:

In the nineteenth century, a wide variety of apparatuses extended the 'field of the visible' and turned visualized experience into commodity forms. As print was disseminated widely, new forms of newspaper illustration emerged; as lithography was introduced, the caricatures of Daumier, Grandville, and others burgeoned; as photography became more widespread, the evidentiary means of public and family record were transformed. (...) Whether a 'frenzy of the visible,' or 'an immense accumulation of spectacles,' everyday life was transfigured by the 'social multiplication of images.'

(Friedberg, in Mirzoeff, 1998: 253)

A autora acrescenta ainda que estamos perante uma crise do visual devido à proliferação célere de imagens e à ausência de ferramentas para filtrar as mensagens e os signos. Neste âmbito, o conceito de *gaze* adquire o lugar de protagonista, uma vez que é um termo utilizado para explicar a relação que se estabelece entre o objeto e o observador e vice-versa. Marita Sturken e Lisa Cartwright propõem uma definição do conceito, associando-o à história da arte e à teoria do cinema: “(...) the gaze is a term used to describe the relationship of looking in which the subject is caught up in dynamics of desire through trajectories of looking and being looked at among objects and other people” (Sturken and Cartwright, 2009: 442). Deste modo, reconhece-se uma mudança na forma como a arte é percecionada. Os bens culturais são, mais do que nunca, produtos da sociedade de

consumo atraindo a atenção das indústrias publicitárias e dos média. Com o surgimento das galerias comerciais e das leiloeiras, os artistas e as suas obras tornaram-se alvo de cobertura mediática. A contratação de críticos de arte pelos jornais e demais publicações da imprensa escrita consolidou este fenómeno. Periodicamente, as exposições e respetivos artistas são avaliados e criticados por estas personalidades. Por um lado, esta nova indústria possibilitou a democratização do mercado da arte, ou seja, os objetos artísticos passaram a ser admirados por um maior número de públicos. Por outro lado, esta esfera da imprensa condiciona a atividade artística na medida em que pressiona o criador a ir ao encontro das expectativas destes mediadores.

Posto isto, verifica-se uma relação de complementaridade entre as artes plásticas, os meios de comunicação e as tecnologias de informação e comunicação. Graças ao desenvolvimento tecnológico, assistimos à representação da arte e da cultura segundo uma perspetiva global. Esta conjuntura poderá conduzir à uniformização dos hábitos culturais e à progressiva perda das identidades individuais. Maria Laura Bettencourt Pires confirma esta asserção, referindo o seguinte: “(...) graças às novas tecnologias e à sua influência, vivemos numa *global village* onde se tendem a diluir as distinções culturais entre os povos” (Pires, 2004:53). A autora conclui que a mutação no conceito de cultura ao longo dos tempos registou uma viragem sem precedentes aquando do apogeu das novas tecnologias: “(...) as novas tecnologias, além de alterarem a natureza da produção e da receção dos produtos culturais, contribuíram para a evolução do próprio conceito de cultura” (Pires, 2004: 54).

O panorama artístico atual entende a produção cultural como uma 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*. Vale a pena escutar o teórico Gilles Lipovetsky quando este nos apresenta uma reflexão sobre a sociedade do hiperconsumo. O autor considera que 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). Já antes, o teórico alemão Theodor Adorno debatia 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 de estatuto. A visão pessimista do autor relativamente à cultura

aponta, porém, para o perigo inerente relacionado com a dependência 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). A situação descrita poderá conduzir à fragmentação da cultura devido à consideração sobre a produção cultural orientada segundo uma perspectiva capitalista da indústria. Maria Laura Bettencourt Pires recorre ao teórico Jürgen Habermas para discutir este fenómeno em crescimento:

Actualmente, fala-se de fragmentação da cultura em resultado de um longo processo de diferenciação do capitalismo como sistema económico e do estado moderno assente na criação de um espaço público autónomo. (...) Jürgen Habermas foi um dos autores que chamou a atenção para o facto de a autonomização da esfera pública ser também acompanhada pela autonomização da esfera cultural. O espaço público tem vindo a consolidar-se desde o século XVIII devido a debates e tertúlias realizados em clubes e cafés, que facilitavam o estreitamento das relações sociais.

(Pires, 2004:54)

Apesar de a Internet ter contribuído para uma perda progressiva dos direitos de autor e para a reprodução, ilegal, de imagens e narrativas das demais manifestações artísticas, esta nova dinâmica comunicacional tem permitido a autores emergentes publicar e divulgar as suas obras adquirindo visibilidade junto do público. Pedro Brito, co-fundador das edições Polvo e do fanzine *Mesinha de Cabeceira*, discute a nova dimensão da arte e da literatura. Concentrando-se na banda desenhada e na ilustração, o editor refere 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 autores de banda desenhada (Bernarda, 2013). Situação semelhante ocorre com os artistas urbanos que consideram a Internet como a ferramenta ideal de divulgação e de arquivo das suas representações. Neste âmbito, Johannes Stahl refere a progressiva integração dos registos fotográficos de *Street Art* na Internet, nomeadamente em *blogs* e em publicações online:

A cultura da *Street Art* foi largamente mediatizada; muitas *crews* incluem desde o princípio um *cameraman* na sua equipa. (...) As possibilidades de intercâmbio dos protagonistas da *Street Art* são também claramente melhores que nunca, graças à ajuda dos meios electrónicos.

(Stahl, 2008: 221)

A autora acrescenta ainda que a Internet oferece novas ferramentas de trabalho e, à semelhança de Pedro Brito, refere as oportunidades que poderão surgir para os artistas emergentes nestes movimentos: “(...) a publicação na Internet dá também nos dias de hoje ao desconhecido a possibilidade de que o seu nome adquira o dom da ubiquidade” (Stahl, 2008: 225). Já Nicholas Ganz exalta o papel dos bancos de imagens *online* que reúnem um acervo fotográfico dos murais de *graffiti* das mais variadas proveniências:

The emergence of the Internet has also played an interesting role in the evolution of graffiti. Although some artists shun this new medium, arguing that the direct experience of the art is crucial, many graffiti artists and their followers have welcomed it with open arms as an additional field of action. Massive archives have been set up by enthusiasts and artists. (...) In many countries, these banks of pictures and information data are an important means of access to influences from other parts of the world.

(Ganz, 2004: 10)

Veja-se recentemente a campanha da Microsoft intitulada “Do great things”, que promove o lançamento do novo *tablet Surface Pro 4* através de um conjunto de intervenções de *Street Art*. A Microsoft convidou treze artistas para participar na campanha internacional, cujas intervenções deverão inspirar-se na cultura local e respetivo país de origem do artista. No caso português, o artista Odeith foi convidado a desenhar o poeta português Fernando Pessoa numa parede da cidade de Lisboa.⁵⁶ O processo criativo passou pelo desenho digital que utilizou o *tablet* da marca como suporte. O objetivo da campanha é divulgar os artistas mais consagrados da *Street Art* associando-os ao lançamento do seu novo dispositivo electrónico. Através de campanhas como a referida anteriormente, as intervenções artísticas perduram no tempo, uma vez que como é sabido as pinturas murais

⁵⁶ Veja-se, em anexo, a Figura 26 que apresenta uma fotografia do mural da autoria de Odeith realizado no âmbito da campanha da Microsoft.

são suscetíveis de serem removidas, caso sejam executadas à revelia dos organismos institucionais ou sem o consentimento do(s) proprietário(s) dos suportes. Apesar dos benefícios inerentes à divulgação na Internet e nas redes sociais, os artistas reúnem consenso quanto ao perigo de usurpação de identidade e à célere reprodução das suas obras.

7. Os meios de transporte enquanto veículo de expressão

Com um perfil hostil e aguerrido, os membros do *graffiti* representavam as suas ideologias e disputas simbólicas nos suportes urbanos, contudo os carris dos comboios apresentavam-se com o meio preferido. Face à ausência de centros de entretenimento e de possibilidades de fugir ao controlo parental, de acordo com Sacha Jenkins os jovens nova-iorquinos viram nos carris dos comboios o suporte ideal para o *graffiti* e para, assim, projetarem os seus anseios e destacarem-se entre os demais:

Back when New York didn't have much, the kids had to figure out what to do with themselves. This was before video games, before that black hole we call the World Wide Web emerged. (...) What do bored big-city kids do when they're looking for swashbuckling adventures inside a concrete jungle? They write their names inside subway trains and, eventually, on the exteriors of said trains.

(Chalfant and Jenkins, 2014:17)

Por outro lado e de acordo com Nicholas Ganz, os artistas eram assíduos frequentadores deste meio de transporte, uma vez que muitos destes jovens viviam na periferia dos centros urbanos ou nos chamados guetos. O autor justifica esta prática, acrescentando que a partir da década de 1980 os carris dos comboios estavam completamente revestidos por *tags* e *pieces*⁵⁷: “Artists initially targeted trains because they often travelled through the whole city and were seen by millions of people. By the mid-1980s, it was claimed, there

⁵⁷ De acordo com Nicholas Ganz o termo *piece* significa o seguinte: “Short for ‘masterpiece’, the expression for a spray-painted letter-orientated picture” (Ganz, 2004: 374).

was not a single train that had not at one time been spray-painted from top to bottom⁵⁸” (Ganz, 2004:09). Nestes suportes, teorias da conspiração e disputas entre gangues urbanos e membros da prática questionam qual o artista com o melhor traço e, por conseguinte, assinatura. Estas representações decoram os carris dos comboios, as superfícies laterais dos autocarros e os túneis do metropolitano, sendo que a prática é designada habitualmente por *bombing*. A título de exemplo, importa referir o metro de Nova Iorque, cujo interior está repleto de insígnias, passando pelos túneis e pelas passagens de ligação entre plataforma modais.⁵⁹

A situação descrita reproduz-se no continente europeu, destacando-se as cidades de Paris, Londres e Berlim. De facto, a Europa foi profundamente influenciada pela realidade cultural e artística norte-americana. Um pouco por todo o continente emergiram artistas urbanos que se apropriaram dos meios de transporte públicos para reivindicar a sua juventude, a resistência face às normas impostas bem como a invocação das suas convicções.

Neste âmbito, importa referir a popularidade adquirida pelos praticantes de *graffiti* durante a década 1980, em Nova Iorque. As assinaturas dos membros desta comunidade revestiam todos os meios de transporte da cidade. Como tal, revelava-se inteligível para o observador identificar o artista e reconhecer de imediato a sua assinatura. Por outro lado, tornava-se clara a divisão territorial imposta por cada elemento da comunidade, sendo que os percursos dos comboios e dos autocarros eram atribuídos consoante a notoriedade de cada membro. As regras e normas do grupo eram definidas de acordo com a hierarquia do grupo e, como tal, não eram admitidas infrações ou violações ao sistema estabelecido. A este propósito, Sacha Jenkins refere o seguinte:

The writers were platinum artists, which fame and groupies and crazy stories attached to their legend. Their “brands” would become household names, while the expression itself would evolve, growing from stylized signatures to full-blown Technicolor dreamscapes.

(Chalfant and Jenkins, 2014: 20).

⁵⁸ A expressão “top-to-bottom” é habitualmente utilizada pelo movimento de artistas que pintam carris de comboios. Segundo Henry Chalfant e Sacha Jenkins na obra intitulada “Training Days: The Subway Artists Then and Now”, a expressão poderá ser definida da seguinte forma: “A piece or throw-up that spans a train from top to bottom” (Chalfant and Jenkins, 2014: 172).

⁵⁹ Veja-se, em anexo, a Figura 27 que apresenta uma fotografia do metro de Nova Iorque, Estados Unidos da América.

A autora acrescenta ainda que no início da prática a coesão do grupo obedecia a uma hierarquia, na qual os membros mais experientes ensinavam as técnicas, a metodologia e os meandros do *graffiti* aos mais jovens. Esta partilha de conhecimentos revestia-se, por vezes, de princípios politicamente incorretos inerentes à tomada de assalto de um autocarro ou de um comboio em movimento para reproduzir uma marca, uma assinatura. Assim, esta prática assume contornos perigosos, uma vez que transmite aos jovens a prevalência de um estilo de vida demarcado pela anarquia. Por outro lado, permitia aos membros destes grupos desenvolver a sua autonomia e a sua criatividade. Durante as décadas de 1980 e 1990, a ambiguidade inerente a este fenómeno atraiu um elevado número de interessados nesta expressão artística, na medida em que foram períodos históricos caracterizados pela guerra, corrupção e mudanças profundas nos padrões sociais. Na atualidade, estes fenómenos adquiriram novas variantes, influenciados pelo desenvolvimento tecnológico e pelo apogeu da Internet.

In the old days, you would learn the art of getting over from a mentor who knew the ropes: he showed you how to get in the train yard, where and how to steal spray paint, how to convert your mother's deodorant and the eraser from your math class into a juicy magical marker. Today, there's a kid from the Midwest on the Net who will show you how to make that marker, if you're interested.

(Chalfant and Jenkins, 2014: 20)

Apoiando-se na realidade nova-iorquina, Sacha Jenkins considera que o prestígio adquirido por estes artistas tem vindo a perder a força devido à mediatização crescente das artes plásticas em contexto urbano e à legislação e controlo recentemente instituídos pelo sistema político.

Writers from the bygone eras are an endangered species because New York City will never be the same. Everywhere you look, you find a camera winking at you. And while there are still out-of-town graffiti conquistadors willing to risk it all to paint the subways there, the penalties that await you, should you get caught, are stiffer than a dead pharaoh in a blinged-out pyramid.

(Chalfant and Jenkins, 2014: 20)

De facto, verifica-se um aumento na regulamentação do espaço público e dos equipamentos urbanos. Contudo, nunca antes os fenómenos artísticos e as performances de rua tiveram o impacto e a popularidade que hoje encerram. Assistimos à progressiva apropriação do meio urbano para fins artísticos e para o ativismo social e político. Na atualidade, a politização do espaço público conhece novas possibilidades e cada vez mais apoiantes, cujas pretensões transcendem a própria ordem social.

PARTE III
| A AFIRMAÇÃO DA MULHER NAS ARTES

1. A influência das indústrias audiovisuais

1.1 A publicidade e a televisão

As indústrias da televisão e da publicidade desempenharam um papel fundamental na consolidação de uma nova abordagem ao universo marginal das subculturas. O aparecimento de séries televisivas como a aclamada *Big Bang Theory* (2007), que retrata os aficionados pelas novas tecnologias e pela ciência sob uma perspetiva cómica, ou o fascínio pelo universo *Anime*, que abrange toda a produção de desenhos animados japoneses, estimularam o interesse por parte das massas por estas representações no contexto real. Assistimos a uma crescente apropriação das imagens, símbolos e insígnias da *Street Art* e, principalmente, do *graffiti* por parte das marcas, que encaram estas práticas como manifestações de tendências na sociedade. Na atualidade, as marcas procuram conquistar um maior número de públicos, sendo os jovens o principal destinatário dos anúncios publicitários, uma vez que estão mais suscetíveis à manipulação e à pressão social exercida pelo grupo em que estão inseridos. A procura constante por elementos diferenciadores conduz as camadas mais jovens da sociedade ao consumo desmedido. Chris Barker defende que a indústria cultural atual apoia-se no período da pós-modernidade, definindo este movimento da seguinte forma: “(...) It is a transitional period of changing economic, social and cultural patterns which are shaping the contours of the future” (Barker, 2008: 200). A figura pós-moderna celebra o apogeu do visual, em detrimento do texto, constrói-se a partir do quotidiano, contesta o racionalismo na esfera cultural e mergulha o espectador no seu desejo pelo objeto cultural (Barker, 2008: 202). O autor acrescenta ainda que a cultura pós-moderna quebra as barreiras conceptuais e os limites canónicos inerentes à oposição entre arte e cultura, ou seja: “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).

Assumindo-se como uma arte de todos para todos, a *Street Art* e, em particular, o *graffiti* procuram provocar uma reação no observador assumindo um carácter revolucionário. Esta preocupação assemelha-se à da indústria da publicidade, que se terá inspirado no *graffiti* para conquistar um número mais abrangente de audiências. 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 argumentação, 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 partir deste momento, inicia-se a estratégia da indústria que se apropria dos *posters*⁶⁰ criados pelos *writers* para fabricar os denominados *billboards*, cartazes em grande escala que publicitam produtos, empresas e, inclusive, programas televisivos, adornando as fachadas e empenas das infraestruturas urbanas. Estes cartazes passaram a fazer parte do dia-a-dia do cidadão, decorando as principais avenidas. Esta proliferação da publicidade para fins comerciais no cenário urbano causou uma rutura significativa no número de intervenções urbanas de carácter artístico. O predomínio de *outdoors* publicitários no espaço público alargou-se às empresas de transportes públicos, com a concretização de protocolos entre as transportadoras 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 presença do *graffiti* no meio urbano. A argumentação das agências de publicidade revela-se ambígua, visto que o objetivo primordial das campanhas publicitárias será a obtenção de lucro e a procura de potenciais clientes. A este propósito importa citar Roland Barthes que considera que a sociedade é orientada segundo a retórica da imagem, sobre a qual a publicidade se constrói através do uso de signos:

(...) in advertising the signification of the image is undoubtedly intentional; the signifieds of the advertising message are formed *a priori* by certain attributes of the products and these signifieds have to be transmitted as clearly as possible. If the image contains signs, we can be sure that in advertising these signs are full, formed with a view to the optimum reading: the advertising image *is frank*, or at least emphatic.

(Barthes, in Mirzoeff, 1998: 70).

A partir da década de 1980, surgiram as marcas de *street wear*, caracterizadas pela utilização de uma linguagem marcadamente urbana, recorrendo a ícones de estilo para promover os seus produtos. Os anúncios publicitários destas marcas utilizavam como

⁶⁰ Segundo Johannes Stahl, os *posters* podem ser “pintados à mão ou impressos, estes últimos são, mais ou menos, desde o princípio do século XX, um meio artístico que propaga com frequência manifestos programáticos e declarações políticas. Alguns artistas, como Jakob Kolding, marcaram claramente com os seus cartazes essa fina linha que existe entre a arte livre e a discussão pública” (Stahl, 2008:278).

cenários as ruas e o ambiente cosmopolita, convidando artistas de *graffiti* e bailarinos provenientes do *hip hop* para embelezarem as suas campanhas.

Neste momento, verifica-se uma clara transição das marcas de artigos de desporto para a comercialização de vestuário e calçado com inspiração na cultura urbana. Esta situação repete-se nas demais indústrias, passando pelas bebidas gaseificadas e pelo ramo alimentar. A título de exemplo, vejam-se os anúncios da marca de bebidas Pepsi durante a década de 1990, protagonizados por ícones da música, como a banda feminina Spice Girls, com uma linguagem juvenil, rebelde e profundamente urbana. À semelhança da Pepsi, a marca de artigos de desporto Adidas utilizou a estratégia de convidar um ícone da *pop music*. Na época, Madonna era um símbolo da cultura popular revestindo-se de elementos e insígnias que a tornaram o ídolo das camadas mais jovens. Ao surgirem na televisão, os produtos promovidos por estes prescritores tornaram-se sucessos de vendas sem precedentes, revelando-se a estratégia ideal para convencer o consumidor. De facto, a televisão desempenhou um papel fundamental na preconização dos símbolos das subculturas. Chris Barker confirma esta asserção ao referir que a televisão pós-moderna encontra-se no centro da produção visual: “(...) postmodern television (...) makes popular modernist techniques, including montage, rapid cuttings, non-linear narrative techniques and the decontextualization of images (Barker, 2008: 204).

Durante a década de 1980 nos Estados Unidos da América surgiram vários programas televisivos recaindo, sobretudo, na subcultura *hip hop*. O *talk-show* musical “Soul Train”, considerado um dos formatos mais longos da televisão norte-americana com a duração de trinta e cinco anos, foi um dos mais emblemáticos programas inspirado na cultura afro-americana. Os artistas de *rap* mais conceituados atuaram neste formato televisivo, revelando-se uma plataforma de lançamento para artistas do *hip hop* emergente. Os meandros desta série televisiva influenciaram profundamente as camadas mais jovens que reproduziam o estilo, os gestos e a linguagem no seu dia-a-dia. Neste contexto, a emissora televisiva MTV (“Music Television”) foi fundamental para os artistas urbanos, uma vez que esta comunidade surgia frequentemente nos vídeos e nas séries transmitidas pelo canal. A apropriação do *graffiti* pelas subculturas *hip hop* e *rap* afirmou-se como a combinação perfeita, garantindo a estes grupos sociais a consolidação dos seus ideais e o impacto nos média.

Durante a década de 1990, o *graffiti* serviu de epígrafe para um vasto número de vídeos musicais de *punk rock*, *grunge*, *hip hop*, *rap* e, inclusive, *pop*. Analisemos alguns

exemplos, começando pelo impactante vídeo da banda grunge Nirvana. Em 1991, o canal MTV transmite pela primeira vez a música que seria o hino da geração desta década “Smells like teen spirit”. A narrativa da música refletia sobre as preocupações e os anseios das camadas mais jovens da época, abordando temáticas como o *bullying*, a sexualidade, as drogas, o estilo e, inclusive, a política através de referências à anarquia. Contudo, numa análise mais profunda importa atentar na bateria de Dave Grohl, cujo bumbo (tambor de grande dimensão habitualmente colocado à frente) revela o nome de um importante artista de *graffiti* da época: CHAKA.⁶¹ Daniel Ramos era um artista conhecido pela prática de *bombing* e, até à data, terá sido um dos mais influentes visto o seu *tag* figurar em cerca de cinquenta mil locais diferentes. De acordo com o artigo publicado pelo LA Times em 1991, o artista fora capturado pela polícia devido aos prejuízos estimados em cerca de meio milhão de dólares infligidos a empresas e proprietários privados. De acordo com a publicação, o impacto da sua arte suscitou o interesse de galeristas locais e dos seus conterrâneos: “Ramos' notoriety as "Chaka" prompted numerous copycats to paint the name on freeway bridges and walls around Los Angeles. But at least one art gallery owner has expressed interest in Ramos' "art.”” (Pool, 1991).

Contagiada pelo impacto do *graffiti* nas camadas mais jovens, a cultura de massas apropriou-se de elementos simbólicos desta subcultura atribuindo-lhes um novo contexto. O ícone da música *pop* Kylie Minogue é um exemplo desta simbiose. A intérprete de origem australiana inspirou-se no *graffiti* para a produção do vídeo musical “The Locomotion”. Lançado em 1987, o vídeo apresenta diferentes cenários com uma temática comum: o *graffiti*, que reveste todas as paredes em redor do núcleo de bailarinos e da intérprete.⁶² Atribuindo-lhe novos referentes, Kylie Minogue apresentou a prática como uma expressão de entretenimento *naïve* rejeitando a sua génese associada à criminalidade, ao anonimato, à violência gráfica e conceptual.

A verborreia dos membros destes grupos e as suas composições musicais demonstram que os termos “bairro” e “rua” são recorrentes. De acordo com Ken Gelder, estes termos traduzem um duplo sentido, uma vez que o “bairro” remete para o ambiente familiar, ou seja, o referente “casa”, enquanto a “rua” poderá relacionar-se com a libertação e a

⁶¹ Veja-se, em anexo, a Figura 28 que apresenta um *frame* do vídeo musical criado para a canção “Smells like teen spirit” da banda Nirvana.

⁶² Veja-se, em anexo, a Figura 29 que apresenta um *frame* do vídeo musical da canção “The Locomotion” de Kylie Minogue.

emancipação face ao controlo parental e burocrático. Neste contexto, o autor refere: “The double invocation of the ‘hood and ‘the street’ in hip hop culture gives us a sense of hip hop as an expression of being at home and away from home at the same time” (Gelder, 2007: 118).

Paralelamente à apropriação dos símbolos das subculturas pelos média, surge um movimento que se opõe a este monopólio criativo: o *culture jamming*. De acordo com Chris Barker este termo tem uma fundamentação relativamente recente, definindo-se como:

“(...) practice of subverting mass media messages, especially advertising, through artistic satire. Culture jams seek to resist consumerism by refiguring logos, fashion statements and product images in order to raise concerns about consumption, environmental damage and inequitable social practices.

(Barker, 2008: 205-6)

Estes movimentos defendem a contra-hegemonia⁶³ através da subversão na forma como os signos são representados na publicidade e nos programas televisivos. Na verdade, regista-se um crescimento exponencial destes grupos sociais devido à manipulação e controlo exercido pelos média. Veja-se o movimento global de *hackers* informáticos intitulado “Anonymus”, que realizam ações de protesto através do espaço cibernético, com o objetivo de defender os direitos humanos, a democratização do acesso e da utilização da Internet e a liberdade de expressão. Na verdade, este movimento constitui um exemplo de uma subcultura que comunica entre si *online*, porém que transitou para o ativismo político e social, inspirando-se na obra de banda desenhada de Alan Moore “V for Vendetta”. Editado entre 1982 e 1985, o enredo da obra tem como referência o clássico de George Orwell “1984”, apresentando uma descrição dos meandros de uma sociedade afeta por um regime totalitário.

O *graffiti* insere-se neste movimento contra-hegemónico, uma vez que tem por objetivo inicial impedir a proliferação dos anúncios publicitários no espaço público,

⁶³ De acordo com Marita Sturken e Lisa Cartwright, o conceito de contra-hegemonia define-se da seguinte forma: “The forces in a given society that work against dominant meaning and power systems and keep in constant tension and flux those dominant meanings” (Sturken & Cartwright, 2009: 436).

nomeadamente nos suportes urbanos e nos meios de transporte. Na cidade de Nova Iorque, os artistas de *graffiti* subvertiam os cartazes publicitários ao colocarem o seu *tag*⁶⁴ ou ao realizarem *throw-up*⁶⁵ nos *outdoors*, como uma ação de contestação face à ditadura visual imposta pelos média e que, à época, revestiam todas as infraestruturas das cidades.

Os exemplos referidos sublinham a importância destes movimentos diferenciadores para a diversidade de discursos na cidade. Importa salientar que os símbolos e a linguagem das subculturas conduzem a sociedade ao pensamento crítico através do questionamento de um conjunto de normas instituídas. Assim, estes movimentos permitem aos indivíduos refletir sobre o seu posicionamento na sociedade, advertindo-os para as mudanças necessárias e para a relevância do livre-arbítrio.

Importa, portanto, perceber qual o papel da mulher nas indústrias da publicidade e do entretenimento. Apoiando-se nas subculturas, o movimento feminista, sobre o qual iremos falar mais tarde, desempenhou a função de mediador entre os média e a representação da mulher nestes suportes. De acordo com Ruth Holiday, os média procuraram desde logo criar uma versão idealizada da mulher e da feminilidade, de modo a ir ao encontro dos padrões sociais instituídos: “Media and advertising images continuously display idealized versions of women – as good, beautiful, glamorous and feminine women caring for their husbands and children, or bad seducers and manipulators of men” (Holiday, in Richardson and Robinson, 2008: 188). À semelhança de Ruth Holiday, também Dominic Strinati argumenta que a representação da mulher nos média procura ir ao encontro da ideia esteotipada construída pela sociedade patriarcal:

Cultural representations of women in the mass media are conceived of as working to support and continue the prevailing sexual division of labour, and orthodox conceptions of femininity and masculinity. The ‘symbolic annihilation of women’ practiced by the mass media serves to confirm that the roles of wife, mother and housewife, etc., are the fate of women in a patriarchal society.

⁶⁴ Segundo Johannes Stahl, os *tags* “(...) são executados com um marcador especial ou com uma lata de spray que permite fazer linhas largas. (...) sinas da própria existência com aspecto de assinatura (...) tenta-se que o feito seja visível, rápido e permita produzir muitos exemplares” (Stahl, J. 2008: 279).

⁶⁵ De acordo com Henry Chalfant e Sacha Jenkins, o termo *throw-up* designa o seguinte: “A speedily done, bubble-based letterform that is often utilized as a way to get your name up quickly” (Chalfant, & Jenkins, 2014: 172).

(Strinati, 1995: 181).

Assim, acredita-se que o principal destinatário do mercado de consumo são as mulheres, vistas como potenciais compradoras e geradoras de lucro. A indústria da publicidade e da televisão através de análises de mercado concluiu que o seu público-alvo são as mulheres e principalmente as donas de casa. Neste âmbito, a autora acrescenta que a mulher desempenha uma função passiva, enquanto o homem é o símbolo da destreza física, intelectual e mecânica:

In general women were depicted in passive and subordinate poses – a female nurse looking on as a male doctor stands on an operation (...) or a man adjusts a sail whilst a woman stands on a boat in her bikini - being looked at, rather than participating in the activities.

(Holiday, in Richardson and Robinson, 2008:188).

Neste contexto, Dominic Strinati recorreu a um estudo levado a cabo pelo investigador Guy Cumberbatch para o Broadcasting Standards Council, no Reino Unido. O estudo baseou-se numa amostra de 500 anúncios televisivos divulgados em *prime-time* que demonstram a prevalência de estereotipação sexual. Citando o estudo, Strinati refere o seguinte:

(...) 89 per cent of the adverts used a male voice-over, even if the advert itself prominently featured women; the women featured in the adverts were usually younger and more attractive than the men – 34 per cent as against 11 per cent – while 1 in 3 of the women were judged to have ‘model looks’ as compared with 1 in 10 of the men.

(Strinati, 1995: 186).

Por outro lado, surge a discussão relativamente à representação da mulher enquanto objeto sexual. Vejamos os anúncios a veículos automóveis, nos quais frequentemente se recorre a uma mulher para apresentar o modelo do veículo devido aos seus atributos físicos, aqui exaltados através de poses sensuais. Porém, com o surgimento das economias emergentes, a conjuntura alterou-se significativamente. Numa primeira

instância as mulheres representadas correspondiam à maioria caucasiana seguindo os padrões da indústria da moda. Com o crescimento económico de países como a China ou a Índia inverteu-se o padrão de beleza e, como tal, começaram a surgir novas figuras femininas e, por conseguinte, novos referentes culturais. Esta alteração na representação da mulher surge com o advento da globalização que, segundo Ruth Holiday, é responsável pelo aumento do poder económico nos países em desenvolvimento: “Globalization has led many companies to target wealthy elites in an ever expanding number of countries who represent eager consumers for high end products” (Holiday, in Richardson and Robinson, 2008:190). Devido à recente redefinição do conceito de género e à multiplicidade de estilos e proveniências culturais, as mulheres têm vindo a afirmar-se nos média à medida que a sociedade altera significativamente os seus padrões de consumo. No que concerne a expressão artística e, sobretudo, a *Street Art* as artistas femininas têm sido convidadas a colaborar com estas indústrias devido ao surgimento do conceito de personalização, comumente designado pela sigla DIY (Do It Yourself). Veja-se a campanha publicitária da marca automóvel Citroën intitulada “Go Arte Urbana”. A artista urbana portuguesa Vanessa Teodoro foi convidada a personalizar um automóvel da marca que, posteriormente, foi utilizado para um roteiro artístico pela cidade de Lisboa.⁶⁶ Já Tamara Alves, artista urbana, foi convidada pela organização do festival NOS Alive para recriar o símbolo da iniciativa, uma árvore, apoiando-se numa linguagem urbana.⁶⁷

Os exemplos descritos permitem concluir que a presença feminina é cada vez mais valorizada pelos média e pelas marcas. As mulheres têm vindo a desempenhar um papel proactivo nas campanhas, ao contrário de épocas anteriores em que lhes era atribuída uma função secundária. Assim, assistimos, paralelamente, a uma mudança de mentalidade nas audiências devido às constantes mutações sociais e culturais que caracterizam a sociedade atual. As novas tecnologias e a globalização foram fundamentais para alterar os padrões de consumo e para renovar a discussão sobre o género e, sobretudo, sobre a mulher enquanto ícone.

⁶⁶ Veja-se, em anexo, a Figura 30 que apresenta uma fotografia do automóvel personalizado por Vanessa Teodoro para a marca Citroën.

⁶⁷ Veja-se, em anexo, a Figura 31 que apresenta uma fotografia da imagem criada por Tamara Alves para o Festival NOS Alive.

1.2 Os símbolos da Moda e da Música

Desde cedo, as indústrias da Moda e da Música prestaram atenção aos fenómenos urbanos e ao estilo preconizado pelas camadas mais jovens. Contudo, na atualidade assistimos a um fenómeno curioso no que concerne a relação entre os artistas urbanos e as marcas. Os artistas urbanos são convidados por grandes empresas de vestuário e das novas tecnologias para oferecerem o seu contributo na produção e no *design* das peças. As marcas de *street wear* têm vindo a convidar os artistas de *Street Art* para personalizar peças de vestuário. Estas coleções são limitadas e exclusivas convencendo o consumidor pela sua singularidade. A indústria do *merchandising* registou um crescimento exponencial nas últimas décadas, devido à transição dos artistas urbanos para o meio empresarial. Neste contexto, importa retomar o exemplo do artista urbano Keith Haring, que seguindo as pisadas do amigo de longa data Andy Warhol, decidiu abrir uma loja de *merchandising* dos seus *graffiti*, a chamada “Pop Shop”. O artista remeteu esta decisão para a necessidade de se afirmar no mercado da arte, numa tentativa de democratizar o acesso aos bens culturais:

Here’s the philosophy behind the Pop Shop: I wanted to continue this same sort of communication as with the subway drawings. I wanted to attract the same wide range of people, and I wanted it to be a place where, yes, not only collectors could come, but also kids from the Bronx. The main point was that we didn’t want to produce things that would cheapen the art. In other words, this was still an art statement.⁶⁸

O artista lançou, igualmente, uma linha de vestuário com as reproduções das suas personagens icónicas. À semelhança de Keith Haring, também Banksy viu no *merchandising* uma oportunidade de atingir um maior número de públicos, contrariando o carácter efémero das intervenções artísticas no espaço público. Porém, o exemplo mais mediático nesta questão é o artista Shepard Fairey, conhecido mundialmente pelo pseudónimo Obey, designação que representa, igualmente, o nome da marca de vestuário

⁶⁸ Excerto retirado de um artigo sobre a “Pop Shop”, alocado ao seguinte endereço: <http://www.haring.com/> (Acedido em 02 de Novembro de 2015).

do artista, intitulada “OBEY Clothing”. Shepard Fairey tornou-se reconhecido na comunidade do *graffiti* quando decidiu criar um *sticker*⁶⁹ com a inscrição “OBEY”.⁷⁰ Em 1989, enquanto estudava na Escola de Design de Rhode Island, nos Estados Unidos da América, o jovem artista revestia os suportes urbanos com este autocolante, afirmando-se como um fenómeno de popularidade na prática do *graffiti*. Em 2001, Shepard Fairey inspirado pelo recente impacto do *design* DIY (Do It Yourself), decidiu fundar a marca “Obey Clothing”. A marca é um exemplo de sucesso na área do *merchandising*, com uma estratégia orientada para as camadas mais jovens apoiando-se na cultura urbana e nas suas simbologias. Com particular enfoque na subcultura *punk*, Shepard Fairy apropriou-se dos símbolos desta subcultura, nomeadamente do conceito de *bricolage*. De acordo com Chris Barker, este movimento caracteriza-se pela amálgama de elementos do passado e do presente com o objetivo de criar códigos novos: “*Bricolage* involves the rearrangement and juxtaposition of previously unconnected signs to produce new codes of meaning. Bricolage as a cultural style is a core element of postmodern culture” (Barker, 2008: 202). Ainda neste âmbito, o autor explica a relação do fenómeno da *bricolage* com a cultura pós-moderna, uma vez que esta última é pautada por uma auto-consciente intertextualidade, ou seja, a citação de um texto dentro de outro (Barker, 2008:203).

À semelhança da subcultura *punk*, também o *hip hop* cruzava elementos do passado e do presente com fortes alusões ao cosmopolitismo e à vivência nas metrópoles urbanas. Johannes Stahl confirma esta asserção, caracterizando os membros da comunidade do *hip hop* no que diz respeito ao estilo:

As sapatilhas e casacos de desporto que originariamente eram uma roupa diária simples, barata e cómoda para aqueles habitantes dos subúrbios que gostavam de se mover pela cidade (...) passaram a situar-se na estela da criação artística. Paralelamente, desenvolveu-se uma cultura própria, especialmente visível em tudo o que se relaciona com a roupa. Os backpieces feitos por

⁶⁹ De acordo com Ricardo Campos, os *stickers* poderão ser entendidos como “Autocolantes com informação gráfica. Esses autocolantes são colados em qualquer lado, uma vez que também não implicam os riscos inerentes a fazer um *tag*. Feitos manualmente ou em computador, contêm algo no seu grafismo, que identifica o seu autor. Podem ser *tags*, *tags* escritos em letra de imprensa, desenhos ou qualquer outro tipo de elemento. Os *Stickers* estão muito associados à chamada *street-art* ou pós-*graffiti*” (Campos, 2007: 484).

⁷⁰ Veja-se, em anexo, a Figura 32 que apresenta um *sticker* da autoria de Shepard Fairey.

eles próprios em casacos de ganga ou os correspondentes bonés mostravam quem eram (ou, pelo menos, quem era conhecido).

(Stahl, 2008: 186).

De facto, estes artistas tornaram-se figuras mediáticas e autênticos ícones de estilo, atraindo um elevado número de seguidores. Contudo, importa realçar que a cultura dominante atribui aos símbolos das subculturas novas características, a fim de considerá-los atrativos e inspiradores. Neste contexto, veja-se a cantora *pop* norte-americana Madonna, cuja popularidade conduziu à reprodução em massa do seu estilo, caracterizado pela resistência face à normalização social e cultural. De acordo com Susan Bordo, Madonna representa a celebração da cultura pós-moderna, enquanto figura subversiva e defensora do feminismo: “Madonna modeled the possibility of a female heterosexuality that was independent of patriarchal control, a sexuality that defied rather than rejected the male gaze” (Bordo, in Rivkin and Ryan, 1998: 1110). A atitude de Madonna caracteriza-se, assim, pela recusa em obedecer aos padrões dominantes e normativos da beleza feminina (Bordo, in Rivkin and Ryan, 1998: 1111). A cantora *pop* foi pioneira na forma como se relacionava com os seus admiradores, atribuindo-lhes, inclusive, a designação de “wanna-bes”. Susan Bordo define este movimento da seguinte forma: “(...) those hoards of largely white, middle-class sub.teeners who emulated and mimicked Madonna’s moves and costumes” (Bordo, in Rivkin and Ryan, 1998: 1110).

As marcas de alta-costura não eram indiferentes ao impacto das subculturas nas camadas jovens e, como tal, procuraram desenvolver parcerias com artistas urbanos de modo a conquistar um maior número de potenciais clientes. Na indústria da Moda, a marca deverá ir ao encontro da vontade do consumidor para que a capacidade de interpretação dos signos corresponda às expectativas definidas pela empresa. Na verdade, a partir da Segunda Guerra Mundial verifica-se a prevalência de um sistema de prescrições horizontal, no qual tanto a alta-costura como o *street style* se influenciam mutuamente. A marca de luxo Louis Vuitton tem vindo a apostar em colaborações com artistas plásticos através de linhas de produção limitadas e exclusivas. Recentemente, a marca lançou uma linha de lenços personalizados, para a qual convidou três artistas urbanos: o luso-francês André Saraiva, o chileno INTI e o norte-americano Kenny Scarf. De acordo com a publicação *online* Hype Beast, as linhas gráficas dos três artistas são distintas contudo têm em comum a linguagem urbana que lhes é inerente:

First up is Chilean artist INTI's work, which references the Inca god Wiracocha, while Brooklyn-based pop artist Kenny Scharf offers up his share of psychedelic and surrealist motifs with the use of bold colors. Finally Paris's own Andre Saraiva reappropriates his classic Monsieur A tag on to the Monogram Scarf with splattered paint.

(Bray, 2014).⁷¹

A moda é, frequentemente, utilizada na diferenciação de papéis sociais, que indicam ou exigem comportamentos compatíveis com o vestuário. A roupa tem o poder de influenciar o ato de compra, na medida em que representa a imagem que o indivíduo quer transmitir perante o outro. Tendencialmente, poder-se-á dizer que a moda é um fenómeno sociocultural que tem valores simbólicos adjacentes e atribuídos pela sociedade em que estamos inseridos. Como tal, o consumo é um ato simbólico, ou seja, os produtos que adquirimos incorporam símbolos e uma narrativa que nos conduzem à compra.

Os artistas de *graffiti* apoiaram-se nas subculturas norte-americanas, concretamente na música, dança e estilo provenientes da comunidade *hip hop*. Aqui, importa referir novamente Tupac Shakur. O intérprete foi, provavelmente, o ícone musical com maior influência na geração da década de 1990. Apesar das composições misóginas e do incentivo à integração em gangues urbanas, o intérprete norte-americano do estilo musical *rap* destacou-se pelo combate à violência e à criminalidade. Neste âmbito, importa citar o investigador Johannes Stahl que estabelece um paralelismo claro entre a prática do *graffiti* e o *hip hop*, na medida em que ambos encaram a presença da mulher com ambiguidade: “O hip hop é uma corrente cultural profundamente dominada por homens. As conceções do mundo têm claras tendências chauvinistas; raramente surge uma mulher como figura principal no texto de um *rap*” (Stahl, 2009: 185). Na verdade, as composições dos músicos de *rap* utilizam referências ao universo feminino, contudo abordam a mulher enquanto objeto de desejo. A violência e a transgressão integram, igualmente, o repertório destes artistas, com alusões às suas memórias de infância e adolescência. Tendencialmente, os membros da comunidade *hip hop* provêm dos guetos e, como tal, é habitual retratarem as suas vivências e hábitos culturais, bem como a atmosfera hostil que, inevitavelmente, caracteriza estes espaços. Nicholas Ganz discute o

⁷¹ Veja-se, em anexo, a Figura 33 que apresenta uma fotografia da campanha da marca Louis Vuitton intitulada “Artist Scarves Collection”.

papel do *hip hop* na disseminação da prática do *graffiti* na cultura ocidental: “With hip-hop, graffiti entered almost every Western and Western-influenced country and then started to edge out further afield” (Ganz, 2004:09). A Europa foi profundamente influenciada pela realidade norte-americana idolatrando os mesmos símbolos e os mesmos protagonistas. Assistimos ao apogeu deste fenómeno artístico-cultural com a criação de uma indústria musical orientada especificamente para o *hip hop*. Consta-se que os símbolos desta subcultura têm progressivamente transitado para a cultura dominante. Johannes Stahl vai ao encontro desta argumentação quando refere que o *hip hop*

[O *hip hop*] tornou-se, sobretudo, um negócio milionário e global. Os textos que no princípio eram críticos com a sociedade, adaptaram-se ao *mainstream* clássico da felicidade, do amor e da autopromoção. O *hip hop* (...) estabeleceu-se como categoria fixa nas estantes de música dos centros comerciais, nas listas de êxitos e nos prémios.

(Stahl, 2008: 186-7)

Contrariamente ao que seria de esperar, os símbolos das subculturas têm sido apropriados pela cultura dominante por serem considerados interessantes e inovadores. A campanha publicitária “Geek is Good” da agência de publicidade londrina *Inferno* personifica esta questão, representando a exaltação do universo *geek* e a crescente adoção de elementos e símbolos desta subcultura pela cultura de massas. 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 atual 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, whether 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

(Palmer, 2013).

Emergem diferentes interpretações sobre a transição das subculturas para a cultura de massas. Contudo, a premissa mais válida parece relacionar-se com a conjuntura socioeconómica existente, que conduz os jovens à reivindicação dos seus ideais através da música, da moda e de outras expressões artísticas. Neste âmbito, Mike Featherstone refere que a paisagem urbana se tornou

aestheticized and enchanted through architecture, billboards, shop displays, advertisements, packages, street signs, etc., and through the embodied persons who move through these spaces: the individuals who wear, to varying degrees, fashionable clothing, hair styles, make-up, or who move, or hold their bodies, in particular stylized ways.

(Featherstone, 1991:76).

Face à ausência de espaços de discussão e reflexão pública, as novas gerações tendem a encontrar nos movimentos artísticos e culturais o lugar para expressarem as suas crenças e ideologias. No texto intitulado “The Gangsta and the Diva”, Andrew Ross debate o posicionamento do *rap* na indústria da música aferindo da sua função social enquanto veículo de expressão dos oprimidos e dos grupos marginalizados. O autor refere o seguinte:

The point here is that while socially denied people do not express rage just as they please, or under circumstances of their choosing, they do tend to opt for vehicles that are the least likely to be culturally influenced by the powerful. That is why, incongruous as it often seems, gangsta rap came to provide the most articulate frame for black anger available for its young devotees.

(Ross, in Mirzoeff, 1998: 347)

O *graffiti* tornou-se o sucessor óbvio destas expressões, tornando-se um suporte de afirmação para os jovens que viviam nos subúrbios e que encontraram no meio urbano o espaço de diálogo e de confronto de que necessitavam. Este duplo significado do espaço público atraiu os residentes destas comunidades ostracizadas, que procuraram reforçar o seu gosto pela música e pela dança iniciando-se na prática artística.

2. A mulher enquanto objeto de representação

Antes de mais, importa referir o papel do corpo na representação do sexo masculino e do sexo feminino. No Renascimento, surge o nu feminino e masculino, contudo ambos revestiam-se de perspetivas opostas. O homem era representado com uma figura pujante e gloriosa, sendo que os atletas e os membros das elites constituíam a maioria representada. Já a mulher era vista segundo duas perspetivas. Por um lado, como uma divindade ou uma imagem religiosa. Por outro lado, como objeto de prazer e desejo, enquanto símbolo do profano e da heresia surgindo, frequentemente, como prostituta ou cortesã. Deste modo, infere-se que a mulher correspondia à personificação do mal, enquanto o homem detinha os dons da sabedoria e da reflexão, atributos associados ao culto do eu e a uma perspetiva homocêntrica. A este propósito, Anthea Callen refere que, na época, as diferenças entre o homem e a mulher cingiam-se à sexualidade e à capacidade reprodutiva. Nos livros dedicados à anatomia, o homem representava ambos os sexos, exceto na ilustração do sistema reprodutor: “(...) male and female bodies are essentially the same, and that the male anatomy could represent both in all respects apart from reproduction” (Callen, in Mirzoeff, 1998: 402). A representação do corpo da mulher afigurava-se, assim, como um assunto tabu, situação que contribuiu para o desconhecimento do corpo humano devido à prevalência de uma abordagem centrada no homem.

No século XVIII, com o advento do Iluminismo, a conceção de feminilidade sofreu algumas mudanças devido ao progresso científico e à afirmação da Psicologia, que introduziu o conceito de género⁷². Anthea Callen reflete sobre esta questão, citando, inclusive, Montesquieu no que concerne o papel da mulher na sociedade:

“In the search for an affirmative answer to Montesquieu's question 'Does natural law submit women to men?', the question of the 'nature' of woman became a priority of Enlightenment research in the eighteenth century. Human anatomy was an important focus of this preoccupation in medical science: the male body provided an anatomical norm against which femaleness could be construed.”

(Callen, in Mirzoeff, 1998: 401).

⁷² De acordo com Chris Barker, o conceito de género deverá ser entendido como: “The cultural assumptions and practices that govern the social construction of men, women and their social relations. Gender is a matter of how men and women are represented and performed” (Barker, 2008: 480).

De facto, desde os primórdios da humanidade que a mulher é representada nas artes como um objeto de beleza e desejo, uma vez que os artistas eram maioritariamente do sexo masculino, seguindo, ainda que em alguns casos forçosamente, uma orientação heterossexual. Apesar da emergência do Iluminismo, no século XIX regressamos à sexualização da mulher, vista segundo uma perspectiva masculina e retratada como objeto sexual. Veja-se a obra de Edouard Manet intitulada “A Bar at the Folies-Berge” (1882), na qual o pintor retrata uma cortesã.⁷³ Segundo Griselda Pollock, a nudez da mulher circunscreve-a imediatamente a uma classe e a uma função sociais: “Olympia's nakedness inscribes her class and thus debunks the mythic classlessness of sex epitomized in the image of the courtesan” (Pollock, in Mirzoeff, 1998: 76). Mais tarde, Pablo Picasso retoma a mesma temática através da famosa obra “Demoiselles d'Avignon” (1907), retratando um grupo de prostitutas num bordel.⁷⁴ Segundo Griselda Pollock, estas interpretações revelam uma relação de oposição com enfoque no género, ou seja, as diferenças nos papéis sociais desempenhados pelo homem e pela mulher. A este propósito, a autora refere o seguinte:

The encounters pictured and imagined are those between men who have the freedom to take their pleasures in many urban spaces and women from a class subject to them who have to work in those spaces often selling their bodies to clients, or to artists.

(Pollock, in Mirzoeff, 1998: 76).

Assim, vale a pena atentar na representação do nu feminino, cuja interpretação, até ao início do século XX, cingia-se aos artistas do sexo masculino. Esta situação conduziu a uma visão sexista do corpo feminino enquanto objeto de desejo, impedindo a experimentação e reflexão sobre a mulher e a sua intelectualidade. Neste contexto, Whitney Chadwick afirma:

⁷³ Veja-se, em anexo, a Figura 34 que apresenta a obra pictórica de Edouard Manet intitulada “A Bar at the Folies-Berge”.

⁷⁴ Veja-se, em anexo, a Figura 35 que apresenta a obra pictórica de Pablo Picasso intitulada “Demoiselles d'Avignon”.

The persistent presentation of the nude female body as a site of male viewing pleasure, a commodified image of exchange, and a fetishized defense against the fear of castration leaves little space for explorations of female subjectivity, knowledge, and experience.

(Chadwick, 1990: 267).

Neste contexto, importa mencionar o texto intitulado “Hegemonic Masculinity” da autoria de Bob Connell, no qual o autor discute o conceito de hegemonia no masculino, aferindo da posição do homem na sociedade em relação à mulher, aqui vista como figura submissa face ao poder patriarcal. O autor aponta a razão pela qual a hegemonia masculina é um princípio incontestável à luz da sociedade: “(...) the major reason is that most men benefit from the subordination of women, and hegemonic masculinity is the cultural expression of this ascendancy” (Connell, in Jackson and Scott, 2002: 61). Na verdade, a hegemonia masculina deve-se, fortemente, à conjuntura político-social, uma vez que o homem, ao longo dos tempos, desempenhou o papel de patriarca, responsável pela sustentabilidade económica da família.

Recentemente assistimos a uma mudança na perceção da figura masculina, agora vista como um objeto de desejo pelo universo feminino. A cobertura mediática de que são alvo os artistas, intérpretes e performers da indústria do espetáculo tem contribuído significativamente para esta mudança de mentalidade. Bob Connell refere alguns exemplos de personagens do cinema que se afirmaram enquanto *sex symbols*: “(...) the winning of hegemony often involves the creation of models of masculinity which are quite specifically fantasy figures, such as the film characters played by Humphrey Bogart, John Wayne and Sylvester Stallone” (Connell, in Jackson and Scott, 2002: 61). A partir da década de 1950, o homem revestiu-se de novos símbolos e os padrões de estilo a ele associados sofreram algumas alterações. Os membros masculinos das subculturas começaram a incorporar elementos do feminino no seu estilo, situação que legitimou a afirmação das mulheres nestes grupos. Angela McRobbie e Jenny Garber debatem esta questão, acrescentando o seguinte: “(...) the mod preoccupation with style and the emergence of the unisex look and the ‘effeminate’ mod man, gave girls a more legitimate place in the subculture than had previously been the case” (McRobbie, and Garber, in Gelder and Thornton, 1997: 108). A subcultura *mod* caracterizava-se pela exaltação do estilo como a ferramenta ideal para ascender socialmente e na carreira. De acordo com o jornal “The Telegraph”, o movimento surgiu na década de 1960 no Reino Unido,

concretamente no Soho. Os membros desta subcultura eram subscritores das tendências das indústrias da Moda e da Publicidade, inspirando-se na música jazz e no estilo dos seus intérpretes.⁷⁵ O jornalista Mick Brown, descreve os membros deste movimento da seguinte forma: “(...) a handful of fashion-conscious young men, who called themselves “modernists” after their love for modern jazz, and whose sharp suits and button-down shirts imitated the style of bebop stars such as Miles Davis” (Brown, 2013). Segundo a mesma publicação, estes jovens provinham das classes trabalhadoras, contudo a ambição por ascender na carreira e na esfera social tornava-os narcisistas e consumidores desmedidos. A este propósito, Mick Brown refere o seguinte: “They had money to spend and challenged class strictures through dressing, dancing and having more fun than their elders and betters – as though style itself were a passport to upward mobility. They called themselves “faces”” (Brown, 2013). As autoras Angela McRobbie e Jenny Garber concluem que este movimento contribuiu para a afirmação da mulher na esfera pública através de um discurso que pressupunha a igualdade entre os géneros feminino e masculino: “An absence of exaggerated masculinity like that displayed in the rocker subculture or by Willis’s motor-bike boys, made the mod subculture both exciting and accessible to girls” (McRobbie and Garber, in Gelder and Thornton, 1997: 110).

Contudo, a elite cultural, a classe política e os altos cargos do meio empresarial continuam fortemente associados ao universo masculino. Segundo Bob Connell, esta situação deve-se ao facto de a sociedade consentir que os detentores do poder sejam somente do sexo masculino, impedindo a progressão da mulher na carreira seja de que ordem for: “The public face of hegemonic masculinity is not necessarily what powerful men are, but what sustains their power and what large numbers of men are motivated to support” (Connell, in Jackson and Scott, 2002: 61).

Os teóricos dos Estudos Culturais afirmam que na sociedade atual o conceito de género é híbrido, uma vez que tem sido alvo de discursos ambíguos quanto à sua prevalência no vocabulário corrente. Recentemente, esta área de investigação introduziu o conceito de “gender-bending”, que segundo Marita Sturken e Lisa Cartwright consiste no seguinte: “Practices that call into question the traditional gender categories of male and female and heterosexual norms of representation and interpretation” (Sturken and Cartwright, 2009: 442). Com a existência de múltiplas orientações sexuais, questiona-se

⁷⁵ Veja-se, em anexo, a Figura 36 que apresenta uma fotografia de um grupo de membros da subcultura *mod*.

a pertinência de um conceito que tem na sua génese uma fundamentação quanto à relação entre um homem e uma mulher.

Apesar da evolução no conceito de género, a mulher continua a ser representada segundo uma lógica de superioridade versus inferioridade. Veja-se a interpretação visual e textual que é criada face às mulheres que desempenham altos cargos políticos, sendo Angela Merkel e Margaret Thatcher os exemplos mais célebres. Ambas são representadas como figuras autoritárias, frequentemente, satirizadas devido à sua imagem e discurso fortemente masculinizados. Já os homens que detêm o poder e que o exercem de forma despótica e prepotente são encarados como figuras temíveis e, como tal, dificilmente ridicularizados pela opinião pública e pelos média. Segundo Chris Barker, a abordagem descrita deve-se ao predomínio de estereótipos na sociedade que defendem o posicionamento da mulher enquanto segunda força na hierarquia social:

(...) women across the globe are constituted as the second sex, subordinated to men. That is, women have subject positions constructed for them that place them in the patriarchal work of domesticity and beautification or, increasingly, (within the west), of being a mother and having a career and being able to explore one's individuality and looking attractive.

(Barker, 2008: 314)

Contudo, veremos que no mercado artístico o impacto da arte no feminino tem conquistado muitos admiradores. Cabe à mulher posicionar-se junto das forças políticas e económicas enquanto figura que poderá acrescentar conhecimento e elementos diferenciadores à realidade vigente. Assim, importa que a mulher desempenhe um papel ativo na sociedade integrando causas e manifestando a sua opinião, de forma a combater os estigmas inerentes à sua sexualidade.

3. Movimento sociais: o Feminismo

Tendencialmente, a sociedade atribui ao género feminino um perfil superficial e orientado para o mercado de consumo. De facto, a mulher esteve sempre circunscrita ao dia-a-dia doméstico, ao papel de dona de casa e ao consumo de artigos que contribuíam para manter o equilíbrio do seu lar. Contrariamente ao que seria de esperar, a problemática

repete-se no seio das subculturas, nas quais a mulher desempenha um papel passivo. As mulheres que integraram os movimentos juvenis de resistência face à uniformização cultural foram frequentemente representadas na literatura, no cinema e na indústria do entretenimento como adornos. Estas representações justificaram a prevalência de estereótipos associados à condição feminina. Angela McRobbie e Jenny Garber confirmam esta asserção:

Very little seems to have been written about the role of girls in youth subcultural groupings. They are absent from the classical subcultural ethnographic studies, the pop histories, the personal accounts and the journalistic surveys of the field. When girls do appear, it is either in ways which uncritically reinforce the stereotypical image of women with which we are now so familiar.

(McRobbie and Garber, in Gelder and Thornton, 1997: 105).

As autoras acrescentam que a invisibilidade das mulheres nas subculturas deve-se à padronização de hábitos, estilos e ideologias predominantemente masculinas: “Girls’ subcultures may have become invisible because the very term ‘subculture’ has acquired such strong masculine overtones” (McRobbie and Garber, in Gelder and Thornton, 1997: 106). Os média assim como os críticos da sociologia dedicaram-se ao estudo das subculturas, sobretudo aos aspetos mediáticos que caracterizaram determinados grupos sociais. Os fenómenos de violência e de hostilidade entre os grupos mereceram especial atenção por parte dos meios de comunicação social, cujos testemunhos e relatos se circunscrevem ao universo masculino, uma vez que os homens eram os protagonistas destas disputas. A este propósito, Angela McRobbie e Jenny Garber referem o seguinte: “(...) it is always the violent aspects of a phenomenon which qualify as newsworthy is that these are precisely the areas of subcultural activity from which women have tended to be excluded” (McRobbie and Garber, in Gelder and Thornton, 1997: 107). Esta conjuntura impediu a mulher de se afirmar no núcleo das subculturas, desempenhando sempre uma função secundária e meramente “decorativa”. Isto porque a sociedade entendia a integração das mulheres nas subculturas como uma manifestação de promiscuidade ou um ato de loucura. As autoras apoiam-se no movimento teddy-boy⁷⁶

⁷⁶ De acordo com a obra “The Longman Dictionary of English Language and Culture”, um teddy-boy é “(in Britain, especially in the 1950s) a young man who dressed in a style similar to that of the early 20th century,

no Reino Unido para traçar o perfil da mulher que integrava este movimento e cujos riscos de “manchar” a sua reputação impossibilitavam-na de tomar uma posição reivindicativa⁷⁷: “Girls had to be careful not to ‘get into trouble’ and excessive loitering on street corners might be taken as a sexual invitation to the boys” (McRobbie and Garber, in Gelder and Thornton, 1997: 107).

Whitney Chadwick fala-nos sobre o surgimento da mulher erudita, cuja imagem correspondia a uma elite letrada e abastada por oposição à mulher trabalhadora destinada ao desempenho de um cargo nos sectores primário (exploração agrícola) e secundário (indústria), à organização da casa e da vida familiar e ao consumo material:

In the end, the image that promised a new world for the modern woman in twentieth-century industrial society would exist as a reality only for wealthy and privileged women. As it filtered to masses of working women, it functioned more and more as a fantasy, remote from the realities of most women’s lives but strenuously asserted through media campaigns as a means to promote consumption – selling youth, beauty, and leisure along with the latest fashions.

(Chadwick, 1990: 264).

Em 1789, um acontecimento histórico marca o início de uma política orientada para a consagração dos direitos das mulheres: a Revolução Francesa sob a premissa “Liberté, Fraternité et Egalité” (Liberdade, Fraternidade e Igualdade). À época, iniciou-se a discussão sobre uma possível integração da mulher no desempenho da atividade cívica, concretamente no direito ao voto. No século XIX, no Reino Unido despontam as lutas do proletariado pela defesa desta prerrogativa, contudo a conquista deste princípio restringia-se ao universo masculino. Face a esta conjuntura, as mulheres mobilizaram-se a fim de criarem movimentos sociais em prol do direito ao voto. Estes grupos reuniram cerca de dois milhões de mulheres iniciando o período glorioso do feminismo. De acordo com Whitney Chadwick, no início do século XX nasce a mulher moderna, cuja emancipação verá finalmente concretização prática através do feminismo: “By 1900, feminists were

usually wearing a long loose jacket, narrow trousers, and thick soft shoes” (Summers, D. (Coord.) 2005: 1427).

⁷⁷ Veja-se, em anexo, a Figura 37 que apresenta uma fotografia de um grupo de *teddy-boys*, em Clapham Common, Reino Unido.

demanding not just voting rights for women, but their right to higher education and the right to earn an income, and the modern woman had appeared” (Chadwick, 1990: 235). Em 1903, Emmeline Pankhurst fundou o movimento “The Suffragettes”, no Reino Unido.⁷⁸ Recentemente, a história deste movimento foi transposta para o cinema, numa produção intitulada “Suffragette” (Reino Unido, 2015) e protagonizada por Meryl Streep, Carey Mulligan, Helena Bonham Carter, entre outros.⁷⁹ O filme recupera os meandros do movimento sufragista no Reino Unido. De acordo com a jornalista Jessica Longbottom, o movimento sufragista era composto por mulheres que criaram uma autêntica campanha de guerrilha contra o governo britânico:

A group of women were waging a guerrilla campaign against the government. They bombed post boxes (...) and even blew up the holiday home of the Chancellor of the Exchequer. The group used militant methods to fight for the vote in the early 1900s, fed up that decades of peaceful rallying had done nothing for their cause.

(Longbottom, 2015).

Chris Barker confirma esta asserção referindo-se ao movimento feminista e às suas etapas estruturantes:

“As a movement, feminism has been concerned with two key issues. First, to win citizen rights such as voting and equality before the law. Second, to influence cultural representations and norms in ways that are beneficial to women.

(Barker, 2008: 281).

O autor acrescenta ainda que enquanto movimento político e social, o feminismo alterou, significativamente, a condição da mulher na sociedade através de um conjunto de estratégias e discursos que contribuíram para uma mobilização em massa pela defesa dos

⁷⁸ Veja-se, em anexo, a Figura 38 que apresenta uma fotografia dos membros do movimento “Suffragettes” empunhando cartazes durante uma manifestação.

⁷⁹ Veja-se, em anexo, a Figura 39 que apresenta o cartaz promocional do filme “Suffragette” (2015).

direitos civis: “Feminists have constructed a range of analysis and political strategies by which to intervene in social life in pursuit of the interests of women” (Barker, 2008: 281).

No início do século XX, estes direitos foram garantidos após inúmeras revisões constitucionais no Reino Unido e nos Estados Unidos da América. No que concerne o caso português, a situação assumiu contornos diferentes, uma vez que entre as décadas de 1930 e 1960 o país encontrava-se sob um regime ditatorial e autoritário, à semelhança, aliás, de outros países europeus como a vizinha Espanha ou Itália. Porém, os movimentos de mobilização social continuaram a insurgir-se contra o regime vigente. Segundo o programa ideológico do Estado Novo, a família e a religião católica constituíam os alicerces da sociedade da época. O aparelho de propaganda do Estado sugeria uma representação da mulher apoiada na celebração da vida familiar e doméstica. Deste modo, os atributos da mulher exaltados restringiam-se à esfera privada. Na publicidade televisiva e na imprensa escrita multiplicavam-se os anúncios a produtos do lar. A narrativa exibia um conjunto de mulheres, cujo vestuário e aparência teriam necessariamente de ir ao encontro dos desígnios de um regime autoritário, ou seja, a exaltação do conservadorismo.

Na atualidade, a mulher do Ocidente consagrou o seu posicionamento social afirmando-se, progressivamente, na sua carreira profissional. Assistimos à ascensão da mulher no poder político, na esfera social, cultural, artística e empresarial. Neste contexto, surge o movimento pós-feminista que rejeita a conceção original do movimento e advoga a existência de uma “nova mulher”, desempenhando os diferentes papéis sociais e usufruindo dos mesmos direitos que o sexo masculino. Chris Barker descreve este movimento da seguinte forma:

The idea of postfeminism suggests that the most significant and systematic institutional barriers to women’s participation in politics and culture have been removed in the west. Women are citizens and have equal legal rights with men. Postfeminist women are now entitled to enjoy cultural life as they choose.

(Barker, 2008: 284).

Esta vertente reprova, assim, a noção de “sexo fraco” associada ao sexo feminino, defendendo a autonomia e o livre-arbítrio como atributos fundamentais para a

independência das mulheres face à hegemonia masculina. Neste âmbito, Chris Barker refere:

Postfeminists want to escape the sense that women are passive victims of patriarchy, which they suggest was the inference inherent in previous feminist campaigning. The performance of victim identity reinforces the myth that women are the ‘weaker sex’, they say, and risks perpetuating the power dynamic inherent between victim and perpetrator (or victim and voyeur).

(Barker, 2008: 284).

A conjuntura discutida foca-se, sobretudo, na cultura ocidental. Contrariamente ao Ocidente, o Oriente ainda se reveste de práticas discriminatórias face ao universo feminino, circunscrito aos referentes casa e família. No Médio Oriente, esta questão adquire contornos especialmente violentos quanto à condição da mulher na sociedade, uma vez que os regimes políticos têm um perfil autoritário e repressor apoiado no radicalismo religioso. Na década de 1980 surgem movimentos sociais apoiados na resistência face ao fundamentalismo religioso no Reino Unido. O movimento com maior impacto social era o WAF (Women Against Fundamentalism), cujo objetivo era a luta contra o radicalismo e a supremacia da religião face ao livre-arbítrio.⁸⁰ A obra intitulada “Versículos Satânicos” de Salman Rushdie despoletou a criação deste grupo, uma vez que constituía uma crítica ao Corão satirizando algumas passagens do livro. Insatisfeitos com a publicação da obra do escritor de origem indiana, um grupo de radicais islâmicos queimou a obra em público como forma de protesto ameaçando, inclusive, iniciar um conjunto de ações de violência caso a obra continuasse à venda. O movimento WAF insurgiu-se contra este acontecimento, afirmando-se como um grupo feminista na luta pelos direitos humanos e pelas liberdades individuais. Homi K. Bhabha discute o papel do movimento na consagração dos ideais feministas, nomeadamente nas questões relacionadas com o multiculturalismo no Reino Unido:

⁸⁰ Veja-se, em anexo, a Figura 40 que apresenta uma fotografia de um grupo de mulheres do movimento WAF (Women Against Fundamentalism) num protesto junto ao Parlamento britânico.

The most productive debates, and political initiatives, in the post-fatwah period, have come from women's groups like Women Against Fundamentalism and Southall Black Sisters in Britain. They have been concerned (...) with demonstrating that the secular, global issue lies uncannily at home, in Britain - in the policies of local government and the race-relations industry; in the 'racialization of religion' in multicultural Britain; in the imposition of homogeneity on 'minority' populations in the name of cultural diversity or pluralism.

(Bhabha, 1994: 229).

O autor acrescenta ainda que estes movimentos desempenharam um papel importante na defesa dos direitos das mulheres muçulmanas, nomeadamente contra o casamento forçado e a subjugação feminina:

Feminists have not fetishized the infamous naming of the prostitutes after Mohamed's wives: rather they have drawn attention to the politicized violence in the brothel and the bedroom, raising demands for the establishment of refuges for minority women coerced into marriages.

(Bhabha, 1994:229)

Na década de 1960, na Arábia Saudita um grupo iniciou uma campanha pelos direitos das mulheres, contudo terá sido forçosamente extinto devido à sucessão de regimes autoritários no país. Recentemente, a campanha foi retomada bem como a discussão sobre o direito das mulheres ao voto e a serem eleitas. De acordo com o artigo da autoria de Aditya Agrawal publicado na versão *online* da revista Time, esta nova lei vem no seguimento da aprovação de uma revisão constitucional em 2011: “For the first time, women will be able to vote and run for office in Saudi Arabia’s municipal elections. The new policy is being put into effect on schedule, four years after the late Saudi King Abdullah bin Abdulaziz al-Saud approved the rules change in 2011” (Agrawal, 2015). Contudo, esta conquista social é ainda simbólica, uma vez que os direitos das mulheres na Arábia Saudita são reduzidos, registando-se um conjunto de proibições quanto à condição feminina.

4. A mulher no espaço artístico

O século XX foi marcado por mudanças significativas nos padrões sociais, motivadas pelas Duas Grandes Guerras Mundiais, pelo aumento da procura e da oferta e por sucessivas manifestações de ativismo político e social. Face a esta conjuntura, as mulheres saíram à rua e, como nunca, reivindicaram os seus direitos e deveres numa sociedade que enfrentava novos paradigmas quanto ao posicionamento da mulher na sociedade. Estávamos perante um dos movimentos sociais com mais impacto no século XX: o feminismo. Neste âmbito, surgem ícones femininos que se afirmam junto de áreas predominantemente masculinas, como as indústrias artística e cultural. De acordo com Susan Kippax, desde muito cedo as mulheres são encorajadas a apreciar arte e a experimentá-la. Segundo a autora, esta predisposição das mulheres para a prática artística deve-se à vontade da sociedade de ver a mulher aperfeiçoar a sua delicadeza e rigor no cuidado do lar ou no convívio social:

Women are trained, while young, to play the piano, to embroider, to sketch, and in general, appreciate the arts. These talents enable them to adorn the homes of future husbands and thus, indirectly, display his artistic sensibilities. The acquisition of these talents also keeps women suitably (in the eyes of men) amused and occupied. (...) Further, many of the 'crafts' at which they are encouraged and allowed to excel are not defined as art.

(Kippax, in Scannell et al., 1992: 239-240).

A autora refere ainda que as mulheres estão frequentemente alienadas devido à ausência de oportunidades para se assumirem como autoras e ao seu irrisório papel enquanto audiência:

The art forms in which they [women] are often skilled, and of which they have a keen appreciation, are not in the main produced by them or for them. (...) The arts which are held up to women as the pinnacle of human achievement are, at the same time, perhaps by definition, withheld from them.

(Kippax, in Scannell et al. 1992: 254).

Assistimos a uma forte aposta na promoção e divulgação de fenômenos culturais quando a produção artística e cultural passa a ser vista como lucrativa e rentável economicamente. Marilyn Monroe, Rita Hayworth ou Audrey Hepburn afirmam-se como musas inspiradoras da indústria do cinema iniciando um poderoso legado de atrizes que se tornaram produtos profundamente rentáveis da indústria. Contudo, por esta altura as mulheres eram consideradas *sex-symbols*, objetos de desejo de uma audiência predominantemente masculina. Neste âmbito, importa citar Susan Bordo no que concerne à conceção sobre o corpo da mulher enquanto imagem sexual: “(...) the female body is offered to the viewer purely as a spectacle, an object of sight, a visual commodity to be consumed” (Bordo, in Rivkin and Ryan, 1998: 1113). Neste âmbito, poderá concluir-se esta argumentação referindo Nicholas Mirzoeff e a sua reflexão sobre o posicionamento do homem e da mulher na sociedade: “The male position was the privileged place from which to look, while the female place was simply to be looked at” (Mirzoeff, 1998: 391). Vale a pena atentar ainda nas palavras de Linda Nochlin, cuja reflexão reafirma que o percurso da mulher pouco ou nada acrescentou à evolução histórico-social devido ao padrão permanentemente associado a ela, e que a coloca no papel de “sombra” do homem. A título de exemplo, veja-se o provérbio popular “Por detrás de um grande homem, há sempre uma grande mulher”. Esta expressão sugere claramente que a mulher tem por objetivo conduzir o homem ao sucesso e assegurar o equilíbrio na vida pessoal e profissional deste. De acordo com Linda Nochlin, esta conceção da mulher terá de ser progressivamente abandonada, especialmente na cultura visual:

(...) woman...cannot be seen as a fixed, pre-existing entity or frozen ‘image’, transformed by this or that historical circumstance, but as a complex, mercurial and problematic signifier, mixed in its messages, resisting fixed interpretation or positioning despite the numerous attempts made in visual representation literally to put ‘woman’ in her place.

(Nochlin, 1999: 07).

Foi na indústria da música que a mulher se conseguiu afirmar como elemento diferenciador, graças à integração em movimentos sociais e políticos e às inúmeras composições que derivavam dos ideais desses movimentos. Na década de 1950, com a emergência do *blues rock*, do *jazz* e do *folk* surgem fenômenos da música afro-americana

que, à época, eram considerados pela maioria caucasiana de classe média um atentado ao pudor, na medida em que desestabilizavam a moral estabelecida. Contrariamente ao que seria de esperar, os grupos de jovens provenientes das subculturas e das referidas famílias de classe média insurgem-se contra a indignação parental face à independência juvenil e à prerrogativa moral imposta. Neste âmbito, importa introduzir o conceito de contracultura. Durante as décadas de 1960 e 1970, os jovens reclamavam os direitos civis, o fim das guerras e do armamento nuclear. Segundo John Fiske o conceito de contracultura poderá ser definido da seguinte forma:

[Counterculture] A collective label, applied to the politicized, largely middle-class, alternative or 'revolutionary' youth subcultures of the 1960s and early 1970s. The term was adopted in America (...) and served to integrate the ideologies, practices and goals of such movements as hippies and student radicals into a broadly unified expression of youthful political protest and resistance against the older establishment on both sides of the Atlantic (...) the countercultural groups, drawing on a middle-class parent culture, especially within higher education, articulated a more organized, intellectual and political challenge, apparently unified in the face of authority.

(Fiske, et al., 1994: 66).

Atendendo à definição de John Fiske, estes movimentos tiveram o seu apogeu aquando da realização do Festival de Woodstock, cuja epígrafe “Three Days of Peace and Music” procurava celebrar a contracultura *hippie*.⁸¹ A desorganização e a ausência de uma metodologia condenaram os produtores do Festival ao fracasso, uma vez que surgiram mais de quatrocentas mil pessoas sem ingresso (Ward, 2014). Contudo, o evento apresentou um alinhamento singular de intérpretes, como os icónicos Joe Cocker, Jimi Hendrix ou Janis Joplin. Entre os artistas convidados e apesar de em menor número comparativamente ao núcleo masculino, as intérpretes femininas destacaram-se entre os demais. Janis Joplin, Joan Baez, Melanie Safka eram as presenças femininas do cartaz e heroínas do ativismo político e social. Todas partilhavam ideais semelhantes e um interesse manifesto pelo movimento *hippie*, advogando o respeito pela natureza e pelo ambiente, o fim das guerras, a liberdade individual, a defesa dos direitos humanos e a legalização das drogas leves. Segundo Angela McRobbie e Jenny Garber foi no âmbito

⁸¹ Veja-se, em anexo, a Figura 41 que apresenta uma fotografia de dois jovens membros da subcultura *hippie* no Festival Woodstock, Estados Unidos da América.

deste movimento que se iniciou o feminismo, pela defesa de uma vida ativa e autónoma face ao controlo patriarcal exercido pelo universo masculino: “Within its [hippie movement] confines and even on the pages of the underground press, the first murmurings of feminism were heard” (McRobbie and Garber, in Gelder and Thornton, 1997: 111). Durante as décadas de 1960 e 1970, nos Estados Unidos da América, as mulheres consolidaram o seu direito à educação académica candidatando-se a um vasto número de universidades por todo o país. Esta conjuntura ofereceu à mulher a possibilidade de se emancipar e, como tal, quebrar as condicionantes sociais inerentes à sua condição. De acordo com Angela McRobbie e Jenny Garber, “Access to prolonged higher education gives the middle-class girl the space, by right, which her working-class counterpart is denied or else gains only through following a more illegitimate route” (McRobbie and Garber, in Gelder and Thornton, 1997: 111).

Na verdade, assistimos nesta época a uma nova conceção do corpo feminino, na qual a mulher tem liberdade para expô-lo, porém sem uma conotação sexual associada. Janis Joplin e Yoko Ono foram pioneiras na utilização do nu para fins ativistas e artísticos. Ambas mostraram o corpo enquanto objeto artístico introduzindo uma nova mentalidade quanto ao posicionamento da mulher enquanto objeto representado e autora. Este novo posicionamento em relação à feminilidade abriu novas possibilidades à incursão da mulher na esfera pública e social.

Contudo, os ícones femininos que anteriormente serviram de inspiração à mobilização cívica das mulheres acabaram por ceder à pressão mediática. A influência das indústrias audiovisuais sobre as mulheres coagiu-as a alterarem a sua silhueta e as suas feições em prol de um padrão de beleza uniformizado pelos média. Retomando o exemplo de Madonna, a artista foi inspirada pelas suas antecessoras, contudo não resistiu à pressão mediática, adotando a partir da década de 1990 um perfil coincidente com os padrões de beleza defendidos pela opinião pública. De acordo com Susan Bordo, Madonna conformou-se com a realidade preconizada pelos média, rendendo-se à cirurgia plástica e à homogeneização da figura feminina: “Madonna’s new body has no material history; it conceals its praxis, it does not reveal its pain. (...) [Music videos are known] by presenting Madonna’s body-as-object, now perfectly, plasticly taut and tightly managed, for display” (Bordo, in Rivkin and Ryan, 1998: 1112-13).

Já Patti Smith contrasta com a rainha da *pop* enquanto eterna líder do movimento *punk* da década de 1970. Poeta e performer, Patti Smith é reconhecida pelo seu papel

enquanto ativista política e social. A cantora manteve-se fiel à sua ideologia enquanto membro da subcultura *punk*. O seu estilo caracterizava-se pelo recurso a elementos simbólicos como os *pins* com figuras políticas, as calças de ganga rasgadas, as camisolas largas. Porém, a sua postura andrógina destacava-a entre as demais, assumindo aspetos do sexo masculino e do feminino. A sua vasta obra poética e discográfica coloca-a, ainda hoje, numa posição de relevo nas áreas da música e da literatura, continuando a atrair um número vasto de admiradores. Em 2008, destacou-se enquanto ativista na campanha política de Barack Obama, encorajando o voto e o exercício da cidadania, vistos pela intérprete como fundamentais para mudar o rumo do sistema político e do estado social (Hattenstone, 2013).

No que diz respeito ao mercado da arte, importa destacar algumas figuras icónicas da arte contemporânea que se assumiram como artistas num universo, à época, predominantemente masculino. Neste âmbito, importa referir novamente o exemplo da artista plástica e performer Yoko Ono. De acordo com a jornalista Jessica Dawson, Yoko Ono não pretendia lucrar com a arte mas questionar os padrões sociais existentes através do convite à participação do público, premissa que aliás se relaciona com as características da arte conceptual⁸²:

Because many of Ono's works are performative or conceptual, she presents us with almost nothing to buy. Today, as in the 1960s, that approach offers an antidote to the ever-expanding art market bubble. Instead of inviting a purchase, Ono asks that we participate in her work. She acknowledges us as much as we must acknowledge her.

(Dawson, 2007)

A artista plástica acompanha, assim, as revoluções sociais e políticas da sua época, significativamente marcada por manifestações e motins contra as problemáticas vigentes. De acordo com Martin Kemp, durante a década de 1960 assistíamos à “quebra de barreiras entre a arte e uma cultura mais abrangente (...) a noção de arte como um ofício de carácter

⁸² Segundo Martin Kemp, a prática da Arte Conceptual é “onde qualquer tipo de objecto (real, abstracto ou imaginário) podia ser usado para expressar ideias de arte” (Kemp, 2000: 494).

especializado é amplamente derrubada. Qualquer um pode ser artista e tudo pode ser arte” (Kemp, 2000: 494).

A partir da década de 1930, a América Latina iniciou um movimento que se opunha ao predomínio das culturas europeia e norte-americana. Neste âmbito, surgem duas artistas que, à época, já discutiam questões de género e de identidade: Frida Kahlo (México) e Ana Mendieta (Cuba). Frida Kahlo integra as elites artística e cultural mexicana assim que contrai matrimónio com o reputado pintor muralista Diego Rivera. Nestes círculos, Frida destaca-se pela sua irreverência e androginia assumindo-se, inclusive, como bissexual. A artista plástica constituiu um símbolo da arte mexicana, retratando-se, frequentemente, nas suas obras e recorrendo a símbolos provenientes da sua herança identitária e cultural.⁸³ Martin Kemp descreve a artista plástica, referindo o seguinte: “A iconografia de Frida Kahlo, baseada na tradição mexicana dos ex-votos, serve de veículo para as suas preocupações individuais altamente emocionais” (Kemp, 2000: 476). O seu espólio artístico consagrou-a como uma das artistas plásticas mais representativas da América Latina, à semelhança de Ana Mendieta. A artista cubana que foi exilada para os Estados Unidos da América devido às suas posições políticas e ideológicas patentes na sua obra artística, na qual denunciava a violência e a repressão das mulheres, procurou ao longo da sua carreira artística promover um diálogo entre as suas origens cubanas e a realidade norte-americana.⁸⁴ Segundo Martin Kemp, a artista plástica assumia-se como feminista, utilizando o seu corpo como veículo de expressão e suporte artístico: “[Ana Mendieta] Usou muitas vezes o seu próprio corpo, em actuações sacrificiais violentas, funcionando assim como uma poderosa crítica cultural não só da América Latina, mas também da sociedade burguesa em geral” (Kemp, 2000: 477). Assim, a América Latina afirmou-se como pioneira na discussão sobre os direitos civis posicionando-se no mercado de arte como um centro alternativo à hegemonia da cultura ocidental.

No que diz respeito ao *graffiti*, esta prática encontra-se, tendencialmente, circunscrita ao universo masculino. A integração das artistas do sexo feminino na comunidade é encarada de forma ambígua por parte dos *writers* masculinos. Assiste-se, claramente, a

⁸³ Veja, em anexo, a Figura 42 que apresenta a obra pictórica de Frida Kahlo intitulada “Self-Portrait with Thorn Necklace and Hummingbird” (1940).

⁸⁴ Veja-se, em anexo, a Figura 43 que apresenta a obra pictórica da autoria de Ana Mendieta “Tree of Life Series” (1977).

uma distinção tendo em conta o género, na qual o homem se sente intimidado pela presença feminina. O teórico Ken Gelder considera que, ao contrário dos homens, as mulheres, no seio desta subcultura, transportam consigo um estigma associado à sua sexualidade:

Unlike male writers, she comes into this subculture laden down with the baggage of her gender. She cannot penetrate this liminal world and she cannot share in its rewards. (...) This subculture is not a fantasy world, it is a man's world. And as such, it can still be used as real evidence of the real rewards women miss out on.

(Gelder, in Gelder and Thornton, 1997:313).

O autor acrescenta ainda que a exclusão das mulheres defendida pelos membros masculinos deve-se às inseguranças destes jovens que encontram na possibilidade da integração feminina uma ameaça à coesão do grupo e à sua autoridade face aos seus rivais.

“If ‘writers judge each other through their artwork’ (Lee), they dissolve the relevance of their personal and physical selves. This further emphasizes the female writer’s exclusion from this subculture, since her physicality and sexuality are generally commented upon. However, it also says something interesting about youthful vulnerabilities and the insecurities surrounding who one is and how one looks”

(Gelder, in Gelder and Thornton, 1997: 313)

Assim, as mulheres representam uma fragilidade e um retrocesso na afirmação da comunidade. O objetivo destas artistas é consagrarem-se no meio que as rodeia, demarcando-se, inclusive, dos restantes movimentos artísticos. Neste âmbito, importa citar a investigadora Sara Cerejo que reflete sobre o papel que a mulher deverá assumir na prática do *graffiti* de modo a ser reconhecida pelos seus pares: “A mulher *writer*, se quiser ascender a uma posição elevada na hierarquia do meio, não poderá fugir a uma assimilação dos padrões de disposições e capacidades físicas representados, na sua maioria, pelo *writer* homem” (Cerejo, 2007: 51). É de realçar que a mulher é representada recorrentemente pelos praticantes do *graffiti*. Inúmeros suportes na cidade são

intervencionados com retratos de mulheres, seguindo um protótipo feminino, ou seja, mulheres curvilíneas que evidenciam os seus atributos físicos.

Como veremos mais à frente, na atualidade é possível identificar inúmeras artistas urbanas que integraram o movimento e que pintam regularmente nos suportes urbanos. Veja-se as *writers* portuguesas Vanessa Teodoro, artista urbana e ilustradora influenciada pelo *graffiti* e pela banda desenhada⁸⁵, e Ângela Ferreira, que utiliza o pseudónimo Kruella d’Enfer. Esta jovem ilustradora e artista urbana inspira-se na mitologia, na astronomia e que utiliza diversas técnicas, suportes e materiais.⁸⁶

4.1 Arte feminista: uma vanguarda revolucionária

No tópico anterior referimos alguns exemplos de artistas que se identificaram com a causa feminista. De facto, o movimento teve um impacto considerável na arte originando, inclusive, novas linguagens e estilos. De acordo com Martin Kemp e no que concerne o movimento feminista “o seu papel mais criativo foi demonstrar subtilmente de que modo as mulheres negociaram, na realidade, as suas posições dentro de determinadas atividades culturais, e adquiriram papéis particulares no processo de mudança e no modo de produzir e ver a arte” (Kemp, 2000: 04). Neste contexto, recupere-se o exemplo de Yoko Ono enquanto uma das precursoras do movimento de arte feminista através das suas performances que questionavam o papel da mulher na sociedade. Em 1964, a artista plástica criou a performance “Cut Piece”, durante a qual oferecia tesouras à audiência, convidando-a a cortar as suas roupas.⁸⁷ De acordo com Jessica Dawson, a artista plástica foi alvo de críticas devido ao teor da performance, contudo acabou por tornar-se um símbolo da arte conceptual e feminista:

[“Cut Piece” is] one of her [Yoko Ono] most important feminist works, in which the artist presented herself onstage, handed audience members scissors and asked that they cut away at her

⁸⁵ Veja-se, em anexo, a Figura 44 que apresenta um mural da autoria de Vanessa Teodoro.

⁸⁶ Veja-se, em anexo, a Figura 45 que apresenta um mural da autoria de Kruella d’Enfer.

⁸⁷ Veja-se, em anexo, a Figura 46 que apresenta a performance artística “Cut Piece” (1964) de Yoko Ono.

clothing. Reprised several times since 1964, the work, with its exploration of power dynamics and gender issues, remains relevant now.

(Dawson, 2007)

Importa ainda mencionar um excerto de uma entrevista dada por Yoko Ono, na qual a artista plástica assume-se enquanto membro do movimento feminista na arte, segundo o qual pretendia discutir o posicionamento da mulher. A artista conclui o seguinte: “[Women] are a very important energy that the society can use. To denigrate us or to abuse us or to sweep us under the rug is not beneficial for the society itself” (Ono, Y., in Dawson, 2007).

Martin Kemp considera que o movimento feminista alterou, profundamente, o mercado da arte contribuindo para a emergência das mulheres nesta área: “A arte feminista submeteu a relação entre a arte, o género e a contemplação a um escrutínio ainda mais crítico” (Kemp, 2000: 502). A título de exemplo, veja-se a obra da artista plástica norte-americana Judy Chicago intitulada “The Dinner Party” (1975).⁸⁸ Nesta instalação, a artista “apresenta um espaço preparado para um banquete de mulheres célebres que foram, em muitos aspetos, excluídas de um cânone de tradição definido pelo regime patriarcal” (Kemp, 2000: 502). No que concerne a arte feminista, Barbara Krueger destacou-se entre as demais, na medida em que procurou através da arte reprovar a violência contra a mulher e a sexualização do corpo feminino. Em 1991, a artista plástica expôs uma instalação na Mary Boone Gallery, em Nova Iorque, na qual “procura destacar o sofrimento das mulheres e das minorias raciais vítimas de abusos através de palavras violentas e imagens que incutem o terror feminino” (Kemp, 2000:502).⁸⁹ De acordo com Maura Reilly, enquanto artistas, as mulheres têm adquirido cada vez mais projeção no mercado da arte devido à redefinição dos cânones e à multiplicidade de linguagens artísticas: “They are now featured broadly in important museum and private collections; are included in art history textbooks; and are highly visible in galleries, in the media, and on the art scene in general” (Reilly and Nochlin, 2007: 17). A autora acrescenta ainda que

⁸⁸ Veja-se, em anexo, a Figura 47 que apresenta a performance artística de Judy Chicago intitulada “O Jantar de Gala” (1975).

⁸⁹ Veja-se, em anexo, a Figura 48 que apresenta uma instalação da autoria Barbara Krueger no âmbito da exposição com o seu nome na Mary Boone Gallery, Nova Iorque (1991).

nas duas últimas décadas, o interesse pelo trabalho das artistas cresceu exponencialmente: “In the past two decades, there has been an increased interest on the part of curators in integrating women more fully into major group exhibitions” (Reilly and Nochlin, 2007: 18). Maura Reilly alerta ainda para o facto de que ainda existe alguma resistência face à integração das artistas em grandes exposições, possivelmente porque a curadoria é predominantemente feita por homens que, por identificação de género, promovem mais artistas do sexo masculino. Neste âmbito, importa citar a seguinte afirmação da autora:

(...) women are still far from equal when it comes to the art market, as well, where the monetary value of their work is far lower than men’s; and the male to female ratios at galleries and museums are greatly imbalanced, with few exceptions. Women are also often excluded from exhibitions within which one would think they would play major roles, and women curators are rarely invited to organize the more prestigious international exhibitions.

(Reilly and Nochlin, 2007:19).

De facto, as artistas ocupam uma posição de fragilidade no mercado da arte, especialmente se provierem de uma etnia e/ou de um contexto sociocultural específico. Neste âmbito, Maura Reilly refere o seguinte: “(...) of the advances made by women in the arts over the past three decades, the vast majority were, and generally continue to be, made by white Euro-Americans from or in the privileged centers” (Reilly and Nochlin, 2007: 19). O racismo⁹⁰ e o sexismo⁹¹ são fenómenos presentes na sociedade atual contribuindo para a prevalência de estereótipos associados às questões de género. Por outro lado, estas problemáticas desencadeiam movimentos de resistência. A influência da religião e dos estereótipos na representação do corpo feminino são as condicionantes que mais reprimem as mulheres nas esferas pública e privada. O grupo de arte feminista “Guerrilla Girls” exemplifica esta questão. Afirmando-se na luta contra o sexismo e a discriminação, o movimento iniciou-se na década de 1980 e reúne um conjunto de

⁹⁰ De acordo com Manuela Malheiro Ferreira o conceito de racismo poderá ser definido da seguinte forma: “Trata-se de uma forma agravada de preconceito que incide sobre as diferenças de fenótipo entre as pessoas. O grupo que partilha determinadas características físicas torna-se alvo de um tratamento desigual de discriminação” (Ferreira, 2003: 40).

⁹¹ Segundo Manuela Malheiro Ferreira, o conceito de sexismo “Designa preconceito e discriminação com base no género” (Ferreira, 2003: 40).

mulheres que cobrem a sua face com máscaras de gorila. Até ao momento, as verdadeiras identidades de cada membro não foram reveladas, uma vez que integra o seu manifesto a luta contra a ditadura da imagem e o sexismo. De acordo com o jornal New York Times e a jornalista Melena Ryzik num artigo redigido recentemente e passadas três décadas o grupo conseguiu uma exposição que reúne todo o seu portefólio artístico:

After three decades as masked crusaders for gender and racial equality in the art world (...) the Guerrilla Girls have lately been enjoying a victory lap. Last year, the Whitney Museum of American Art acquired the group's portfolio of 88 posters and ephemera from 1985 to 2012, documenting the number of women and minorities represented in galleries and institutions, including the Whitney itself.

(Ryzik, 2015)

À semelhança de Melena Ryzik, Maura Reilly exalta o papel do movimento na luta contra a desigualdade de género no mercado da arte. A autora recupera um *poster* do movimento relançado em 2005⁹²:

In their 2005 update of their 1989 poster *Do Women Have to Be Naked to Get into the Met. Museum?*, the feminist art activist group the Guerrilla Girls reported that less than 3 percent of the artists in the Metropolitan Museum of Art's modern art sections were women, whereas sixteen years earlier it had been 5 percent.

(Reilly and Nochlin, 2007: 20).

Este grupo de artistas viu no espaço público uma oportunidade de chamar a atenção para a desigualdade de género, uma vez que, frequentemente, as mulheres foram excluídas de apresentarem as suas obras no meio urbano. Mary Kosut confirma esta asserção:

⁹² Veja-se, em anexo, a Figura 49 que apresenta o *outdoor* da autoria do coletivo Guerrilla Girls intitulado “Do Women Have to Be Naked to Get into the Met. Museum?” (1989).

(...) the Guerrilla Girls seek to reclaim public space for women. Because women have been historically excluded from full participation in public spaces, it is particularly significant that the Guerrilla Girls conduct most of their awareness campaigns in the city streets and other public sites.

(Kosut, M. 2012 in Lin & Mele: 153).

De facto, ao longo da história da arte, as artistas estavam circunscritas ao papel de objeto representado e, como tal, qualquer apropriação de um espaço expositivo por uma mulher era entendido como uma provocação à moral instituída. Deste modo, a inclusão das mulheres na arte figurou-se um processo longo e complexo, que exigiu a quebra com os cânones e a progressiva adaptação da indústria cultural à emergência de novos discursos no meio artístico. Esta questão é particularmente visível na prática do *graffiti* que apesar do seu carácter vanguardista e disruptivo encarou a presença feminina como uma ameaça à génese desta comunidade artística.

4.2 Posicionamento da artista de Arte Pública

Seguindo a linha conceptual anteriormente debatida, a mulher tem vindo a adquirir uma posição impactante no mercado da arte e na indústria da cultura. A partir da década de 1970, estavam reunidas as condições sociais e culturais para a emergência de novas expressões artísticas. Ao longo da história da arte, o homem dispôs de um lugar de destaque em toda a produção artística e cultural, passando pelo desempenho de funções enquanto mediador, curador e, está claro, artista. O universo das subculturas não é exceção, uma vez que a discussão entre os géneros masculino e feminino é alvo de escrutínio constante. Os movimentos sociais de defesa dos direitos da mulher influenciaram a entrada das artistas no mercado da arte e, inclusive, nas práticas subversivas. Pode dizer-se que o muralismo terá sido a primeira tentativa de transitar dos espaços museológicos para o meio urbano. Na época, as artistas eram confrontadas com a opressão exercida pelos media e pelo mercado da arte. Face a esta problemática, o espaço público assumiu o papel de suporte ideológico para o nicho de artistas femininas que ambicionavam um lugar no mercado da arte. De acordo com Whitney Chadwick, durante a década de 1970

Women negotiated new relationships to mainstream issues and art world institutions, and/or established alternative models for female creativity and exhibition sites. Their productions range across many materials and processes, from intimate and personal expressions to collective and monumental public statements.

(Chadwick, 1990: 341).

No caso dos Estados Unidos da América, a apropriação de novos estilos e discursos artísticos deveu-se principalmente à multiplicidade de grupos étnicos e raciais que emigraram para o país em busca de melhores condições de vida. Segundo Whitney Chadwick, os protestos políticos e sociais no final da década de 1960 focavam-se, sobretudo, na sociedade americana não como um “melting pot” mas antes uma coleção de comunidades multiétnicas e multirraciais subdivididas em classe, idade, e gênero (Chadwick, 1990: 341). A influência da cultura mexicana e latino-americana estava patente na arte mural norte-americana através de movimentos como “Las Mujeres Muralistas”. Estes projetos de arte pública pretendiam estabelecer um diálogo artístico com a população local convidando-a, inclusive, a participar na execução dos murais. Whitney Chadwick destaca dois exemplos no âmbito desta manifestação artística, “Las Mujeres Muralistas” e a pintora muralista Judy Baca. Fundado durante a década de 1970, o coletivo feminino foi pioneiro na realização de murais em grande escala no espaço público nas cidades de Chicago e São Francisco. O objetivo principal deste grupo de artistas consistia na celebração da herança cultural e artística mexicana, revestindo as paredes e muros das cidades com símbolos e padrões que evidenciassem a história do país.⁹³ De acordo com o artista plástico e escritor Carlos Jackson, este coletivo quebrou o estereótipo de que “women were physically not able and politically not ‘meant’ to create murals, to build and climb scaffolding, to be on public display and withstand the comments of passerby” (Jackson, 2009: 151). Já Whitney Chadwick destaca a presença pioneira deste coletivo nas ruas: “In San Francisco, the Mujeres Muralistas, the first women’s mural collective, produced stunning public murals fusing the rich tradition of the Mexican muralists with contemporary history” (Chadwick, 1990: 342). Judy Baca

⁹³ Veja-se, em anexo, a Figura 50 que apresenta o mural intitulado “Panamerica” (1974) da autoria do coletivo “Las Mujeres Muralistas”.

afirma que a sua responsabilidade enquanto artista é servir de mediadora entre as comunidades multiculturais e a cidade. A sua arte mural marcou uma viragem artística na cidade de Los Angeles, cuja comunidade latino-americana é significativa. De acordo com Whitney Chadwick, durante a década de 1970 a artista foi responsável por vários projetos de muralismo e arte pública, entre os quais um mural numa prisão feminina e num lar de idosos (Chadwick, 1990). Contudo, o mural intitulado “The Great Wall of Los Angeles” foi o projeto com mais impacto na cidade⁹⁴:

The Great Wall of Los Angeles runs more than one-third of a mile along a flood control channel in the San Fernando Valley. It contains a history from the prehistoric pueblo to the present, organized in images that include the 1781 founding of Los Angeles, the coming of the railroad, scenes of the deportation of Mexican-Americans in the 1930s and Japanese-Americans the following decade, and the 1984 Olympic Games in Los Angeles.

(Chadwick, 1990: 342).

No que concerne o domínio do *graffiti*, a inclusão das mulheres nesta prática apresentou-se complexa e profundamente hostil. De acordo com Sara Cerejo, a prática do *graffiti* distingue-se das demais pelos seguintes aspetos: “O desafio às instituições sociais, a provocação e a resistência às normas de controlo sociais, a vertente política e socialmente contestatária do *graffiti*” (Cerejo, 2007: 35). Assim, a masculinidade afirma-se como um fator preponderante na prática e, como tal, a presença feminina é vista como um mau prenúncio à dinâmica do grupo. Neste âmbito, Sara Cerejo refere o seguinte: “A masculinidade é (...) um traço atribuído após a demonstração individual das qualidades necessárias que justifiquem a respetiva outorga e reconhecimento” (Cerejo, 2007: 35). Numa entrevista realizada com Ana Dias, uma jovem ilustradora portuguesa que incorreu, recentemente, na prática da *Street Art* no âmbito da primeira edição do projeto “Conversas na Rua”⁹⁵, a artista confirma esta argumentação, acrescentando que a mulher tem uma

⁹⁴ Veja-se, em anexo, a Figura 51 que apresenta o mural intitulado “The Great Wall of Los Angeles” (1974) que consistiu numa colaboração entre a artista plástica Judy Baca e a comunidade local.

⁹⁵ Veja-se, em anexo, a Figura 52 que apresenta o mural da autoria de Ana Dias e Elsa Pedrosa no âmbito da primeira edição do projeto “Conversas na Rua”.

posição frágil no mercado da arte devido aos estigmas a ela associados. Neste âmbito, Ana Dias refere o seguinte:

[O mercado da arte] é um mundo dominado por homens que pode até intimidar um bocado. (...) A própria educação de género e o lugar que muitas vezes nos [mulheres] impingem na sociedade também não ajudam, mas essas são lutas que trabalhamos para vencer e que são sempre ótimos temas para abordar criticamente nas representações artísticas.⁹⁶

Já a artista urbana Catarina Monteiro, conhecida pelo pseudónimo Glam, aponta a ausência de concorrência e o reduzido nicho de *writers* do sexo feminino como as principais razões para o fraco envolvimento das mulheres nas expressões artísticas urbanas. Neste âmbito e face à pergunta “Consideras que as artistas de *Street Art* sentem mais dificuldades em integrar o movimento?” Catarina Monteiro responde: “Penso que sim, porque não têm tanta companhia para ir pintar nem tanta concorrência para motivar a vontade de evoluir”.⁹⁷

Apesar da hegemonia masculina presente no *graffiti* e nas demais expressões artísticas, as mulheres tomaram a iniciativa de desafiar os imperativos que regem o grupo pela experimentação técnica e prática. De acordo com relatos da década de 1980, o percurso das artistas de rua iniciou-se no *graffiti* de comboios. A prática comportava um conjunto de riscos exigindo destreza física para se progredir na componente técnica que se afirma como fundamental para um *writer* se distinguir entre os seus companheiros e rivais. Por outro lado, a mulher transporta consigo características físicas e emocionais que, segundo os membros da prática, comprometem a sua pertença ao grupo. Isto porque e segundo Nancy Macdonald, os artistas que decidam incorrer no *graffiti* deverão abandonar os seus traços identitários, exceto a sua *persona*:

⁹⁶ Excerto da entrevista realizada, via correio eletrónico, pela autora da presente dissertação à ilustradora portuguesa Ana Dias, no dia 02 de Outubro de 2015.

⁹⁷ Excerto da entrevista realizada, via correio eletrónico, pela autora da presente dissertação à artista urbana portuguesa Catarina Monteiro (Glam), no dia 07 de Outubro de 2015.

When you step into this subculture, you are expected to leave all traces of ‘real life’ on its doorstep. This includes your background, your identities and the baggage that may come with that. Male writers cross this threshold carrying nothing but their graffiti name and persona.

(Macdonald, in Gelder and Thornton, 1997: 312)

A este propósito, a autora acrescenta ainda que o estilo de cada *writer* determina a forma como ele é percebido pelo exterior e pelos restantes membros: “Your graffiti (...) ‘speaks for you’, freeing you from the features or factors that might normally hold you back” (Macdonald, in Gelder and Thornton, 1997: 313).

Tal como foi referido anteriormente, numa primeira instância a mulher destacou-se na prática do *bombing* de meios de transporte públicos, entre os quais, os carris de comboios. Neste âmbito, importa referir a célebre Lady Pink, artista que fora influenciada pelos movimentos feministas nas artes plásticas e pelas suas antecessoras Barbara 62 e Eva 62. As duas artistas de Manhattan destacaram-se entre as demais devido à sua polivalência e impacto das suas assinaturas que revestiam suportes urbanos desde a cidade de Nova Iorque até à Costa Leste dos Estados Unidos da América. Craig Castleman confirma esta asserção: “Although males predominate as writers, there are a number of well-known female writers, and many graffiti groups include active female members. Among the best known have been Barbara 62, Eva 62” (Castleman, 1982: 68).

Para além destas influências, Lady Pink destaca o movimento feminista como o impulso principal para iniciar a sua carreira enquanto *writer*. De acordo com a artista nova-iorquina durante a década de 1980 a sua preocupação era provar o seu valor artístico junto da comunidade do *graffiti*: “Us girls were busy proving we could do anything the guys could do and there was no stopping us. The more we were told we couldn’t do something, the more we wanted to do it” (Lady Pink, in Chalfand and Jenkins, 2014: 93). A sua integração na comunidade foi gradual, uma vez que inicialmente a sua presença era causadora de hostilidade face aos restantes membros. Contudo, a mulher-prodígio conseguiu afirmar-se devido ao seu carácter destemido e audaz que a consagrou como um dos membros mais icónicos do *graffiti*.⁹⁸ A artista relata alguns episódios nos quais foi confrontada com ameaças por parte de grupos rivais. Contrariamente ao expectável, o seu

⁹⁸ Veja-se, em anexo, a Figura 53 que apresenta um mural da autoria de Lady Pink, localizado em Nova Iorque.

coletivo passou a protegê-la das situações de conflito: “Most of the older guys started looking out for me as a little sister and felt protective” (Lady Pink, in Chalfand and Jenkins, 2014: 98).

Após uma década dedicada à prática do *graffiti*, Lady Pink confessa que foi coagida a abandonar o movimento devido à regulação e controlo exercido pelo sistema político relativamente à prática. Assim, a artista começou por integrar os círculos artísticos cujos membros tinham pertencido ao *graffiti*, como Jean-Michel Basquiat e Keith Haring. Lady Pink começou a expor em galerias tornando-se mais tarde uma artista plástica de renome no mercado de arte nova-iorquino. A *writer* refere que o motivo da sua desistência deveu-se ao perigo e controlo exercidos pelo governo bem como a emergência do fenómeno da cópia e dos chamados *copycats*:

By the mid-1980s, most of the stuff on the trains was being destroyed by Cap or other copycats, or we had mostly grown up and it was time to start earning a living. I was taking the gallery thing a little more seriously.

(Lady Pink, in Chalfand and Jenkins, 2014: 100).

Neste âmbito, importa referir, Anna Waclawek acrescenta que a fraca participação das mulheres no *graffiti* deve-se fundamentalmente ao facto de surgirem em minoria face à superioridade masculina:

There are many reasons cited for the lack of female participation: the dangers associated with writing on subway trains; the potential sexual violence of traversing the city at night time; the fact that women might have less of an interest in proving themselves as brave by partaking in an illegal activity; the different kinds of responsibilities women have; and most of all, that the idea of being a minority amongst men in an unwelcoming milieu is not overly enticing for women.

(Waclawek, 2008: 168).

Na década de 1990, surge o fenómeno do pós-graffiti, habitualmente designado por *Street Art*, enquanto movimento que quebrou com alguns constrangimentos do *graffiti* e propôs a integração de novas expressões artísticas urbanas. De acordo com Anna

Waclawek, este movimento poderá caracterizar-se da seguinte forma: “(...) the post-graffiti art movement boasts greater diversity and includes art produced as an evolution of, rebellion against, or an addition to the established signature graffiti tradition” (Waclawek, 2008: 03). No caso das artistas urbanas verifica-se uma clara aproximação deste movimento, possivelmente devido à pressão exercida pela comunidade do *graffiti* e aos riscos inerentes à prática. Por outro lado, as artistas revelam uma vontade diria coletiva de incorrer em diferentes técnicas, metodologias, linguagens e estilos artísticos; interesse acolhido com ambiguidade pelos *writers* cuja pretensão é aperfeiçoar o seu *lettering* e a respetiva técnica. Neste âmbito, importa mais uma vez citar Anna Waclawek relativamente às recentes incursões por parte de *writers* na *Street Art*, apontando um conjunto de razões para a mudança no paradigma:

A number of street artists began by writing graffiti and, with time, changed their practice to generate a different brand of urban expression (...) Others either not satisfied with or explicitly positioned against the ethical, hierarchical, and pictorial codes of traditional graffiti resolved to produce a form of public art that stylistically distinguishes itself from signature writing. Still others (...) began creating street art simply through experimentation with different media and contexts of diffusion.

(Waclawek, 2008: 04).

Conhecida por Miss Van, Vanessa Alice Bensimon é considerada uma das primeiras artistas de *Street Art* da Europa. Miss Van iniciou a sua carreira artística aos 18 anos quando decidiu intervir nas paredes e muros da cidade de Toulouse, em França. Celeremente os seus personagens icónicos tornaram-se exemplos simbólicos da arte de rua europeia. De acordo com o jornal “The Huffington Post”, Miss Van afirmou-se junto da comunidade artística devido à sua estética diferenciadora e à apropriação do corpo feminino interpretado segundo o estilo Barroco⁹⁹: “Her iconic walls feature romantic renderings of Baroque-era ladies in pearls and furs. Often donning "Eyes Wide Shut"-style animal masks, the femme fatale protagonists are as seductive as they are dangerous” (Frank, Priscilla, 2014). A artista exalta a sensualidade e a ousadia dos seus personagens, aspetos que, acredita, caracterizarem a mulher contemporânea. A narrativa de Miss Van

⁹⁹ Veja-se, em anexo, a Figura 54 que apresenta um mural da autoria de Miss Van, localizado em Toulouse, França.

poderá ser interpretada como uma alusão a uma identidade dupla patente no uso de máscaras que retratam feições de animais e que cobrem o rosto das mulheres representadas. Ou seja, poderá estar implícita a preservação do anonimato associada às expressões artísticas urbanas através do uso de máscaras. Por outro lado, um tema recorrente na estética da artista é a necessidade de cobrir o rosto. Esta questão poderá estar relacionada com a preocupação em não ser identificada pelos restantes membros da comunidade, uma vez que a mulher é frequentemente confrontada com o preconceito. Já o coletivo “Guerrilla Girls” revestia-se destes elementos a fim de ocultar a verdadeira identidade dos seus membros, não só pelo receio de represálias como também pela mística inerente ao uso de acessórios que justificam a prevalência de um ou mais personagens consoante o contexto.

Esta diversidade de papéis permite ainda associar a estas artistas narrativas que contribuem para a criação de uma imagética poderosa em torno das suas identidades. A apropriação de elementos dos contos de fadas, a influência de ícones femininos e a androgenia são referentes para estas artistas e impactam a sua obra artística. Face às constantes ameaças e à hostilidade exercidas sobre as mulheres, as artistas recorrem a elementos diferenciadores e à construção de narrativas para alcançarem o reconhecimento por parte do mercado da arte. Por este motivo, afigura-se árdua a entrada das mulheres nesta indústria. Os entraves encontrados relativamente à sua condição conduzem-nas frequentemente à desistência e à negligência das suas carreiras.

Porém, a presença feminina é cada vez mais assídua devido à emergência de novas vanguardas e registos artísticos bem como à emergência de novas mentalidades relativamente à condição da mulher e à redefinição do conceito de género, devido à heterogenia social e à libertação sexual. Contudo, surge uma nova problemática que contraria a afirmação da mulher na sociedade ao rejeitar a sua feminilidade. Enquanto os homens necessitam de se afirmar na comunidade através da exaltação da sua masculinidade, as mulheres revestem-se de elementos masculinos para poderem pertencer ao grupo. Neste âmbito, importa reproduzir Nancy Macdonald: “(...) while male writers work to prove they are 'men,' female writers must work to prove they are not 'women'” (Macdonald, 2002: 169-70). A criação de identidades virtuais caracteriza a prática do *graffiti*, contudo dificilmente estes papéis assumem atributos femininos. Nancy Macdonald confirma esta afirmação, acrescentando que a prevalência da masculinidade é essencial para a progressão na hierarquia do grupo. Quanto mais referentes masculinos

se revestir o artista, melhor qualificado estará para a comunidade: “Although they [writers] have a choice over what they can say about themselves with this identity, masculine narratives of strength, power and control appear to prevail” (Macdonald, 1997: 324). Ou seja, a identidade virtual reveste-se somente de atributos masculinos e de carácter violento. A violência e a agressividade são tidas pelos *writers* como fundamentais para a afirmação dos seus estilos e convicções. Neste âmbito, Nancy Macdonald refere: “Many writers choose a hard or ‘macho’ sounding name and then write this in a visually bold or aggressive style. (...) The virtual self is clearly used as a masculine resource and an immensely powerful one at that” (Macdonald, 1997: 324).

Assistimos, hoje, a uma multiplicidade de manifestações artísticas na cidade, cuja reprodução é incontrolável. Nunca antes a participação no espaço público se configurou como na atualidade, contribuindo, inclusive, para quebrar preconceitos bem como reivindicar ideologias. Veja-se o exemplo de Shamsia Hassani, a primeira artista de *Street Art* proveniente do Afeganistão e cujo mediatismo tem permitido questionar a condição da mulher na sociedade islâmica. De acordo com o jornal “The Independent”, a artista afegã sobrevive nas ruas de Cabul graças à sua persistência em representar mulheres livres da opressão exercida pela guerra e pelos regimes autoritários.¹⁰⁰ No artigo da autoria de Nick Clark é referido o seguinte: “Kabul’s only female graffiti artist not only has to avoid bombings and landmines to bring her pioneering work to the city’s walls, but she regularly receives abuse from passers-by” (Clark, N., 2014). A artista afirma que o seu papel enquanto artista de rua é reivindicar os direitos das mulheres na sociedade islâmica, cujo papel se circunscreve à função doméstica. Segundo a mesma publicação, a hostilidade por parte do público e o facto de intervir numa zona de conflito, colocam em risco a continuidade do trabalho artístico de Shamsia Hassani. Por este motivo é referido que a artista dispõe de poucos minutos para levar a cabo a sua intervenção: “(...) the abuse from members of the public who condemn the art as “un-Islamic” or because she is a woman, means she only has 15 minutes to complete a work before moving on” (Clark, N., 2014). A este propósito, Shamsia Hassani afirma que o problema reside no facto de a sua arte não ser compreendida pelos seus conterrâneos, apesar de a artista representar os símbolos da sua identidade cultural: “Modern art is a new concept here. Afghans are against it. They say it’s what a Westerner does. I don’t see that, if the artist is Afghan and the concept

¹⁰⁰ Veja-se, em anexo, a Figura 55 que apresenta um mural da autoria de Shamsia Hassani localizado na cidade de Cabul, Afeganistão.

is Afghan” (Hassani, S., 2014). Deste modo, a artista pretende discutir a condição feminina através das mulheres que representa e às quais retira os estereótipos habitualmente associados a elas. Por outro lado afirma que a sua arte contribui para melhor a paisagem urbana da cidade de Cabul, caracterizada pela destruição e o caos resultantes da guerra e dos conflitos constantes: “Literally, my graffiti paintings cover the destructive effects of war, derelict surfaces and bullet holes. People look at those buildings differently” (Hassani, S., 2014). Shamsia Hassani exemplifica a análise defendida anteriormente, uma vez que para se afirmar na *Street Art* foi necessário desenvolver uma narrativa alvo de contestação na comunidade em que se insere, contudo atrativa para o mercado da arte. Veja-se a recente parceria de Shamsia Hassani com o agente e galerista Steve Lazarides, agora responsável pelo desenvolvimento da sua carreira e para a sua consolidação na Europa.

Na atualidade, as artistas de *Street Art* destacam-se pela forma como assumiram a sua sexualidade e a sua feminilidade, aspetos que contribuíram para a afirmação destas mulheres no mercado da arte. Tal como foi referido anteriormente, as mulheres começaram por ocultar a sua verdadeira identidade devido à hegemonia masculina na *Street Art* e sobretudo no *graffiti*. Contudo, exemplos como os já mencionados contrariam esta tendência, na medida em que as mulheres têm procurado assumir a sua verdadeira identidade enquanto veículo para a reivindicação dos seus direitos e convicções. Sobre a dupla identidade da artista de *Street Art* e do *graffiti*, vale a pena atentar na afirmação de Anna Waclawek:

Today's female writers approach their writing from two opposite angles. Some take advantage of the anonymity of writing to disguise their sex (...) while others are keen to make their work, through subject matter, colour, and style, appear blatantly feminine.

(Waclawek, A., 2008: 172-73).

Esta recente vaga de artistas urbanas poderá marcar uma viragem nas expressões artísticas urbanas e nas cidades. Podemos estar perante o início da consagração da mulher nas diferentes funções que desempenha na sociedade. No mercado da arte, como já vimos, a mulher tem delineado um percurso de sucesso ascendente, cujos meandros ainda recentes têm originado novas visualidades e narrativas no espaço público.

4.3 O caso português

Em Portugal, as mulheres têm vindo a afirmar-se com mais preponderância na *Street Art*. Contudo, o predomínio de artistas masculinos continua a imperar nas manifestações artísticas urbanas. Face a esta hegemonia, as mulheres tendem a experimentar outros estilos e linguagens, de modo a distinguirem-se do discurso predominantemente masculino. Como tal, verifica-se um distanciamento face à prática do *graffiti* e uma aproximação à *Street Art*. A heterogeneidade e a tolerância mútuas entre os membros deste movimento são as principais razões apontadas pelas artistas para a sua identificação com esta manifestação. Na verdade, em Portugal a prática do *graffiti* esteve sempre associada à masculinidade e, como tal, apenas um reduzido nicho de mulheres realizou algumas experiências nesta prática. Já nas artes plásticas, a situação inverte-se, uma vez que as mulheres sobressaíram entre a maioria masculina devido à sua singularidade e originalidade. Contudo, o número de mulheres representadas em coleções públicas e privadas é irrelevante quando comparado com a superioridade masculina. No artigo do jornal Público intitulado “Mulheres na arte: Elas são quatro vezes menos que eles nas coleções portuguesas”, a jornalista Vanessa Rato recorreu às estatísticas para posicionar a mulher-artista no mercado da arte em Portugal: “(...) nas mais importantes colecções portuguesas dedicadas à arte contemporânea, a presença das mulheres representa apenas uma média de 21,3 por cento do total de artistas” (Rato, 2005).

Engane-se quem considera que estas percentagens não correspondem ao mercado da arte contemporânea. Veja-se o caso do Museu Berardo que reúne um dos espólios mais importantes da arte contemporânea mundial e cuja presença feminina é irrisória: “(...) na Colecção Berardo - entre oito colecções de referência em Portugal, é esta a que tem a mais baixa presença feminina: 67 mulheres para 484 artistas” (Rato, 2005). O mesmo acontece com a instituição de referência na arte em Portugal: Fundação Calouste Gulbenkian. Segundo o mesmo artigo, a coleção do Centro de Arte Moderna da Fundação Calouste Gulbenkian “indexa 139 artistas dos quais apenas 23 são mulheres, representando menos de 16,5 por cento” (Rato, 2005). O artigo vai mais longe e revela um sem número de instituições cujo espólio de arte executada por mulheres perfaz valores insignificantes e que demonstram a fragilidade da mulher enquanto artista face à maioria masculina:

A colecção de arte contemporânea que o Museu do Chiado começou a constituir em 1998 ao lado dos seus acervos de arte oitocentista e moderna tem hoje 19 artistas. Só três são mulheres (15,7 por cento). A colecção de Serralves tem 688 artistas dos quais só 123 são mulheres (17,8 por cento). Com as primeiras compras feitas há apenas quatro anos, a EDP tem hoje 32 artistas, só sete são mulheres (21,8 por cento). Na Caixa Geral de Depósitos a colecção arrancou em 1983, hoje tem 293 artistas dos quais 71 são mulheres (24,2 por cento).

(Rato, 2005).

Esta conjuntura poderia relacionar-se com acontecimentos políticos e sociais, entre os quais o período do Estado Novo. Contudo, referimo-nos a instituições cuja origem remete para um período posterior ao regime ditatorial, mas que reúne espólio executado durante este período e cuja presença feminina era praticamente inexistente. De acordo com o mesmo artigo, a partir da década de 1990 verificou-se um crescimento na representação das mulheres em colecções privadas, contudo apenas duas se destacam: a colecção do economista alentejano António Cachola e a colecção do IA (Instituto das Artes). Atente-se no seguinte:

Entre os seus [colecção António Cachola] 54 artistas há 16 mulheres, que representam 29,6 por cento da totalidade dos nomes. (...) na colecção do Instituto das Artes (IA), surge a percentagem mais alta de mulheres: entre os 19 artistas da primeira colecção pública de arte contemporânea em Portugal, 6 são mulheres, representando 31,5 por cento da totalidade dos nomes.

(Rato, 2005).

A artista portuguesa Paula Rego desempenhou um papel fundamental no questionamento do papel da mulher na sociedade, apoiando-se no seu contexto de origem e levando a arte contemporânea portuguesa além-fronteiras. Tal como fora anteriormente referido, durante a década de 1930 e seguintes, Portugal encontrava-se sob um regime ditatorial, no qual a mulher estava destinada ao dia-a-dia doméstico ou ao desempenho de funções nos sectores primário e secundário. De acordo com Whitney Chadwick, a artista plástica apoiou-se nesta realidade social e representou a mulher da seguinte forma: “[Paula Rego] used heroic scale, harsh lighting, and theatrical compositions to present a pantheon of female figures traditionally suppressed in accounts of male exploits” (Chadwick, W., 1990: 354). Paula Rego assumia-se como defensora da emancipação da

mulher em todas as categorias sociais e, por este motivo, foi “convidada” a abandonar o país durante o Estado Novo, uma vez que o seu ponto de vista constituía uma ameaça à ordem estabelecida.

À semelhança de Paula Rego, um sem número de artistas plásticas portuguesas viram as suas posições sociais e ideológicas abafadas pelo regime devido à sua ousadia e intrepidez. A artista plástica Lourdes Castro destacou-se entre as demais devido ao seu papel no já mencionado Movimento Democrático dos Artistas Plásticos. Contrariando a premissa “a mulher para a família, a mulher para o lar”, a artista rebelde viu-se forçada a abandonar o país devido à sua sede de liberdade e à constante opressão exercida pelo regime relativamente à forma como se expressava artisticamente. No entanto, Lourdes Castro jamais abandonou a sua essência contestatária, integrando um dos movimentos artísticos com maior impacto no século XX: o KWY (Ká Wamos Yndo). Este grupo de artistas plásticos deu origem a uma publicação escrita que reuniu um dos mais estimulantes espólios artísticos da época. O coletivo era composto maioritariamente por artistas do sexo masculino, enumeram-se René Bartholo, João Vieira, José Escada, Costa Pinheiro, Gonçalo Duarte, Christo e Jan Voss. Contudo, Lourdes Castro destacou-se devido à sua originalidade e criatividade empregue no seu trabalho artístico. No artigo da autoria de Joana Emídio Marques na publicação “Observador”, discute-se o papel de Lourdes Castro neste conceito:

Entre o café e o atelier, circulavam jovens poetas, jovens pintores, livros proibidos, autores malditos, desencontros amorosos, atividades políticas clandestinas e um comum mal estar que os levaria quase todos para longe de Portugal e à fundação, em 1958, em Paris, da revista e do projeto artístico KWY, por Lourdes e René e que reuniu depois outros artistas e poetas (...) A busca de uma liberdade criativa fora dos espartilhos ideológicos de Portugal, e o contacto e a troca com as vanguardas artísticas europeias fizeram deste um dos projetos mais importantes na arte portuguesa da segunda metade do século XX.

(Marques, Joana Emídio, 2015).

De facto, a sua originalidade confirmou-a enquanto artista representativa da arte contemporânea europeia, figurando em algumas das mais reputadas coleções, entre as quais no Victoria e Albert Museum, em Londres, no Museu de Arte Moderna, em Havana e no Museu de Arte Moderna, em Belgrado. Já Vieira da Silva apesar do seu espólio

enquanto artista plástica, o seu contributo na Arte Pública consagrou-a. Forçada a exilar-se no Rio de Janeiro devido à recusa por parte de António Oliveira Salazar em atribuir-lhe cidadania portuguesa, Vieira da Silva veria a sua carreira artística concretizar-se no estrangeiro e, em particular, na cidade que a acolheu até ao fim, Paris. Contudo, a artista plástica deixou a Portugal algumas das obras mais representativas da Arte Pública portuguesa. Veja-se o metropolitano de Lisboa e, em especial, o painel de Vieira da Silva intitulado “Le Métro” (1988) que figura na estação da Cidade Universitária. De acordo com o Jornal I: “O guache de Vieira da Silva chama-se hoje “Le Métro” e é o painel central na decoração da estação da Cidade Universitária, uma das muitas que fazem do Metro de Lisboa um autêntico museu de arte pública, moderna e contemporânea” (Jornal I, 2013).

Importa ainda observar a obra da escultora portuguesa Clara Menéres, enquanto representante da arte feminista em Portugal devido à recorrência do tema género e feminilidade nos seus trabalhos. Apesar da controvérsia e polémica inerentes à sua obra, Clara Menéres procurou questionar o papel da mulher ao longo de toda a sua carreira artística recorrendo a temáticas como o erotismo e a sexualidade. As obras “A Menina Maria Amélia que vive na Rua do Almada” (1968)¹⁰¹ e “Relicário” (1969)¹⁰² incorporam estas temáticas. Na primeira encontra-se implícita uma crítica à representação da mulher associando-a ao tema da prostituição na qual são representadas três mulheres em trajes íntimos e em poses que remetem para a presença na rua. Na segunda, a artista plástica aborda a hegemonia masculina com a representação de um pénis inserido num relicário símbolo da tradição católica e de uma sociedade, à época, patriarcal, conservadora e autoritária. De acordo com Cristina Azevedo Tavares, as obras de Clara Menéres “(...) têm o condão de chocar e provocar o espectador através de um realismo feroz que subverte e interroga o significado do real” (Tavares, 2008: 160). A investigadora contextualiza ainda a obra “Relicário”, referindo o seguinte:

A escultora utiliza o relicário que na tradição católica é o lugar onde se guardam e expõem restos de ossos de santos para serem adorados pelos crentes, para servir de cenário ao pénis, num assumir

¹⁰¹ Veja-se, em anexo, a Figura 56 que apresenta a obra “A Menina Maria Amélia que vive na Rua do Almada” (1968) de Clara Menéres.

¹⁰² Veja-se, em anexo, a Figura 57 que apresenta a obra “Relicário” (1969) da autoria de Clara Menéres.

do erotismo e do prazer genital, tanto mais polémico, uma vez que a escultura é feita por uma mulher, que ousa desafiar os tabus vigentes.

(Tavares, 2008: 161).

Neste âmbito, considere-se ainda a recente exposição de arte contemporânea realizada na Casa da Cultura de Coimbra e cujo título “Olhares de mulheres” confirma uma viragem na mentalidade em relação às distinções de género, baseadas numa maioria masculina face à fraca presença feminina. A exposição apresentou trabalhos de dezasseis artistas portuguesas integrando uma multiplicidade de disciplinas artísticas, desde a pintura à instalação. Esta iniciativa insere-se no projeto “SHE/ELA - Idiomas femininos - processos criativos, reflexões e resistências” cujo objetivo passa por “perscrutar, realçar e difundir o papel da mulher nas artes visuais, na criação artística, na curadoria, na crítica e na investigação, coordenada pela curadora Genoveva Oliveira”.¹⁰³ A multidisciplinaridade inerente à exposição referida procurou atribuir à presença feminina uma figura de força e consciência não só enquanto autora mas também enquanto objeto representado, uma vez que quase todas as peças debruçavam-se sobre aspetos do feminino. As iniciativas centradas na mulher enquanto autora procuram responder à ausência de representatividade da mulher no mercado de arte português, com base nas estatísticas existentes.

Devido às vicissitudes sociais e políticas que Portugal enfrentou ao longo dos tempos, e especialmente durante o século XX, as artistas plásticas afirmaram-se principalmente no estrangeiro. Contudo, o contributo destas mulheres favoreceu o aparecimento de novas vanguardas e a entrada da mulher nos círculos artístico-culturais. Neste contexto, importa citar a jovem artista urbana portuguesa Teresa Gomes, cujo pseudónimo é Murta. A artista recupera o legado destas artistas ao afirmar o seguinte: “Sei que estamos [artistas] a usufruir dos resultados de uma grande luta das gerações anteriores”.¹⁰⁴ Esta afirmação por parte desta jovem artista revela que poderão estar finalmente reunidas as condições para a consolidação da mulher enquanto artista de arte

¹⁰³ Informação retirada da página da Universidade de Coimbra no que concerne a inauguração da exposição “Olhares de Mulheres” no âmbito do projeto “She Project/ Projecto Ela”.

¹⁰⁴ Excerto de uma entrevista realizada via e-mail pela autora da presente dissertação à artista portuguesa Teresa Gomes, no dia 02 de Novembro de 2015.

contemporânea, sem restrições de espaço ou tempo, uma vez que os suportes e as linguagens são agora, mais do que nunca, infindos.

4.3.1 A artista portuguesa de *Street Art*

A *Street Art* em Portugal, no que se refere à presença feminina, tem um passado muito recente e, como tal, assiste-se a uma ausência de estudo sobre esta manifestação e sobre a sua existência no país. O testemunho das artistas que se inserem neste movimento surge, por isso, como a resposta possível mas também fundamental à disseminação deste fenómeno em Portugal. De facto, a presença feminina ainda é muito reduzida comparativamente à maioria masculina e já consagrada nestas expressões. Contudo, as artistas portuguesas têm alterado a visualidade do espaço público acrescentando pormenores, vivências e imagéticas disruptivas que celebram a diversidade que hoje o espaço público encerra. Neste âmbito, importa atentar novamente na resposta de Teresa Gomes à pergunta “Qual a tua posição em relação à *Street Art*?”:

A Street Art pode ser qualquer coisa e surgir por qualquer motivo e com qualquer intenção - na rua. Sei que há artistas que o fazem por portfólio, outros por concretização, outros que vêm do *graffiti* e mesmo outros que nada tinham para mostrar até descobrirem a parede. Gosto dessa mistura e principalmente das pessoas. Sinto que há finalmente um espaço na arte para troca entre artistas. Não sinto pressão. Não sinto dinheiro. Vejo técnica, dedicação. Vejo pessoas a falar com pessoas.¹⁰⁵

As artistas portuguesas não se limitam a pintar paredes, antes destacam-se pela forma como exploram diferentes suportes, texturas e materiais no espaço público. Os testemunhos transcritos ao longo desta dissertação refletem essa diversidade de linguagens que, a meu ver, enriquecem a paisagem urbana. Elsa Pedrosa, jovem

¹⁰⁵ Excerto de uma entrevista realizada via e-mail pela autora da presente dissertação à artista portuguesa Teresa Gomes, no dia 02 de Novembro de 2015.

ilustradora de Leiria que começa agora a envolver-se na Arte Urbana¹⁰⁶, considera que esta manifestação tem, acima de tudo, um propósito social: “Na minha perspetiva, a Arte Urbana não reflete apenas um estilo pessoal (intrínseco a cada artista), mas também contextualiza toda uma sociedade, um país, uma cidade”.¹⁰⁷ Elsa Pedrosa vai mais longe ao recordar a sua visita à cidade de Berlim, durante a qual foi confrontada com um edifício cujo interior estava revestido de imagens associadas à *Street Art*. De acordo com a ilustradora, “Apesar de este registo se mostrar no interior de um edifício e por vezes muito confuso, toda aquela amálgama de linguagens refletia muito a alma de Berlim, e quando penso em Berlim penso naquele edifício”.¹⁰⁸

Esta multiplicidade de linguagens e narrativas a que as artistas de *Street Art* recorrem para se destacarem num universo maioritariamente masculino revela uma nova visualidade com uma forte componente interventiva. Segundo Anna Waclawek, as potencialidades da *Street Art* são atrativas para as artistas femininas que encontram nesta manifestação a oportunidade de explorarem novas técnicas e conceitos que de outra forma estariam condicionados:

Many female artists working within the realm of illegal street art production agree that the ability to diffuse their work in the daytime, the lack of a macho prestige system, and the possibilities for materials and techniques make street art production more conducive to female participation.

(Waclawek, 2008: 213).

Ana Dias é um exemplo de multidisciplinaridade na forma como aborda os diferentes materiais, técnicas e estilos artísticos. Segundo a artista, as narrativas são muito importantes para promover uma identificação com os públicos e, no seu caso, acrescentam valor ao seu trabalho:

¹⁰⁶ Veja-se, em anexo, a Figura 58 que apresenta uma parte do mural realizado por Elsa Pedrosa em colaboração com Ana Dias, no âmbito do projeto “Conversas na Rua”.

¹⁰⁷ Excerto de uma entrevista realizada via e-mail pela autora da presente dissertação à ilustradora portuguesa Elsa Pedrosa, no dia 19 de Outubro de 2015.

¹⁰⁸ Id.

Variar e responder a desafios diferentes motiva-me imenso e ajuda-me a evoluir e a expandir a capacidade criativa. Tenho muitas influências desde a cultura *pop*, sobretudo a mais negra, como os monstros do cinema, mas também o extremo oposto, como personagens da Disney e *pin-ups*.¹⁰⁹

A reflexão de Teresa Gomes vai ao encontro da afirmação de Ana Dias, justificando que o seu registo se caracteriza pela fusão entre a ilustração e as artes plásticas.¹¹⁰ Contudo, a artista urbana portuguesa acrescenta que as paredes das ruas permitiram-lhe aumentar a escala das suas peças comparativamente ao espaço expositivo, o qual lhe imprime uma temática e um local com dimensões fixas. A este propósito, Teresa Gomes refere o seguinte:

O meu interesse surgiu pela necessidade de aumentar a escala dos meus trabalhos, explorar texturas (algo que faz parte do assunto do meu trabalho) e de certa forma provar a mim e aos outros que a comunhão entre a ilustração e as artes plásticas pode viver nas paredes da rua.¹¹¹

Já Catarina Monteiro identifica-se sobretudo com a realização de *lettering*, aprimorando tecnicamente a sua assinatura e as imagens que recria. A artista recupera a linguagem do *graffiti* através da técnica de *bombing* mas acrescentando-lhe elementos simbólicos que caracterizam o seu estilo artístico, como o recurso a personagens animadas.¹¹² Neste contexto, Catarina Monteiro caracteriza o seu registo enquanto Glam, da seguinte forma: “O meu trabalho de *Street Art* é mais característico da ilustração e do *bombing*, pois geralmente utilizo *outlines* pretos e grossos a contornar os desenhos ou letras, assim como cores planas, com simplicidade de efeitos”.¹¹³

¹⁰⁹ Excerto de uma entrevista realizada via e-mail pela autora da presente dissertação à ilustradora portuguesa Ana Dias, no dia 02 de Outubro de 2015.

¹¹⁰ Veja-se, em anexo, a Figura 59 que apresenta um mural da autoria de Teresa Gomes (Murta) realizado em colaboração com o artista urbano Uivo, localizado na Calçada da Glória, Lisboa.

¹¹¹ Excerto de uma entrevista realizada via e-mail pela autora da presente dissertação à artista portuguesa Teresa Gomes, no dia 02 de Novembro de 2015.

¹¹² Veja-se, em anexo, a Figura 60 que apresenta um mural da autoria de Catarina Monteiro (Glam) realizado no âmbito das comemorações do 25 de Abril na cidade da Amadora.

¹¹³ Excerto de uma entrevista realizada via e-mail pela autora da presente dissertação à artista urbana portuguesa Catarina Monteiro (Glam), no dia 7 de Outubro de 2015.

Os testemunhos femininos reunidos na presente dissertação concordam num ponto de vista: a preferência por intervir em locais autorizados e legalizados pelas instituições. Contrariamente aos praticantes do sexo masculino, as mulheres há muito que se consciencializaram que o *graffiti* pressupõe uma apropriação do espaço público sem o consentimento das entidades reguladoras e dos proprietários. Os riscos inerentes a esta expressão artística são vistos pelo nicho feminino como obstáculos que expõem os indivíduos a situações complexas de ordem judicial e social. Registe-se a notícia recentemente divulgada pelos meios de comunicação social sobre a morte de três jovens que intervinham num comboio que percorria a linha regional da cidade do Porto. Os jovens impediram o comboio de continuar o seu percurso no apeadeiro de Águas Santas, no concelho da Maia, com o intuito de pintar um dos carris. Designada por *backjump*, a prática de “assaltar” um comboio para realizar *bombing* teve um elevado número de adeptos em Portugal durante a década de 1990. A participação feminina sempre se figurou reduzida devido aos perigos inerentes a esta prática. Neste contexto, Catarina Monteiro afirma que prefere intervir artisticamente em locais legalizados institucionalmente: “Eu gosto principalmente de fazer murais legalizados com outros artistas”.¹¹⁴

A amálgama de estilos que caracteriza a *Street Art* é particularmente incidente nos trabalhos de Ângela Ferreira (Kruella d’Enfer). A artista recria episódios fantásticos, lendas e mitos urbanos através da *Street Art*. Recentemente, Ângela Ferreira tem incorrido na experimentação de novas técnicas e suportes, possivelmente devido à vontade de expor em galerias e museus. A artista urbana criou uma série de trabalhos em que recupera obras icónicas da pintura clássica e atribui-lhes elementos do presente, como é o caso da peça “You Got Me”.¹¹⁵

Na atualidade, a artista de *Street Art* tem evoluído na hierarquia desta comunidade devido a um conjunto de novas vanguardas que emergem no espaço público. A apropriação da cidade para fins artísticos tem vindo a consolidar-se no século XXI, verificando-se, inclusive, o consentimento por parte das instituições públicas e privadas.

O incentivo a estas práticas confirma-se com o surgimento de aulas dedicadas à aprendizagem das técnicas de *Street Art* e *workshops* que promovem a integração da

¹¹⁴ Excerto de uma entrevista realizada via e-mail pela autora da presente dissertação à artista urbana portuguesa Catarina Monteiro (Glam), no dia 7 de Outubro de 2015.

¹¹⁵ Veja-se, em anexo, a Figura 61 que apresenta uma fotografia da peça “You Got Me” de Kruella d’Enfer.

comunidade local na prática artística. Um número significativo destas atividades é moderado por artistas femininas que apresentam uma maior predisposição para interagir com o outro sem o entenderem como uma ameaça ao seu trabalho. A título de exemplo, a autora desta dissertação exerce curadoria e gestão cultural na Câmara Municipal da Amadora, e no âmbito da primeira edição do projeto da sua autoria “Conversas na Rua” procurou promover uma relação de proximidade com as escolas e instituições locais através de um conjunto de oficinas. O *workshop* de stencil moderado pelas ilustradoras Elsa Pedrosa e Ana Dias, que endereçaram um convite à comunidade local, em especial a avós e netos, apresentou-se como uma mais-valia para a zona da cidade em que estava inserido, uma vez que a freguesia da Venteira é representada demograficamente por uma maioria idosa. Este tipo de iniciativas promovem uma identificação com a cidade, tornando o espaço público um prolongamento da vida familiar e privada.

Após a concretização desta iniciativa, surgiram inúmeras escolas e instituições a solicitar atividades semelhantes com os seus públicos. Enquanto curadora, a autora desta dissertação pode afirmar que as artistas femininas estão mais predispostas a aceitar moderar este tipo de atividades devido à sua flexibilidade disciplinar e tolerância em relação ao outro.

Com o envolvimento da comunidade artística e dos habitantes das cidades poder-se-á dizer que estão reunidas as condições para um crescimento gradual deste tipo de intervenções artísticas na urbanidade e, recentemente, nas aldeias e vilas nas regiões do Interior de Portugal. O papel da mulher nesta manifestação artística passará certamente por continuar o legado das suas antecessoras e, como tal, quebrar barreiras estéticas, sociais e conceptuais, defendendo a diversidade e a multidisciplinaridade como percursos alternativos à homogeneização e à uniformização da cultura e da arte.

4.3.2 A mulher como elemento diferenciador

À semelhança do que foi referido anteriormente, a mulher tem vindo a posicionar-se estrategicamente no mercado da arte e na vida pública enquanto elemento diferenciador. Atualmente verifica-se a integração gradual das mulheres no desempenho de cargos políticos, assumindo cada vez mais posições fortes ideologicamente, ou seja,

afirmando-se finalmente como líderes. Este apogeu da liderança feminina vê continuidade na academia e nas artes com um aumento exponencial do número de alunas destas disciplinas em oposição à amostra cada vez mais reduzida de homens nestas áreas de estudo. Retomando o artigo do jornal Público da autoria de Vanessa Rato, esta conjuntura assume proporções estatísticas sem precedentes e que, de acordo com o jornal, “acompanha a predominância de mulheres no ensino superior notada em quase todas as áreas de formação” (Rato, 2005). Atentemos nos dados estatísticos apresentados no artigo referido:

Na Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, as mulheres representaram mais de metade dos alunos de qualquer turma de pintura e escultura (...) chegando, em alguns casos, a representar dois terços das presenças. A tendência acentua-se na Escola Superior de Arte e Design das Caldas da Rainha, onde no ano lectivo de 2004-2005 entraram para o primeiro ano mais do dobro de alunas (43) que de alunos (20). Mas é na Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto que o abismo se abre definitivamente: aqui, no segundo ano de pintura, houve quase quatro vezes mais raparigas (30) que rapazes (8). No último ano do mesmo curso houve mais do dobro de raparigas (166) que rapazes (70).

(Rato, 2005).

Estatisticamente, as mulheres representam a maioria na academia, interessando-se cada vez mais por áreas do saber anteriormente circunscritas ao público masculino. Contudo, no que diz respeito à atribuição de prémios e distinções de mérito profissional nas artes, as mulheres ainda enfrentam alguns obstáculos na consagração das suas carreiras artísticas. A este propósito e no mesmo artigo refere-se o seguinte: “A média geral é de dois vencedores para uma vencedora, com casos extremos de total ausência feminina, como o do Grande Prémio Amadeo de Souza-Cardoso” (Rato, 2005).

No que toca à *Street Art*, o contexto internacional tem contribuído para a crescente afirmação das artistas em Portugal. Porém, a questão de género está implícita, inclusive, na designação atribuída às mulheres que praticam *Street Art* em que o sufixo “women” ou “female” está subjacente. Os artigos de publicações *online*, revistas e jornais contribuem para consolidar a ideia de que a análise do trabalho artístico das mulheres obriga necessariamente a uma comparação com a perspectiva do artista masculino. Neste âmbito, a artista urbana Tatyana Fazlalizadeh cria o projeto “Stop telling women to

smile”, no qual a artista procura abordar a discriminação em relação à prática da *Street Art* no feminino e o abuso sexual em relação às mulheres nas ruas das grandes cidades. Através da aplicação de retratos de mulheres com expressões que denunciam estas problemáticas, a artista urbana pretende chamar a atenção das autoridades e instituições locais.¹¹⁶

A questão permanece: Porque é que a artista de *Street Art* é rotulada ou inserida numa determinada designação? Recentemente, discute-se o contributo do movimento feminista na rotulação das mulheres devido ao seu papel na consolidação de uma cultura da diferença. Ou seja, o movimento feminista terá acentuado as diferenças entre as mulheres e os homens em todas as áreas de intervenção social, política, económica, cultural e artística. De acordo com Jo Anna Isaak, “a questão da mulher” era recorrente em praticamente todo o discurso pós-modernista devido à sua ameaça à estabilidade e ao equilíbrio da sociedade: “(...) when the emancipation of women and the feminine in general was identified as a threat to bourgeois stability, “the question of women” has become a motif in the discourse of postmodernism” (Isaak, 1996: 182).

Por outro lado, o contributo do feminismo nesta questão prendeu-se com a necessidade de impedir o esquecimento do papel da mulher na sociedade, procurando, assim, debater esta problemática ao longo dos tempos numa chamada de atenção à sociedade. Neste âmbito, Jo Anna Isaak recupera as palavras de Virginia Woolf, que procurou explicar a ausência da mulher na produção histórica e cultural através da metáfora do espelho: “Women have served all these centuries as looking-glasses possessing the magic and delicious power of reflecting the figure of man at twice its natural size” (Woolf, in Isaak, 1996: 225).

A mulher tem representado um papel secundário ao longo da história da humanidade. Contudo, as mudanças sociais, o hibridismo cultural, a globalização e a redefinição do conceito de género têm alterado a perceção do feminino. A emergência de novas vanguardas e de cada vez mais artistas impactaram o mercado da arte e, por conseguinte, a forma de abordar o conceito estético. Inicia-se, assim, uma nova etapa na

¹¹⁶ Veja-se, em anexo, a Figura 62 que apresenta o mural intitulado “My outfit is not an invitation” (2013) da autoria de Tatyana Fazlalizadeh, localizado em Filadélfia, Estados Unidos da América.

história da arte, cuja influência feminina reacenderá certamente a discussão em torno do gênero e da ausência deste com fim a um olhar neutro sobre a arte.

CONCLUSÃO

Conclusão

Com o aumento demográfico e o conseqüente êxodo rural, as cidades foram alvo de um crescimento célere que provocou mudanças significativas nas dinâmicas sociais. Vários estudos de sociologia e antropologia permitiram situar estes acontecimentos e relacioná-los com a sociedade em que estão inseridos. Neste âmbito, surgem os nichos culturais cuja origem foi fundamental para compreender o comportamento humano e a sua necessidade de pertença. A identidade individual transita gradualmente para o espaço público através da partilha de ideologias, linguagens e símbolos. Deste modo, a arte afirma-se como um elemento diferenciador, uma vez que permitiu aos membros destes nichos expressarem-se junto dos demais contrariando, assim, a prevalência de uma cultura dominante. Inesperadamente, as características destes grupos tornaram-se apelativas para as massas, que rapidamente procuraram reproduzir os símbolos destas subculturas.

Com o apogeu das novas tecnologias e o livre-acesso aos bens de consumo, a arte adquiriu novas cambiantes, nomeadamente quanto à produção e comercialização das obras, cujas características deverão ir ao encontro das necessidades do consumidor atual. Assistimos à mediatização das artes plásticas alvo de escrutínio político, social e cultural. Contudo, o poder dos movimentos contra culturais contrariou esta tendência ao afirmarem-se como espaços de discussão sobre as problemáticas contemporâneas. A expressão artística nas ruas procurou dar voz a estes movimentos através de inscrições e personagens que revestiam o mobiliário urbano. Neste contexto, destaca-se a prática do *graffiti*, cujo impacto transformou profundamente a paisagem urbana e a relação do indivíduo com a cidade. Apesar de na sua génese defender a transgressão, a resistência e a rebeldia, os praticantes do *graffiti* desde logo tomaram posições ideológicas apoiando-se nas gerações antecessoras, nomeadamente nos autores dos murais políticos. Quando o *graffiti* agregou o desenho ao *lettering*, os intervenientes procuraram retratar não só as suas inspirações mas também os acontecimentos e as condicionantes da sociedade vigente. Frequentemente eram representados nas paredes e fachadas apelos à paz e à igualdade social. Esta ação reivindicadora permitiu chamar a atenção dos detentores do poder para questões locais devido ao sem número de provocações retratadas nos suportes urbanos.

As indústrias audiovisuais, apercebendo-se do impacto destes fenómenos na urbanidade, procuraram recriar as suas narrativas através de anúncios publicitários e de editoriais na imprensa. Aqui, o poder dos chamados prescritores exerce um papel fundamental na massificação destas simbologias. Ou seja, as marcas estabelecem parcerias com ícones da música, do cinema ou da televisão com o objetivo de venderem os seus produtos inspirados no universo das subculturas. Celebidades como Madonna revestem-se destes elementos para conquistar as camadas jovens, público-alvo das marcas devido ao seu perfil ingénuo mas profundamente influenciador.

Neste contexto, surge a mulher igualmente vista pelas marcas como um importante destinatário das suas campanhas. Apoiando-se no estereótipo de que a mulher é superficial e compulsiva no ato de consumo, as marcas procuraram ir ao encontro deste apanágio e, como tal, tornaram-na protagonista dos seus anúncios e demais instrumentos de comunicação. No que diz respeito ao mercado da arte, a mulher desde sempre ocupou o lugar de objeto representado, sendo raras as vezes em que se assumia como autora. A representação da mulher ia ao encontro dos desígnios da sociedade anterior à Segunda Guerra Mundial. Ou seja, a mulher era destinada às funções doméstica e familiar, ocupando uma posição irrelevante no que respeita à hierarquia social. Contrariamente ao que seria de esperar, a mulher tomou uma posição de destaque nos movimentos sociais do início do século XX ao resistir à condição que lhe era imposta. Esta conjuntura motivou o aparecimento do feminismo, movimento de defesa da emancipação das mulheres na vida social, política e profissional. Consagram-se os direitos ao voto e à igualdade de género com a revisão constitucional nos Estados Unidos da América e no Reino Unido.

O mercado da arte é influenciado por este contexto, especialmente as artistas plásticas que encontram nestas manifestações espaços de discussão e reflexão para a criação das suas obras. Por conseguinte, emerge uma nova corrente artística, a arte feminista, cujas protagonistas transferiram a reivindicação nas ruas para os espaços museológicos, promovendo assim um diálogo entre a arte e a política e aferindo da condição da mulher na sociedade. O confronto desempenha um papel crucial na perceção do objeto artístico, na medida em que as artistas plásticas tomaram esta causa como sua e, como tal, procuravam provocar os públicos com críticas explícitas à sociedade que as rodeava.

A amálgama entre a arte e a performance nunca antes tinha sido tão clara como durante o período da arte feminista. Assim, estão criadas as condições para o surgimento da artista de Arte Pública, contagiada por estes movimentos e pela possibilidade de novos territórios e encontros na arte, impossibilitados até à data devido aos constrangimentos impostos pelos espaços expositivos e pela opinião pública em relação ao lugar da mulher no mercado da arte.

Nas ruas a mulher começa por exercer o papel de mediadora entre as comunidades e a arte, sugerindo, sobretudo, educar os públicos através de uma nova linguagem sobre a sociedade. Mais tarde, e já consagrada enquanto curadora e autora, a mulher incorre na experimentação e, assim, afirma-se como artista urbana. Primeiramente, envolve-se na prática do *graffiti* ocupando um lugar frágil na comunidade, caracterizada por uma maioria masculina cuja virilidade parece ameaçada com a presença feminina. Face aos obstáculos encontrados na prática, a artista urbana investe na *Street Art* como uma possibilidade de experimentar novas técnicas e, acima de tudo, ampliar a sua criatividade.

As narrativas criadas pela artista urbana transformaram a forma como a arte de rua é percecionada na atualidade. Na verdade, a *Street Art* tem vindo a adquirir uma posição de destaque no mercado da arte devido à potencialidade das narrativas criadas por estas artistas que permitiram não só acrescentar novas linguagens como também torná-la apelativa para figurar no interior de espaços expositivos. A transição da arte de rua para o contexto de galeria é um tema controverso, mas é uma realidade cada vez mais presente. O enriquecimento das imagens criadas pelos artistas de *Street Art* através de técnicas mais complexas e imagéticas mais disruptivas tem conquistado um vasto número de admiradores, anteriormente céticos em relação a estas formas de abordar a arte.

Apesar dos obstáculos encontrados pela mulher ao longo dos tempos, esta tem conseguido evoluir socialmente e artisticamente. Veja-se a presença feminina no sistema político, cuja ação tem surtido repercussões na forma como a mulher é representada. Porém, a opinião pública concebeu uma imagem que continua a prevalecer em determinadas sociedades e que circunscreve a mulher a determinadas convenções que a impedem de ascender socialmente e no meio artístico. Cabe, no entanto, à mulher assumir-se como agente diferenciador que pode acrescentar novos desafios ao mercado da arte e à forma como os públicos percecionam as obras artísticas.

Assistimos a um crescente desinteresse dos indivíduos pela canonização da arte e pela padronização de suportes e espaços expositivos. A rua afirma-se, por isso, como uma alternativa que oferece multidisciplinaridade, diversidade e variedade de suportes, escalas, percursos, públicos e, acima de tudo, liberdade de ação.

Bibliografia

- ANDRADE, Eugénio de (1995). *Fernando Pessoa: poesias escolhidas por Eugénio de Andrade*. Porto: Campo das Letras, Editores S.A.
- 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.
- ARNOLD, Matthew (1960). *Culture and Anarchy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- 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.
- BHABHA, Homi K. (1994). *The Location of Culture*. London and New York: Routledge.
- BOURRIAUD, Nicolas (1998). *Relational Aesthetics*. Tradução de Simon Pleasance & Fronza Woods. France: Les Presses du Réel.
- CAMPOS, Ricardo (2010). *Porque Pintamos a Cidade?: Uma Abordagem Etnográfica do Graffiti Urbano*. Lisboa: Fim de Século.
- CASTLEMAN, Craig (1982). *Getting Up: Subway Graffiti in New York*. Massachusetts: The MIT Press.
- CEREJO, Sara (2007). *Risco e identidade de género no universo do graffiti*. Lisboa: Edições Colibri.
- CHADWICK, W. (1990). *Women, Art and Society*. London: Thames and Hudson.
- CHALFANT, Henry and Sacha Jenkins (2014). *Training Days: The Subway Artists Then and Now*. London: Thames and Hudson.
- CRANE, Diana (1992). *The Production of Culture: Media and Urban arts*. California: Sage Publications.
- ECO, Umberto (1987). *Apocalípticos e integrados*. São Paulo: Editora Perspetiva.

- FEATHERSTONE, Mike (1991). *Consumer Culture and Postmodernism*. Nottingham: Nottingham Trent University.
- FERREIRA, Manuela Malheiro (2003). *Educação Intercultural*. Lisboa: Universidade Aberta.
- FISKE, John, Tim O'Sullivan, John Hartley, Danny Saunders and Martin Montgomery (1994). *Key Concepts in Communication and Cultural Studies*. London and New York: Routledge.
- FORTUNA, Carlos (Org.) (2001). *Cidade, Cultura e Globalização: Ensaio de Sociologia*. Oeiras: Celta Editora.
- GANZ, Nicholas e Tristan Manco (2004). *Graffiti from the five continents*. Londres, Thames and Hudson.
- GELDER, Ken and Sarah Thornton (1997). *The Subcultures Reader*. New York and Canada: Routledge.
- GELDER, Ken (2007). *Subcultures: Cultural histories and social practice*. New York and Oxon: Routledge.
- GIDDENS, Anthony (1993). *Sociology*. Oxford: Polity Press.
- 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.
- HEBDIDGE, Dick (1979). *Subculture: The Meaning of Style*. London and New York: Routledge.
- INNERARITY, Daniel (2010). *O Novo Espaço Público*. Tradução de Manuel Ruas. Lisboa: Editorial Teorema.
- ISAAK, Jo Anna (1996). *Feminism & Contemporary Art: The Revolutionary Power of Women's Laughter*. London: Routledge.
- JACKSON, Carlos Francisco (2009). *Chicana and Chicano Art: ProtestArte*. Tucson: University of Arizona.
- JACKSON, Stevi and Sue Scott (2002). *Gender: A sociological reader*. London and New York: Routledge.
- JANSON, H.W. (2005). *História da Arte*. Tradução de J.A Ferreira de Almeida e Maria Manuela Rocheta Santos. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian.
- 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.
- LEFEBVRE, Henri (2003). *The Urban Revolution*. Minneapolis: University of Minnesota Press.
- LIN, Jan, Christopher Mele (2012). *The Urban Sociology Reader*. London and New York: Routledge.
- MANCO, Tristan (2002). *Stencil graffiti*. Londres, Thames and Hudson.
- MATZNER, Florian (2004). *Public Art: a Reader*. Translations from Fiona Elliott, Cynthia martin, Allison Plath-Moseley and John S. Southard. Germany: Hatje Cantz Verlag.
- MIRZOEFF, Nicholas (ed.) (1998). *The Visual Culture Reader*. Londres, Routledge.
- MOORE, Miguel (2010). *Underdogs*. Lisboa: Vera Cortês: Agência de Arte.
- NOCHLIN, Linda (1999). *Representing women*. London: Thames and Hudson.
- PIRES, Maria Laura Bettencourt (2006). *Teorias da Cultura*. Lisboa: Universidade Católica Portuguesa Editora.
- REILEY, Maura and Linda Nochlin (2007). *Global Feminisms: New Directions in Contemporary Art*. London and New York: Merrell.
- RICHARDSON, Diane and Victoria Robinson (2008). *Introducing Gender and Women's Studies*. London: Palgrave Macmillan.
- RIVKIN, Julie and Michael Ryan (2004). *Literary Theory: An Anthology*. Oxford: Blackwell Publishing.
- RODRIGUES, Adriano Duarte (1993). *Comunicação e Cultura: A Experiência da Cultura na Era da Informação*. Lisboa: Editorial Presença.
- ROMANO, Ruggiero (Dir.) e Fernando Gil (Coord.) (1984). *Enciclopédia Einaudi: Homo-Domesticação - Cultura Material*. – Lisboa: INCM – Imprensa Nacional Casa da Moeda, V. 16.
- 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.
- SCANNELL, Paddy, Philip Schlesinger and Colin Sparks (1992). *Culture and Power: A Media, Culture & Society Reader*. London: Sage Publications.

- STAHL, Johannes (2009). *Street Art*. Portugal: H. F. Ullmann.
- STRINATI, Dominic (1995). *An introduction to theories of popular culture*. London: Routledge.
- STURKEN, Marita, Lisa Cartwright (2009). *Practices of Looking: Na Introduction to Visual Culture*. Oxford and New York: Oxford University Press.
- Summers, D. (Coord.) 2005 - *The Longman Dictionary of English Language and Culture*, Essex: Longman.
- TYLOR, Edward B. (1920). *Primitive Culture: Researches into the development of mythology, philosophy, religion, language, art, and custom*. London: John Murray, Albemarle Street.
- Urban Dictionary (s.d). Dicionário Online acedido no dia 02 de Outubro de 2014: <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=geek>
- WACLAWEK, Anna (2008). *From Graffiti to the Street Art Movement: Negotiating Art Worlds, Urban Spaces, and Visual Culture, c.1970-2008*. Canada: Concordia University. Tese de Doutoramento.
- WACLAWEK, Anna (2011). *Graffiti and Street Art*. London and New York: Thames and Hudson.
- WILLIAMS, Raymond (1989). *Resources of Hope*. London: Verso.

Outras fontes utilizadas:

Entrevistas

- 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 e-mail a Ana Dias, ilustradora portuguesa (realizada no dia 02 de Outubro de 2015).
- Entrevista via e-mail a Catarina Monteiro, artista urbana portuguesa (realizada no dia 07 de Outubro de 2015).
- Entrevista via e-mail a Elsa Pedrosa, ilustradora portuguesa (realizada no dia 19 de Outubro de 2015).

- Entrevista via e-mail a Teresa Gomes, artista urbana portuguesa (realizada no dia 02 de Novembro de 2015).
- 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).

Conferências

- *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).

Artigos de Jornais, Revistas e Publicações Online

- AGRAWAL, Aditya. “Women Will Be Allowed to Vote in Saudi Arabia Elections” *Time Magazine*, 20 de Agosto, 2015. <http://time.com/4005165/women-vote-saudi-arabia-elections/> (Acedido a 10 de Setembro, 2015).
- Artigo sobre a “Pop Shop” alocado à página oficial de Keith Haring <http://www.haring.com/> (Acedido em 02 de Novembro de 2015).
- 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>
- BRAY, Arthur. “Louis Vuitton 2014 Spring/Summer Artist Scarves Collection” *Hype Beast* 26 de Janeiro, 2014. <http://hypebeast.com/2014/1/louis-vuitton-2014-spring-summer-artist-scarves-collection> (Acedido a 20 de Janeiro de 2016).
- BROWN, Mick. “Mods: A Very British Style provides definitive history of the Sixties movement, review” *The Telegraph*, 19 de Março, 2013. <http://www.telegraph.co.uk/culture/books/9933489/Mods-A-Very-British-Style-provides-definitive-history-of-the-Sixties-movement-review.html> (Acedido a 10 de Dezembro de 2015).

- COSGROVE, Ben. “‘The World of Tomorrow’: Scenes From the 1939 New York World’s Fair” *Time*, 29 de Abril, 2014. <http://time.com/3879706/1939-new-york-worlds-fair-photos/> (Acedido a 13 de Agosto de 2015).
- DAWSON, Jessica. “All She Is Saying: Yoko Ono's Enduring Feminist Message.” *The Washington Post*, 22 de Abril, 2007. <http://www.washingtonpost.com/wp-dyn/content/article/2007/04/20/AR2007042000410.html> (Acedido a 03 de Dezembro de 2015).
- 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 2014).
- HATTENSTONE, Simon. “Patti Smith: punk poet queen.” *The Guardian*, 25 de Maio, 2013. <http://www.theguardian.com/music/2013/may/25/patti-smith-interview-punk-poet> (Acedido a 26 de Outubro de 2015).
- 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 2015).
- *Jornal I* (2013), “Metro. Quando uma viagem vale a entrada num museu”, 22 de Agosto. <http://www.ionline.pt/357339> (Acedido a 20 de Dezembro de 2015).
- LAPA, Pedro. “Arte e espaços públicos” *Câmara Municipal de Lisboa. Património Cultural*. s.d. <http://www.lisboapatrimoniocultural.pt/artepublica/Paginas/leftText.aspx> (Acedido a 10 de Agosto de 2015).
- LONGBOTTOM, Jessica. “Suffragettes' struggle is far from over, says leader Emmeline Pankhurst's great-granddaughter.” *ABC News*, 03 de Dezembro, 2015. <http://www.abc.net.au/news/2015-12-02/suffragettes-struggle-continues-emmeline-pankhurst-descendant/6995564> (Acedido a 05 de Janeiro, 2016).
- LOOS, Ted. “In Code: Spaceships, Babies, Evil TVs” *New York Time*, 14 de Junho, 2012. <http://www.nytimes.com/2012/06/17/arts/design/keith-harings-work-at-the-brooklyn-museum.html?ref=topics&r=0> (Acedido a 11 de Setembro de 2015).

- MARQUES, Joana Emídio. “Lourdes Castro: os livros de autor de uma artista rebelde.” *Observador*, 14 de Julho, 2015. <http://observador.pt/2015/07/14/lourdes-castro-os-livros-autor-artista-rebelde/> (Acedido a 02 de Novembro de 2015).
- 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).
- POOL, Bob. “‘Chaka’ Strikes Again, Police Say : Vandalism: Daniel Ramos is questioned about graffiti he allegedly left on the way to see his probation officer, a day after being freed from a five-month term” *Los Angeles Times*, 03 de Maio, 1991. http://articles.latimes.com/1991-05-03/local/me-1101_1_daniel-ramos (Acedido a 21 de Dezembro de 2015).
- 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.
- RATO, Vanessa. “Mulheres na arte: Elas são quatro vezes menos que eles nas colecções portuguesas” *Público*, 11 de Setembro, 2005. <https://www.publico.pt/culturaipsilon/jornal/mulheres-na-arte-elas-sao-quatro-vezes-menos-que-eles-nas-colecoes-portuguesas-38221> (Acedido a 07 de Janeiro de 2016).
- RYZIC, Melena. “The Guerrilla Girls, After 3 Decades, Still Rattling Art World Cages” *The New York Times*, 05 de Agosto, 2015. http://www.nytimes.com/2015/08/09/arts/design/the-guerrilla-girls-after-3-decades-still-rattling-art-world-cages.html?_r=0 (Acedido a 18 de Setembro, 2015).
- 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 (Acedido a 22 de Dezembro de 2013).

- WARD, Ed. “The Woodstock Music and Art Fair.” *Encyclopedia Britannica*, 07 de Fevereiro, 2014. <http://www.britannica.com/event/The-Woodstock-Music-and-Art-Fair> (Acedido a 10 de Outubro de 2015).
- ZAHM, Olivier (s.d). “About André Saraiva”. Disponível em: <http://www.mrandre.com/about/> (Acedido a 23 de Setembro de 2015).

Filmes, séries televisivas e vídeos musicais

- *The Loco-motion* (1987). Canção da autoria de Kylie Minogue e que integra o álbum *Kylie*. PWL Records.
- *Modern Times* (1936). Filme realizado por Charles Chaplin. Charlie Chaplin Film Corporation.
- *Smells Like Teen Spirit* (1991). Canção da autoria da banda Nirvana e que integra o álbum “Nevermind”. DGC Records.
- *Soul Train* (1971-2006). Programa televisivo criado por Don Cornelius. Columbia Broadcasting System (CBS).
- *Suffragette* (2015). Filme realizado por Sarah Gavron. Focus Features.
- *The Big Bang Theory* (2007-). Série televisiva criada por Chuck Lorre e Bill Prady. Columbia Broadcasting System (CBS).

Anexos

Entrevistas

Anexo A - Entrevista: Carlos Almeida

Anexo B - Entrevista: António Alves

Anexo C - Guião de Entrevista: artistas

Anexo D – Entrevista a Teresa Gomes

Anexo E – Entrevista a Catarina Monteiro

Anexo F – Entrevista a Elsa Pedrosa

Anexo G – Entrevista a Ana Dias

Anexo A

Entrevista a Carlos Almeida, representante do PCP na Assembleia Municipal da Câmara Municipal da Amadora

Catarina Valente: Como caracteriza a pintura mural no período pós-25 de Abril?

Carlos Almeida: 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 objetivo 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.

CV: Qual a razão que aponta para a presença do Partido Comunista Português na pintura mural?

CA: O PCP precisava de marcar 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 média.

CV: A pintura mural foi perdendo impacto a partir da década de 1990. Porquê?

CA: 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 atualidade, 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 reflete uma ideia de descrédito da política.

CV: O que levou o Partido Comunista Português a manter a prática da pintura mural?

CA: O PCP decidiu manter a prática de pintura de murais porque considera uma atividade de liberdade de expressão.

CV: Qual o papel do Partido Comunista Português na mobilização social?

CA: 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.

CV: Em relação ao município da Amadora, como define a presença do partido nesta cidade?

CA: 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 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.

Anexo B

Entrevista a António Alves, Pintor mural português e ativista político

Catarina Valente: Como caracteriza a pintura mural política em Portugal?

António Alves: 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 objetivo 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. Claro que quando a Revolução se concretizou e é aceite depois com golpes e contragolpes, o mural político foi definhando. Ao longo dos anos de 1980 e de 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 [políticos], o que também reflete um pouco a atividade política, porque não há grandes empenhamentos por parte da população apesar das condições terríficas verificadas na situação política e que afetam as pessoas no seu dia-a-dia. Esta forma de expressão não é tão corrente, diria.

CV: Considera que houve uma transição do mural político para o *graffiti*?

AA: 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, 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 autoiniciativa. 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 atividade 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 e a qualidade de vida das pessoas, promovem a ausência de saúde, da cultura, da educação. Situações que justificavam mais atos. Mesmo assim assiste-se a um certo caudal de revolta, de repulsa pelo atual quadro do país face às condições miseráveis que foram ditadas através dos acordos com a Troika.

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

AA: 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.

CV: Que benefícios derivaram das intervenções murais? Este tipo de atividade contribuiu para despertar consciências?

AA: Eu acho que a pintura mural é uma forma de expressão, de passar uma ideia, uma atitude política em relação à situação atual, 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 refletem isso. Em 1974, 1975 tinha uma finalidade e depois deixou de ter essa finalidade para passar a ter outras nuances relacionadas com o atual momento. Atualmente temos outras situações e algumas idênticas, nomeadamente a repressão visível na penalização forte da pintura mural nas ruas, com leis completamente antidemocráticas que não abonam nada à liberdade. O *graffiti* e a pintura mural são 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 noutro.

CV: Hoje em dia, que perspectiva tem da pintura mural?

AA: 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 projeto “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 aspetos 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.

CV: Explique a iniciativa intitulada “40 Anos, 40 Murais”.

AA: “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 projeto de todos e que é obra de todos os que participam porque o baluarte desta atividade vai ser o lançamento de um livro que sintetize todo o trabalho realizado durante estes largos meses, já que este projeto vai continuar até ao final do mês de Outubro. Na sequência disso foram efetuados 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 projeto “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 reflete o envolvimento e empenhamento de pessoas que, em certos casos, nunca tinham pintado e que se identificaram com o projeto. 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 projeto 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 em 21 painéis. É um projeto que não é apoiado institucionalmente,

cujos dinheiros gastos foram obtidos pelos próprios ativistas, que elaboraram uma campanha de angariação de fundos através da venda de *pins*, camisolas e outros objetos, e das associações locais. Este projeto é importante porque defende a luta pela liberdade de expressão, porque associa as artes da pintura mural e da Arte Urbana, porque é intergeracional, já que mobilizou pessoas de todas as idades. Há uma passagem de testemunho neste projeto, visível no número significativo de voluntários e artistas que nasceram depois do 25 de Abril de 1974 e que se identificaram com a iniciativa.

Anexo C

Guião de Entrevista: artistas¹¹⁷

1. Em que contexto surgiu o seu interesse pela *Street Art*?
2. Como caracteriza o seu registo artístico?
3. Qual a sua posição em relação à *Street Art*?
4. Enquanto mulher é confortável para si pintar no espaço público? Porquê?
5. Considera que as artistas de *Street Art* sentem mais dificuldades em integrar o movimento?
6. Considera que esta prática ainda se encontra associada à marginalidade e à clandestinidade?
7. Em que medida a sua linguagem estética se distingue da do universo masculino? Porquê?
8. Qual a sua opinião sobre o fenómeno da *Street Art* e o seu recente mediatismo?

¹¹⁷ No que diz respeito às entrevistas às ilustradoras Elsa Pedrosa e Ana Dias, substituiu-se a primeira questão “Em que contexto surgiu o seu interesse pela *Street Art*?” por “Em que contexto surgiu o seu interesse pela ilustração?”.

Anexo D

Entrevista a Teresa Gomes

CV: Em que contexto surgiu o seu interesse pela *Street Art*?

TG: Quando estudava nas Caldas da Rainha (ESAD – Escola Superior de Artes Decorativas), tive a oportunidade de expor, tanto em coletivo como individualmente. Todos tivemos essa oportunidade - fazíamos por isso. No evento Caldas Late Night (2/3 dias de exposições/intervenções/concertos/devaneios dentro de casa das pessoas e na rua) senti necessidade de contribuir com algo. No primeiro ano, expus com amigos num pequeno quarto de uma casa, mas no segundo ano já senti que a minha contribuição podia ser na rua, podia ser mesmo para aqueles que tinham medo de entrar nas casas, aqueles que se recusavam aceitar os artistas na cidade, etc...senti que podia "obrigar" todos a ver mesmo aqueles mais rabugentos. O meu interesse surgiu pela necessidade de aumentar a escala dos meus trabalhos, explorar texturas (algo que faz parte do assunto do meu trabalho) e de certa forma provar a mim e aos outros que a comunhão entre a ilustração e as artes plásticas pode viver nas paredes da rua.

CV: Como caracteriza o seu registo artístico?

TG: Não sei responder. Penso que só num momento de retrospectiva e com o devido afastamento é que conseguimos meter o nosso trabalho numa gaveta - caracterizá-lo. Não ter essa noção do meu próprio trabalho assusta-me mas sei que se um dia conseguir arranjar essa tal gaveta vou viver a frustração de já o ter feito. O meu processo não passa pelo conceito (em primeira instância) mas sim pela exploração de outros assuntos, em tempo real. Por isso mesmo falo em afastamento, penso que só depois de um ou dois momentos é que posso tirar conclusões. São tudo experiências.

CV: Qual a sua posição em relação à *Street Art*?

TG: Espero que não seja uma moda. A *street art* pode ser qualquer coisa e surgir por qualquer motivo e com qualquer intenção - na rua. Sei que há artistas que o fazem por portfólio, outros por concretização, outros porque veem do *graffiti*, e mesmo outros que nada tinham para mostrar até descobrirem a parede. Gosto dessa mistura e principalmente das pessoas. Sinto que há finalmente um espaço na arte para troca entre artistas. Não sinto pressão. Não sinto dinheiro. Vejo técnica, dedicação. Vejo pessoas a falar com pessoas.

CV: Sente-se confortável em pintar no espaço público? Porquê?

TG: Sinto. Sinto-me mais confortável a pintar na rua do que numa mesa com alguém a olhar pelo canto do olho. Gosto de ouvir os sussurros - bons ou maus.

CV: Considera que as artistas de *Street Art* sentem mais dificuldades em integrar o movimento?

TG: Não sinto isso, sei que já foi complicado e sei que estamos a usufruir dos resultados de uma grande luta das gerações anteriores.

CV: Considera que esta prática ainda se encontra associada à marginalidade e à clandestinidade?

TG: Não digo que já seja água e azeite para todos, mas penso que estamos quase lá. A partir do momento em que temos obras de grande escala espalhadas pela cidade (para as quais, obviamente foi preciso autorização), descomplica logo a cabeça de algumas pessoas.

CV: Em que medida a sua linguagem visual se distingue da do universo masculino? Porquê?

TG: Não conheço essa diferença. Mas sei que há poucas mulheres/raparigas a pintar paredes. É difícil perceber se existem sequer 2 universos (visuais/plásticos). Na minha opinião eles não existem. Acho que as particularidades plásticas de cada um não veem do seu género.

CV. Qual a sua opinião sobre o fenómeno da *Street Art* e o seu recente mediatismo?

TG: É ótimo que seja reconhecida e que tenha o seu devido valor cultural. É ótimo que exista informação disponível mesmo para quem não conhece. É ótimo que se fale, que se discuta. Penso que um dos motivos para este mediatismo, para além do trabalho de algumas pessoas (que fez com que a *street art* tivesse a visibilidade que tem hoje), foi a desvalorização da imagem - refiro-me à partilha de fotografias no Instagram, Facebook, etc. A *street art* mesmo que reconhecida, não deixa de ser efémera, Não é suposto durar para sempre, não que não possa, mas à partida o artista sabe que, pelo menos o tempo vai corroer e destruir a obra - o que é belo. Por esta singularidade, a arte urbana exige o seu registo através da fotografia. Não só exige como quem a vê e aprecia, quer tirar uma

fotografia e levar para casa e partilhar. Na minha opinião a partilha mostra interesse, o que faz com que o interesse seja demonstrado, logo há mais apoio e mais aceitação.

Anexo E

Entrevista a Catarina Monteiro

CV: Em que contexto surgiu o seu interesse pela *Street Art*?

CM: O meu interesse pela *street art* surgiu antes do início do milénio, pois gostava muito de observar os *graffitis* nas ruas de Lisboa, distinguir estilos e tentar perceber que pinturas correspondiam a cada artista.

CV: Como caracterizas o seu registo artístico?

CM: O meu trabalho de *street art* é mais característico da ilustração e do *bombing*, pois geralmente utilizo *outlines* pretos e grossos a contornar os desenhos ou letras, assim como cores planas, com simplicidade de efeitos.

CV: Qual a sua posição em relação à *Street Art*?

CM: Eu gosto principalmente de fazer murais legalizados com outros artistas e trabalhos de *graffiti* com liberdade criativa.

CV: Sente-se confortável em pintar no espaço público? Porquê?

CM: Sim. Já me habituei com os aspetos mais desconfortáveis como ter pessoas a observar-me enquanto trabalho e normalmente o feedback do público é positivo.

CV: Considera que as artistas de *Street Art* sentem mais dificuldades em integrar o movimento?

CM: Penso que sim, porque não têm tanta companhia para ir pintar e nem tanta concorrência para motivar a vontade de evoluir. De qualquer forma penso que são questões fáceis de ultrapassar pela força de vontade.

CV: Considera que esta prática ainda se encontra associada à marginalidade e à clandestinidade?

CM: Por muita gente sim, no entanto também tem vindo a ser cada vez mais valorizada pelo público e marcas de uma forma geral.

CV: Em que medida a sua linguagem visual se distingue da do universo masculino?
Porquê?

CM: Penso que tenho um estilo feminino nas cores e formas que utilizo. No entanto, nem em todos os trabalhos se evidencia essa distinção.

CV: Qual a sua opinião sobre o fenómeno da *Street Art* e o seu recente mediatismo?

CM: Penso que potencia a tal valorização que referi por parte do público e marcas em geral, o que é positivo.

Anexo F

Entrevista a Elsa Pedrosa

CV: Em que contexto surgiu o seu interesse pela ilustração?

EP: O meu interesse por ilustração surgiu no ensino secundário, quando eu estudava artes. No 12.º ano não sabia o que escolher quando fosse para a universidade, sentia-me bastante perdida. Acabei por ficar mais tempo do que eu esperava (por causa de algumas disciplinas) e, durante esse tempo, comecei a despertar para o universo da ilustração, através do desenho e da consulta de todos os livros que eu conseguia. Passava o tempo a pesquisar ilustradores e a criar personagens. Na verdade, eu comecei por fazer "bonecos" após um desenho que um colega meu ofereceu à minha irmã (então com seis anos). Mal sabia eu o impacto que aquele desenho teria no meu percurso.

CV: Como caracteriza o seu registo artístico?

EP: Nunca fui muito boa a etiquetar ou rotular estilos, nem de música! Mas posso dizer que o meu tipo de ilustração direciona-se muito para crianças; no entanto, penso que o meu público é vasto, e não se limita a crianças. O meu sonho é criar álbuns para a infância, mas um bom álbum abrange todas as idades! Eu prefiro pensar que tenho um estilo muito pessoal, onde uso e abuso da linha, criando padrões e formas algo geométricas. Gosto muito de brincar com um determinado tema e criar um imaginário à volta deste. Uso pouca cor no meu trabalho, que muitas vezes se assume a preto e branco, mas quando uso cor é sempre suave.

CV: Qual a sua posição em relação à *Street Art*?

EP: Penso que tem vindo a ganhar espaço físico e social e a ser respeitada e valorizada como uma forma de expressão. Na minha perspetiva, a *Street Art* não reflete apenas um estilo pessoal (intrínseco a cada artista), mas também contextualiza toda uma sociedade, um país, uma cidade. Há alguns anos visitei um edifício abandonado em Berlim que me marcou bastante, porque tudo o que era parede (incluindo o exterior) estava preenchido por pessoas que ali moravam. Apesar de este registo se mostrar no interior de um edifício e por vezes muito confuso, toda aquela amálgama de linguagens refletia muito a alma de Berlim e quando penso em Berlim penso naquele edifício. Para mim faz todo o sentido que assim seja chamada: *Street Art*, porque pertence e está à vista de todos.

CV: Sente-se confortável em pintar no espaço público? Porquê?

EP: Não tenho muita experiência em pintar espaços públicos, mas a que tive (realização de mural no âmbito da primeira edição do projeto “Conversas na Rua”) revelou-se muito positiva. De facto gostei bastante, especificamente por duas razões. Primeiro, porque saí da minha zona de conforto, devido a ser um suporte diferente (irregular) e de dimensão bem maior à que estou habituada. Em segundo, senti que o feedback foi muito mais imediato, muito mais espontâneo e, sobretudo, abrangeu muito mais público, especialmente um público que não procura arte, o que para mim foi muito interessante.

CV: Considera que as artistas de *Street Art* sentem mais dificuldades em integrar o movimento?

EP: Considero que o sexo do artista não reflete nem determina o seu sucesso, pelo menos no que eu observo na Europa e em alguns países sul-americanos. No entanto, tratando-se de *Street Art*, acredito que possa existir algum estigma em relação às artistas, uma vez que pode ser mais facilmente associada a características do universo masculino: força, dureza...Não quero com isto dizer que as mulheres não são capazes de criar uma linguagem visual que transmita força ou dureza e muito menos não as considerar fortes ou duras, mas sim que é um tipo de arte que não revela muito a delicadeza a que por vezes as mulheres são associadas. Creio que também em termos históricos esteve sempre associada a um universo masculino, o que me faz acreditar que pode haver mais resistência às artistas em integrarem-se neste movimento.

CV: Considera que esta prática ainda se encontra associada à marginalidade e à clandestinidade?

EP: Considero que a perspetiva do cidadão comum em relação à *Street Art* está a mudar, no sentido de reconhecimento enquanto arte e, consecutivamente, da sua valorização. O contexto em que nasceu a *Street Art* não foi fácil e, com efeito, durante muitos anos foi associada à marginalidade, mas penso que isto também se deveu ao seu não reconhecimento enquanto arte. A partir do momento em que passou a ser reconhecida como arte e não como uma forma de vandalismo, a *Street Art* tomou um lugar e uma importância próprias.

CV: Em que medida a sua linguagem visual se distingue da do universo masculino? Porquê?

EP: É difícil responder a esta pergunta. Não vejo claramente onde a minha linguagem visual se possa distinguir do universo masculino. Talvez, a minha linguagem seja mais delicada pela forma como uso a linha. Mas acho que isso não é reconhecível enquanto trabalho criado por um artista ou uma artista. Gosto muito de criar um universo quase mágico, que faça sonhar quem vê as minhas ilustrações, mas será que isso que me distingue do universo masculino?

CV: Qual a sua opinião sobre o fenómeno da *Street Art* e o seu recente mediatismo?

EP: Acho que já respondi praticamente a esta resposta noutras anteriores. Mas reforço que para mim faz todo o sentido que haja este mediatismo, porque é uma forma de arte, e deve ser divulgada e discutida como tal. A *Street Art* tem finalmente a importância que deve ter e talvez ainda devesse ter mais!

Anexo G

Entrevista a Ana Dias

CV: Em que contexto surgiu o seu interesse pela ilustração?

AD: Cresci num ambiente rodeado de livros e lembro-me de andar sempre com livros ilustrados e banda desenhada debaixo do braço, que fotocopiava vezes sem conta para pintar e tentar copiar. A magia presente na ilustração sempre me fascinou, pois é um recurso inesgotável do potencial criativo da imaginação humana. Nunca deixei de desenhar, mesmo que fosse aprendendo diversas técnicas artísticas ao longo dos anos.

CV: Como caracteriza o seu registo artístico?

AD: Considero-me uma artista multidisciplinar, embora não tenha tido ainda muitas oportunidades além do que fiz na universidade e anteriores escolas para explorar e misturar os diferentes media. No entanto, recorro às técnicas digitais sempre que a encomenda o exija e uso muitas fotografias tiradas por mim como referência. Tecnicamente e estilisticamente, gosto de variar conforme as encomendas ou os temas, embora tendo sempre um certo traço característico. Variar e responder a desafios diferentes motiva-me imenso e ajuda-me a evoluir e a expandir a capacidade criativa. Tenho muitas influências da cultura *pop*, sobretudo a mais negra, como os monstros do cinema mas também gosto do extremo oposto, como personagens da Disney e pin-ups. Também trabalho muito em caricaturas e nelas também coloco o fator narrativa, ao adorná-las com diversos pormenores acerca da pessoa caricaturada, sempre de uma forma humorística e positiva.

CV: Qual a sua posição em relação à *Street Art*?

AD: Acho a *street art* uma das melhores plataformas para a mostra de grandes talentos. É um média tão livre, onde tudo pode acontecer - pode servir de veículo para uma mensagem, política, humanitária ou outra, pode recuperar completamente espaços degradados ou desvalorizados, pode interagir com o meio envolvente, brincar com ele, chamar a atenção para algo. Creio que com o aparecimento e apreciação pública de artistas como o Vhils, o grupo Blublu, o Banksy, o estigma do vandalismo associado a esta forma artística vai desaparecendo. Nas redes sociais também existem muitos grupos que divulgam e promovem este tipo de arte, creio que é cada vez mais apreciada e desta forma vai convidando mais e mais artistas extremamente talentosos para colaborarem

com o seu estilo. É muito versátil, há até o caso de campanhas de fundações ambientalistas que convidam artistas de rua para instalações e performances, não esquecendo também espaços privados que convidam artistas para decorar os locais.

CV: Sente-se confortável em pintar no espaço público? Porquê?

AD: Sinto-me muito confortável. Adoro pintar na presença de pessoas e ouvir o feedback imediato de quem observa e aprecia. Mais do que deixar uma "marca" no local, é uma forma de agradecimento, no caso de um convite, por apreciarem o que faço e uma forma de transmitir a minha mensagem num local que todos podem visitar. Também já fiz intervenções em âmbito escolar onde tive de ir prestar justificações à câmara municipal (por mero protocolo) e outras que tive de fazer a meio da madrugada para evitar confusões com a lei mas qualquer uma delas foi inofensiva. As confusões são de fácil solução - creio que o fator de risco acaba por fazer parte de algumas intervenções e até tem a sua graça. Há que ter coragem para se poder fazer alguma mudança!

CV: Considera que as artistas de *Street Art* sentem mais dificuldades em integrar o movimento?

AD: Considero pois, tal como nos restantes meios artísticos. É um mundo dominado por homens que pode até intimidar um bocado. Não considero que isso deva ser impedimento e motivo para elas se afastarem, mas sim um incentivo a poderem mostrar ainda mais que têm um valor enorme e algo importante a partilhar. Talvez o estigma de ainda ser um pouco associado a uma certa marginalidade, por pessoas mal informadas, possa também causar alguma dificuldade. A própria educação de género e o lugar que muitas vezes nos impingem na sociedade também não ajudam, mas essas são lutas que trabalhamos para vencer e que são sempre ótimos temas para abordar criticamente nas representações artísticas. Como nas restantes formas de arte, acho sempre muito fortes as intervenções feitas por mulheres, pois são a união perfeita entre técnica e expressão interior e têm uma linguagem muito própria, muito poderosa. Estamos numa era de mudança a vários níveis e daqui a uns anos o panorama irá ser bem mais equilibrado, acredito nisso.

CV: Considera que esta prática ainda se encontra associada à marginalidade e à clandestinidade?

Eu não considero, pois eu sei que há um mundo para além dos *taggs* feitos a traço preto nas esquinas dos edifícios. Quanto à clandestinidade, fazer as coisas "às escondidas" deve

ser o meio em que muitos começam, pois não é fácil chegar a uma entidade pública e perguntar se se pode pintar um muro de uma propriedade. Felizmente que há pessoas que trabalham na promoção deste tipo de arte que ajudam a eliminar a ideia de que as coisas têm de ser feitas de forma marginal. Como cada vez mais se encontra a *street art* associada a um conjunto de entidades e locais considerados de valor pela população em geral, essa ideia também se vai diluindo. Mesmo no caso de intervenções em massa em zonas degradadas e abandonadas, o conjunto visual acaba por ficar tão espetacular que se torna um ponto de interesse e de visita e atribui valor a um local. Nos circuitos de arte contemporânea também se vê muito o recurso às técnicas de *street art* e isso ainda lhe eleva mais o nível enquanto expressão artística.

CV: Em que medida a sua linguagem estética se distingue da do universo masculino? Porquê?

AD: Como eu procuro muitas vezes abordar os temas tendo em conta questões de género ou representar mulheres que se distinguem com notoriedade na sua área, posso dizer que nesse aspeto se diferencia. Eu desenvolvo trabalho numa área (banda desenhada) em que os temas que homens e mulheres abordam são semelhantes, mas posso dizer que sou diferente por não abordar tanto temas violentos ou de combate, que são muito característicos nos trabalhos desenvolvidos por homens. A nível de traço, posso dizer que tenho tendência para arredondar ou suavizar mais as formas e as linhas, mas também associo muito isso à minha forte herança académica e ao sentido de perfeccionismo próprio da minha personalidade. A arte masculina tende a ser mais rígida, agressiva e impulsiva a nível de linha e tema, mas, como em tudo, há exceções, claro.

CV: Qual a sua opinião sobre o fenómeno da *Street Art* e o seu recente mediatismo?

AD: Há que festejar o facto de cada vez ser vista com mais valor. Não gosto de ter chegado a um ponto em que fazem coisas ridículas como andar a roubar murais do Banksy para os colocar à venda em museus e galerias, pois mata completamente o propósito e o conceito. Mas infelizmente isso faz parte da tendência para comercializar tudo o que fica "famoso". O mediatismo é importante para espalhar a informação de que não é uma arte de marginais, é um meio de expressão artística como qualquer outro, com a importante adição de ter um impacto visual muito forte e poder servir de veículo a mensagens que chegam diretamente ao público. É importante manter a sua característica original, que é a de ser feita na rua para as pessoas e não a tornar elitista, pois não é essa a sua essência.

Figuras



Figura 1 Campanha “Reciclar o Olhar - Enamorados por Lisboa” (2013). Iniciativa promovida pela Galeria de Arte Urbana. Vidrão intervencionado por Hugo Henriques. Fonte: Galeria de Arte Urbana



Figura 2 Tributo a Carlos Paredes (2015). Intervenção artística da autoria de Odeith no âmbito da primeira edição do projeto “Conversas na Rua”. Autoria: Catarina Valente



Figura 3 Frame do filme “Modern Times” (1936) realizado por Charles Chaplin. Fonte: CNN/Getty Images.



Figura 4 Exposição do Mundo Português (1940). Fonte: Arquivo Municipal de Lisboa / Biblioteca de Arte – Fundação Calouste Gulbenkian / Coleção Estúdio Mário Novais e Horácio Novais.



Figura 5 Intervenção da dupla “Os Gémeos” (2010). Iniciativa promovida pelo projeto “Crono” através da Associação Azáfama Cidadina. Fonte: Jornal Público (versão online) / João Gaspar.



Figura 6 “Enquanto há vida há cobrança” (2014). Intervenção artística da autoria de MaisMenos. Fonte: Página do artista na rede social Facebook.



Figura 7 “Os Explorados Vencerão os Exploradores” (s.d). Mural realizado durante a década de 1980 pelo Centro de Trabalho do Partido Comunista Português da Amadora. Autoria: Catarina Valente.



Figura 8 Fotografia da autoria de Conceição Neuparth, que regista um mural do pós-25 de Abril, localizado em Lisboa. Esta fotografia consta do acervo online da Colecção Maria da Conceição Neuparth, cedida ao Centro de Documentação 25 de Abril da Universidade de Coimbra.



Figura 9 Mural da autoria de Banksy (2012), localizado na cidade de Bristol. Fonte: The Telegraph (online version) / Adam Gray / SWNS.com.



Figura 10 “Ó Pátria sente-se atroz” (2012). Intervenção artística de Miguel Januário na cidade de Guimarães. Fonte: Jornal Público / Miguel Januário.



Figura 11 “Porto Alegre precisa de mais”. Intervenção artística da autoria do projeto “Shoot the shit” na cidade de Porto Alegre, Brasil, em 2011. Fonte: Página oficial do projeto “Shoot the shit”.



Figura 12 Mural realizado no âmbito da iniciativa “40 Anos, 40 Murais”, localizado em Alcântara, entretanto removido. Autoria: Catarina Valente.



Figura 13 “Marionetas de Merkel” (2012). Mural da autoria de NoMen, Slap, Exas e Kurtz, localizado nas Amoreiras. Autoria: Catarina Valente.

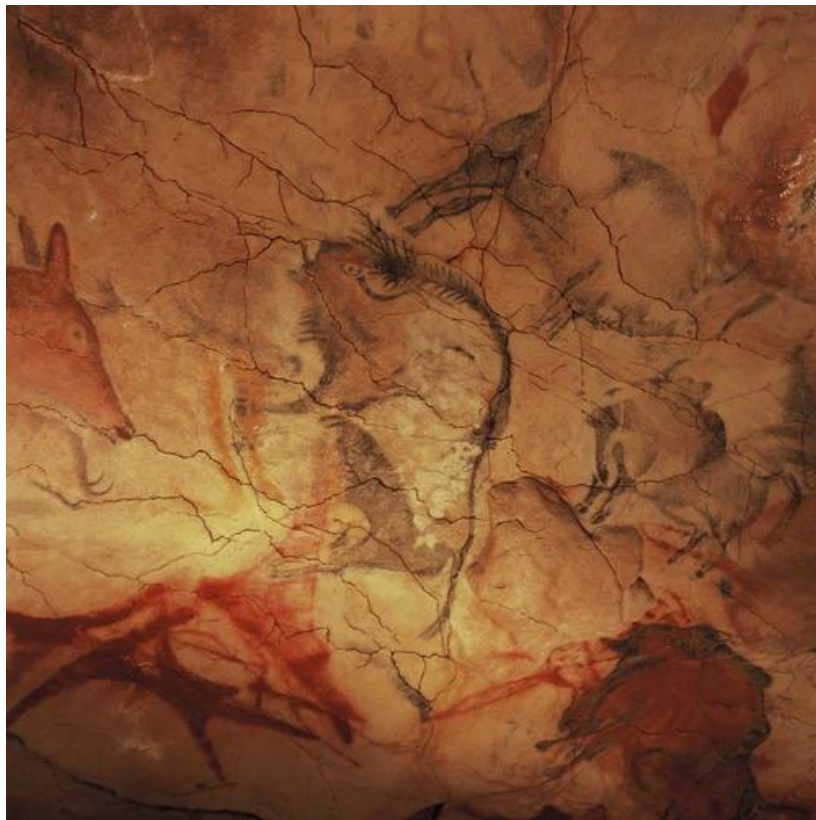


Figura 14 Gravura intitulada “Bisão Ferido”, localizada na caverna de Altamira, Espanha. Fonte: UNESCO (plataforma online) / Yvon Fruneau



Figura 15 grafito situado em Pompeia, Itália. A inscrição apresenta um apelo ao voto de dois candidatos ao senado, M. Cerrinius Vatia e A. Trebius Valente. Fonte: Pompeii Ruins: guide to the ancient city.



Figura 16 Fotografia do hall of fame no muro de Campolide. Fonte: Jornal Público



Figura 17 Cornbread's Hall of Fame (s.d). Hall of fame localizado na cidade de Nova Iorque, Estados Unidos da América. Fonte: New York Daily News / Anthony Lanzilote.

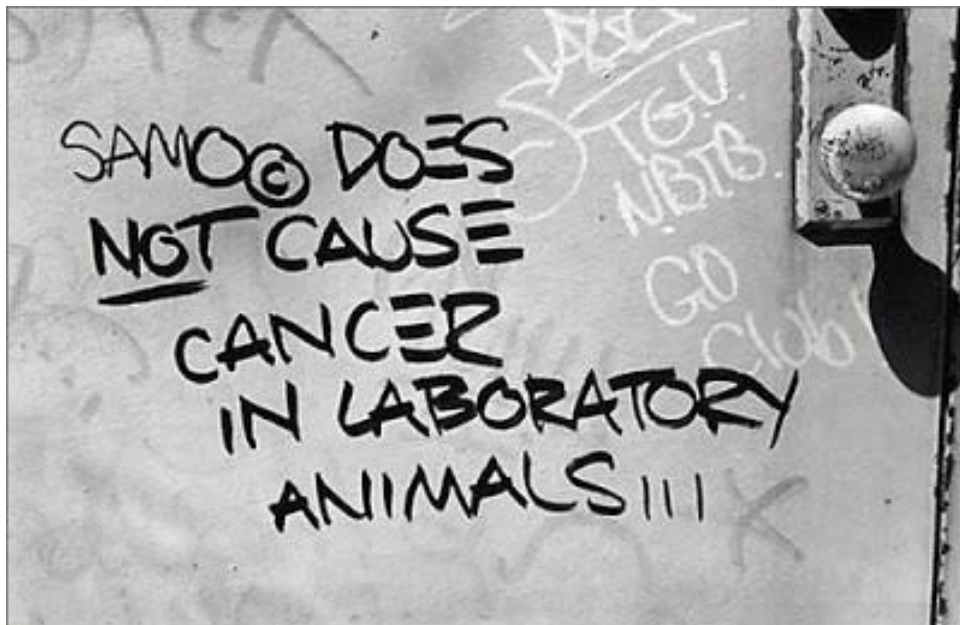


Figura 18 SAMO does not cause cancer in laboratory animals (1979). Tag executado pela dupla SAMO, e localizado em Nova Iorque, Estados Unidos da América. Fonte: Sydney Lammers.



Figura 19 We the Youth (1987). Mural da autoria de Keith Haring realizado com a colaboração da população local em Filadélfia, Estados Unidos da América.



*Figura 20 Fotografia do Muro de Berlim (1986). Destaque para o mural da autoria de Thierry Noir.
Fonte: The Guardian.*



Figura 21 Undiscovered Genius Of The Mississippi Delta (1983). Fotografia da obra da autoria de Jean-Michel Basquiat. Fonte: The Huffington Post



Figura 22 Monsieu A (s.d). Intervenção da autoria de André Saraiva nas ruas de Paris. Fonte: Illustrator's Lounge.



Figura 23 Réalité, Sortie de Secours (1999). Mural em banda desenhada da autoria de Marc-Antoine Mathieu, localizado na cidade de Angoulême, França. Fonte: Angoulême Tourisme.



Figura 24 The Cité Library. Mural da autoria do coletivo Cité Création, localizado na cidade de Lyon, França. Fonte: Página oficial do coletivo Cité Création.



Figura 25 Mural da autoria de Banksy cuja temática é inspirada no filme “Star Wars” (2011). Localizado na cidade de Los Angeles, Estados Unidos da América. Fonte: Prefuse.



Figura 26 Do great things (2015). Mural da autoria de Odeith realizado no âmbito da campanha da marca Microsoft. Fonte: Shifter Portugal.



Figura 27 Fotografia dos carris do metro de Nova Iorque cujo interior e exterior é revestido por graffiti.
Fonte: New York Daily News / Camilo Jose Vergara/AP.



Figura 28 Frame do vídeo musical criado para a canção "Smells like teen spirit" da banda norte-americana Nirvana. Fonte: Youtube.



Figura 29 Frame do vídeo musical criado para a canção “The Loco-motion” da autoria de Kylie Minogue. Fonte: Youtube.



Figura 30 Fotografia do automóvel personalizado pela artista urbana portuguesa Vanessa Teodoro para a marca Citroën. Fonte: The Super Van (Página oficial da artista).

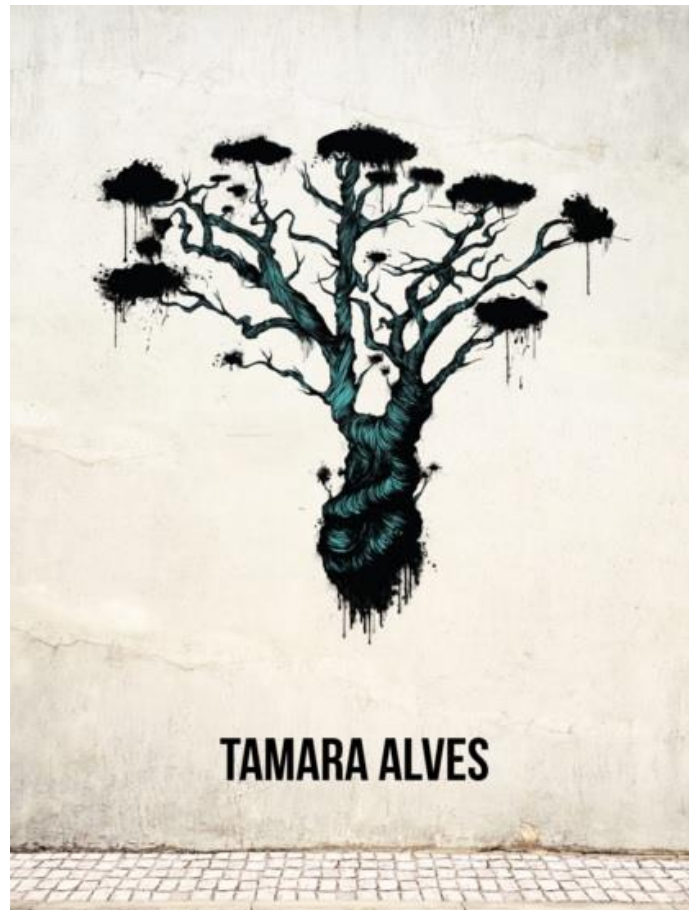


Figura 31 Fotografia da imagem criada pela artista urbana portuguesa Tamara Alves para o merchandising do Festival NOS Alive. Fonte: NOS Alive (Página oficial).



Figura 32 Andre the Giant (s.d). Sticker da autoria de Shepard Fairey colocado num semáforo. Fonte: The Huffington Post.



Figura 33 Fotografia da campanha da marca Louis Vuitton intitulada “Artist Scarves Collection” (2014). Fonte: Hypebeast.

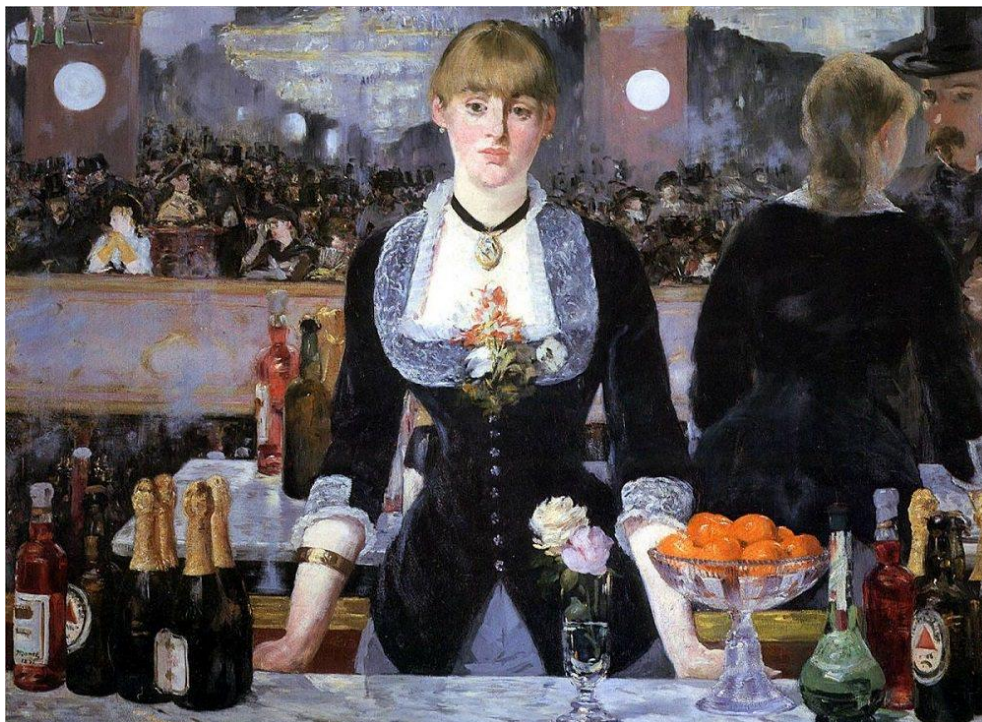


Figura 34 A Bar at the Folies-Bergere (1882). Obra pictórica da autoria de Edouard Manet. Fonte: Manet.org (plataforma dedicada ao pintor).



Figura 35 *Demoiselles d'Avignon* (1907). Obra pictórica da autoria de Pablo Picasso. Fonte: The Museum of Modern Art (MoMA online).



Figura 36 Fotografia de um grupo de jovens da subcultura mod no Reino Unido (1965). Fonte: The Telegraph / Rex.



Figura 37 Fotografia de um grupo de teddy-boys em Clapham Common, Reino Unido (1954). Fonte: *The Edwardian Teddy Boy*.



Figura 38 Fotografia de um grupo de mulheres do movimento “Suffragettes”, durante uma manifestação no Reino Unido (s.d). Fonte: *Getty Images / BBC*.



Figura 39 Fotografia de um grupo de mulheres que integravam o movimento WAF (Women Against Fundamentalism) num protesto junto ao Parlamento britânico (1989). Fonte: Open Democracy.

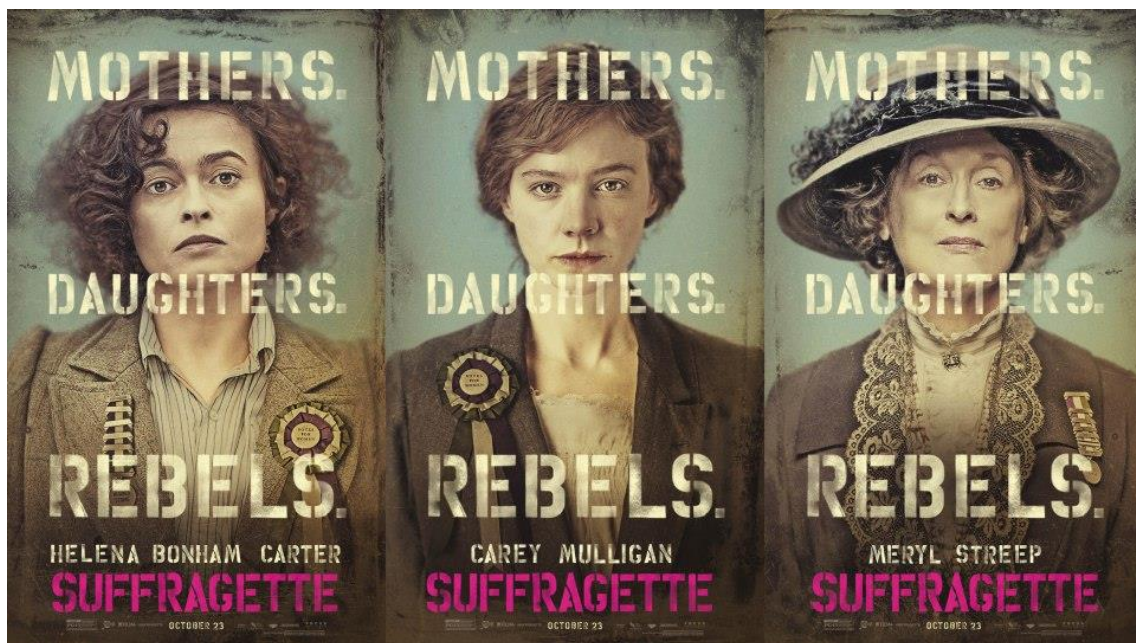


Figura 40 Cartaz promocional do filme "Suffragette" (2015) realizado por Sarah Gavron. Fonte: Award Circuit.com



Figura 41 Bobbi Kelly and Nick Ercoline no Festival Woodstock (1969). Fonte: Smithsonian Magazine / Burk Uzzle.

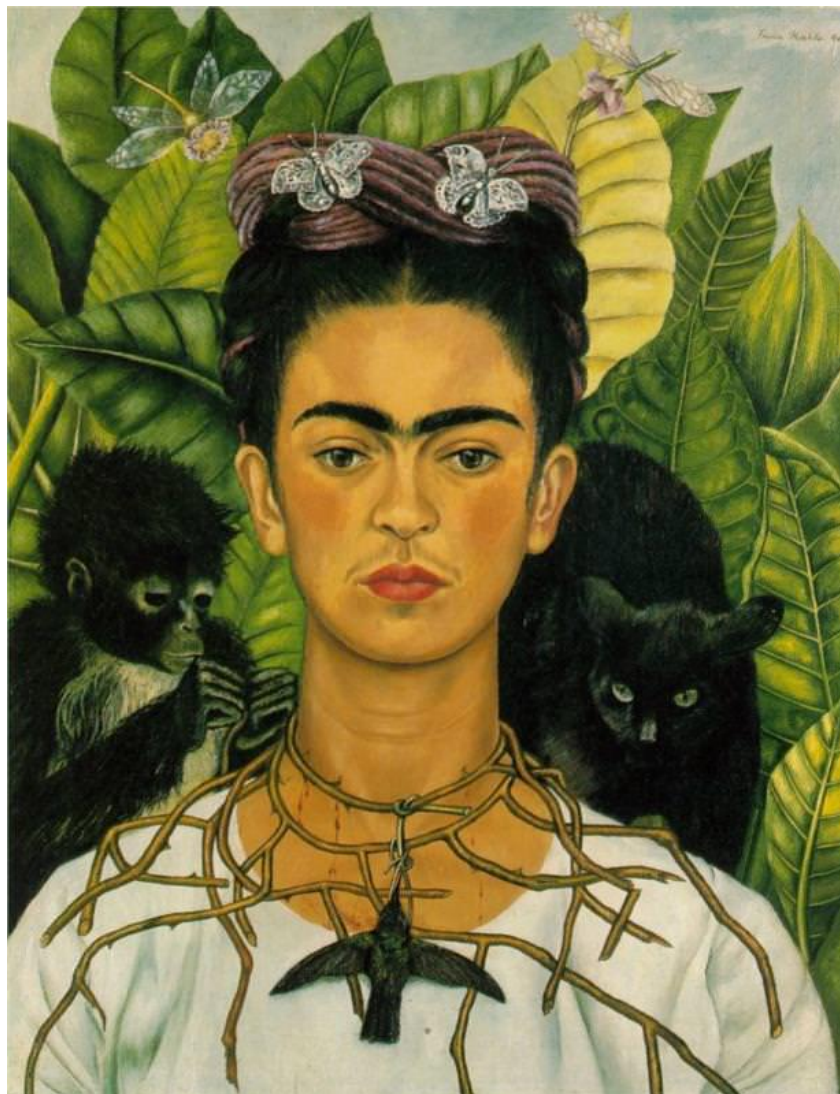


Figura 42 “Self-Portrait with Thorn Necklace and Hummingbird” (1940). Obra pictórica da autoria de Frida Kahlo. Fonte: Frida Kahlo.org



Figura 43 "Tree of Life Series" (1977). Performance artística da autoria de Ana Mendieta. Fonte: The Guardian / Whitney Museum of Art.



Figura 44 "Medusa" (2013). Mural da autoria de Vanessa Teodoro realizado no âmbito do projeto "Muro Azul" promovido pela GAU (Galeria de Arte Urbana). Fonte: The Super Van (página oficial da artista).



Figura 45 Gigantes do Mar (2015). Mural da autoria de Ângela Ferreira (Kruella d'Enfer) realizado com o apoio da Câmara Municipal de Almada. Fonte: Kruelladenfer.com (página oficial da artista).



Figura 46 Cut Piece (1964). Performance artística da autoria de Yoko Ono. Fonte: The Guardian / Minoru Niizuma / Yoko Ono



Figura 47 *The Dinner Party* (1975). Instalação artística da autoria de Judy Chicago no Brooklyn Museum. Fonte: Judychicago.com / Donald Woodman

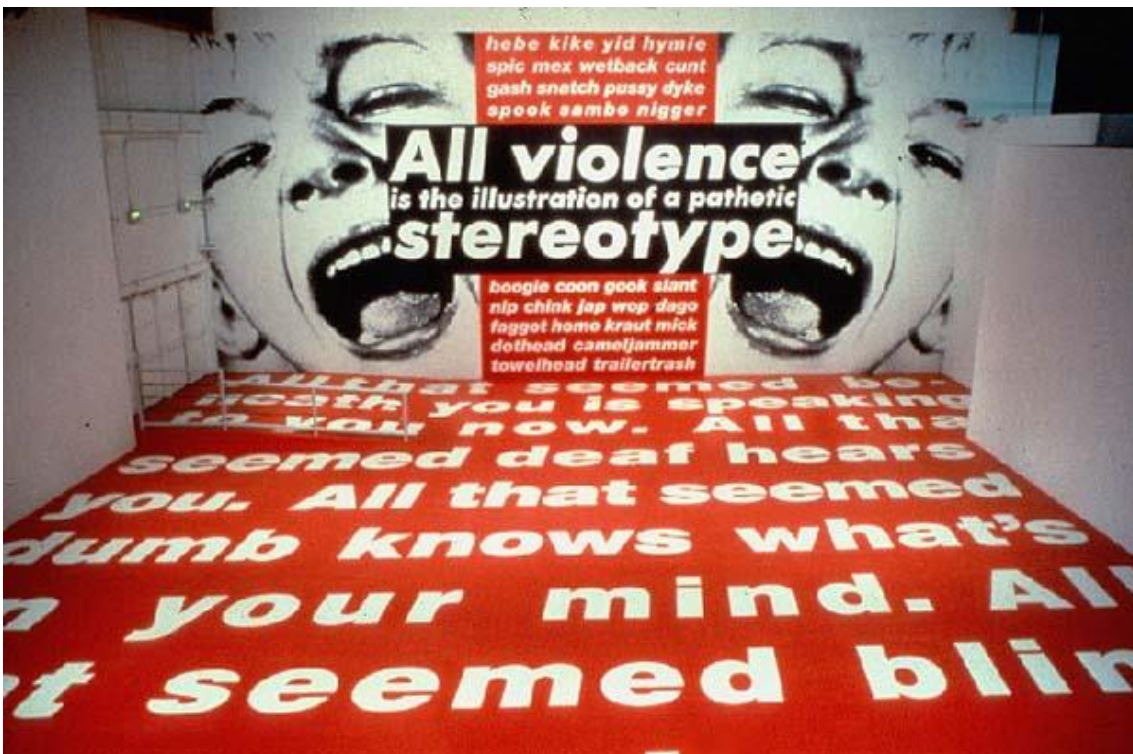


Figura 48 "Barbara Krueger" (1991). Instalação da artista plástica Barbara Krueger na Mary Boone Gallery, Nova Iorque. Fonte: [Art History Archive](http://ArtHistoryArchive.com).



Figura 49 *Do Women have to be naked to get into the Met. Museum?* (1989). *Outdoor* da autoria do coletivo Guerrilla Girls. Fonte: Guerrillagirls.com (página oficial do coletivo).



Figura 50 *"Panamerica"* (1974). Mural da autoria do coletivo "Las Mujeres Muralistas", localizado em São Francisco, Califórnia. Fonte: *LasMujeresmuralistas.com* (página oficial do coletivo).



Figura 51 “The Great Wall of Los Angeles” (1974). Mural que consistiu numa colaboração entre a artista plástica Judy Baca e a comunidade local, localizado em Los Angeles, Califórnia. Fonte: The Huffington Post.



Figura 52 Mural da autoria das ilustradoras Ana Dias e Elsa Pedrosa, no âmbito da primeira edição do projeto “Conversas na Rua”, localizado na Casa Roque Gameiro, Amadora. Autoria: Catarina Valente.



Figura 53 Intervenção de Lady Pink num comboio em Nova Iorque (1983). Fonte: National Endowment for the Arts / Lady Pink.



Figura 54 Mural da autoria de Miss Van em colaboração com o artista urbano CiroSchu, localizado na cidade de Toulouse, França (2014). Fonte: The Huffington Post.



Figura 55 Mural da autoria de Shamsia Hassani, localizado em Cabul, Afeganistão (2014). Fonte: *The Huffington Post*.

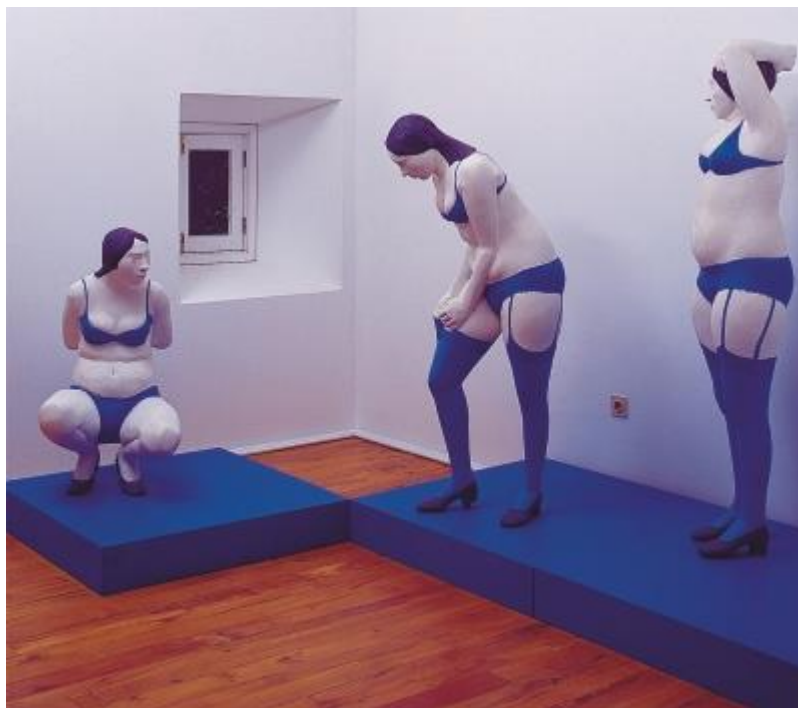


Figura 56 “A Menina Maria Amélia que vive na Rua do Almada” (1968) da autoria de Clara Menéres. Fonte: *Museu Municipal Amadeo de Souza Cardoso*.

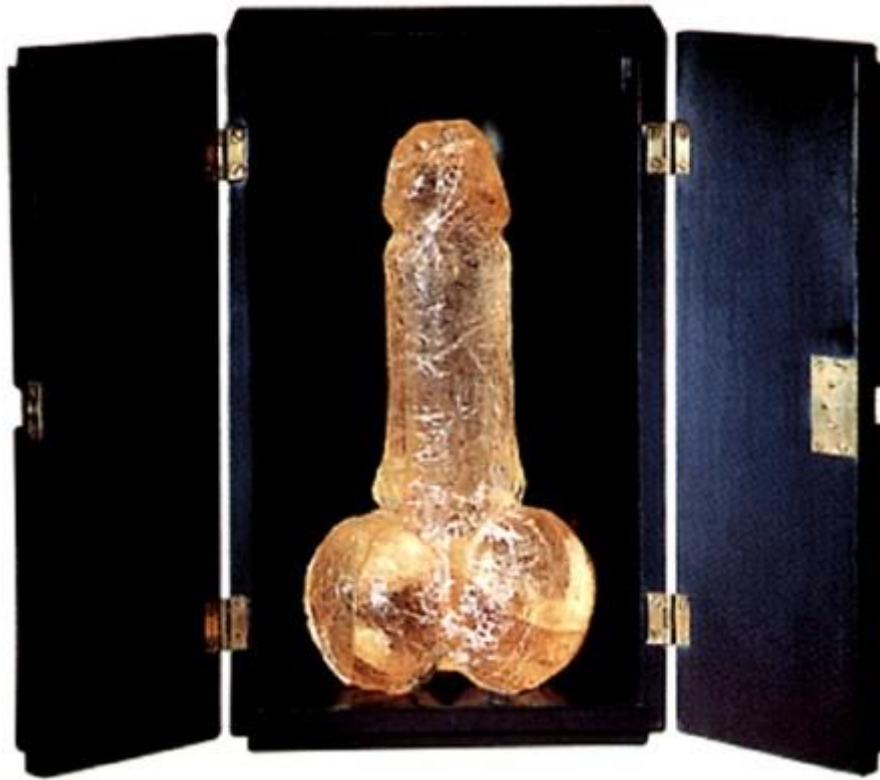


Figura 57 “Relicário” (1969) da autoria de Clara Menéres. Fonte: Academia.edu.



Figura 58 Mural da autoria de Ana Dias e Elsa Pedrosa realizado no âmbito da primeira edição do projeto “Conversas na Rua” (2015). Autoria: Catarina Valente.



Figura 59 Mural da autoria de Murta e Uivo no âmbito da edição de 2014 da Mostral Anual de Arte Urbana promovida pela Galeria de Arte Urbana, na Calçada da Glória, Lisboa. Fonte: José Vicente / DPC / CML.



Figura 60 "O Virar da Página" (2015). Mural da autoria de Glam realizado no âmbito das comemorações do 25 de Abril na cidade da Amadora . Autoria: Catarina Valente.



Figura 61 *You Got Me* (2015). Peça da autoria de Kruella d'Enfer que apresenta a recrição de uma obra clássica inspirada na música "You Got Me" da banda The Roots em colaboração com a cantora. Erykah Badu.



Figura 62 "My outfit is not an invitation" (2013). Mural da autoria de Tatyana Fazlalizadeh, localizado em Filadélfia, Estados Unidos da América. Fonte: <http://tlynnfaz.com/> (página oficial da artista).