

UNIVERSIDADE DE LISBOA
FACULDADE DE BELAS-ARTES



GRAFFITI E STREET ART
VERDADE LÚCIDA E DOGMA CONVENIENTE

Miguel Alexandre Pires de Noronha

Dissertação

Mestrado em Desenho

Dissertação orientada pelo
Professor Doutor António Pedro Ferreira Marques

2017

DECLARAÇÃO DE AUTORIA

Eu, Miguel Alexandre Pires de Noronha, declaro que a presente dissertação de mestrado intitulada “Graffiti e Street Art: verdade lúcida e dogma conveniente”, é o resultado da minha investigação pessoal e independente. O conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas na bibliografia ou outras listagens de fontes documentais, tal como todas as citações diretas ou indiretas têm devida indicação ao longo do trabalho segundo as normas académicas.

[assinatura]

Lisboa, 25 de setembro de 2017.

RESUMO

Desde há algumas décadas temos presenciado um fenómeno artístico à escala global, particularmente evidente à entrada deste milénio, que se caracteriza por intervenções em ambiente urbano, de índole legal e ilegal, com recurso a diversas técnicas e materiais, em que predominam o desenho e a pintura. A ele estão associados conceitos que o procuram definir, tais como Graffiti, Street Art, Arte Urbana, entre outros, e uma narrativa recorrente, já institucionalizada e porventura mistificadora, que apresenta essas intervenções como tendo sido realizadas com espírito de rebeldia, coragem e transgressão. Entretanto, um conjunto de instituições, públicas e privadas, têm patrocinado eventos cuja centralidade reside precisamente na chamada Arte Urbana, ou Street Art ou Graffiti, evocando a sua suposta intenção crítica e natureza transformadora de realidades políticas e sociais. Neste contexto, parece existir uma aceitação geral e fascinada da imagem dos artistas urbanos como rebeldes corajosos que revolucionam o mundo da arte. Contudo, se a transgressão, na sua génese, afirma-se como uma ação marginal, parece impossível que ela seja coletivamente idolatrada, institucionalmente incorporada, quando sabemos que o papel da institucionalização é precisamente o de esvaziar o carácter único dos acontecimentos, tornando-os modelos integrados numa mecânica social padronizada, copiada e repetitiva. Assim, o modo obediente de contar a história das expressões artísticas desobedientes, afigura-se em si próprio denunciador do embuste em que se tornou a revolução autorizada, com hora e lugar predefinidos, protagonizada pelo writer, street artist ou artista urbano que é apresentado como criminoso heroico sob os holofotes, mas cuja identidade todos conhecem e fazem de conta que é clandestino e transgressor. Não faz sentido a subserviência à atual narrativa histórica do Graffiti, concebida com uma exagerada centralidade nos EUA, especialmente em Nova Iorque, e que nos leva a esquecer os vários momentos históricos anteriores ao surgimento oficial do Graffiti como hoje é apresentado. É inexato desprezarmos particularidades locais, ao nível português, certamente ricas em detalhes únicos e decisivos na construção da nossa própria identidade no seio da Street Art contemporânea, que se afastam daquele modelo. Estamos convictos de que é preciso enfrentar criticamente as certezas que se vão assumindo como inquestionáveis, recusando como verdades absolutas versões redutoras da história da Arte Urbana. Com este estudo é nosso propósito verificar a pertinência do discurso dominante, desvendando os interesses que o sustentam. Focar-nos-emos em conceitos, técnicas e factos históricos, com vista à compreensão e desmistificação da intencionalidade do desenho no espaço público no quadro deste fenómeno artístico, contribuindo para que a verdade lúcida se oponha ao dogma conveniente.

palavras-chave: graffiti; street art; postgraffiti; arte urbana; obediência; transgressão.

ABSTRACT

For the last decades we have witnessed an artistic phenomenon on a global scale, which is particularly evident since the beginning of this millennium. It is characterized by interventions in urban environment, whether legal or illegal, using a variety of techniques and materials, predominantly in the fields of drawing and painting. A myriad of concepts, such as 'graffiti' and 'street art' among others, have been used in an attempt to define this phenomenon. These concepts are part of an already institutionalized and perhaps mystified narrative that presents these interventions as having been carried out in a spirit of rebellion, courage and transgression. However, a number of public and private institutions have sponsored events whose centrality resides precisely in so-called street art or graffiti, evoking their supposed critical intent and revolutionary potential in terms of political and social realities. In this context, there seems to be a general and fascinated acceptance of the image of urban artists as brave rebels who revolutionize the art world. However, if transgression is a marginal action in its nature, it seems impossible for it to become institutionally incorporated, since we know that the role of institutionalization is precisely to empty the unique character of events, presenting them as models for social behavior, turning them into integrated, standardized and repetitive practices. Thus, the obedient way of telling the story of disobedient artistic expressions is a hoax in which the authorized revolution, with a predetermined time and place, has been carried out by the writers, street artists or urban artists who are idolized as heroic criminals under the spotlight, but whose identity everyone knows, though pretending it's clandestine and transgressive. The subservience to the current historical narrative of graffiti, conceived with an exaggerated centrality in the USA, especially in New York, does not make sense. It leads us to forget the several historical moments before the official emergence of graffiti as it is presented today. It is inaccurate to overlook local particularities at the portuguese level, certainly rich in unique and decisive details, that form our own identity within contemporary street art, which deviate from that model. We are convinced that it is necessary to face critically the certainties that have been assumed as unquestionable, rejecting as absolute truths the reductive versions of the history of urban art. With this study we intend to verify the pertinence of the dominant discourse, unveiling the interests that support it. We will focus on concepts, techniques and historical facts, in a view that allows us to understand and demystify the intentionality of drawing in the public space within the framework of this artistic phenomenon. Our main goal is bringing up to light the lucid truths that oppose the convenient dogma.

Keywords: graffiti; street art; postgraffiti; urban art; obedience; transgression.

AGRADECIMENTOS

Estou profunda e especialmente grato aos meus Pais, Fernando Noronha e Maria Helena Vieira Pires de Noronha, ao meu orientador Professor Doutor António Pedro, à minha esposa Eugénia Palma e à minha filha Estrela Noronha. Estas pessoas queridas e importantes na minha vida, foram todas essenciais, cada uma à sua maneira, para que este trabalho se tenha desenvolvido até aqui. Sem elas nada teria acontecido. Muito obrigado.

Agradeço também a amizade imprescindível da Dra. Margarida Simão, Dra. Hirondina Varela, Marco Peralta, Nuno Domingues, Raquel Pedro, Rute Barata, Diana Sousa, Telmo Alcobia, Bárbara Videira, Glória Diógenes, Carla Gonçalves, Mário Sirgado e da minha sobrinha preciosa Sofia Helena Noronha.

ÍNDICE

INTRODUÇÃO.....	1
1. CONCEITOS.....	5
1.1. Espaço Público.....	5
1.1.1. Arte Pública (<i>Public Art</i>).....	6
1.1.2. Arte Imersiva (<i>Immersive Art</i>).....	8
1.2. Cultura de Rua (<i>Street Culture</i>).....	9
1.3. Graffiti.....	13
1.3.1. Etimologia.....	13
1.3.2. A falsa origem.....	14
1.3.3. Transgressão.....	17
1.4. Graffiti como desenho de letras e assinaturas.....	19
1.4.1. Writer.....	23
1.4.2. Tag.....	24
1.4.2.1. Tagar (<i>to tag</i>).....	25
1.4.2.2. Tagger.....	25
1.4.3. Lettering.....	26
1.4.4. Piece.....	27
1.4.5. Throwup ou throwie.....	29
1.4.6. Bombar ou fazer bombing (<i>to bomb</i>).....	30
1.4.7. Crossar (<i>to cross</i>).....	31
1.4.8. Crew.....	31
1.4.9. Hip Hop.....	32
1.5. Scratchiti.....	36
1.6. Calligraffiti.....	38
1.6.1. Calligraffiti como lettering vendável.....	41
1.7. Outsider Graffiti ou <i>Underclass Outsider Art</i>	43
1.7.1. Latrinalia ou <i>Restroom Graffiti</i>	45
1.8. Postgraffiti ou Post-Graffiti.....	46
1.9. Street Art.....	48
1.9.1. Street Artist.....	53
1.9.1.1. Street artists por conveniência.....	58
1.10. Arte Urbana.....	59
1.11. <i>Urban Art</i>	63

2. TÉCNICAS.....	65
2.1. Graffiti.....	66
2.1.1. Marcadores.....	66
2.1.2. Tintas (aerossóis e plástica).....	67
2.1.3. Autocolantes (ou stickers).....	70
2.2. Street Art.....	71
2.2.1. Colagens.....	71
2.2.2. Estêncil (ou Stencil).....	75
3. CONTEÚDOS.....	79
3.1. Ideologia.....	79
3.1.1. Pressupostos.....	79
3.1.2. Definição.....	81
3.1.3. Ideologia positiva e dominação.....	82
3.1.4. Distintas formas de ideologia.....	83
3.1.5. Ideologia imagética.....	84
3.2. Nomen no muro das Amoreiras.....	85
3.2.1. Contexto.....	86
3.2.1.1. Os factos.....	86
3.2.1.2. A narrativa em torno dos factos.....	88
3.2.2. Ideologia imagética crítica?.....	89
4. DOMESTICAÇÃO DO GRAFFITI.....	91
4.1. Bairro Alto.....	91
4.1.1. Cultura urbana, boémia e criativa.....	91
4.1.2. De Barcelona para Lisboa.....	93
4.1.3. História apagada e não documentada.....	94
4.2. Galeria de Arte Urbana (GAU).....	96
4.2.1. 2008.....	96
4.2.2. 2009.....	97
4.2.3. Até aos dias de hoje.....	98
4.2.4. Influência nacional.....	99
4.3. Paredes limpas e gentrificação.....	100
4.3.1. Gentrificação: habitacional e turística.....	100
4.3.2. Exclusão social.....	101
4.4. Fera enjaulada.....	102
4.5. Narrativa dominante e conhecimento crítico.....	107

CONCLUSÃO.....	113
REFERÊNCIAS.....	119
Bibliografia.....	119
Webgrafia.....	125
ÍNDICE DE FIGURAS.....	127

INTRODUÇÃO

O espaço público desde sempre tem sido um lugar de poder, de disputas simbólicas e materiais, de contradições. Tendo o espaço público como palco, vimos assistindo nas últimas décadas, com singular intensidade deste o princípio do milénio, ao advento de um fenómeno de alcance mundial, considerado por quase todos os autores que pesquisamos como um movimento artístico de dimensão planetária. Porventura até, o primeiro na história da Humanidade com este grau de grandeza. Alguns chamam-no de Street Art, outros de Graffiti, sendo que em Portugal também se utiliza bastante a designação Arte Urbana.

1. Ambiguidades conceptuais

Graffiti, Street Art e Arte Urbana são efetivamente três conceitos-chave, absolutamente incontornáveis porque são recorrentes, os mais citados nos livros, jornais, televisões e demais meios noticiosos, panfletos e cartazes, catálogos de exposições, fóruns cibernéticos de discussão e redes sociais, etiquetas em imagens da internet e *hashtags*, sites da especialidade, fotografias, vídeos e filmografia específica. Estão constantemente nas declarações dos próprios artistas, curadores de exposições, empresas patrocinadoras de eventos, responsáveis autárquicos, académicos, repetem-se na voz de curiosos, jornalistas e públicos fruidores. Estudá-los é um imperativo.

Era de esperar que estes conceitos fossem tantas vezes repetidos precisamente por possuírem um inegável poder de esclarecimento. Paradoxalmente, não é assim. Podem ser invocados com o intuito de designar as mais variadas intervenções, seja na sua forma, conteúdo ou intenções. Quando estes conceitos são empregues, não há uma verdadeira reflexão sobre o que significam.

É interessante verificar que as notícias sobre o tema, bem como acontecimentos tais como festivais ou mesmo livros e publicações específicas, partem do princípio de que o entendimento sobre estes conceitos é unânime, mesmo que o não seja. As peças jornalísticas são onde se constata, a um ritmo diário, esta contradição discursiva. Frequentemente começa-se por reportar um acontecimento com a palavra “Graffiti” e termina-se com “Arte Urbana”, pelo meio fazendo-se ainda uso de outros conceitos escorregadios¹.

Inclusive em trabalhos académicos recentes, temos constatado uma série de imprecisões no plano conceptual e factual que escamoteiam verdades históricas e nebulam a perceção legítima da realidade. Por exemplo, no tocante aos protagonistas desses eventos, é comum reverenciarem-se

¹ Por exemplo, em 2011 um determinado evento, *Walk & Talk Açores*, foi referido como se de Street Art se tratasse. Mais tarde, em 2016, o evento, que na sua essência permanece igual, já é introduzido em noticiários como Arte Pública. Também o *Wool Festival da Covilhã*, usualmente apresentado no âmbito da Arte Urbana, já foi mencionado como Graffiti e Street Art.

nomes de artistas que, em bom rigor, nunca fizeram Graffiti nem atuaram na rua (menos ainda ilegalmente) até serem contratados como “artistas urbanos”, até aparecerem como pintores de murais comerciais.

2. Empobrecedora narrativa dominante

Em meio à confusão conceptual, chamamos a atenção para a existência de uma narrativa dominante que é empobrecedora do debate e da reflexão.

Dessa narrativa, sobre a qual refletiremos, destacamos algumas afirmações:

- a) o Graffiti sempre existiu, porque já na pré-história havia pinturas rupestres.
- b) O Graffiti norte-americano nasceu com o Hip Hop.
- c) O Graffiti é marginal à sociedade e desafia os bons costumes.
- d) Street Art tanto designa intervenções de carácter ilegal quanto legal.
- e) Arte Urbana é pintura mural.
- f) A pintura de murais promove mudanças estéticas de grande impacto no ambiente urbano, acrescentando melhorias democraticamente participadas, alicerçando a inclusão e a coesão social.
- g) O artista urbano é jovem e irreverente, e, se hoje pinta murais legalizados, é porque em algum momento já fez Graffiti ilegal.
- h) É possível classificarem-se como artistas urbanos os executantes de Graffiti, e tipicamente são indivíduos que provêm de bairros populares, por vezes economicamente mais desfavorecidos.
- i) Arte Pública, por sua vez, permanece associada à estatuária oficial, aos bustos de personalidades históricas colocados em praças, aos monumentos ou às esculturas em rotundas.

O nosso ponto de partida é este senso comum, este discurso vulgar e cansado, mistificador de uma realidade bastante mais múltipla e rica. Sem um olhar crítico, corremos o risco de nos resignarmos ao desconhecimento, sem bem estarmos cónscios disso, porque vamos aceitando tomar como nossas, proposições alheias.

Se numa sociedade as classes sociais inferiores tendem a identificar-se ideologicamente com as classes dominantes, buscando interiorizar os mesmos ideais, copiar-lhes os costumes, assumindo como seus, padrões, ídolos e referências pertencentes a outros, na hierarquia entre as nações de todo o mundo verifica-se o mesmo fenómeno. É assim que, quer no lado concreto quer no da construção simbólica, imperam os modelos de Graffiti e Street Art com centralidade nos Estados Unidos da América e nos países mais poderosos da Europa. A narrativa que mundialmente predomina, e que em Portugal tomamos como nossa, remete para práticas, técnicas, factos históricos e protagonistas transnacionais. Isso obscurece o entendimento e a sistematização das nossas próprias originalidades.

Infelizmente, ao longo das nossas reflexões ver-nos-emos obrigados a discorrer, bastante mais do que gostaríamos, sobre referências apresentadas pela narrativa dominante. Tal deve-se a dois fatores. O primeiro prende-se com a justa evidência de que o tema das inscrições no espaço público regressou nas últimas décadas por força do Graffiti de assinatura, com origem norte-americana. O segundo é determinado pelo facto de que só podemos avaliar criticamente um ponto de vista se o percebermos bem. Aqueles marcos da narrativa dominante que porventura justifiquem uma desmontagem crítica, exigem o domínio rigoroso dessa mesma narrativa.

3. Método de trabalho

São estas duas circunstâncias (confusão conceptual e empobrecedor discurso dominante) que nos motivam a desenvolver o trabalho de pesquisa que constitui esta dissertação. Ao longo deste trabalho procuraremos elucidar conceitos, desmistificando essa narrativa vulgar, institucionalizada, a mais comum, que, ao desejar nomear e explicar a realidade, acaba por dar-lhe um sentido dúbio, legitimando interesses e processos ocultos.

Centraremos a nossa atenção no espaço público, refletindo sobre a arte que ali acontece, destacadamente a “não encomendada”, igualmente apodada de “não autorizada” ou “ilegal”. Nas ruas coexistem diversas disciplinas artísticas (teatro, dança, performances, inclusive cinema), mas nós delimitaremos o nosso objeto de estudo às artes plásticas, muito particularmente àquelas tidas como integrantes do Graffiti e da Street Art, como sejam a pintura e o desenho.

Adotamos o método de análise qualitativa, na ótica do conhecimento crítico, recolhendo informação iconográfica, bibliográfica e documentos disponíveis na internet com relevância científica. O trabalho implica o exame de conceitos, técnicas e factos históricos para a obtenção de resultados que conduzam a uma conclusão esclarecedora sobre a intencionalidade do desenho no espaço citadino.

4. Sistematização desta dissertação

O primeiro capítulo da nossa pesquisa é o mais extenso precisamente devido a esta exigência. A necessidade de dominarmos, profunda e rigorosamente, o território conceptual em questão forçou-nos à consulta exaustiva de uma bibliografia farta e especializada. Fez-se inevitável começarmos pelo aprofundamento descritivo e histórico do desenho não autorizado no espaço público, no contexto do Graffiti e da Street Art, numa perspetiva crítica destes conceitos e dos demais que lhes são adjacentes, tais como os de Arte Pública, Arte Urbana e outros.

O segundo capítulo visou esmiuçar o modo como os conceitos ganham corpo na prática, inteirando-nos das técnicas predominantes que servem de veículo para os modos de expressão no espaço público.

O terceiro capítulo reflete sobre os conteúdos ideológicos que conferem consistência discursiva à forma visual do Graffiti e da Street Art. Analisaremos o caso particular de um mural português que alcançou visibilidade internacional. A sua concretização não foi encomendada, mas tampouco foi proibida. Diríamos que a sua presença naquela parede foi, no mínimo, consentida. Para além da genuína pertinência deste desenho, acresce que ele é demonstrativo das ambiguidades que circundam a chamada Arte Urbana no nosso país. O seu autor, o artista Nomen, com origens autênticas na produção do Graffiti de rua enquanto prática não autorizada, desde há vários anos trabalha como pintor profissional de murais institucionalizados, já bem distantes do universo do Graffiti ilegal. Ele é, provavelmente, o mais ubíquo nesta função remunerada. Este exemplo, pois, cruza dois mundos ideológicos: a memória do Graffiti independente com a produção encomendada.

O quarto capítulo é dedicado ao instante em que, no Bairro Alto, em Lisboa, foi criada a GAU, Galeria de Arte Urbana. Este capítulo surgiu na sequência de compreensões entretanto adquiridas ao longo dos capítulos precedentes. Tornou-se evidente que a GAU merecia uma apreciação diferenciada. Nascida em 2008, ela tem influído de modo categórico na evolução dos conceitos de Street Art, Graffiti e Arte Urbana. Essa influência é absoluta nos modos de fazer e de nomear o desenho contemporâneo no espaço público, não apenas na capital, mas em todo o país. O objetivo de desvendar e superar as inúmeras ambiguidades conceptuais entre a pureza inicial do conceito de Arte Urbana e o processo degenerativo que está associado à sua institucionalização, requer uma atenção especial à GAU e à conjuntura em que floresceu.

Pois se, não obstante as contradições entre múltiplos autores, o estado da arte a nível mundial tem sido amplamente estudado e a esse respeito a literatura já é abundante, pelo contrário a realidade histórica portuguesa encontra-se desprezada, ainda subsidiária de relatos internacionalizados ou de uma simplificada revisitação da Arte Pública sob a forma de muralismo. É neste sentido que esperamos contribuir, modesta mas decididamente, para a sistematização de conhecimentos que favoreçam o entendimento da realidade em Portugal.

Todos nós somos agentes dinâmicos de uma história que nos pertence, mas que não compreendemos totalmente. É em busca desse conhecimento que avançamos para as próximas páginas.

1. CONCEITOS

Ao longo da nossa pesquisa muito serão os conceitos apontados. Caso a caso, defini-los-emos oportunamente. Para já, arrancamos com os mais prementes, em cuja clarificação assenta o prosseguimento do nosso estudo.

A bibliografia mais relevante sobre este tema, e por isso a mais consultada, está escrita em inglês. Deste modo, os conceitos que encontramos e exibimos a seguir aparecem maioritariamente nesse idioma. Nos casos em que for possível, introduziremos desde logo uma sugestão de tradução, procurando contribuir com pistas para uma possível e coerente listagem de designações em português².

1.1. Espaço Público

A definição de “espaço público” resulta da relação dialética entre a forma de conceber a cidade e a utilização que lhe é efetivamente dada. Agustín Cocola Gant (2016) alerta-nos para a dicotomia entre valor de uso e valor de troca, sublinhando que o valor de uso de um espaço urbano depende da sua capacidade de satisfazer o anseio de habitar e viver na cidade, ao passo que o valor de troca desse mesmo espaço já não se foca nas necessidades humanas e sim nas do capital, na incessante busca de



Figura 1: estênceis de cães no Estoril

² Serão redigidos em itálico e no seu idioma original os termos que encontram uma tradução sinonímica direta em português, como é o caso de *Public Art* [Arte Pública], *Immersive Art* [Arte Imersiva], *Street Culture* [Cultura de Rua], ou aqueles que não podem ser literalmente traduzidos: *to tag*, *to bomb*, *to cross*, *Underclass Outsider Art*, *Restroom Graffiti* e *Urban Art*. Contrariamente, termos estrangeiros amplamente usados e já incorporados na nossa língua, na qual encontram uma significação autónoma e cuja tradução é dispensável ou impossível, não aparecerão em itálico: Street Art, street artist, Graffiti, writer, tag, tagar, tagger, lettering, piece, throwup, throwie, [fazer] bombing, crew, Hip Hop, rap, breakdance, Scratchiti, Calligrafitti, Outsider Graffiti, PostGraffiti, stencil, sticker, poster, cutout (ou cut-out).

mais-valias imobiliárias que transformam a cidade numa mercadoria em si mesma.

O antagonismo entre valor de uso e valor de troca encontra correspondência nas noções de, respetivamente, “espaço vivido” e “espaço abstrato” propostas por Henri Lefebvre e que Gant vem invocar. Neste sentido, o espaço abstrato deriva da mente dos planificadores, que atribuem ao espaço público valor quantitativo em função dos rendimentos que podem gerar em termos de mercado. Por oposição, o espaço vivido funda-se no uso quotidiano pelas pessoas e benefícios partilhados em que as relações sociais não são mediadas pelo dinheiro e o objetivo é a convivência entre iguais.

A conceção de “espaço abstrato” é verticalmente imposta, muitas vezes obrigando a uma visão de espaço público contrária aos interesses das populações. Ela promove a exclusão dos cidadãos economicamente mais desprotegidos, ao tornar o usufruto da urbe dependente do nível sócio-económico. Os lugares de encontro e convívio são convertidos em espaços de consumo. Dá-se a expulsão dos moradores com menos recursos, instalam-se praças de cimento sem espaços verdes, baratas na construção e na manutenção, sem flores para regar e fáceis de limpar, sem bancos de jardim nem fontes de água potável. A utilização do município fica obrigada à compra de produtos nos bares, restaurantes, lojas e demais estabelecimentos comerciais. Constroem-se estacionamento subterrâneos destinados a clientes e não a cidadãos.

O espaço público, enquanto “espaço vivido”, concebe uma cidade comum a todos, avessa à lógica mercantil, sem restrições de estratos sociais. Aceita “a vida na rua, reuniões na praça ou o ócio ao ar livre sem a obrigação de consumir”. É o lugar urbano “onde os habitantes se podem sentar debaixo de uma árvore e conversar com os vizinhos” em interações democráticas “não mediadas pelo dinheiro”:

O que faz público um espaço, não é a sua conceção como um lugar ao ar livre mas sim que os cidadãos se apropriem dele e gerem lugares de encontro e convivência. Um espaço público que possa dar lugar a relações estáveis entre indivíduos e que, conseqüentemente, gere laços sociais duradouros e redes de solidariedade. (Gant, 2016: 54)

O espaço público é assim entendido como "espaço social partilhado" [*shared social space*] (Ross, 2016), ou seja, potencialmente acessível a todos.

1.1.1. Arte Pública (*Public Art*)

Não sendo este um conceito central nas nossas reflexões, importa refletir sobre ele por causa da sua relação com o espaço público, enquanto arte encomendada, em confronto com o objeto central do nosso estudo, os conceitos de Street Art e Graffiti, presumivelmente referentes a projetos não encomendados.

Arte Pública comporta uma definição que ainda não conquistou unanimidade, sendo todavia aceite que o seu embrião remete-nos para a Europa da segunda metade do século XIX. Provavelmente terá sido utilizado pela primeira vez em 1892 (Abreu, 2015: 20). As suas expressões já contemplaram diversas áreas disciplinares (teatro, dança, performance,...) mas hoje incide predominantemente na arquitetura e artes plásticas (muralismo, pintura, escultura, estatuária oficial, etc.) (Elias, 2010; Waclawek, 2011; Abreu, 2015).

A Arte Pública surge tradicionalmente vinculada às iniciativas oficiais das administrações públicas como arte encomendada (Waclawek, 2008, 2011: 65-66; Elias, 2010). Escreve Pedro Soares Neves (CML/DPC, 2009): “Arte Pública é necessariamente consentida, adjudicada, servindo os interesses de quem a encomenda”. Em inglês, Ulrich Blanché (2016: 17) guarda o mesmo entendimento: “Public Art is sanctioned art for the public”³. Compreende-se, portanto, que os primeiros congressos de Arte Pública com participação internacional, organizados entre 1898 e 1910 na Bélgica e na França, em razão da sua importância, “reuniram um grande número de representações oficiais, as quais compreenderam destacadas figuras dos governos de países da Europa, da América do Norte e do Sul, e Ásia, entre os quais se encontrava uma representação oficial do Município de Madrid, assim como de dezenas de Câmaras Municipais, entre as quais as de Lisboa e de Coimbra” (Abreu, 2015: 22). Para os poderes instituídos, ajusta-se ao controle simbólico e efetivo do uso estético-político da cidade.

A problemática conceptual e as contradições que gravitam em torno da noção de Arte Pública são as mesmas que rodeiam a de espaço público que vimos anteriormente. É legítimo questionar se as obras decididas pelos órgãos administrativos resultam de decisões políticas e económicas verticalmente impostas ou, ao contrário, exprimem os anseios da comunidade.

Sérgio Vicente (2015: 140-141), na apreciação dos processos conducentes ao erigir de uma obra de Arte Pública, sugere que se tenha em atenção se ela foi a “expressão mais radical da cidadania com raízes na vontade popular, sendo a administração um simples agente e viabilização legal da iniciativa; ou [se] foi, por outro lado, uma ação impositiva, vista de cima para baixo, uma visão administrativa na construção de uma nova e fundacional identidade urbana.”

Víctor Correia (2015: 85), na mesma linha de preocupação, distingue o que denomina de “arte pública tradicional” da “arte pública contemporânea”. Relativamente a esta, mostra-se pouco otimista ao sustentar que:

Enquanto na arte pública tradicional os cidadãos viam os seus gostos reconhecidos, e chegavam a organizar-se subscrições populares para se erigir monumentos, e a arte pública tradicional desempenhava portanto uma função mais gregária, congregando e agregando a população, na arte pública contemporânea, como na arte contemporânea em geral, habitualmente devido à linguagem artística empregue, existe um

³ “Arte Pública é arte autorizada para o público” (tradução livre).

divórcio entre o grande público e o artista, que fala uma linguagem menos compreensível pelas populações, o que conduz à situação contraditória da arte, apesar de ser pública, ou de se pretender pública, não ser vista como tendo essa função.

De modo diverso, José Pedro Regatão (2015: 13) pertence ao grupo de entusiastas que encara a atual conjuntura da Arte Pública como bastante promissora:

Como nunca antes, a arte pública tornou-se exemplo de desenvolvimento urbano e modernidade, um fator de prestígio e notoriedade para as cidades, com capacidade de imprimir uma imagem forte e atrativa no contexto internacional. Os seus benefícios são evidentes quer do ponto de vista estético, quer na sua dimensão social e económica, como testemunham diversos estudos que avaliaram o seu impacto. A importância da implementação destes programas, que em boa parte tiveram na base um sentido de valorização do espaço urbano, proporcionou a criação de obras artísticas que constituem hoje referências locais e internacionais. Seja, de natureza permanente ou efémera, proliferam programas de arte pública um pouco por todo o mundo, tendo em vista melhorar esteticamente o ambiente urbano e proporcionar uma melhor qualidade de vida ao cidadão.

Por sua vez, Anne Pasternak (Seno, McCormick e Schiller, 2010: 306) num tom franco e contundente fornece-nos a sua visão crítica:

Sejamos honestos: a expressão «arte pública» invoca ideias de exposições permanentes banais, mesmo horríveis, em edifícios municipais, desde aeroportos a tribunais. A maior parte das oportunidades oficiais de se criar arte pública são carregadas de regras anti-graffiti, ultra-seguras, apropriadas para toda a família e adversas a provocações, que garantem que qualquer trabalho encomendado seja, na melhor das hipóteses, insípido.

Desafiando a noção de Arte Pública, Javier Abarca, citado por Rafael Schacter (2013) inventa o conceito de Arte Pública Independente [*Independent Public Art*] para referir-se à Street Art, partindo do princípio de que esta é arte não encomendada.

1.1.2. Arte Imersiva (*Immersive Art*)

Caracterizada por ser uma arte de dimensões incomensuráveis, ocupa um excepcional volume na paisagem, rodeando o fruidor de modo a causar nele o sentimento de imersão. Pode apresentar-se na forma de instalação urbana, escultura, pintura mural, projetos de arquitetura efémera e Arte Pública em geral.

Devido à sua escala prodigiosa, a Arte Imersiva lança-se à conquista tridimensional da cidade. Mesmo nos casos da pintura mural, sugere não apenas altura e largura, mas também comprimento, envolvendo o público espacialmente, encorajando-o a um posicionamento crítico e dinâmico⁴. Os visitantes deste tipo de arte sentem-se compelidos a uma interação participativa.

⁴ Não é evidente que os murais institucionais cumpram esse objetivo. Com efeito, em geral constituem a opção mais barata, o projeto pobre de autarquias e empresas privadas que almejam obter o máximo de retorno com o mínimo de custos. Os trabalhos produzidos são, na maioria das vezes, meros desenhos de grandes dimensões que, por mais competentes que pareçam do ponto de vista estético, apenas procuram afirmar-se pelo seu gigantismo. Tal é a sua natureza decorativa que, se reduzidos, podiam ser

A artista australiana Nike Savvas, ao descrever o seu próprio trabalho, acaba por definir bem o que é a Arte Imersiva:

Large-scale works embody a number of different considerations. These works focus less on the production of objects and place more emphasis on the creation of immersive environments and sensorial experiences to transport the viewer to other realms. The scale of these works functions to immerse the viewer optically and physically, while colour activates and triggers the senses. While this may transport us to a temporary state of elation, it also invites the unwelcome prospect of bewilderment and crisis that may ensue from optical overload and spatial disorientation.⁵ (Manco, 2014: 140)

Em razão do seu tamanho desmesurado, é difícil imaginar que a Arte Imersiva possa ser gerada fora de um ambiente institucionalizado.

Sem mencionar o conceito de Arte Imersiva, em 2014 o conferencista José Teixeira fazia, na Faculdade de Belas-Artes da Universidade de Lisboa, referência ao "sentimento de imersão provocado pela dimensão espacial ou pela escala colossal em alguns projectos escultóricos" modernos e contemporâneos que, segundo ele, aproximariam "o espectador da sensação de totalidade experimentada, algumas vezes, como sublime"⁶.

Como exemplos de Arte Imersiva podemos citar as obras do argentino Leandro Erlich (Manco, 2014: 8, 15, 32-35, 125-126), do coletivo de Barcelona Penique Productions (Manco, 2014: 15, 66-69, 132-133), do grupo de muralistas espanhóis Boa Mistura (Manco, 2014: 16-19, 122-123), do francês Lilian Bourgeat (Manco, 2014: 16, 20-23, 122-124) ou do britânico Jason deCaires Taylor (Manco, 2014: 11, 16, 108-111, 142).

1.2. Cultura de Rua (*Street Culture*)

King ADZ, num livro intenso, procura incessantemente uma definição para Cultura de Rua:

What is street culture? It is an unconscious creative collective (in the fields of art, food, music, fashion etc) that is borne from the streets of the urban environment. It has its own visual language: a multi-ethnic, multi-disciplined, multi-media, stream of consciousness that has a unique look and feel which cannot be faked.⁷ (ADZ, 2010: 6)

confundidos com ilustrações de imprensa para consumo rápido ou páginas transitórias de uma revista de colo.

⁵ "Trabalhos artísticos de grandes dimensões motivam diversas considerações. Concentram-se menos na produção de objetos, e mais na criação de ambientes imersivos e experiências sensoriais que transportam o fruidor para outros domínios. A escala dessas obras faz o público imergir visual e fisicamente, enquanto a cor ativa os sentidos. Se por um lado podemos ser transportados para um estado temporário de elevação, por outro pode-nos assaltar a perspetiva indesejada de perplexidade e crise que pode resultar da sobrecarga ótica e da desorientação espacial." (Tradução livre.)

⁶ "A escala colossal e o sentimento de imersão na escultura moderna e contemporânea", palestra em 12 de Março de 2014, inserida numa Conferência na Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa intitulada "A Obra de Arte Total. Um Conceito para todos os Tempos e Lugares."

O mesmo autor recolheu inúmeros depoimentos de vários artistas ligados a esta cultura. Especialmente interessante é o facto de pertencerem a múltiplas nacionalidades. Destacamos alguns: para os israelitas Broken Fingaz, cultura de rua significa ter um estilo, uma oportunidade para expor-se (artisticamente) no espaço físico e material da sua comunidade e não apenas através da internet (ADZ: 31). A irlandesa Chloe Early vê na cultura de rua numerosas famílias a caminhar juntas ao fim da tarde, a conversar com os vizinhos, vê padeiros, floristas e barbeiros diante dos seus estabelecimentos em diálogos amigáveis noite dentro. Para si, trata-se de uma cultura que reivindica a propriedade territorial do seu bairro e procura deixar marcas no espaço envolvente (ADZ: 63). De modo similar, o inglês Eelus relaciona a cultura de rua com as pessoas integradas na paisagem urbana que chamam de lar: são os jovens nos autocarros que escutam música horrível [*shit music*] em alto volume, são as padeiras turcas que se vêem atrás das montras a cozinhar o pão, são grupos alternativos a circular nas ruas com roupa chamativa e tatuagens adocicadas, ou mesmo pescadores de idade avançada deslocando-se de bar em bar acompanhados de pequenos cães. Ele considera todos estes universos fascinantes, não há certo nem errado, todos em pé de igualdade compõem a cultura de rua (ADZ: 64). O artista norte-americano Ron English, um dos mais marcantes desta cultura, notabilizado por adulterar painéis publicitários de grande formato desde 1981 (o que já quase lhe valeu a prisão) entende a *Street Culture* como aquilo que está na rua, acessível a todos e grátis (ADZ: 66-67). Segundo o coletivo mexicano *The City Loves You* a cultura de rua é entretecida com música, desporto, roupas, festas, eventos, design e todas as outras formas de expressão que pacificamente causem impacto e prossigam a dinâmica de liberdade e amor entre todos os habitantes do planeta. "This is what culture is all about, taking something global and giving it a local twist!" (ADZ: 44-45). Da Holanda chega o testemunho dos criativos Victor Ponten e Jim Taihuttu, fundadores da firma publicitária Habbekrats, para quem a *Street Culture* não é uma questão estética. Não se trata de usar latas de spray ou estênceis. A cultura de rua está marcada pela ausência de restrições. É um estado de consciência (ADZ: 104). O artista e fotógrafo brasileiro Flavio Samelo associa esta cultura com a aceitação das diferenças, preconiza que ela funda-se no respeito pelo outro, definindo-a como uma moderna visão cosmopolita das ruas (ADZ: 76).

Note-se que King ADZ, tão exaustivamente dedicado à tentativa de definição deste conceito, em algumas passagens do seu livro aproxima-o ao de Cultura Urbana (*Urban Culture*), sugerindo que podem ser sinónimos (ADZ: 6, 27, 181).

⁷ "A cultura de rua forma o subconsciente coletivo e criativo (nos domínios da arte, gastronomia, música, moda, etc) nascido nas ruas do ambiente urbano. A cultura de rua dispõe de uma linguagem visual própria: multiétnica, multidisciplinar, multimédia, num fluxo de consciência que apresenta imagens e sensações únicas, impossíveis de falsificar." (Tradução livre.)

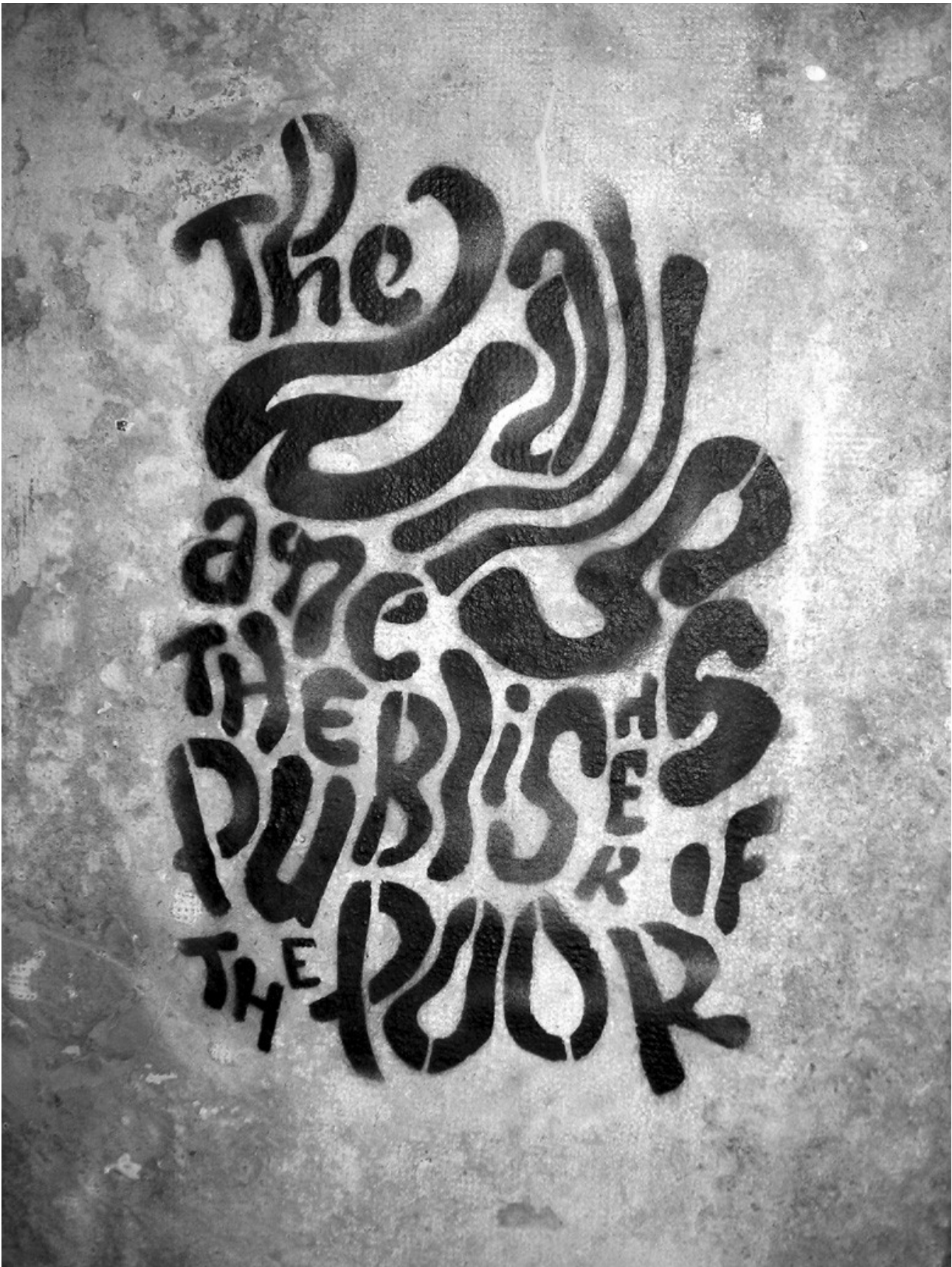


Figura 2: “The Walls are the Publishers of the Poor”, estêncil em Lisboa

Anna Waclawek (2011: 159) preconiza que a cultura de rua anda de mãos dadas com a arte popular, propiciando criações visuais alternativas, onde a riqueza do questionamento, da expressão pessoal, da diversidade e da liberdade de pensamento são em larga medida impulsionados pelo Graffiti e pela Street Art, que encontram na rua o seu habitat natural.

No mesmo mar conceptual navega a noção de *Street Knowledge* (ADZ: 6, 76), que pode ser entendida como uma espécie de *Sabedoria de Rua* que é emanante desta cultura, dela derivando e a ela retornando, num processo único e dialético de construção contínua de autenticidade cultural.

A cultura de rua compõe-se de um vasto espectro de subculturas: graffiti, brinquedos [*toys*], ténis [*sneakers*], skate, música, Pop Art (ADZ: 130). Manco, Art e Neelon (2005: 10) são peremptórios reconhecendo nesta cultura disciplinas ligadas à música, tais como a dança, e géneros como o hip-hop, o funk e o samba. Para eles, trata-se de uma cultura alternativa, cujas formas artísticas são capazes de promover oportunidades de elevação social e sucesso aos grupos sociais mais desprezados da sociedade⁸.

Inclusivamente esta cultura alberga o desporto: *parkour*, *freerunning* e *streetball* (ADZ: 266).

Sendo tão vasta, é natural que a cultura de rua contenha contradições. Ilustremo-las com uma observação crítica de Carlo McCormick. Por exemplo, no que respeita à moda, opina que:

[...] redirecionamento dos artistas de graffiti para empresas de design comercial — mais surpreendentemente com o advento do *street-wear* no início dos anos 90 — é a consubstanciação de como a relação do *underground* com o *mainstream* é uma sensacional catástrofe de sucesso e fracasso simultâneos (Seno, McCormick e Schiller, 2010: 130).

Seguindo a mesma linha crítica, também o artista Justin Kees (Hundertmark, 2006: 10) repudia a utilização comercial da cultura urbana. Em particular no universo do Graffiti e da Street Art, denuncia o aproveitamento oportunista e parasitário por parte de grandes corporações. Se bem que elas recorram a artistas que efetivamente iniciaram a sua produção visual na autenticidade da rua, estas empresas predadoras valem-se da imagética e do simbolismo desta cultura sem critérios de respeito pelas suas origens. Sustenta que elas são as primeiras a apoiar leis punitivas contra a arte genuinamente proveniente das ruas. E remata: “art can be taken off the streets, but it should be done with the respect that any art deserves”⁹.

Seja como for, à entrada do 3º milénio, num ambiente em que nada se pode esconder, tudo se transmite à velocidade da luz e fica imediatamente acessível à escala planetária, a cultura de rua influencia tudo o que se pode tocar, ver, cheirar, assistir, comprar, vestir, ouvir, fazer *download* ou

⁸ “[...] graffiti is just one part of a *cultura de rua* (street culture) that includes hip-hop, funk and samba music, dance and painting. This alternative culture provides a voice for a systematically neglected section of society, as well as artistic forms that offer both skills and opportunities for success.”

⁹ Tradução livre: “a arte pode ser retirada das ruas, mas isso deve ser feito com o respeito que toda a arte merece.”

upload, guardar e partilhar. A cultura de rua pode ser considerada um movimento global, em constante transformação, definido por pessoas, lugares e situações sociais (ADZ: 6).

No âmbito das expressões gráficas urbanas que centram o nosso estudo, merecem especial atenção as observações de Javier Abarca (2008a, 2008b). Este autor vai ao ponto de particularizar o que chama de cultura de rua infantil [*cultura infantil callejera*]. O exercício do Graffiti contemporâneo, vulgarmente associado a Nova Iorque, inquestionavelmente encontra raízes na tradição de as crianças intervirem nos seus bairros sobre os mais díspares suportes de acesso público, desde muros, chão e outras superfícies. As primeiras latas de tinta aerossol foram criadas por Edward Seymour em 1949 (Lewisohn, 2011: 146; Catz, 2013: 178), contudo a sua comercialização ainda demorou a popularizar-se. Mesmo sem esse recurso, já em meados do século XX a cultura de rua infantil fez uso de giz, carvão e outros agentes riscadores para deixar a sua marca, quase sempre nomes próprios e desenhos inofensivos. Javier Abarca (ibid.) recorda uma época hoje praticamente extinta nas grandes cidades, em que meninos e meninas podiam brincar em ruas mais seguras, com menos carros e menor risco de ser atropelados, quando televisões, computadores e jogos de vídeo não as retinham dentro de casa. A infância era passada nos espaços abertos do bairro. Este convívio pueril originou a cultura de rua infantil, composta por jogos, brincadeiras, canções, vocabulário, histórias e lendas acerca de habitantes do bairro e seus lugares, tradições passadas de boca em boca de uma geração de crianças para a outra. Nesta cultura de rua infantil, sempre se vislumbraram os desenhos urbanos executados pelas crianças.

1.3. Graffiti

Para designar os exemplares das diferentes inscrições nas paredes e edifícios, quando se tratem de Graffiti, utilizaremos indistintamente a mesma palavra, consagrada pelo seu uso comum, para o singular e para o plural (R.Campos, 2010: 79): “um graffiti, dois graffiti”.

1.3.1. Etimologia

Na origem ancestral do termo *graffiti* estão palavras usadas na Grécia antiga referentes ao registo das ideias por meio do desenho ou, especialmente, da escrita. As palavras eram riscadas sobre superfícies planas, pequenas pranchas (*pinax*), normalmente de madeira mas também de bronze polido (Voogt e Finkel, 2010: 210). *Graphein* era o verbo que descrevia o ato de desenhar e escrever

(Catz, 2013: 184) aplicando curtos golpes sobre o suporte. Um pequeno buril (*grapheion*) era utilizado para o efeito (Voogt e Finkel, *ibid.*).

Do grego para o latim, o verbo 'escrever' passou a ser representado pela palavra *graphire*. O substantivo *graffito* e o seu plural *graffiti*, derivam do verbo 'arranhar' no italiano antigo: *graffic*, segundo Martin Weaver (1995: 15), ou *graffiare*, de acordo com Ricardo Campos (2010: 78) e Alexander Peden (2001). Tecnicamente, graffiti corresponde a um desenho ou escrita realizados por meio de incisão com uma ponta dura sobre variadas superfícies, tais como tijolo, gesso, pedra, cera, metal¹⁰.

Por sua vez, Johannes Stahl (2009) coincide no entendimento de que se trata de um tipo de desenho cuja execução, seguindo uma técnica bastante antiga, possivelmente renascentista (Blanché, 2015), presta-se à ornamentação, chegando a descrever essa técnica com algum pormenor. Contudo, identifica vocábulos ligeiramente diferentes na raiz da palavra graffiti:

A origem deste termo é uma reminiscência do vocábulo italiano *sgraffire*. Assim, o *sgraffiti* é uma técnica de decoração de fachadas, segundo a qual se sobrepõem várias camadas de estuque; antes deste secar, o artista faz incisões em forma de linha e levanta grandes zonas da camada superior. Desta forma, surgiram ao longo dos séculos fachadas com decorações muito resistentes que ainda hoje se podem ver em diversos lugares. (Stahl, 2009: 6).

Jérome Catz (*ibid.*) refere essa mesma técnica de incisuras em camadas finas de gesso, apontando-a como *sgraffito*, tal como Ulrich Blanché (2015: 32) que acrescenta que Versari terá sido o primeiro, em 1564, a aplicar o termo¹¹.

1.3.2. A falsa origem

É comum ouvir-se que nos tempos pré-históricos já havia Graffiti, porque já havia arte rupestre. Contudo, confundir a pintura parietal que data do Paleolítico com aquela que recebeu o nome de Graffiti na contemporaneidade, é um erro. Estabelecer esse paralelo é confundir gesto com intenção. Como bem lembra André Leroi-Gourhan, a arte com que se cobriu as paredes das cavernas entre 30.000 (ou mais) a 9.000 anos atrás, deu-se num quadro de celebração religiosa e com a anuência do grupo. Ora, o conceito de Graffiti, como aprofundaremos, associa-se a expressões não outorgadas pela comunidade.

¹⁰ "Disegno o scrittura incisi con una punta dura su laterizio, intonaco, pietra, cera, metallo e sim." Nicola Zingarelli (1970: 768) *Vocabolario della lingua italiana*. Bolonha: [s.n.] apud Alexander J.Peden (2001: xix).

¹¹ A ser verdade, lembremo-nos todavia de que em 1564 *graffiti* meramente asseguraria a nomeação de uma técnica de decoração, longe dos significados (e das polémicas) contemporâneos.

A necessária humildade científica tem levado os arqueólogos a admitir que os achados arqueológicos são meros indícios e que uma reconstrução histórica completamente fiável será sempre eivada de mistérios e lacunas. É assim que "por falta de materiais realmente fundamentados para estabelecer uma separação, não se fará nenhuma distinção entre religião e magia" (Leroi-Gourhan, 1965: 25), sendo que por religião entendem-se as manifestações, onde se inclui a arte, não justificáveis por uma finalidade de satisfação das necessidades materiais. Se, por exemplo, é aceitável a afirmação por parte de Seno, McCormick e Schiller (2010: 220) de que "parte do poder que investimos na arte é de facto o pensamento mágico através do qual fazemos o salto não-científico de acreditar no efeito causal de pensamentos ou objetos totémicos sobre o mundo", é contudo descabido que estes mesmos autores preconizem que "o pensamento mágico do cumprimento dos desejos que nos levou a desenhar nas cavernas de Lascaux" se relacione com a arte não encomendada que presentemente se concretiza no espaço público (ibid: 85). Efetivamente, trata-se de um paradigma inexato, praticamente unânime, um tanto quanto romântico e mistificador. Encontra-se de tal modo generalizado que, na nossa opinião, ao ignorar o carácter subversivo do Graffiti, desvaloriza-o e infelizmente não contribui para a sua compreensão.

Importa recordar que naqueles tempos ancestrais a natureza exercia sobre as pessoas uma dureza implacável, e estas acalentavam uma expectativa de longevidade baixíssima. A procura de comida era um imperativo diário. Consequentemente, a comunidade não concederia tempo supostamente livre nem alimentos preciosos aos seus produtores de imagens se dessa produção não se extraíssem proveitos para todos. Depreende-se então que pintar e gravar nas paredes não resultava de uma mera autorização por parte do grupo, constituía sim uma verdadeira encomenda, uma exigência prática num sistema de gestos operatórios, palavras e técnicas que confluíam em rituais religiosos. O ato criativo obedecia a uma função social com automática aceitação coletiva. A institucionalização, ainda que primitiva, daquelas inscrições, demonstra que é um grande equívoco chamar de Graffiti o que se pintava nas paredes do Paleolítico.

Por sua vez, Alexander Peden esclarece que já abundavam registos de incisões nas pedras de edifícios muito antes de Pompeia ou Roma. Dedicou-se a estudar os Graffiti desde o 4º milénio anterior a Cristo, especialmente no Egito antigo. Porém, assinala que nesse mesmo período verificou-se igualmente uma enorme quantidade de Graffiti nos territórios contemporaneamente ocupados pela Arábia Saudita e o Yémen (Peden 2001: xix). São alvo da sua atenção não apenas as marcas deixadas nos edifícios sob a forma de sulcos, como também aquelas realizadas a tinta e pincel. Deixa de lado os signos utilitários, gravados com o intuito de conduzir o encaixe e a montagem dos blocos de pedra. Na verdade, na sua conceção Graffiti é toda a sorte de inscrição ou texto produzido de modo não-oficial e sem autorização.

Peden concentra a sua busca na era Faraônica do Egito antigo, entre as dinastias I e XXXI, cerca de 3100 até 332 a.C. A queda desta última dinastia, às mãos do macedônio Alexandre o Grande, marca o fim do intervalo cronológico do seu estudo, mas não o fim do Graffiti.

Fica efetivamente provado que milênios antes do Império Romano já havia esta forma de expressão, com seu característico caráter transgressor, de modo que é inexata a continuada narrativa histórica que atribui a Pompeia e Roma o berço do Graffiti.



Figura 3: Graffiti de Alexámenos, em Roma, século I-III d.C.

Tal erro pode ter, na nossa opinião, três razões. A primeira aponta para as descobertas arqueológicas das ruínas de Pompeia no século XIX, momento em que, tanto quanto se sabe, apareceu pela primeira vez a palavra Graffiti para nomear as inscrições não autorizadas que foram detetadas nas paredes. A segunda diz respeito a uma certa visão eurocêntrica que facilitaria aceitar como necessariamente herdeiras da tradição greco-romana todas as formas de cultura, inclusive as

marginais. A terceira pode simplesmente significar falta de sentido crítico, de vontade de investigação da verdade, de acomodação cega a uma narrativa que, por ter origem no centro do império norte-americano, seria incontestável.

O Graffiti, enquanto forma de registo invariavelmente livre de constrangimentos sociais, constitui um reflexo bastante mais exato das características sociais e humanas da era Faraónica do Egipto antigo, do que os registos artísticos e literários oficiais, realizados com o filtro próprio do discurso dominante, apaziguador e polido (Peden, 2001). Essa asserção pode ser extensível a outras sociedades em diferentes geografias e momentos históricos. Na Europa, é bem possível que tenha adquirido especial popularidade a partir do século XVI (Knight, 2005: ix).

Em pleno século XVIII, um britânico conseguiu seleccionar no seu país uma coleção de Graffiti tão ampla que justificou ser publicada em livro. Com o pseudónimo de Hurlo Thrumbo, este autor sistematizou a sua recolha em quatro partes. Foram impressas a partir de 1731, agregando marcas recentes e outras já com duas ou três décadas. Seguimos o rasto desta prática tão antiga nos fascículos da sua obra *The Merry-Thought: or the Glass-Window and Bog-House Miscellany*. Apresenta-nos dizeres gravados em muros, vidros, copos, janelas, mesas, madeiras, tabernas, pousadas, instituições de ensino e outros lugares considerados públicos. Vale a pena reler as palavras com que introduz o seu trabalho de compilação:

The Original Manuscripts written in Diamond by Persons of the first Rank and Figure in Great Britain; relating to Love, Matrimony, Drunkenness, Sobriety, Ranting, Scandal, Politicks, Gaming, and many other Subjects, Serious and Comical.

Faithfully Transcribed from the Drinking-Glasses and Windows in the several noted Taverns, Inns, and other Publick Places in this Nation. Amongst which are intermixed the Lucubrations of the polite Part of the World, written upon Walls in Bog-houses, &c. (Thrumbo, 1731).

Hurlo Thrumbo, ao ter conseguido coligir também nos espaços universitários diversas marcas deixadas pelos seus proficientes frequentadores [*several curious Pieces from both Universities*], demonstrou que, no que concernia aos Graffiti, todas as classes sociais transgrediam.

1.3.3. Transgressão

O que importa realçar é o carácter transgressor no âmago dos Graffiti. Naturalmente, quando o conceito Graffiti foi recuperado no início dos anos 1970, não se pretendia com ele designar incisões na pedra (como as suas raízes etimológicas poderiam fazer crer), mas sim nomear inscrições realizadas com marcadores e latas aerossóis. O que estas manifestações gráficas tinham em comum com as suas ancestrais, não eram os meios operativos. A associação foi estabelecida porque em comum comprovou-se o exercício de uma expressão infratora, fora dos condicionalismos

institucionais, que inventou para si própria um espaço extra-oficial de comunicação. “Independentemente das aceções e das perspetivas, parece existir unanimidade relativamente àquilo que se encontra no cerne desta atividade comunicativa: a transgressão. Agir no território do proibido



Figura 4: “Too tempting, Sorry”, Graffiti em São João do Estoril

é, invariavelmente, algo que distingue o graffiti de outras formas de comunicação no espaço público. E aqui surge o ato de rebelião.” (R.Campos, 2010: 81). “A transgressão simboliza, também, provocação. Insurge-se contra a *moral e os bons costumes*, as regras e os poderes.” (Ibid.: 82).

Destarte é naturalmente compreendido como uma afronta, é vinculado à dissidência, à rebeldia, desafiando a ordem estabelecida, recusando a norma. Desde sempre os "arqueólogos, como Raffaele Garucci, separaram com absoluta clareza os graffiti da arte oficial" (Stahl, 2009: 7). Com efeito, mesmo nas situações em que não veiculou estritamente mensagens provocadoras, contestatórias ou consequentes, o conceito de graffiti, fundado na liberdade de expressão, veio designar inscrições invariavelmente independentes e não encomendadas.

1.4. Graffiti como desenho de letras e assinaturas

Aqui aludimos ao Graffiti na sua versão contemporânea, aquela que desde o fim dos anos 1960 e início dos 1970 reacendeu o conceito. Com origem norte-americana, particulariza-se pela assinatura de pseudónimos que se fazem omnipresentes nas superfícies das cidades, especialmente em muros, mas também em comboios e alguns veículos de transporte como carrinhas e camiões.¹² Normalmente estas letras são cuidadosamente desenhadas e todas juntas ocupam uma área considerável de, no mínimo, alguns metros quadrados. Os seus autores são maioritariamente do sexo masculino, o que levou Sara Cerejo (2007) a ponderar sobre a contradição existente entre a procura de um estilo próprio, esteticamente apazível, e a afirmação de uma masculinidade musculada que, na ótica do preconceito social, é pouco recetiva à sensibilidade.

Seja como for, é este tipo de Graffiti que incorpora o imaginário coletivo quando se evoca o conceito. Está por toda a parte. Quando não na forma de letras garrafais, surge na sua modalidade mais ruidosa, tida como perturbadora, das pequenas assinaturas (vulgo tags) perpetradas com latas de spray ou marcadores, difundidas em violação da lei, especialmente sobre o mobiliário urbano, mas não só.

¹² Matthew Lunn (2006: 13) adverte que não se pinta sobre automóveis particulares. Jay "J.SON" Edlin (2011: 342) informa que os primeiros veículos a serem pintados foram os autocarros, anos mais tarde os famosos comboios do metropolitano e, por último, os camiões e carrinhas.

Em bom rigor, os primeiros a receber inscrições terão sido os comboios de carga [*freight trains*] que desde os anos 1920 atravessavam os Estados Unidos e o Canadá carregando no exterior da sua carroçaria os célebres monikers (Edlin, 2011: 232; Neelon e Gastman, 2010: 34-37; Ganz e Manco, 2004: 18; Waclawek, 2011: 150-151).

A propósito de comboios, em contexto europeu, Jens Besser (2010: 176) recorda que na Rússia, entre 1919 e 1921, já houve comboios a transportar no seu exterior pinturas exultantes à Revolução Bolchevique, se bem que, neste caso, os desenhos fossem autorizados pelo governo como instrumento de propaganda.

O que hoje é um movimento global, terá começado pela mão de adolescentes, não em Nova Iorque como muitas vezes se diz, mas sim nas urbanizações de Filadélfia (Waclawek, 2008 e 2011; Neelon e Gastman, 2010; Edlin, 2011; Walde, 2007). Nova Iorque terá servido, isso sim, para consolidar esta cultura marginal do desenho de pseudónimos, concedendo-lhe uma visibilidade tão espetacular (Catz, 2013: 24; Lewisohn, 2011; Deitch, Gastman e Rose, 2011) que tornou-se obrigatório copiá-la nos recônditos do império norte-americano.

Costuma-se conectar o princípio deste Graffiti com os comboios. Porém isso é um erro. Há autores que testemunharam os factos desde os seus primórdios (Edlin, 2011; Neelon e Gastman, 2010) e, sendo eles próprios intervenientes, porque também escreveram e viram outros escrever os seus nomes, são categóricos asseverando que foi nas viagens de autocarro que se inflamou o rastilho. Ainda em 1969, senão mesmo antes, no percurso que ligava a casa à escola e vice-versa, era prática cada vez mais recorrente entre os pré-adolescentes deixarem as suas identidades rabiscadas nos bancos e paredes dos autocarros. Nesse tempo ainda ninguém ponderava substituir os nomes verdadeiros por pseudónimos. Note-se que também nos anos iniciais do Graffiti como o entendemos hoje, os seus protagonistas, não obstante já recorressem a denominações falsas, ainda agregavam a essas identificações números de rua e indicações dos bairros onde residiam (Farrel & Pape, 2010; Ganz e Manco, 2004), ingenuamente fornecendo pistas para o reconhecimento das suas verdadeiras identidades¹³.

O Graffiti está indubitavelmente associado à transgressão no espaço público, ao desenho não autorizado, ao desafio à lei e, muitas vezes, ao vandalismo. Porém, ainda que saibamos a que nos referimos, parece ser impossível chegar a acordo quanto ao modo de designar este fenómeno.

No Brasil, é frequente o termo *grafite*, um aportuguesamento da palavra original, que tanto aponta para assinaturas desenhadas ao estilo norte-americano, quanto grandes murais sem letras, sejam intervenções clandestinas ou legalizadas. Localizamo-lo nos títulos de festivais, concursos e eventos daquele país, bem como nos relatos noticiosos por parte da comunicação social brasileira. Também estudos e publicações com origem ou referências ao Brasil mencionam a palavra *grafite* (Borges, 2005; Manco, Art e Neelon, 2005; Diógenes, 2015a; Ganz e Manco, 2008; Carlsson e Louie, 2015; apenas para citar alguns).

Em Portugal, Ricardo Campos (2010, 2015) utiliza o termo *graffiti contemporâneo*, que está em linha com a tradução *contemporary graffiti* de Ulrich Blanché (2015: 32) que por sua vez recorre ainda às expressões *Style Writing* (a sua preferida), *underground graffiti*, ou *subculture graffiti*,

¹³ "The first generation of writers from around 1969 to 1971 wanted their real names out there [...] because they wanted their friends to believe that they were really writing." (Farrel & Pape, 2010: 39) Tradução livre: "A primeira geração de *writers*, entre 1969 e 1971, desejava escrever os seus nomes verdadeiros para que os seus amigos acreditassem que eles realmente escreviam."

sendo que esta última aproxima-se de *Graffiti Subcultural* de Pedro Soares Neves (2015: 122, 123, 128-131). Traduz-se por *graffiti tradicional* a denominação *traditional graffiti* usada por Jay "J.SON" Edlin (2011) e Rafael Schacter (2013). Para muitos este será o *graffiti legítimo* (R.Campos, 2010: 87). Waclawek fala em *letter-based graffiti style* e *signature graffiti tradition* (2008; 2011). Entre tantos outros nomes, há ainda o de *modern graffiti* (Schacter, 2013) e *graffiti writing* (Lewisohn, 2011).



Figura 5: Graffiti sobre carrinha no Cais do Sodré

De um modo bastante específico, apelida-se de *subway graffiti* o fenómeno que eclodiu nas carruagens do metropolitano de Nova Iorque, com início em 1971 (Edlin, 2011: prefácio e 271; Neelon e Gastman, 2010: 74) e término definitivo em 1989 (Edlin, 2011: introdução). Em consonância, o título *subway art* foi outorgado por Martha Cooper e Henry Chalfant (1984). Nos Estados Unidos, apesar de banido das carruagens do metropolitano nova-iorquino, prosseguiu a sua proliferação epidémica nos vagões de carga que atravessam o país. Nos comboios europeus manteve vigorosa a sua presença e continua a multiplicar-se pelas paredes de todo o mundo.

Ricardo Campos (2015, 2010: 88) fundamenta-se no académico catalão Joan Gari para distinguir a tradição/modelo europeu (ou francês), mais ligado à palavra e ao pensamento filosófico,

poético, humorístico ou político, da tradição/modelo norte-americano, mais vinculado à cultura de massas, aos meios de comunicação modernos e à iconografia *pop*. Também Blanché (2015) usa o termo *American Graffiti* e, tal como o investigador português, reconhece que a presença ubíqua do modelo norte-americano exerce a supremacia nas nossas cidades. Nesta linha de reconhecimento da origem geográfica, Manco, Art e Neelon (2005) mencionam *New York graffiti* e, ainda, *Hip-hop graffiti* (ibid., p. 16-17).

Há quem fale em *poster graffiti* ou *paper graffiti art* (Walde, 2007), respetivamente traduzíveis por “graffiti de cartaz” ou “arte graffiti em papel”, para nomear as colagens não autorizadas em ambiente citadino, principalmente de cartazes e autocolantes artísticos.

Outra modalidade de intervenção, em que o mobiliário urbano surge revestido por trabalhos de crochê, isto é, por objetos estéticos propositadamente tricotados para o efeito, é chamada de Graffiti Knitting (Waclawek, 2011) ou Knit Graffiti (Lewisohn, 2011).

O estêncil [ou *stencil* em inglês], que consiste numa técnica de pintura por via de um molde, normalmente recortado em cartão ou folha fina de plástico, está igualmente associado ao Graffiti. São inumeráveis os autores que declaradamente incluem as expressões urbanas por via do estêncil no domínio do Graffiti (Howze, 2008; Lunn, 2006; Ganz e Manco, 2004 e 2008, apenas citando alguns), existindo manifestamente a designação *Stencil Graffiti* (Indij, 2004; Manco, 2002; Manco, Art e Neelon, 2005: 14; Deitch, Gastman e Rose, 2011: 299; Banksy, 2006; Walde, 2007: 42).

Esta é apenas uma amostra das incontáveis nomeações possíveis. Muitas delas cruzam-se e assemelham-se, porém permanece enorme e variadíssimo o leque de opções. Não há um entendimento incontestado e definitivo. Contudo, “apesar da diversidade de definições, o que é facto é que se institucionalizou uma denominação para um determinado dialeto visual urbano, historicamente recente que, não sendo homogêneo, comporta uma coerência interna que é reconhecível por aqueles que a dominam” (R.Campos, 2010: 87). Hoje, quando se fala em Graffiti, pensa-se em assinaturas de pseudónimos sobre superfícies urbanas concretizadas sem autorização.

Portanto, doravante neste trabalho, sempre que mencionarmos a palavra Graffiti é à modalidade tratada neste subcapítulo (de assinatura, contemporâneo, de origem norte-americana) que nos referiremos.

Mais à frente¹⁴, estudaremos duas variações extremas do Graffiti contemporâneo. De um lado, o Scratchiti, empenhado em fazer-se incondicionalmente presente, com total desprezo pelos que a si se opõem. No lado oposto, o Calligrafitti, cuja maior preocupação é o reconhecimento fora da comunidade dos que praticam Graffiti.

¹⁴ Cf. 1.5. Scratchiti e 1.6. Calligrafitti.

1.4.1. Writer

O título de writer distingue aqueles que executam as assinaturas do Graffiti contemporâneo, servindo também para o caso do Scratchiti que veremos adiante. Em inglês, há quem procure adaptações análogas, tais como *graffitist*, *graffer* ou *graffiter*. Com o mesmo significado, os franceses empregam *graffeur* e os brasileiros *grafiteiro*. De modo elogioso é comum encontrar-se *graffiti artist*. Todavia, writer é o conceito unanimemente aceite, em qualquer idioma, desde sempre.

Recuando ao fim dos anos 1960 e ao princípio dos anos 1970, às iniciadoras intervenções estadunidenses que viriam a celebrar-se na história, a expressão writer precedeu a própria palavra Graffiti:

None of the early pioneers of this art form called what they did graffiti. Many of them had no word for it at all. In the early 1970s, New York City pioneers called what they did writing, and themselves writers.

However, the media described the new phenomenon as graffiti. To many of the early writers, this was offensive: graffiti meant scratching or crude scrawls. Practitioners to this day still call themselves writers, but the once-offensive term graffiti also stuck, and few writers who began in the 1980s or later have a problem with it.¹⁵ (Gastman & Neelon, 2010: 5).

Imprescindível é assinalar que os writers atuam dentro de uma comunidade fechada, regada por códigos de conduta implícitos que devem ser cumpridos escrupulosamente, sob pena de não se ser aceite no seio do grupo. Por exemplo, a procura de visibilidade apenas interessa contanto que os destinatários das assinaturas sejam, essencialmente, outros writers. A consideração pelo cidadão comum, exterior ao mundo do Graffiti, é baixa. Tal facto leva a que os writers reiteradamente recebam a alcunha de vândalos, de destruidores de património, de criminosos. Aqui, não podemos evitar a reflexão irónica de Banksy:

Graffiti writers are not real villains. Real villains consider the idea of breaking in some place, not stealing anything and then leaving behind a painting of your name in four foot high letters the most retarded thing they ever heard of.¹⁶ (Banksy, 2006: 237)

Se o Graffiti se multiplica sobre uma infindável listagem de suportes urbanos, note-se entretanto que há uma regra inviolável que todos os writers devem acatar: não se pinta uma assinatura sobre

¹⁵ "Nenhum dos iniciadores desta forma de arte considerava estar a produzir graffiti. Muitos deles nem sequer sabiam como a nomear. Nos primórdios de 1970, os pioneiros de Nova Iorque chamavam aquilo que faziam de escrita [*writing*], e identificavam-se a si próprios como *writers*.

Contudo, os meios de comunicação social descreviam o fenómeno como graffiti. Vários daqueles pioneiros interpretaram essa denominação como insultuosa: graffiti implicava arranhar superfícies ou rabiscá-las grosseiramente. Ainda hoje os seus praticantes chamam-se a si próprios de writers, e o termo graffiti, outrora injurioso, instalou-se de modo inofensivo. Poucos são os writers que, tendo-se estreado nesta arte no decorrer dos anos 1980 ou posteriormente, se incomodam com isso." (Tradução livre).

¹⁶ "Writers não são criminosos. Os verdadeiros criminosos consideram a ideia de invadir um lugar e sair de lá sem nada roubar, deixando ficar o próprio nome pintado com letras de 1,20m de altura, a coisa mais estúpida que lhes poderia ocorrer." (Tradução livre.)

outra pré-existente. Essa transgressão pode ser muito mal recebida, entendida como uma verdadeira declaração de guerra entre writers.

1.4.2. Tag

Tal como o ponto está para a linha, o tag está para o Graffiti. Eis-nos diante do elemento primordial, aquele que motivou a origem, configurou o âmago e toda a cronologia do Graffiti de assinatura. Literalmente, tag traduz-se como etiqueta, mas é mais do que isso. Na verdade, é o nome e a identidade de um writer, é o seu rosto dentro da comunidade, é a expressão visual, sonora e simbólica da sua personalidade alternativa no universo paralelo do Graffiti.



Figura 6: profusão de tags sobrepostos

Um tag é levado bastante a sério. A sua escolha pode exigir semanas, meses ou anos. Perante as opções disponíveis, a decisão final recai sobre um determinado tag levando-se em conta a força da sua sonoridade, os seus prováveis significados e analogias, as potencialidades estéticas e expressivas da combinação das suas letras. Estas, adquirem maior ou menor dinâmica se acompanhadas de

floreios como aspas, setas, nuvens, bolhas ou mesmo se a tinta escorrer. Considerando que os tags pululam num quadro de ilegalidade e, frequentemente, de repúdio por parte de todos os que não fazem parte da cultura do Graffiti, a necessidade de fuga obriga a que a possibilidade da sua maior ou menor rapidez de execução seja um critério muitas vezes ponderado. Quanto mais o tag for difundido, mais o seu autor se torna reconhecido dentro da comunidade, candidatando-se a obter respeito e estatuto entre os seus pares.

1.4.2.1. Tagar (*to tag*)

É o verbo utilizado por quem realiza um tag.

Para o efeito, os agentes riscadores prediletos são os marcadores, particularmente os de ponta grossa, que graças à sua pequena dimensão podem ser facilmente transportados dentro de mochilas ou bolsos.

As latas de tinta spray também são um recurso frequente, sejam as habituais de 400 ml ou as especialmente concebidas para *tagar* de 150 ml. A marca espanhola Montana (MTN), que desde 1994 anuncia-se como a primeira a fabricar latas dedicadas ao Graffiti, produziu durante longos anos as emblemáticas *Alien*¹⁷ que, com os seus 250 ml e um tamanho ajustado à mão, foram amiúde utilizadas.

Foi a partir de 1971 (Abarca, 2008b; Farrell e Pape, 2010: 14; Edlin, 2011: prefácio e 271; Neelon e Gastman, 2010: 74) que o gesto de tagar explodiu como fenómeno inexorável, escancarando as portas para a entrada do Graffiti no palco da História.

1.4.2.2. Tagger

Existem writers que se assumem apenas como taggers, ou seja, tal como os pioneiros do Graffiti norte-americano de há quase 50 anos, nada mais fazem a não ser desenhar os seus pseudónimos pelos recantos da urbe.

É irrefutável o papel dos taggers na história do Graffiti contemporâneo. Antes de se tornar writer, qualquer praticante de Graffiti começa por ser um tagger.

Cronologicamente, o hábito de escrever os seus nomes por toda a cidade de Filadélfia remonta, no mínimo, a 1959 (Abarca, 2008b), não obstante seja comumente aceite que foi no fim dos anos 1960 que CornBread e Cool Earl tenham levado ao extremo essa prática, nessa mesma cidade (Waclawek, 2011: 12; Deitch, Gastman e Rose, 2011: 112). Em Nova Iorque, foram prontamente

¹⁷ As *Alien* demarcaram-se como um modelo de lata apropriado para desenhos mais cuidados, em razão do elevado controle do traço proporcionado pela sua válvula de baixa pressão, e para representações mais realistas devido à sua tinta mate. Disputaram o mesmo nicho de mercado das latas alemãs *Molotow Premium*, estas contendo mais tinta (400 ml), porém oferecendo também tinta mate e válvula de baixa pressão.

imitados por Julio 204, que em 1968, consagrou o mais esplêndido caso de propagação massiva de um nome por todo um bairro (Abarca, 2008b; Farrell e Pape, 2010: 14; Waclawek, 2011: 14). Essa ação inspirou toda uma legião de seguidores que se excederam até às fronteiras da cidade inteira. Qualquer tagger, hoje, guarda em si a missão antiga de estender o mais longe e o maior número de vezes possível o seu tag.

Já referimos¹⁸ que é ancestral a tradição de gravar os próprios nomes, prescindindo de qualquer autorização prévia, pelos lugares por onde se passa. Podemos encarar todas as pessoas que o fizeram ao longo de milénios como taggers pioneiros. Alguns desses personagens perpetuaram-se. Ainda hoje permanece surpreendente a quantidade incalculável de vezes que o funcionário do Império Austro-húngaro Joseph Kyselak (1799-1831) gravou o seu nome, visível nas paredes que perlongam todo o rio Danúbio (Abarca, 2015; Stahl, 2009: 30, 225) e não só. Outro tagger lendário foi Lord Byron, que propalou a sua identidade multiplicando-a em gravações nos monumentos europeus (Abarca, 2015).

1.4.3. Lettering

O lettering é o desenho personalizado da letra, uma variante do tag, só que em grandes dimensões. Constitui a assinatura mais visível e aperfeiçoada do writer, a sua caligrafia ímpar. Pela arrumação expressiva e cadenciada das letras, forma-se um desenho exclusivo, o traço volumoso de um nome, uma combinação única e identitária passível de ser percecionada à distância. Naturalmente, há desenhos mais primorosos do que outros, porém todos os letterings distinguem-se como a afirmação orgulhosamente acurada da identidade de um writer.

É por via do lettering que um writer estabelece o seu estilo. Todavia, por mais que se ordenem as letras e até se lhes adicionem números, aquelas não vão além de 26 e os algarismos ficam-se pelos dez, de modo que a imaginação opera-se dentro dos condicionalismos impostos pelo alfabeto disponível. O estilo pessoal de um writer, veiculado pelo lettering, é assim definido por Abarca (2008b): “Más allá de las habilidades caligráficas o pictóricas, el estilo se refiere a la frescura y personalidad con que se interpreta el estrecho vocabulario gráfico del graffiti.”¹⁹ Para alguns writers o desafio pode ser tão hercúleo que, uma vez ultrapassado, o desenho conquistado torna-se motivo de contendas, porque não se toleram os imitadores. Neelon e Gastman (2010: 224) citam o Writer Bando: “Graffiti pushed conventional western alphabets to an extreme that no traditional designer or

¹⁸ Cf. 1.3.2. A falsa origem.

¹⁹ Tradução livre: “Para além das habilidades caligráficas ou pictóricas, o estilo refere-se à frescura identitária com que se interpreta o estreito vocabulário gráfico do Graffiti.”

calligrapher ever thought of!”²⁰

Para que se apreenda a acentuada relevância de um lettering, citamos um acontecimento paradigmático. Em novembro de 2013 a CML – Câmara Municipal de Lisboa, através da Galeria de Arte Urbana, concebeu em parceria com o CHPL – Centro Hospitalar Psiquiátrico de Lisboa, uma iniciativa junto à avenida do Brasil intitulada “Rostos do Muro Azul”. Sobre o longuíssimo muro azul que rodeia o Hospital Júlio de Matos, várias dezenas de artistas, todos condicionados pela temática “rostos”, desenharam caras, numa abordagem figurativa. Esse projeto acolheu o evento “Writers' Delight Burners 2013” em cujo âmbito writers desenharam os seus letterings. Com efeito, Pout e Semour, provenientes da cidade alemã de Colónia, vieram para pintar na rua das Murtas juntamente com os portugueses Odeith e Mosaik. Ali, simplesmente repetiram os seus letterings de grandes dimensões, os mesmos que difundiam pela cidade. Também deixaram a sua marca writers como Edis, Pariz, Rote, Timtim. Na sua opinião, cumpriam a temática “rostos”. O argumento destes writers foi que se o rosto exprime uma identidade, as suas identidades eram representadas pelas suas assinaturas. Em última análise, os seus letterings eram os seus rostos. Ou nas palavras de Ivan Roca, organizador do evento: “o rosto de um writer é a sua letra”²¹.

1.4.4. Piece

Piece é o diminutivo de masterpiece. Trata-se de uma obra elaborada, de avultado investimento, quer em termos de tempo, quer de tinta. Ocupando uma área considerável, o piece é tido como demonstração de talento, destreza e domínio técnico, e em alguns casos, de verdadeiro virtuosismo. Habitualmente, apenas os writers mais experimentados se mostram capazes de completar uma obra desta envergadura. Aqui, o lettering costuma assumir-se na companhia de outros desenhos, texturas e alegorias como bolhas, nuvens, brilhos diversos, setas, coroas...

Em 1972 o exterior das carruagens do metropolitano novaiorquino já submergira num oceano de tags. A saturação impedia a diferenciação individual. Atribui-se a Superkool 223 a inovação que nesse instante revolucionou o Graffiti contemporâneo. Este writer experimentou trocar o difusor das latas de tinta spray, recorrendo a um que libertava muito mais tinta, daí derivando traços exuberantes e manchas fartas. Os tags agigantaram-se, os contornos configuraram linhas espessas copiosamente recheadas de tinta. Estas novas assinaturas açambarcaram mais área pintada, sobrepuseram-se aos tags menores, mostraram-se mais eficazes ao incrementaram a visibilidade de quem almejava fama. Floresceram os masterpieces embrionários dos que se consolidariam até aos dias de hoje (Edlin,

²⁰ Tradução livre: “O Graffiti esticou os alfabetos ocidentais a um extremo tal que jamais um designer ou especialista em caligrafia tradicionais teria antecipado!”

²¹ <http://www.dedicated-store.de/wp2/?p=6060>, consultado pela última vez em 20 de fevereiro de 2017.

2011: 325; Farrell & Pape, 2010: 14; Waclawek, 2011: 18, 50-51; Neelon e Gastman, 2010: 70-71, 74). Ao promoverem versões aumentadas a duas cores dos seus tags, outros writers, como Hondo (Neelon e Gastman, 2010: 71, Deitch, Gastman e Rose, 2011: 297), Tracy 168 e Lee 163d (Waclawek, 2011: 18) terão contribuído de modo assinalável para a implantação dos pieces.

Contudo, a novidade trouxe hesitações e desconfianças. Muitos relutaram em aderir ao novo método, argumentando que não havia motivo para empreenderem, numa única assinatura, a mesma quantidade de tinta que gastavam em vinte dos seus habituais tags.

O que é facto é que prevaleceu o fator eficácia, porque um piece impunha uma incomparavelmente maior visibilidade.



Figura 7: piece da autoria de Raps, em Oeiras

Porém assinale-se que, ironicamente, poucos são os verdadeiros pieces produzidos, apesar de muitos writers assim designarem a sua obra, na medida em que a maior parte investe mais energia na quantidade do que na qualidade (Neelon e Gastman, 2010: 369). Na figura 7 vemos um destes poucos pieces originais, da autoria de Raps, um writer português que conseguiu diferenciar-se dos

demais e marcou o panorama nacional. Com imaginação ele conquistou um estilo de lettering muito peculiar, contorcendo a sua caligrafia ao ponto de o seu tag autonomizar-se enquanto desenho, funcionando quase como um logotipo. Durante vários anos foi possível localizar nos muros inúmeros pieces como este. Logo à distância, adivinhava-se o seu autor.

A partir de 1973, a um writer que pretendesse ser levado a sério, não bastava tagar, necessitava aprofundar as suas habilidades na demonstração de que era competente inclusive no desenho de pieces. Estes foram-se tornando mais elaborados ao ponto de atingir níveis de complexidade tais que o seu inventor não conseguiu acompanhar. Com efeito, as assinaturas de SuperKool 223 foram adquirindo uma aparência insuficiente, desajeitada e anacrónica. Em 1974 ele abandonou o Graffiti.

1.4.5. Throwup ou throwie

Afigura-se como um meio caminho entre o simples tag e um lettering mais elaborado de grandes dimensões. O throwup nem sempre transporta todas as letras que completam o tag, podendo ser uma mera abreviatura a duas ou três cores. Concretiza-se rapidamente, usualmente com gestos redondos, ocupando dois ou três metros quadrados com um consumo relativamente baixo de tinta.



Figura 8: throwup sobre carrinha em Lisboa

Naturalmente, um throwie causa bastante menos impacto do que uma assinatura maior, mais elaborada e onerosa. Porém a fraqueza das suas qualidades estéticas é compensada pela sua rapidez de execução e conseqüente facilidade de propagação. Perde na qualidade, mas ganha na quantidade.

Precisamente esse aspecto é que determinou o seu surgimento. A meio da década de 1970 já se tinha enraizado como opção obrigatória para qualquer writer que se quisesse afirmar como tal. Aqueles que não se mostravam detentores de suficiente domínio técnico ou talento para competir no plano estético, viram no throw-up a chance de singrarem o seu próprio percurso auferindo prestígio no seio da comunidade. Por seu turno, os writers mais inclinados para os pieces trabalhosos olharam com desdém para a recém-chegada do que consideraram ser um retrocesso no plano artístico. Em português throw-up remete para a noção de vômito, e o nome que deram a esta nova prática dá uma ideia do repúdio que despertou.

No outono de 1974 (Edlin, 2011: 171), um writer do Bronx chamado IN, também conhecido por Kill3, encetou o movimento dos throw-ups. A ele juntar-se-iam outros nomes: mas indubitavelmente IN eternizou-se com a fasquia de 10.000 throwies no currículo (Gastman e Neelon, 2010: 105; Waclawek, 2011: 16).

Os anos de 1975-77 serviram para os throwies demonstrarem toda a sua pujança, deixando claro que vieram para ficar. Curiosamente, esse período de auge dos throw-ups coincidiu com uma certa estagnação em termos de evolução formal dos pieces, que apenas renovariam a sua audácia criativa entre 1978 e 1981 (Waclawek, 2011: 18).

No fim da década de 1970 os throwies já se haviam irrecusavelmente instalado no arsenal do Graffiti.

1.4.6. Bombar ou fazer Bombing (*to bomb*)

Significa espalhar um tag, um throwie, um lettering ou mesmo um piece, contanto que seja de modo prolífico e intenso, alcançando o maior número possível de locais. Habitualmente bomba-se sem autorização legal. O objetivo de quem bomba é tornar-se massivamente conhecido. No caso dos writers e dos taggers, almejam ser aceites e respeitados dentro da comunidade do Graffiti.

No caso de quem faz Street Art, a meta é também conquistar reconhecimento, neste caso, de um público mais amplo. Não obstante haja quem bombe as suas obras de arte ou o seu nome com fins políticos ou interventivos, Jérôme Catz (2013), cético, defende que em última instância quem se dedica à Street Art acalenta o sonho de uma carreira artística. A ser verdade, para tornar-se célebre e

atingir esse objetivo haverá melhor método que o bombing²²?

1.4.7. Crossar (*to cross*)

Quando um writer pinta um desenho, que bem pode ser uma assinatura, por cima de outro, diz-se que crossa o trabalho de outro writer. É um gesto agressivo, tido como provocador ou como resposta a uma agressão anterior. Crossar pode significar cobrir completamente um trabalho pré-existente, ou apenas riscá-lo com uma linha, frequentemente negra, bem visível, de modo que se perceba o descontentamento daquele que crossa. Observando as paredes citadinas com atenção, é possível depararmo-nos com Graffiti riscados por outros writers, por vezes um singelo (mas enorme) “x” basta para deixar claro que há um conflito presente.

Pode dar-se o caso de uma obra ser crossada sem má intenção. Tal verifica-se em situações em que se pensa que um determinado writer já deixou o ativo e, portanto, teria perdido o direito à propriedade sobre determinado spot (lugar onde se pinta) ou, pelo menos, perdido a vontade de o defender. Para desfazer mal-entendidos, o writer que crossa pode oferecer tinta para recobrir o trabalho crossado, dispor-se a vigiar o trabalho de repintura por parte do writer que visa compensar, ou mesmo proporcionar um novo spot em substituição.

Distinga-se que nas situações em que uma pintura desaparece pela ação de alguém que não um writer, por exemplo uma autarquia ou o proprietário da superfície intervencionada²³, não se aplica ‘crossar’. Em inglês existe um verbo próprio para diferenciar estes casos: *to buff*, ou *buffing*. Em português, entre writers, apenas se descreve a parede como tendo sido coberta ou apagada. As empresas e líderes autárquicos apreciam especialmente o termo remoção (e remover).

1.4.8. Crew

Uma união de writers forma uma crew. Bastam dois ou três indivíduos para que se assumam como crew, se bem que frequentemente dela faça parte no mínimo meia dúzia de writers. São amigos e parceiros de aventuras. Defendem-se mutuamente. Quando se reúnem para pintar juntos, é comum dividirem tarefas, havendo sempre quem se dedique à vigilância enquanto os outros pintam. Para além dos próprios tags, é fator que consolida a união do grupo bombarem o nome da própria crew.

²² Nesta ordem de ideias, Louis Bou (2005) e Matthew Lunn (2006) chegam a utilizar a expressão “stencil bombing”. O estêncil enquanto técnica, como se verá adiante [cf. 2.2.2. Estêncil (ou Stencil)], reina no mundo da Street Art.

²³ Trata-se de uma prática frequente, considerando que os writers habitualmente utilizam as suas latas de tinta spray sem prévia autorização.

1.4.9. Hip Hop

Nas palavras de Ricardo Campos (2010: 92) o “*hip hop* é, basicamente, um universo lúdico-simbólico, que se traduz na adoção de um particular modo de expressão coletiva (*rap, graffiti, breakdance*)”. Efetivamente, o Graffiti de origem norte-americana vem sendo creditado como parte integrante do movimento Hip Hop. Todavia, a essência desta ligação fraqueja se submetida a uma análise mais aprofundada.

Música é a palavra-chave do Hip Hop. Nele é genética a musicalidade da palavra, do verso, da rima. Para se compreender o seu passado ancestral, é necessário viajar até ao Mali, Gâmbia, Guiné, Saara Ocidental e Senegal. Nessa zona da África Ocidental, viajantes e poetas contadores de histórias cantadas em verso, transitavam de terra em terra entretendo comunidades e difundindo notícias. Através do oceano, escravos terão levado consigo essa tradição e os seus descendentes afro-americanos, guardado resquícios dessa cultura (ADZ, 2010: 100). Recuperando-a, filtrada por séculos de história de opressão, músicos estadunidenses negros desenvolveram um estilo militante de cantar como quem recita poemas de crítica política e luta revolucionária. No fim dos anos 1960 e início dos anos 1970, Gil Scott-Heron e The Lost Poets, musicalmente empenhados em combater o racismo, são apontados como precursores do Hip Hop. Todavia, este estilo precisará ainda dos impulsos históricos fornecidos pela originalidade criativa de DJ Kool Herc, Afrika Bambaataa e Grandmaster Flash para definitivamente florescer nos anos 1980 (ADZ, 2010: 100, 166).

Herdeiro direto destes desenvolvimentos seculares temos o rap, acrónimo de rima e poesia [*rhyme and poetry*]. No rap, os MCs (Mestres de Cerimónia) cantam, enquanto os DJs (Disk Jóqueis) acompanham-nos remisturando músicas e trazendo volume à sonoridade das rimas. Onde há música, o corpo segue o ritmo, despontando o breakdance. Este estilo muito peculiar de dança desenvolveu-se nas ruas em paralelo com o rap e com ele convergiu para formar o que hoje se entende por Hip Hop. Ao rap (MCing e DJing) e breakdancing, mais tarde vieram acrescentar o Graffiti.

Ocorre que esta ligação do Graffiti ao Hip Hop é contestável. Os primeiros tags irromperam no fim dos anos 1960, todavia foi só em 1980 que Richard Goldstein, um jornalista influente²⁴, relacionou pela primeira vez o Graffiti com o rap, uma associação que, talvez por ser um pouco forçada, ainda levaria alguns anos a consolidar-se enquanto percepção coletiva.

King ADZ (2010: 68) atribui enorme destaque ao Hip Hop, acreditando que ele definiu a produção da música moderna ao instituir a cópia de trechos musicais de umas composições para as

²⁴ Sete anos antes ele já escrevera o primeiro artigo a ser publicado pela imprensa dominante em defesa do Graffiti, intitulado “The Graffiti Hit Parade”, no New York Magazine de 26 de março de 1973 (Farrel e Pape, 2010: 46; Abarca, 2010).

outras²⁵. Porém, até aos anos 1980 o próprio Hip Hop não existia tal como o entendemos, nem se chamava assim. O tipo de sonoridade que o originou era conhecido por ‘Jamming’. O nome Hip Hop derivou do slogan repetido por rappers: “To the hip, the hop, the hippy dippy hop, and you don’t stop”(Deitch, Gastman e Rose, 2011: 51) e a sua penetração entre os writers era insignificante. Nos anos 1970, ou seja, nos primeiros dez anos de Graffiti, era outra a música ouvida por eles (Farrell & Pape, 2010; Waclawek, 2008, 2011; Gastman & Neelon, 2010; Lewisohn, 2011; Edlin, 2011; Burkeman, 2010; Abarca, 2010). Estávamos na era do rock clássico (Edlin, 2011: introdução), ouvia-se jazz, rock psicadélico (Abarca, 2010), não sendo sequer de descurar a música punk (Burkeman, 2010) e mesmo durante os anos 1980 muitos writers nem sequer se identificavam, nem apreciavam, o género de música Hip Hop (Farrell & Pape, 2010; Edlin, 2011; Gastman & Neelon, 2010; Abarca, 2010).

Entretantes, os writers, por causa da natureza criminosa da sua atividade, temiam revelar as suas identidades em público. Isso veio permitir toda a sorte de especulações sobre o perfil de quem pintava. Houve então quem se aproveitasse da situação. Esse mistério, e o facto do Graffiti e os restantes elementos do Hip Hop circunscreverem nichos culturais com proximidades espaço-temporais, favoreceu a criação artificial de um vínculo explorado por toda uma indústria cultural sobremaneira lucrativa.

Foram interesses comerciais que determinaram a apropriação da imagética do Graffiti por parte da cultura Hip Hop (Waclawek, 2011: 56-58; Abarca, 2010; Deitch, Gastman e Rose, 2011: 50-55; Lewisohn, 2011: 66-67). Este casamento de conveniência [*arranged marriage*] (Neelon e Gastman, 2010: 28) beneficiou uma lógica mercantilista que soube converter o chamado movimento Hip Hop num bem de consumo apetecível e bastante lucrativo, ainda que volátil na solidez e desenraizado das suas características geográficas e socioculturais essenciais (R.Campos, 2010: 92-93, 98).

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*, já desde há algum tempo, estabeleceu-se como categoria fixa nas estantes de música dos centros comerciais, nas listas de êxitos e nos prémios. [...] numerosos multimilionários puderam alinhar como figuras destacadas. Os maiores lucros conseguem-se no âmbito da música e não é raro que quem acumulou dividendos neste campo invista no mundo da moda, que não é menos lucrativo (Stahl, 2009: 186-187)

O Hip Hop já possuía música e dança, porém carecia de referências visuais que o representassem no imaginário social. Essa aparência forjou-se com a inclusão do Graffiti, corporizando-se um produto comercial único (Waclawek, 2011: 57; Abarca, 2010; Deitch, Gastman e Rose, 2011: 51; Lewisohn, 2011: 66-67).

²⁵ Essa prática é conhecida por arte de fazer ou usar ‘sample’ (*art of the sample*). Subsistem problemas éticos e jurídicos relativos aos direitos de autor da música duplicada, porém nada que impeça a banalização da técnica.

Outra imprecisão histórica, em parte induzida pela imagem pretensamente insurgente e alternativa do Hip Hop, prende-se com a afirmação de que os writers residiam em guetos, provindo de etnias minoritárias e economicamente desfavorecidas. A verdade é que cobrir um comboio com tinta requer muito dinheiro, mais ainda se for uma prática reiterada tal como a que se verificava. Para suprir a insuficiência de recursos financeiros alega-se que os praticantes de Graffiti roubavam as tintas que usavam. Mas essa suposição é exagerada. Há de ter acontecido, mas não como regra porque seria impossível pintar tanto quanto se pintou apenas com latas subtraídas às lojas sem se pagar por elas²⁶. Inclusive aqueles mais desprovidos de recursos financeiros encontravam subterfúgios para conseguir que outros comprassem tintas e marcadores em seu lugar (Farrell e Pape, 2010: 48). Havia até quem se gabasse de esvaziar um mínimo de dez latas de tinta por noite (Neelon e Gastman, 2010: 105), algo que consubstanciava um pequeno luxo. Era mais barato ser MC, DJ ou breakdancer do que writer, pois este demandava muito dinheiro para sustentar a sua intensa atividade. Os writers não afloravam necessariamente de guetos e, assim, tampouco poderia ser verdade que integrassem gangs (Neelon e Gastman, 2010: 42-45). Deve ter havido casos desses, mas não constituíram um imperativo.

Em bom rigor, a cultura do Graffiti era das mais diversificadas, com adeptos despontando em meios sociais e étnicos variados. Alguns depoimentos por parte daqueles primeiros protagonistas são elucidativos²⁷. Por exemplo, 'Lil Soul', writer afroamericano, explica que na escola os estudantes de diferentes etnias não se misturavam entre si, apenas interagiam dentro do estritamente necessário para garantir o bom funcionamento das aulas. Entretanto, quando alguns alunos descobriam que outros também pintavam, passavam a admirar-se mutuamente e esvaneciam-se as barreiras étnicas, relacionando-se com amizade. Diz ele:

Any writer will tell you that graffiti tore down the racial barriers of the late 1960s and early 1970s — eradicated them! And you just didn't see that in New York City until graffiti hit the scene. Once we smelled that ink, we were just writers. The world could take a great lesson in conquering racism by giving everybody a can of spray paint!²⁸ (Neelon e Gastman, 2010: 28)

²⁶ Jérôme Catz (2013: 24) lembra que o sistema de transportes públicos de Nova Iorque comporta 65.000 carruagens de metropolitano a circular todos os dias e que elas foram pintadas aos milhares. Se as latas de tinta apenas fossem roubadas, a indústria que as produz teria falido e elas teriam definitivamente deixado de estar disponíveis ao fim de pouco tempo.

²⁷ Roger Gastman e Caleb Neelon (2010) empreenderam um esforço notável com o intuito de resgatar, com o máximo de precisão, os factos históricos responsáveis pela consolidação do Graffiti norte-americano ao longo dos tempos. Para tal, entrevistaram mais de meio milhar de indivíduos ligados desde os primórdios a essa cultura.

²⁸ “Qualquer writer dirá que o Graffiti derrubou as barreiras raciais presentes no fim dos anos 1960 e início dos 1970 — erradicou-as! E isso simplesmente não se via em Nova Iorque até aparecer o Graffiti. Assim que sentíamos o cheiro da tinta, tornávamo-nos apenas writers. O mundo podia aprender esta grande lição e ultrapassar o racismo oferecendo a cada pessoa uma lata de tinta aerossol!” (Tradução livre.)

No mesmo sentido vem o depoimento do writer KEO: “if I saw a black kid, a white kid, and an Asian kid just hanging out together, I’d walk right up to them and ask what they all wrote, because there was just no other reason that the three of them would be hanging out together!”²⁹ (Ibid.) Inúmeros writers daquele período atestam ser oriundos de lares estruturados, filhos de pais que trabalhavam (“they had jobs. We had food on the table. We weren’t rich or poor. We had enough”³⁰, ibid.), em famílias socialmente bem integradas.

O writer KR vivia em Astoria, Queens, uma zona urbana de classe média. Declarou a respeito dos anos 1970:

There were guys who came from rich families who were killing the trains. And you could say that they had no reason to write, but they did: They wanted to express themselves in that way, too. I didn’t grow up in a rich family, but I didn’t grow up in a poor one either. My father worked, and we were middle class. What reason did I have to go write on a train? I didn’t, other than I wanted to and I thought it looked cool.³¹ (Neelon e Gastman, 2010: 29)

As circunstâncias oportunizaram a confusão. Sem dúvida, determinante foi o facto de os praticantes de Graffiti atuarem na ilegalidade, não sendo possível vislumbrar-se-lhes os rostos, enquanto os intervenientes das demais modalidades do Hip Hop (DJing, MCing e breakdance) exibiam-se em público. Deprendia-se então que todos os indivíduos envolvidos na cultura Hip Hop, fossem eles DJs, rappers, breakdancers e inclusive writers, pertencessem às mesmas classes sociais. Erradamente presumia-se serem afroamericanos e hispânicos residentes nas comunidades mais socialmente desfavorecidas.

Posto isto, e ainda que se salvasse o seu carácter maioritariamente transgressor, é preciso ter em atenção que o Graffiti de origem norte-americana nem sempre terá sido o que Ricardo Campos (2010: 83) apontou como “signo de vozes incompreendidas ou marginalizadas”, instrumento libertador a mando de “minorias políticas ou desiludidos de subúrbios”.

Na verdade, numa sociedade particularmente estratificada como a norte-americana, com fortes tensões raciais e de classe, a enorme heterogeneidade dos writers, quer etnicamente, quer no que respeita à sua proveniência sócio-económica, terá mesmo promovido aproximações e relacionamentos impensáveis. O Graffiti afirmou-se como uma cultura pacificadora e inclusiva:

²⁹ “Se eu visse juntos na rua um rapaz negro, um branco e um asiático, eu aproximava-me e perguntava-lhes o que é que eles tinham pintado, porque simplesmente não havia outra razão que levasse os três a relacionarem-se.” (Tradução livre.)

³⁰ “Eles [os nossos pais] tinham trabalho. Havia comida sobre a mesa. Nós não éramos ricos nem pobres. Tínhamos o suficiente.” (Tradução livre.)

³¹ “Havia indivíduos provenientes de famílias ricas a pintar comboios. E poder-se-ia dizer que eles não tinham qualquer razão que os levasse a pintar, mas tinham: eles também queriam expressar-se daquela maneira. Eu não cresci numa família rica, mas tampouco cresci numa pobre. Meu pai trabalhava e nós pertencíamos à classe média. Que razão tinha eu para pintar um comboio? Nenhuma, a não ser porque me apetecia e porque eu achava que era fixe.” (Tradução livre.)

Graffiti was different; it offered a chance for young people of any background to contribute. For young people growing up in the racial turmoil of the 1960s to set off an art movement that was blind to race was a very special accomplishment.

Nor, for that matter, did graffiti spring entirely from poverty, and many writers came from families that would take offense at the idea that they were somehow "poor".³² (Gastman e Neelon, 2010: 29).

Quando o Graffiti, nos anos 1980, foi exportado dos Estados Unidos, por via de alguns filmes³³, espetáculos e exposições, trazia na bagagem o rap, o breakdance e um tipo distintivo de vestuário que fizeram moda no universo vendável do Hip Hop. É comum ouvir os writers mais antigos, inclusive em Portugal, idolatrarem esses produtos mediáticos, reconhecendo a influência que deles receberam. Para toda uma geração o Hip Hop era a face totalizante do Graffiti. Decorridos mais de trinta anos após esse primeiro contato, a insistência generalizada neste vínculo fixou-o profundamente na percepção que a sociedade tem do Graffiti. Ainda hoje, subsistem preconceitos mistificadores da realidade.

1.5. Scratchiti

Scratchiti é uma técnica agressiva. Fazendo uso de agentes riscadores cortantes, repetidamente pedra afiada ou metal, os seus praticantes desenham os respetivos tags abrindo sulcos nas superfícies onde atuam. Por onde passam, laceram feridas na pele urbana. Entendido como vandalismo e valendo-se de ferramentas tão primitivas, o Scratchiti pouco ou nada oferece de artístico. Eis uma definição elucidativa:

It refers to a graffiti that is scratched or etched into a wall or other surface in a public place, rather than drawn or sprayed on. Scratchiti some feel is a word that lends it an air of near-dignity it hardly deserves. It is the etching of nicknames into subway cars windows and walls, usually by teenagers armed with keys, coins, razor blades and even super-sharp rocks formed from lava, to be found in many hardware stores.³⁴ (Dr. Shoba K.N., 2014)

³² "O Graffiti era diferente, ele proporcionou a jovens de qualquer origem social a oportunidade de darem o seu contributo. Para quem crescia rodeado pelos motins raciais dos anos 1960, espoletar um movimento artístico cego às diferenças étnicas constituiu uma conquista bastante especial.

Tampouco é verdade que o Graffiti tenha florescido unicamente da pobreza, e as famílias de muitos writers sentir-se-iam ofendidas com a afirmação de que elas, de algum modo, seriam "pobres". (Tradução livre.)

³³ Nomeadamente *Wild Style* em 1983 e *Beat Street* em 1984, pioneiramente dedicados ao Hip Hop e moldando-o internacionalmente como bem mercantilizado. A película *Style Wars*, de 1983, esta sim versando especificamente o tema do Graffiti norte-americano, incluiu longos minutos de breakdance, o que contribuiu para a confusão entre Graffiti e Hip Hop (Abarca, 2010).

³⁴ "[Scratchiti] Refere-se a um graffiti que é riscado ou gravado em uma parede ou outra superfície num lugar público, ao invés de desenhado ou pulverizado com aerossol. Para alguns a designação Scratchiti confere à técnica uma quase dignidade que mal merece. Consiste na marcação de janelas e paredes de carruagens do metropolitano com alcinhas, geralmente perpetrada por adolescentes armados com chaves, moedas, lâminas de barbear e até mesmo pedras afiadas, utensílios provenientes de lojas de ferragens." (Tradução livre.)

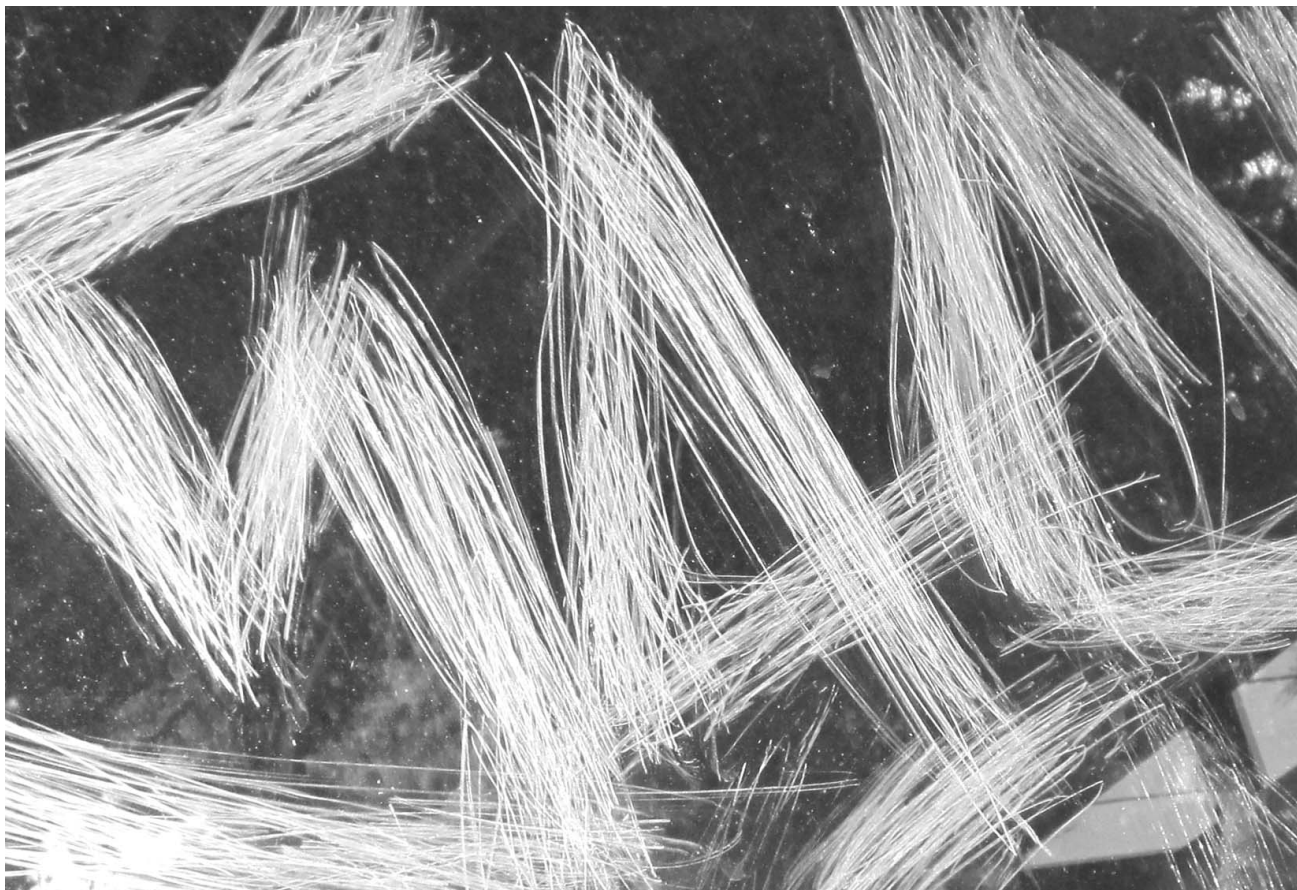


Figura 9: Scratchiti sobre vidro numa paragem de autocarro, Cascais

Entretanto, aos instrumentos de perfuração tem-se somado uma nova tecnologia. Existe um ácido, empregue em artesanato para gravar desenhos bonitos e inofensivos em vidros, que é sequestrado pelos praticantes de Scratchiti. Com ele abastecem grossos marcadores e, assim apetrechados, disseminam pela cidade traços largos e rudes. Estes marcadores ácidos deixam um rasto de linhas molhadas e escorridas (o conhecido *dripping*, que estilisticamente tem acompanhado o Graffiti novaiorquino desde a sua infância). O completo efeito abrasivo deste produto químico não se evidencia imediatamente. As consequências da sua aplicação prolongam-se no tempo, com a queima continuada da imagem sobre o suporte. A sua ação é feroz sobre pedra lisa, metal e vidros. Os tags assim desenhados impõem-se pela via da cicatriz. As marcas deixadas não podem ser removidas. O que esta técnica não oferece em termos de elegância é compensado pela garantia da permanência do gesto:

[...] the image, like a Polaroid picture, develops gradually before your eyes. But the loss of instant visual gratification was a small price to pay for permanency [...]. Windows hit with etch markers must wear their ugly scars or be replaced. Metal surfaces, such as shiny subway-car exteriors, can never regain their original luster. Graffiti is not always pretty.³⁵ (Edlin, 2011: 007)

³⁵ "[...] a imagem, tal como uma fotografia Polaroid, surge gradualmente. Porém, a perda de gratificação visual imediata é um preço baixo a pagar pela permanência [...]. As janelas agredidas por marcadores

Se bem que o Scratchiti não seja criação recente, o seu incremento vem ganhando impulso. Jay "J.SON" Edlin atribui a sua difusão a duas causas, ambas relacionadas com a dificuldade de prosseguir com a tradicional assinatura sobre comboios e mobiliário urbano. Por um lado, a crescente perseguição policial, fortalecida por uma legislação repressiva progressivamente mais severa. Por outro, a remoção cada vez mais veloz daquelas intervenções com mera tinta, efetuada por autoridades em maior grau atentas e tecnicamente melhor preparadas para combater o fenómeno. Ou seja, aumentaram-se os riscos e diminuíram-se as recompensas. Em face deste cenário, acuados e ressentidos, instigados por um certo desespero e um vigoroso instinto de resiliência, os taggers vislumbraram no Scratchiti a solução técnica para se manterem atuantes.

Não deixa de ser interessante notar que a ortodoxia do Scratchiti representa um recuo temporal às origens do Graffiti, a um tempo em que o gesto do desenho e da escrita produziam linhas que verdadeiramente abriam sulcos sobre os suportes. De resto, e como já se viu, foi daquelas manifestações pioneiras que derivou o conceito de Graffiti. Inicialmente em grego, posteriormente em latim.

1.6. Calligraffiti

Há cerca de uma década este termo vem-se afirmando em determinados circuitos, especialmente comerciais (Euwens e Meulman, 2010).

Muitos dos seus praticantes acumularam experiência na qualidade de writers, pintando ilegalmente no espaço urbano sob os cânones do Graffiti de origem norte americana. Porém, nem todos trazem esse passado. O Calligraffiti, por ser mais conforme às demandas do mercado, seduz artistas provenientes de áreas artísticas que não indiciam subversão, que apenas chegam ávidos por verem os seus trabalhos recompensados financeiramente. Em qualquer caso, quem o exerce prefere ser chamado de artista, afastando-se da noção de writer. Nem sequer se coíbe de revelar a sua face e a sua verdadeira identidade. Calligraffiti não é signo de transgressão.

Calligraffiti é o termo empregue para indicar um modo de expressão híbrido entre o Graffiti tradicional e o rigor técnico da caligrafia. Esta junção assume um estilo que, na verdade, lembra muito mais o exercício de tagar do que o de realizar pieces. Num piece, o lettering afirma-se com poucas letras, só em número suficiente para tornar legível o pseudónimo do seu autor, que usualmente é curto. Com duas a cinco letras de grandes dimensões um writer ou uma crew costumam

ácidos devem conservar as suas feias cicatrizes ou ser inteiramente substituídas. Luzidas superfícies de metal, tais como as exteriores aos comboios, nunca mais recuperarão o seu brilho original. O graffiti nem sempre é agradável." (Tradução livre.)

encher uma parede ampla. Ao invés, no Calligraffiti não há grandes manchas autónomas, elas constroem-se a partir do ponto e da linha, numa profusão de letras e símbolos.

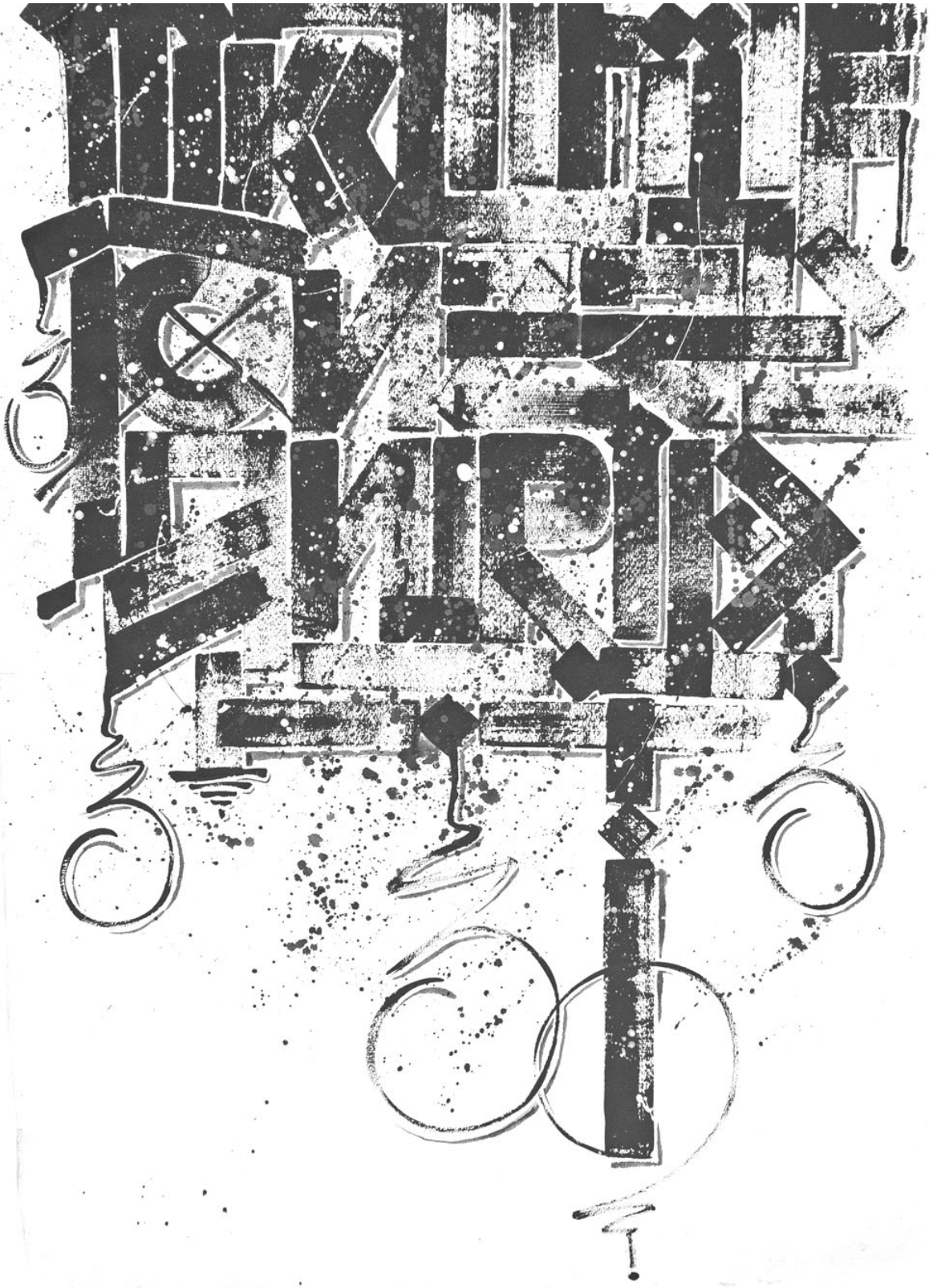


Figura 10: quadro em tela de Calligraffiti, da autoria de Jan Koke

O traçado do Calligraffiti é denso. A linha desdobra-se em diferentes anatomias, urdindo entrelaçados rítmicos criadores de texturas que preenchem toda a composição. É raro o silêncio dos espaços vazios. Esta técnica vale-se de uma manualidade refinada para conduzir a caligrafia de raízes ancestrais por muros citadinos na ótica cultural do Graffiti. É exigente do ponto de vista formal. Os seus executantes, uns mais conscientemente do que outros, são estudiosos herdeiros da história da escrita. É frequente consultarem livros especializados³⁶, a partir dos quais encontram inspiração para o desenvolvimento de caligrafias originais.

No seu site oficial, o holandês Niels "Shoe" Meulman reclama para si a autoria do conceito, datando-o de 2007, tal como se auto intitula o fundador do Calligraffiti enquanto movimento³⁷. Esta reivindicação é discutível por dois motivos. O primeiro, é que ainda não é seguro que estejamos propriamente diante de um movimento artístico. O segundo, é que seria ingrato esquecermo-nos do virtuoso Chaz Bojórquez, o norte americano energeticamente atuante nas ruas desde 1969 (Ganz e Manco, 2004: 36-37; Seno, McCormick e Schiller, 2010: 295; Edlin, 2011: 43-44; Catz, 2013: 196-197; Deitch, Gastman & Rose, 2011: 144-153, 304). Com uma mestria inédita, ele sim fixou o seu nome na história como o provável criador do Calligraffiti. Seja como for, é deste artista holandês uma das mais esclarecedoras definições de Calligraffiti que localizamos:

Calligraffiti is a combination of calligraphy and graffiti. Calligraphy is about the art of writing and can have many forms. Whether it be Japanese ancient brush characters, Arabic pictorial scripts, illuminated mediaeval books or swirly quill writing... all calligraphy.

Graffiti is the art of getting your (pseudo) name up in an urban environment. Perfected in New York City and now a worldwide phenomenon.

[...] Thus resulting in Calligraffiti: traditional handwriting with a metropolitan attitude.³⁸

³⁶ Neste domínio a estante à disposição é recheadíssima de livros. Destaquemos apenas alguns, pois que existem desde os mais notadamente indicados para fins pedagógicos a um nível quase escolar (Mehigan, 2009; Heather, 1986), inclusive dirigidos especialmente a esquerditos (Studley, 1979), aos mais complexos, prolíficos em alfabetos esplendorosos e ensinamentos técnicos, com demonstrações passo a passo com vista à construção intrincada dos desenhos (Gebenstein, 2012; Morgan, 2006). Ligeiramente mais modestos do ponto de vista imagético, mais ainda assim deslumbrantes, há obras que apostam sobretudo na consistência de uma narrativa histórica, proporcionadora de um olhar sólido e culturalmente sustentado (Jackson, 1981).

³⁷ "He [Niels Shoe Meulman] revolutionized the art of writing when he initiated the Calligraffiti movement, claiming *a word is an image and writing is painting*." Tradução livre: "Niels Shie Meulman revolucionou a arte de escrever quando fundou o movimento Calligraffiti, argumentando que *uma palavra é uma imagem e escrever é pintar*." <http://www.nielsshoemeulman.com/>. Última consulta em setembro de 2017.

³⁸ Tradução livre: "Calligraffiti é a combinação de caligrafia e graffiti. Caligrafia trata da arte de escrever e pode assumir variadas formas. Desde as ancestrais letras japonesas desenhadas a pincel, passando pelo entrelaçado dos textos árabes, as iluminuras dos livros medievais ou os elaborados escritos a pena... tudo é caligrafia.

Graffiti é a arte de evidenciar o seu (pseudo) nome no ambiente urbano. Aperfeiçoada em Nova Iorque e agora um fenómeno mundial.

[...] Esta junção resultou no Calligraffiti: a arte tradicional de escrever à mão com uma atitude metropolitana." Disponível em <http://calligraffiti.nl/what-is-calligraffiti>. Última consulta em 16-10-2016.



Figura 11: Calligraffiti da autoria de Misha

Em Portugal, é provável que Misha tenha sido o pioneiro do Calligraffiti. Este street artist³⁹ interveio nas ruas desde meados dos anos 1990 até à primeira década deste milénio. Versátil, além de delinear letras num exercício caligráfico ímpar, desenhou muito à mão livre, aplicou estênceis e colou cartazes e autocolantes. Sem a ambição de adentrar as galerias de arte ou os circuitos comerciais dos festivais, talvez por diversão ou puro amor à arte, interagiu com o espaço público despretensiosamente. Ofereceu em paredes e recantos do mobiliário urbano páginas de Calligraffiti nunca vistas em Portugal. Frequentemente, estes exercícios eram ininteligíveis do ponto de vista verbal, mas simplesmente poderosos enquanto poesia visual.

1.6.1. Calligraffiti como lettering vendável

Eis que, anunciado com aparato, um jovem, de seu nome Pokras Lampas, surge como uma revelação ao ser o autor recente do maior Calligraffiti do mundo. Com forte pendor performativo, esta sua obra cumpriu um projeto ambicioso⁴⁰ e foi executada na Rússia em setembro de 2015. Estendendo-se pelos 1625 metros quadrados da cobertura de um prédio moscovita, o desenho de

³⁹ Cf. 1.9.1. Street Artist.

⁴⁰ <http://calligroof.com/>. Consultado em 15 de julho de 2016.

Lampras consumiu 730 litros de tinta ao longo de dois dias de trabalho intenso. A sua performance foi gravada num vídeo enérgico⁴¹.

Pokras Lampas foi introduzido aos portugueses ao ser convidado a cumprir mais uma parede alegórica na GAP (Galeria de Arte Pública da Quinta dos Mochos). Neste sentido, a sua obra enquadrou-se num tipo de Graffiti com pretensões a Arte Pública.

É em razão da sua aparição meteórica no universo do Calligraffiti e da sua passagem por Portugal, que mencionamos este artista. Apenas serve de exemplo para fazer referência a toda uma nova geração que simboliza o transpor de um capítulo histórico. Se os artistas de Calligraffiti mais antigos ainda podem reivindicar memórias de um outro tempo, em que pintavam ilegalmente, inclusive formalmente mais próximos do clássico Graffiti lettering, os mais novos limitam-se a caminhar na passadeira da glória comercial, beneficiando do estatuto da rebeldia que não possuem, conquistada por outros, na maioria writers anónimos. As obras do Calligraffiti, especialmente as de maior dimensão, conseguem causar impacto visual, mas o seu entrelaçado é inofensivo e meramente decorativo. Enchem telas de uma suposta arte contemporânea, convenientemente penduradas em galerias de arte, ou espalhando litros de muita tinta em murais nos festivais de Arte Urbana.

A Street Art/Arte Urbana derivou de uma tradição colada à transgressão dos Graffiti originais, em muitos casos mimetizando corajosamente essa mesma transgressão, simplesmente convertendo aquela linguagem hermética dos letterings, desejando comunicar com um público mais vasto. Formalmente, a Street Art recorre a signos mais apreensíveis para o cidadão comum. Neste detalhe o Graffiti contemporâneo ficou para trás, incapaz de seduzir a maior parte da população. Foi assim desde o início. Ainda houve tentativas de expor em galerias de arte as assinaturas que os writers pululavam nas ruelas preteridas dos recantos criminosos da cidade⁴². Mas essas tentativas revelaram-se, do ponto de vista comercial, infrutíferas. Ao serem pintadas em tela, perderam o seu carácter genuíno e sedutor. Revelaram-se obras desprovidas de conteúdo, dotadas do egocentrismo de quem apenas oferece a sua própria assinatura. Podemos citar variados autores que o afirmam (Waclawek, 2008 e 2011; Stahl, 2009; Klanten, Ehmann, Hellige & Alonzo, 2008: 2), mas bastaria guiarmo-nos pela nossa própria observação, trata-se de uma constatação óbvia. Quantas pessoas se dispõem a dirigir-se a uma galeria de arte para ver nas suas paredes meros letterings? Ainda por cima tendo em

⁴¹ <https://www.youtube.com/watch?v=iM7GOg2qxO0>. Consultado em 15 de julho de 2016.

⁴² A começar com a UGA (*United Graffiti Artists*) criada em 1972 por Hugo Martínez (Neelon e Gastman, 2010: 73; Edlin, 2011: 346; Catz, 2013: 26, 32, 42, 178; Deitch, Gastman e Rose, 2011: 297) e, pouco depois, com o seu dissidente Jack Pelsinger fundador da NOGA (*Nation of Graffiti Artists*) a partir de 1974 (Edlin, 2011: 241; Waclawek, 2011: 58). Mesmo as galerias que conquistaram um plinto na história, a *Fashion Moda* nascida em 1978 pela mão de Stefan Eins e a *Fun Gallery* de Patti Astor e Bill Stelling, que funcionou de 1981 a 1985, esforçaram-se por incluir, no seu repertório de exposições, pieces / letterings que, por mais elaborados que fossem, nunca chegaram a ser especialmente bem recebidos, menos ainda de modo duradouro, pelos compradores de arte.

consideração que essa forma mais pura e dura do Graffiti é socialmente concebida como poluidora da paisagem urbana, criminosa, associada a uma juventude desocupada e irresponsável, egocentricamente vaidosa dos seus pseudónimos, protagonista de uma transgressão sem propósito nem ideologia.

É aqui que o Calligraffiti entra em palco. Produzindo peças que vão às raízes do lettering, desvia-se daquele modelo, tornando-o mais atrativo e vendável. O Calligraffiti, na sua versão de mercado, pretende-se culto, mais consentâneo com a atitude respeitadora de quem absorve as suas fontes nos livros da história da caligrafia, de quem frequenta bibliotecas em busca do rigor informativo e ateliers com vista a uma prática regrada e diligente. Está menos interessado em confundir-se com os que convivem com a poluição dos bairros de asfalto, repletas de avenidas habitadas por gente menos seleta e assoladas por intempéries e fenómenos sociais incontroláveis.

O Calligraffiti assume uma roupagem mais ligada ao requinte do estúdio e menos à aspereza da rua. Digamos que é um filho que vai buscar ao pai as feições da mãe. O Calligraffiti é Graffiti lettering, sem o ser.

1.7. Outsider Graffiti ou *Underclass Outsider Art*

King ADZ (2010) introduz-nos esta designação, em que o adjetivo *outsider* traduz-se para português como 'estranho', 'intruso', 'sem valor'. Portanto, a expressão Outsider Graffiti colocar-nos-ia diante de uma nova categoria de Graffiti, estranha àquela habitualmente empregue nos debates sobre este conceito. De facto, hoje em dia o termo Graffiti remete para as inscrições nova-iorquinas que granjearam fama nas carruagens do metropolitano. Porém mesmo estas inscrições dotam-se de uma gramática visual e simbólica própria e fazem parte de uma cultura enformada por normas internas. Opostamente, o Outsider Graffiti não adere a regras e é continuamente imprevisível: são nomes de ídolos, insultos, meros extravasamentos de raiva e frustração, palavras inúteis, de sentido vago ou demasiado pessoal (ADZ, 2010: 50). Podem ainda formar amálgamas de pronunciamentos indecifráveis no ramo da filosofia, política ou matemática, gestos de uma caligrafia original selvaticamente acumulada em palimpsestos ininteligíveis, em diferentes línguas, versando temas bíblicos, sexuais ou psicológicos, de interesse pessoal ou universal (Edlin, 2011: 293).

Os seus autores são anónimos, dispensam a ideia de propagar um tag que os represente e não ambicionam qualquer fama. Podemos identificar esses indivíduos pelas palavras de Gastman & Neelon (2010: 20): “political radicals everywhere proclaimed their causes, lovers their love, prophets

their Lord, and mischief makers just made us laugh with one-liners or raunchy drawings.”⁴³ É possível inscrever nesta modalidade de Graffiti exemplos de Scratchiti, nas situações em que as suas gravações não se enquadrem nas características do Graffiti de origem norte-americana⁴⁴.

Igualmente Portugal conta com manifestações da mesma estirpe. Seguimos as pistas deixadas pela partilha de recordações de Ricardo Campos: “Lembro-me das inscrições realizadas a canivete em árvores de Lisboa com promessas de amor eterno, das paredes que alojavam improperios dirigidos a políticos, palavras de incentivo a clubes de futebol, tiradas poético-filosóficas ou declarações de amor” (R.Campos, 2010: 22). É possível encontrar de tudo...

Outros chamariam estas manifestações gráficas de *Crap Graffiti* (Elliot & Frazer, 2012; Dalton, 2011), cuja tradução direta para português seria ‘Graffiti-porcária’, o que na nossa língua, de modo fácil e literal, encontra correspondência com o sentimento de repulsa que tantas vezes provoca, especialmente nas suas versões mais ordinárias.

Em defesa de um deliberado primitivismo que reconhece existir neste tipo de manifestações, Carlo McCormick não deixa de as apreciar. Consegue valorizar um certo sentido artístico no seu vernáculo primitivo e cru justamente por ele ser espontâneo. Admite a própria condescendência justificando que "numa forma baseada em imediatismo, acessibilidade e franqueza, é natural que o que é ingénuo, rudimentar e rude e mesmo bárbaro frequentemente ultrapasse os matizes da civilidade" (Seno, McCormick e Schiller, 2010: 282).

No sinónimo de Outsider Graffiti, isto é, *Underclass Outsider Art*, o vocábulo *underclass* constitui um juízo de valor. De modo pejorativo procura sublinhar o cunho 'reles' próprio deste tipo de Graffiti. Faz-nos recordar o fotógrafo e ensaísta húngaro Brassai, que em 1933 terá publicado na revista *Minotaure*, órgão de referência para os surrealistas parisienses, menções aos Graffiti como "a arte bastarda das ruas de má fama" (Stahl, 2009: 7). Ao mesmo tempo, tê-los-á enaltecido, vislumbrando nos Graffiti uma simplicidade tão autêntica e verdadeira a ponto de porem estruturalmente em causa a arte das galerias e os valores estéticos vigentes. Por essa razão, defendeu que os desenhos livremente executados nos muros deveriam servir de referência para a arte contemporânea da sua época. Javier Abarca (2008a) destaca que Brassai, enquanto fotógrafo, sentiu-se seduzido pela dinâmica temporal destes desenhos, pela forma como eles, expostos à degradação e a múltiplas sobreposições, se integram com os muros, numa longa progressão que pode durar

⁴³ “por toda a parte radicais políticos proclamam as suas causas, amantes dedicam o seu amor, profetas apregoam o seu Deus, desenhadores marotos fazem-nos rir com linhas atrevidas” (tradução livre).

⁴⁴ Jay "J.SON" Edlin (2011: 263) recorda uma senhora sem-abrigo, já de idade muito avançada que, antes dos primeiros writers aparecerem nos anos 1970 e, após isso, por pelo menos mais duas décadas, dedicou-se a riscar mensagens religiosas no mobiliário urbano de Nova Iorque. Era venerada pelos adolescentes do Graffiti com a designação Pray [Oração], em razão das mensagens que libertava. Provida de pregos, moedas e outros agentes riscadores rudimentares, escrevia: *Go to Church* [vá à igreja], *Worship God* [louve a Deus], *Read Bible* [leia a Bíblia]...

décadas. Desse demorado processo, as suas fotografias capturaram instantes precisos, frequentemente obtidos após horas de paciente espera pela iluminação ideal. Desenhos produzidos com golpes cortantes revelaram especial dramatismo sob um meticuloso jogo de luzes e sombras. Entre as virtudes dos Graffiti, Brassai terá observado o facto de a beleza não ressaír como um objetivo, mas sim como uma recompensa. Terá questionado: "perante tal confronto, o que resta das obras contemporâneas?" (Stahl, 2009: 8, 53, 56). Jérôme Catz (2013) realça o livro que Brassai editou em 1960, intitulado *Graffiti*, que inclusive contou com a participação de Pablo Picasso a conceder-lhe uma entrevista sobre o tema. Esta obra, enriquecida com fotografias de muros de Paris e textos da sua autoria, acompanhou uma exposição itinerante pelas cidades de Nova Iorque, Londres, Milão, Baden-Baden, Frankfurt, Hannover e a própria Paris. Afirmou-se historicamente como o primeiro ato de reconhecimento do Graffiti no mundo da arte, na sua acepção mais culturalmente elevada (Catz, 2013: 178). Note-se que esse reconhecimento do Graffiti terá ocorrido pela mão da sua versão mais espontânea, rude e desregrada.

Determinante na sua caracterização é o facto de o Outsider Graffiti surgir em confronto com as normas, porquanto é realizado sem autorização, por pessoas em transgressão ("people who do things that they're not supposed to"⁴⁵, ADZ, 2010: 50).

O Outsider Graffiti não é artístico no sentido clássico do termo, se bem que por via do seu cognato *Underclass Outsider Art*, ao incluir o qualificativo 'arte', contemple alguma possibilidade de valorização estética.

Observe-se que este é o Graffiti na sua faceta mais pura e original, que atravessa milénios, o único de que se ouviria falar não fora a ascensão da tradição norte-americana do Graffiti de assinatura. É pois curioso que este tipo de Graffiti, o primeiro a manifestar-se na história da Humanidade, com o estatuto de ser a génese de todos os outros, "a mãe de todos os desenhos" (Stahl, 2009: 13), estando naturalmente presente em todas as civilizações, seja agora, por ironia dos tempos, relegado para segundo plano. E que haja até quem o considere "estranho" e "reles".

1.7.1. Latrinalia ou *Restroom Graffiti*

À partida, seria inimaginável a enorme quantidade de referências e estudos com que nos podemos deparar sobre esta matéria. Ganz e Manco (2004: 8) recordam que já em 1904 veio a público uma revista intitulada *Anthropophyteia*, que terá sido a primeira a abordar o tema. Há efetivamente numerosos livros com coletâneas extensas de frases deixadas em paredes de casas de banho. A originalidade dessas anotações pode surpreender. Existe quem intencionalmente as

⁴⁵ "Pessoas que fazem o que não deviam" (tradução livre).

despreze, deixando explícita essa opção⁴⁶ (Schacter, 2013: 10). Todavia, ao contrário do que se poderia imaginar em razão da sua localização, frequentemente nada têm de lascivo ou vulgar. Nos vários tipos de *Toilet Graffiti* (Gelfer, 2002), ou *Bathroom Graffiti* (Ferem, 2006), em meio ao grosseiramente lúbrico é possível encontrar inocentes trocadilhos, conselhos de vida, versos poéticos ou religiosos, fórmulas matemáticas, anedotas (Knight, 2005).

Este caso específico de Outsider Graffiti ou *Underclass Outsider Art*, recebeu a designação de *Latrinalia* quando o psicanalista Alan Dundes, folclorista de referência, apresentou os seus estudos de 1965 no ano seguinte, num congresso da California Folklore Society (Dundes, 1966).

1.8. Postgraffiti (ou Post-Graffiti)

O termo Postgraffiti fez a sua primeira aparição nos Estados Unidos da América, em 1983. Vivia-se uma fase de tentativa de comercialização das pinturas ilegalmente realizadas nos comboios, trazendo-as para o ambiente homologado das galerias de arte. Esperava-se que a alteração do cenário expositivo, da rua para o interior institucionalizado, promovesse uma mutação no paradigma e levasse os colecionadores de arte a investir fortunas na aquisição de telas pintadas a spray. Foi com o intuito de expurgar as conotações vandálicas associadas ao suporte metálico dos comboios que se inventou o nome, e com ele procurou-se abrilhantar o título de uma exposição coletiva na galeria nova-iorquina Sidney Janis (Deitch, Gastman & Rose, 2011: 300; Waclawek, 2008: 152-157; 2011: 59-60). Com efeito, a essa exposição deu-se o nome: *The Post-Graffiti Exhibition*. Nela, sem as dissimulações garantidas pelo uso de pseudónimos, era possível ler o nome verdadeiro do autor de cada tela. Eis que, se na rua o que predominavam eram as assinaturas, por vezes acompanhadas de desenhos, na galeria a ideia do nome transitou para segundo plano, incidindo a tónica sobre os desenhos.

A pretensão inicial do termo Post-Graffiti era o de purificar a prática do Graffiti ilegal tornando-o economicamente rentável. Todavia essa conotação dispersou-se na história. Hoje é utilizado como cognato de Street Art. Serve para assinalar um leque vastíssimo de técnicas, tais como autocolantes, cartazes, estênceis, esculturas urbanas ou muitas outras, e não apenas telas penduradas numa galeria de arte. Refere-se a obras produzidas tanto legal quanto ilegalmente. Esvaneceu-se a ideia do Postgraffiti como acontecimento artístico exclusivo do interior de um espaço expositivo. Essencialmente, é referenciado como manifestação de rua.

⁴⁶ “[...] the so-called latrinalia (markings made on lavatory walls)”. Tradução livre: “[...] a assim chamada latrinalia (marcas deixadas nas paredes das casa de banho)”.



Figura 12: estêncil anónimo na Baixa, Lisboa

Há autores que chegam mesmo a exaltar o Post-Graffiti enquanto movimento artístico (Manco, 2004; Ganz e Manco, 2004; Waclawek, 2011; Bou, 2005). Na qualidade de sinónimo, também se apresenta o termo Neo-Graffiti (Manco, 2004: 7; Burkeman, 2010: 126).

No idioma italiano é possível encontrar a variante Postgraffitismo. Conhecendo nós o contexto comercial em que o termo foi inventado, é interessante, volvidos 25 anos, a interpretação oposta que lhe dá Claudia Galal (2008):

Lo scopo fondamentale del Postgraffitismo dovrebbe quindi essere la spinta all'attivismo sociale e politico. Le varie forme della Street Art tentano di creare negli individui la consapevolezza che un mondo migliore è possibile. Raggiungere il successo significherebbe rovesciare il sistema attuale, abbattere le strutture del capitalismo e della globalizzazione, che sta provocando la rovina dell'ambiente e aumentando il divario tra Nord e Sud del mondo. In primo luogo, occorre convincere il pubblico, cioè l'insieme di persone che vede una qualche manifestazione artistica abusiva, a riappropriarsi degli spazi e farne un uso democratico, non imposto dall'altro. Per ottenere questo risultato, la Street Art transforma il linguaggio commerciale e aziendale in un linguaggio di protesta e opposizione contro l'invasione pubblicitaria.⁴⁷

1.9. Street Art

Tal como o termo Graffiti não encontra consensos entre aqueles que o definem, também a Street Art, assim denominada desde os anos 1980 (Manco, 2004: 7), é objeto de inúmeras conceituações, ora coincidentes, ora bastante díspares entre si.

De um modo geral, todos concordam tratar-se de uma forma de expressão artística muito semelhante ao Graffiti, que com ele partilha o espaço urbano de acesso público e também se alastrou por todos os continentes.

É mais fácil compreender o Graffiti e a Street Art comparando-os entre si. Há quem insista que esta nasceu daquele. Porém, se bem que dotados de uma notável aparência genética, ambos coexistem autonomamente desde os primordiais anos de 1960. A este propósito é interessante ler o contributo de Javier Abarca (2008b): “Graffiti y arte urbano [*Street Art*]⁴⁸ no son en realidad padre e hijo, son más bien hermanos, ambos nacidos durante los turbulentos años sesenta como respuesta al monólogo corporativo de la sociedad del espectáculo.”⁴⁹

Por comparação, a Street Art utiliza uma maior diversidade de técnicas, suportes e materiais. Predominam o desenho à mão livre, o estêncil, os autocolantes e os cartazes, mas na lista de técnicas

⁴⁷ Tradução livre: “O objetivo principal do Postgraffiti é constituir-se como força impulsionadora do ativismo social e político. As várias formas de Street Art tentam criar nas pessoas a consciência de que um mundo melhor é possível, o que exigiria derrubar o sistema atual, dismantelar as estruturas do capitalismo e da globalização, causadoras da ruína do meio ambiente e do aumento da desigualdade entre o Norte e o Sul do mundo. Em primeiro lugar, é necessário convencer o público, isto é, levar todas as pessoas que fruem uma manifestação artística a reapropriarem-se do espaço e a dele fazerem um uso democrático, não imposto aos outros. Com este propósito a Street Art transforma a linguagem empresarial e comercial numa linguagem de protesto e de oposição contra a invasão publicitária.”

⁴⁸ Importa anotar que no idioma espanhol temos lido, de modo recorrente, o conceito de *arte urbano* em substituição de Street Art e vice-versa, presumindo que são sinónimos.

⁴⁹ “Na realidade Graffiti e Street Art não são pai e filho, mais corretamente são irmãos, ambos nascidos durante os turbulentos anos 1960 como resposta ao monólogo corporativo da sociedade do espetáculo.” (Tradução livre.)

também figuram o crochet, as instalações, as esculturas, a manipulação de luzes, os azulejos, etc.

Não há restrições quanto aos temas que aborda. Os seus conteúdos são os mais variados que se possa imaginar, uma liberdade tornada possível graças à abdicação de certos cânones restritivos impostos pelo tradicional Graffiti norte-americano. Neste, como se sabe, o desenho subjugava-se à letra, é meramente um meio para representar um nome, ao passo que na Street Art a centralidade no nome do autor da obra esfuma-se a favor de outras motivações. Abre-se assim um horizonte ilimitado para a afirmação autónoma do desenho. Na maior parte dos casos, as obras de Street Art nem sequer contêm palavras, afirmando-se no domínio de uma pura comunicação visual. Temos que a finalidade do Graffiti contemporâneo é comunicar dentro de uma comunidade hermética de writers, de alguns poucos indivíduos que dominam os seus apertados códigos de interpretação. Por contraste, a Street Art direciona-se a um público mais amplo, podendo ser apreciada por todo e qualquer transeunte.



Figura 13: desenho à mão livre da autoria de Tikone, no Monte Estoril

A terminar a lista de itens em que há consensos entre a generalidade dos autores, está o facto de se considerar a Street Art como uma corrente artística, um verdadeiro movimento à escala

planetária (Manco, 2004; Ganz e Manco, 2004; Ganz, 2006; Stahl, 2009; Besser, 2010; Catz, 2013; ADZ, 2010; Waclawek, 2011; Bou, 2005; Lunn, 2006; Walde, 2007; apenas para citar alguns). Anna Waclawek (2011: 7-8; 2008: iv, 304) é categórica na afirmação de que a Street Art constitui o movimento artístico mais emblemático do século XXI [*quintessential art movement of the twenty-first century*]. Citamos Jérôme Catz (2013: 13):

A combination of physical and ideological commitment, of technical skill and spontaneous expression — everything comes together and makes sense. For me, there is no doubt that this is one of the greatest artistic movements that has ever existed, because of its strength, its capacity for continual renewal, and its geographical spread. Hats off, because this is an exercise that demands an extraordinary amount of investment, courage and energy. It's a real revolution, which, I am sure, is only just beginning. Rich and moving to the extent that it is impossible to grasp it in its entirety, street art is everywhere, under everyone's gaze. From North to South, East and West, it is no longer possible to escape it, and so much the better.⁵⁰

A generalidade dos autores diferencia Graffiti de Street Art. Mais raro, há quem aplique ambas as designações indistintamente, como se fossem sinónimos.

Alguns apresentam uma visão tão abrangente deste conceito, que defendem que o Graffiti é um subtipo de Street Art (Catz, 2013; Lunn, 2006: 5). O contrário também existe: autores que preconizam que a Street Art é um subtipo de Graffiti (Campos, 2010; Ganz, 2006; Manco, 2002; Lewisohn, 2011). Para tal, usualmente consideram apenas as tecnologias empregues, ou seja, olham basicamente para as latas de spray, nem sequer levando em conta os temas escolhidos e a forma visual das composições.

Rafael Schacter (2013) propõe-nos um conceito inédito. Ele está entre os autores que concebem uma relação simbiótica e indiscriminada entre Street Art e Graffiti. Escreve como se ambas fossem a mesma coisa. Porém, finta a confusão por via do inusitado conceito: Arte Pública Independente [*Independent Public Art*]. Vai buscá-lo a Javier Abarca, a quem atribui a originalidade da designação (Schacter, 2013: 9). Nela agrupam-se Graffiti e Street Art, contanto que sejam de caráter clandestino, não autorizado, da iniciativa e sob patrocínio dos próprios artistas. Excluem-se assim todas as formas de arte encomendada, remunerada ou que participe em circuitos institucionais e comerciais. Sob a alçada da Arte Pública Independente, Graffiti e Street Art dão as mãos na obscuridade da ilegalidade, porque é isso que verdadeiramente têm em comum.⁵¹

⁵⁰ Tradução livre: “Uma combinação de comprometimento físico e ideológico, de habilidade técnica e manifestação espontânea - tudo se junta e faz sentido. Para mim, não há dúvida de que este é um dos maiores movimentos artísticos que já existiu, pela sua força, capacidade ininterrupta de renovação e expansão geográfica. É uma prática que exige uma quantidade extraordinária de investimento, coragem e energia. É uma verdadeira revolução, que certamente está apenas no início. Espantosamente rica e dinâmica, continua a transformar-se, sendo impossível compreendê-la na sua totalidade. A Street Art encontra-se por toda a parte, sob o olhar de todos. De norte a sul, de oriente a ocidente, não é possível escapar-lhe, e ainda bem que assim é.”

⁵¹ Todavia, observe-se que no seu livro Schacter oferece-nos exemplos que, na sua maioria, afiguram-se como projetos subordinados a instituições, resultando de encomendas remuneradas. Um paradoxo que porventura se possa explicar por não haver no mundo inteiro artistas transgressores, dotados de uma

Com isto assoma-se um aspecto crucial da Street Art: tal como o Graffiti, a sua natureza é ilegal e foge à encomenda. Ricardo Campos, antropólogo de referência em Portugal e pioneiro na investigação desta área, também vislumbra na Street Art expressões visuais “não-institucionais, informais e, na maioria dos casos, ilegais” (2010: 101). É curioso que globalmente esta certeza tenha vindo a esmaecer com o tempo⁵². Com efeito, os livros mais próximos da entrada do milénio (Manco, 2002; Indij, 2004; Ganz e Manco, 2004; Manco, 2004; Bou, 2005; Banksy, 2006; Mangler, 2006; MacNaughton, 2006; Lunn, 2006; Walde, 2007) punham em evidência o carácter marginal da Street Art, o seu instinto desafiador da ordem, a sua independência face à autorização e à censura. Se não assumidamente contestatária, a Street Art era, no mínimo, tida como não solicitada, realizada sem autorização.

Jens Besser (2010: 14) e Anna Waclawek (2011: 7) assinalam que a exposição intitulada ‘Street Art’ na Tate Modern em Londres, ocorrida de 23 de maio a 25 de agosto de 2008, fixou o reconhecimento desta corrente artística por parte das instituições de arte do *mainstream*. Na mesma linha de raciocínio, Jérôme Catz (2013: 181) afirma categoricamente que 2008 definiu a entrada internacional da Street Art no mundo da arte institucionalizada⁵³, até ali reservado unicamente a artistas contemporâneos consagrados. Acrescenta a essa exposição duas outras com o mesmo grau de importância, uma do mesmo ano, do artista britânico Banksy no Museu de Bristol, e outra do ano seguinte, ‘Born in the Streets’ na Fundação Cartier em Paris.

Esses eventos certamente contribuíram para instigar uma definição de Street Art como fenómeno não mais marginalizado. A partir daí vários são os livros reverenciando a Street Art como arte integrada, contraditoriamente admitindo também a ilegalidade de vários projetos. Consequente a 2008, o avanço da encomenda de murais por parte de empresas e autarquias parece ter trazido um esvaziamento da ilegalidade da Street Art, como se ela se tivesse convertido em Arte Pública, em arte sancionada. Neste cenário, alguns poderão ver um certo anacronismo em autores como Cristian Campos (2010), KET (2014) e Blanché (2016: 17), na medida em que estes conservam uma concepção da Street Art inequivocamente afastada dos quadros legais.

A entrada na segunda década do milénio indicia, pois, uma mudança de paradigma na definição de Street Art. Um caso modelar desta constatação é Claudia Walde. Esta autora é bastante respeitada, entre outras razões, porque ela própria granjeou o estatuto de writer e artista competente,

rebeldia arrojada e independente, em número suficiente? A obra necessitou de 125 nomes.

⁵² O mesmo Ricardo Campos, mais à frente no seu livro, constatou: “A *street art*, apesar do seu temperamento intrinsecamente ilegal, tem sido paulatinamente observada como manifestação estética admissível.” E avançou que a prova-lo está a “crescente apropriação destas linguagens inovadoras, por parte de instituições oficiais e agentes artísticos diversos” (Campos, 2010: 218-219).

⁵³ Coincidentemente, 2008 fixou o ano de criação da GAU (Galeria de arte Urbana) por parte da Câmara Municipal de Lisboa. Esse acontecimento, como estudaremos mais à frente (Cf. 4.2. Galeria de Arte Urbana (GAU)), demarcou a institucionalização da chamada Street Art a nível nacional.

celebrizando-se sob o pseudónimo de Mad C (Edlin, 2011: 210). Publicou um primeiro livro em 2007⁵⁴, original sobre vários aspectos, onde acentuava a ilegalidade da Street Art. Já em 2015⁵⁵ parece ter-se rendido à ideia de que a Street Art corresponde aos murais legalizados que hoje preenchem tantas fachadas em cidades da moda. A eles, concedeu total protagonismo nas páginas do seu último livro. Introduz-nos um conceito interessante e inaudito para definir o momento histórico atual: Movimento de Street Art e Graffiti sob a forma de Pintura Mural [*Graffiti and Street Art Mural Movement*].



Figura 14: estênceis de Rufia e Dalaiama, em São João do Estoril

Poderíamos partilhar aqui um sem número de citações capazes de traduzir o espírito vigoroso da Street Art que incólume ludibria a lei. Escolhemos uma passagem intencionalmente atual, retirada de um dos poucos livros recentes que, ao estilo dos que lhe precederam na década anterior, preserva um entendimento puramente insubmisso da Street Art. Ressalta KET (2014: 6):

⁵⁴ Sticker City: Paper Graffiti Art. London: Thames and Hudson.

⁵⁵ Mural XXL. London: Thames and Hudson.

The lifespan of the art pieces [...] is typically short. Many are cleaned off, erased, covered, and destroyed within days of their creation. Some lucky ones, perhaps the sanctioned ones [...] tend to last much longer but I would argue that their impact isn't as strong as the art that is illegal and that we can encounter spontaneously.⁵⁶

Em 2006, numa interessante e consistente publicação versando o Graffiti e a Street Art na Austrália⁵⁷, já Matthew Lunn sustentava que uma obra de Street Art, pelo menos até ser removida, é imune à censura. Para si, a Street Art almeja o enfrentamento, não pretende agradar. Ao contrário dos meios de comunicação social, que cada vez mais subscrevem os posicionamentos de quem governa, a Street Art permite a livre expressão, que por sua vez potencia imensa criatividade. Este tipo de manifestação urbana pode nem sempre ser estética ou politicamente aprazível para todas as pessoas, mas induz ao questionamento. Posicionamentos políticos expressos através da Street Art são muito mais representativos da opinião pública do que os meios de comunicação social⁵⁸. Completa: "One of the most engaging things about street art is that it is unedited. It has a rawness you don't get through other forms of media. It is the voice of the world around us."⁵⁹

Muito embora respeitemos alguma polissemia na expressão Street Art, quando a mencionarmos nesta dissertação, salvo declaração em contrário, estaremos a designar obras não encomendadas.

1.9.1. Street Artist

Tal como o perfil daqueles que protagonizam o Graffiti mereceu uma caracterização realçada⁶⁰, também discorreremos com um pouco mais de detalhe sobre os praticantes da Street Art, aqui considerada na sua categoria originária de arte não encomendada, enquanto gesto que resulta da intenção de um indivíduo, ou grupo de indivíduos, livre de constrangimentos institucionais.

⁵⁶ Tradução livre: "A vida útil das obras de arte [...] é habitualmente curta. Muitas são removidas, apagadas, cobertas e destruídas poucos dias após a sua criação. As mais sortudas, talvez aquelas realizadas por encomenda [...] tendem a durar mais, porém eu diria que o seu impacto não é tão forte como a arte que é ilegal e que podemos encontrar espontaneamente".

⁵⁷ Street Art Uncut. Victoria: Craftsman House.

⁵⁸ "Political graffiti [recordemos que para este autor Graffiti é um subtipo de Street Art (p.5), portanto quando menciona Graffiti está na verdade a referir-se à Street Art] is unedited and, at least until it is removed, uncensored. It is intended to be confrontational; it doesn't aim to please. Unlike the mass media, which increasingly toes the government line and has certain expectations of its contributors, street art allows writers to express their thoughts freely. Such freedom allows great potential for creativity. This kind of communication might not always be aesthetically or politically pleasing to every viewer, but it is thought provoking. In fact, political graffiti can reflect the audience's attitudes more closely than the mass media." (Lunn, 2006: 23)

⁵⁹ Tradução livre: "Uma das coisas mais envolventes na Street Art é que ela não sofre correções. É detentora de uma crueza que não se vê noutras formas de expressão. Ela é a voz do mundo que nos rodeia". (Lunn, 2006: 4)

⁶⁰ C.f. 1.4.1. Writer.

Ao advogarem o direito à cidade sem decisores intermediários, fazem recordar as críticas do filósofo Víctor Correia (2015: 84) à arte sancionada:

"O encargo com obras de arte pública encontra-se por vezes tão burocratizado ou tão viciado pelo clientelismo político, que os critérios para a seleção de artistas, os procedimentos de adjudicação da obra, o seguimento de projetos ou o controle da execução, conduzem a uma infinidade de procedimentos aleatórios ou de irregularidades, que levam a que as obras de arte executadas sejam de qualidade artística duvidosa, e que provoquem a decepção por parte do público."

É assim que os street artists, desiludidos com órgãos decisórios castradores, superando desconfianças acerca dos poderes públicos, por sua própria iniciativa lançam-se à conquista de um lugar autónomo num cenário de asfalto e betão armado. Os street artists obtêm resultados imediatos, incorporando na cidade a atitude “faça você mesmo” [*a do-it-yourself city*], concedendo aos recantos da urbe significações personalizadas, comunicando por uma via não censurada com a comunidade onde se inserem.

Em comparação com o Graffiti, há proporcionalmente mais mulheres na qualidade de street artists do que como writers. A essência do Graffiti tradicional centra-se no universo masculino (Cerejo, 2007; R.Campos, 2010: 194-198), uma discriminação sexista especialmente verificável nas representações que o Hip Hop mundialmente reproduz. Johannes Stahl (2009: 185) observa: “O *hip hop* é uma corrente cultural profundamente dominada por homens. As concepções do mundo têm claras tendências chauvinistas”. Observa-se que as mulheres raramente são a figura principal num vídeo musical, num texto de *rap*, ou num mural de Graffiti na vertente Hip Hop. Frequentemente surgem numa condição subalternizada, sem autonomia, como observadoras e admiradoras das destrezas e do poder do homem, seja ele cantor de *rap* ou writer, confirmando o arquétipo social da mulher enquanto objeto — visual e não só (Berger, 1972: 40-48) — cuja aparência apenas ganha sentido enquanto representação de um desejo masculino⁶¹. Nesta particularidade, a quantidade de mulheres street artists é incalculável, um facto facilmente comprovável através de uma bibliografia especializada na Street Art. Algumas obras, como a de Nicholas Ganz (2006) são particularmente emblemáticas nesta demonstração.

Em Portugal, destacamos as contribuições de street artists no feminino como EUsboço, Acaso, Efeito Magenta e Dellicious, muito dinâmicas especialmente na primeira década do milénio, sendo que ainda hoje EUsboço ocasionalmente continua a expandir a sua criatividade sobre a cidade.

⁶¹ “Poder-se-ia simplificar tudo isto dizendo: os homens agem, as mulheres aparecem. Os homens olham para as mulheres. As mulheres veem-se a serem vistas. Isto determina não só a maioria das relações entre homens e mulheres como também as relações das mulheres consigo próprias. O vigilante da mulher dentro de si própria é masculino: a vigiada, feminina. Assim, a mulher transforma-se a si própria em objeto — e muito especialmente num objeto visual: uma visão.” (Berger, 1972: 51)



Figura 15: O filho mais novo do Zé Povinho, da autoria de Uber, em Paço d'Arcos



Figura 16: Ovelhas Memé no Algarve

Nas figuras 15 e 16 podemos comparar duas obras criadas com um intervalo de aproximadamente quinze anos. A primeira é da autoria de Uber e a segunda de Ovelhas Memé. Ambos os autores são portugueses e de elevada categoria. O que estas duas obras têm em comum é a

particularidade de tanto Uber quanto Ovelhas Memé prescindirem de letras para assinalar a sua presença. As personagens que ambos criaram autonomizaram-se e substituíram-se à palavra, o pronunciamento dos seus nomes dá lugar à sonoridade visual das suas identidades. Esta é uma das grandes transformações da Street Art relativamente a outras formas de Graffiti. A imagem conquista uma soberania tal que as palavras deixam de ser necessárias. Tristan Manco (2004: 78) e JAKe (2012: 7-8, 200-201) colocam Mr. A (ou Monsieur André) na vanguarda desta proeza. À entrada dos anos 1990 ele terá sido o primeiro, em França e no mundo, a adotar um desenho como assinatura.

Em Portugal, Uber é, provavelmente, quem inicialmente obteve esse reconhecimento. Na viragem do milénio, todos se lembrarão das suas figurações de “o filho mais novo do Zé Povinho”, cuja aparição instantaneamente evocava o nome do seu autor. Outros o seguiriam na primeira década dos anos 2000, tais como Misha com o seu cão, Dalaiama com o seu capitalista engravatado e pássaros suspensos, Another com o seu rosto branco de olhos redondos, BimiMonsters com os seus personagens alienígenas de sorrisos intensos, Rufia com os seus piratas, vikings, bandidos honestos e *outsiders*. Hoje, da nova geração é Ovelhas Memé um dos mais destacados street artists a transportar a tocha quente do desenho, puro na substância, que se emancipou na qualidade de assinatura visual.

Ao street artist atribui-se irreverência. Em desafio às normas, liberta obras no espaço público, muitas delas produzidas de antemão na calma ponderada do estúdio. Habitualmente, reclama-se-lhe o carácter interventivo de quem milita numa espécie de ativismo urbano [*urban activism*] (Hundertmark, 2006: 9). É comum ouvir-se pela voz de street artists que o seu intento é enfrentarem os anúncios da publicidade comercial, jogando as idênticas regras da omnipresença. Agem sobre os mesmos suportes citadinos, a diferença é que fazem-no violando a lei. Quando questionados acerca da ilicitude das suas ações, argumentam que a propaganda comercial tampouco pede permissão aos transeuntes para se interpor no seu caminho. As marcas publicitárias impõem-se, transformando os inadvertidos cidadãos em consumidores, sem o seu prévio consentimento (Berger, 1972). Confrontando-a, os street artists publicitam as suas mensagens estéticas, poéticas e políticas sem a pretensão de promover o consumo. Neste sentido, publicitam coisa nenhuma e propõem-se nada vender, crendo que esse é um projeto libertador.

Por outro lado, há os que procuram autopromover-se, com a finalidade de singrarem numa carreira artística. Segundo Jérôme Catz (2013), esse é o objetivo último de todos os street artists. Face à aparente impossibilidade de fixarmos uma definição unívoca sobre a legalidade ou ilegalidade da Street Art, a perspetiva de JAKe (2012: 9) é ilustrativa de uma viável caracterização do street artist na atualidade. Ao estabelecer uma analogia entre Graffiti e Street Art, ele dá-nos pistas acerca do possível perfil dos street artists, evidenciando os que atuam em conformidade com a lei e o mercado:

[...] let's think of graffiti as a moody, rebellious teenager, unconcerned with approval from anyone but his or her peers, and street art as the slightly awkward, but pleasant young adult, more inclined to communicate to a wider audience. Maybe some of the youthful rawness has been lost, and, compared to the risky methods of graffiti, today's street artists often operate in a safer environment, painting shop shutters legally. In some cases these are even secured by gallery owners, keen to promote an upcoming show.⁶²

Em regra, os street artists não são adolescentes e levam a sua atividade a sério. Observa-se que as suas idades prolongam-se muitíssimo para além dos 20, 30, 40 ou mesmo 50 anos (Jaybo, 2006; JAKe, 2012; CML e MUDE, 2014; Klanten, Ehmann, Hellige & Alonzo, 2008; Hundertmark, 2006; Klanten e Ehmann, 2005; Schacter, 2013; Ruiz, 2011; Lewisohn, 2011; Ma'Claim, 2006). É o caso de nomes históricos que somam à atividade de street artists carreiras profissionais na área do design e das artes plásticas. Por exemplo, o suíço Harald Naegeli conhecido como "Sprayer de Zurique", nascido em 1939, preencheu um lugar cimeiro na Street Art internacional, desenhando nas ruas até bem depois de completar quatro décadas de existência. Foi preso com essa idade, e depois de cumprir pena, ainda prosseguiu a sua atividade ilegal. Há uma galeria infundável de nomes marcantes na História do movimento que atestam a longevidade dos street artists.

Apenas para referir alguns dos pioneiríssimos que ainda hoje, ou até há bem pouco tempo, vêm ou vinham intervindo ilegalmente, temos os franceses Miss-Tic (nascida em 1953), Ernest Pignon-Ernest (n. 1942), Blek le Rat (n. 1951) e Jérôme Mesnager (n. 1961); os estadunidenses Barbara Kruger (n. 1945), Ron English (n. 1959) e Jenny Holzer (n. 1950); o canadiano Richard Hambleton (n. 1954); o italiano Paolo Buggiani (n. 1933); etc. Sucedendo a esta geração, uma outra, nascida por volta da década de 1970 e que atualmente ronda os 35-50 anos, mantém uma enérgica produção: os norte americanos Shepard Fairey, Swoon e Espo (Stephen Powers); os franceses Invader, JR e Zevs; o belga ROA; os alemães Boris Hoppek e Flying Fortress; os brasileiros Gêmeos, Zezão, Vitché, Nunca e Onesto; os suecos Hop Louie e Nug; a sul africana Faith47; os britânicos D*Face, Banksy, Slinkachu e Nick Walker; os noruegueses Dolk e Pobel; etc. Estes foram apenas meros exemplos, alguns poucos, retirados dentre os mais célebres ligados ao *mainstream*.

Em Portugal, esta lista está por ser sistematizada, muito embora se possa falar em street artists históricos ainda no ativo que claramente já ultrapassaram os 30 ou mesmo os 40 anos, como Costah, Hazul, Dalaiama, Tinta Crua, Mar, MaisMenos, Uber, entre outros.

⁶² Tradução livre: “[...] pensemos no Graffiti como um adolescente temperamental, rebelde, despreocupado com a aprovação dos outros, exceto dos seus pares, e na Street Art como um jovem adulto um pouco estranho, mas afável, propenso a comunicar-se com um público mais vasto. Talvez alguma da pureza juvenil se tenha perdido e, em comparação com os métodos arriscados do Graffiti, os street artists de hoje operam amiúde em um ambiente mais seguro, pintando lojas legalmente. Em alguns casos, estes ambientes são assegurados por galeristas, interessados em promover uma exposição.”

1.9.1.1. Street artists por conveniência

Na elaboração de uma listagem nacional, é importante conhecer bem o meio, porque todas as tentativas que vimos até agora têm-se ficado pela inépcia, indo-se buscar nomes sem percursos verificáveis no domínio da Street Art, ingenuamente acreditando-se que os muralistas de serviço em algum momento terão empreendido ações não autorizadas. Pois que sejam creditados somente nessa condição de muralistas, igualmente apreciável, sem esquecermos que há uma faceta riquíssima da arte no espaço público protagonizada por verdadeiros street artists, a maior parte deles bastante distantes da realização de paredes encomendadas.

Os fazedores de murais institucionalizados atualmente muito populares, perceberam que a nutrir estas pinturas está a mística do proibido: é atraente para o público a ideia de que estes desenhos de grande formato são realizados por indivíduos rebeldes, que quando não estão a pintar sobre os palcos autorizados, ocupam o tempo escondidos na rudeza das noites ácidas, infringindo as normas, desenhando sobre paredes que não lhes pertencem. A este respeito Jens Besser (2010: 14) certamente anotou: “nothing is more eye-catching than an alleged crime.”⁶³ O *marketing* sabe-o e é poderoso. Tentados pelas promessas de dinheiro e fama, artistas que não são nem nunca foram street artists, cientes de que este conceito remete para práticas não autorizadas, apressam-se a falsificar percursos, de modo a poderem ingressar no circuito das contratações. Nunca foram transgressores. Habitados a ronronar como inofensivos felinos caseiros, por conveniência fazem-se passar por panteras que se deixaram enjaular.

A internet tem facilitado a impostura, porque é fácil um candidato ao estatuto de street artist indómito, de muralista rebelde, aplicar um desenho sobre uma parede recôndita nunca visitada pela polícia. Uma boa fotografia nas redes sociais funciona como registo do perigo que nunca aconteceu. Uma suposta ação ilícita, eleva-se da sua irrelevância material graças ao ciberespaço e beneficia de uma visibilidade de outro modo impossível.

Com vista ao rigor na catalogação académica dos street artists portugueses, uma solução seria começar por tomar nota dos trabalhos presenciados na rua propriamente dita, e não nas suas representações virtuais. Nesse levantamento, a persistência no espaço e no tempo deve ser tomada em conta, porque meia dúzia de ações não constroem um percurso. O papel de cada street artist deve ser bem avaliado, no quadro mais geral de uma Street Art portuguesa cuja fisionomia vai muito além de projetos encomendados. A solidez da verdade não figura na vacuidade aérea de uma internet vaporosa, nem tampouco na flacidez encomendada de murais descartáveis.

Contudo, existem efetivamente street artists que hoje frequentam os circuitos comerciais, vendendo os seus talentos. Previamente, conquistaram estatuto consagrando anos das suas vidas aos

⁶³ Tradução livre: “nada seduz mais do que um alegado crime.”

perigos das intervenções clandestinas, em desafio à lei, correndo riscos, abnegadamente, e empreendendo sacrifícios de vária ordem: familiares, financeiros, profissionais, pessoais... Só quem não viveu esses momentos de adrenalina, de medo e glória íntima, consegue desvalorizar a relevância dessa autenticidade. A redação de uma História da Street Art em Portugal apenas se justifica sob o prisma do rigor e da verdade.

1.10. Arte Urbana

Se bem que a designação Arte Urbana seja vulnerável a imprecisões, acarreta menos controvérsia do que os termos Graffiti e Street Art. Presentemente, quando se fala em Arte Urbana tem-se em mente um tipo particular de Arte Pública que acontece sobre suportes de dimensões majestáticas, sejam empenas de prédios ou muros com elas aparentados. Não chega a ser, como se poderia pensar, uma tradução literal de *Urban Art*. É sim a herdeira das significações atribuídas à sua cognata inglesa Street Art, particularmente na sua versão legalizada⁶⁴.

Em Portugal, o termo Arte Urbana vem sendo o escolhido para anunciar os eventos de pintura mural espetacularmente promovidos por autarquias e empresas privadas. Remete para a ideia de festivais, concertos e outras comemorações institucionalizadas. É uma expressão valorativa, desperta entusiasmo, antecipa momentos bem passados, de diversão, cor e riso.

No Brasil, a sua utilização institucional é semelhante, se bem que naquele país frequentemente seja preterido pela designação *grafite* (uma adaptação aportuguesada de Graffiti) não aplicável em Portugal.

As quatro partes que identificamos como envolvidas nesses eventos (entidades promotoras, artistas, público e comunicação social) aceitam de bom grado a designação, à qual atribuem conotações positivas. A Arte Urbana não agride, não acarreta rupturas, pelo contrário, promete o sabor suave da alegria. Introduce-se como a prática estética da moda, ajustada à contemporaneidade.

Tornou-se impossível referir o termo Arte Urbana sem levarmos em conta a importância histórica da GAU (Galeria de Arte Urbana) que estudaremos mais à frente⁶⁵. A sua criação em 2008, na Calçada da Glória em Lisboa, veio consolidar a definição desse conceito. Desde então ele vem sendo utilizado numa ótica institucionalizada, fazendo referência a uma espécie de Arte Pública cujos meios operativos assemelham-se aos do Graffiti e da Street Art. Não obstante o aparente

⁶⁴ Já estudamos (Cf. 1.9. Street Art) como, no que concerne à Street Art, a fronteira entre legal e ilegal pode ser difusa.

⁶⁵ Cf. 4.2. Galeria de Arte Urbana (GAU).

consenso, decorrente do uso generalizado nesse âmbito, o conceito de Arte Urbana preserva zonas obscuras de indefinição.

Pedro Soares Neves (2015: 121) mostrou-se ciente de que a "expressão Arte Urbana é de difícil tipificação e avaliação apesar de institucionalmente em Portugal ser amplamente utilizada sobretudo desde 2008". Em território português e no que à Arte Urbana diz respeito, a melhor tentativa de clarificação conceptual provavelmente vem sendo experimentada por este autor.

Em 2009 escrevia, numa brochura que acompanhava uma das primeiras inaugurações da GAU, que a Arte Urbana “pretende identificar a Arte que se faz no contexto urbano à margem das instituições públicas.” Paradoxalmente, esta asserção vinha impressa num documento destinado a uma exposição promovida por uma instituição pública. Foi a própria Câmara Municipal de Lisboa que o mandou imprimir.

Em 2011 reconhecia a pertinência dos desenhos não autorizados. Perante a multiplicação dessas intervenções, na busca de conceptualizações adequadas à Arte Urbana, decidiu chamá-las de "apropriações gráficas informais":

A revisitação recente do termo arte urbana associa-se à apropriação gráfica informal. Uma prática que poderá em última análise entender-se como procura de visibilidade. Pretende chamar “a atenção” do transeunte para algo que quer ser comunicado de uma forma não autorizada.

São por exemplo: riscos indescritíveis, assinaturas (tags) ou peças de graffiti coloridas, pequenos autocolantes ou papeis enormes colados a anunciar limpa chaminés, cartazes do circo ou do próximo mega concerto, moldes (stencil) dos mais famosos artistas de street art do mundo, até simples e anónimas declarações de amor, tudo compete por visibilidade entre si e entre outras formas “autorizadas” de comunicação (publicidade, arte pública, etc...). (Neves, 2011: 253)

Volvidos quatro anos, em 2015 Pedro Soares Neves viria a identificar, nos habituais quadros de referência originários do Graffiti, três tipologias para a Arte Urbana. São elas a tipologia de *formação*, a *pré-formal* e a *formal*, a que faz corresponder, respetivamente, "Arte Urbana como desenho da cidade e signos visuais", "Arte Urbana como Graffiti e Street Art", "Arte Urbana como Street Art Murals, Murais de Arte Contemporânea, Arte Pública e ou Urban Art" (Neves, 2015: 128-131)⁶⁶.

A tipologia de *formação* é a mais flagrante e espontânea, presente em todas as sociedades de modo não autorizado. Engloba aquilo que anteriormente designamos por Outsider Graffiti⁶⁷, produções informais anónimas, desenhos descontínuos, assinaturas pontuais, nomes sulcados a canivete em bancos de jardim, frases pintadas a trincha em muros inesperados, cartazes colados à revelia, etc.

⁶⁶ De acordo com o seu ponto de vista mais recente, os desenhos não autorizados que mais centralizam as nossas atenções classificam-se como Arte Urbana *de formação* ("como desenho da cidade e signos visuais") e Arte Urbana *pré-formal* ("como Graffiti e Street Art").

⁶⁷ Cf. 1.7. Outsider Graffiti ou *Underclass Outsider Art*.

A Arte Urbana *pré-formal* é a que acordou no final dos anos de 1960, encaminhando-nos para o Graffiti e a Street Art. Aqui evidenciam-se pseudónimos que assinam obras não sancionadas no espaço público. Configura-se alguma ordem interna, existem percursos autorais, breves ou longos, e padrões na localização das ocorrências e na sua forma visual.

Por fim, a tipologia *formal* enquadra “tipos de Arte Urbana que se podem designar de muralismo contemporâneo, ou arte pública”, onde é preponderante “a dimensão claramente consentida, comissionada, e ou suportada por instituições ou empresas, associada com maior ou menor intensidade ao contexto de produção e consumo da “arte instituída” dialogando diretamente com agentes, galerias, colecionadores, museus, etc.” De acordo com o que temos vindo a estudar, a Arte Urbana *formal* nada mais é do que Arte Pública⁶⁸.

Quando, em 2011, este autor considerava que a Arte Urbana definia uma moldura de intervenção informal, isto é, obras no espaço público não encomendadas, implicitamente afastava a possibilidade de existir Arte Urbana institucionalizada, ou seja, não aceitava, ainda, a hipótese de uma Arte Urbana *formal*. Ao mudar de opinião, parece ter-se rendido à evidência imposta pelo uso generalizado da expressão Arte Urbana, quotidianamente convencionado por todos como muralismo legalizado.

A sua proposta de tipologias surge assim lúcida, conhecedora da realidade portuguesa e procurando espelhá-la.

O único inconveniente desta sistematização, na nossa opinião, é que os mais desavisados poderão ser induzidos em três erros.

O primeiro, é que ela funda-se numa cronologia de tipologias que alguns podem interpretar como evolutiva, captando-lhe sinais de progresso. Neste sentido, a terceira etapa, *formal*, significaria a última, a mais recente e, eventualmente, a mais digna de ser valorizada. Por contraste, muitos não resistirão a considerar as manifestações desordenadas da primeira tipologia, *de formação*, como um sinal de primitivismo, carentes de disciplina, propósito e sentido estético. Por seu turno, a designação *pré-formal*, através do prefixo *pré*, indicia uma existência vazia de autonomia, uma espécie de degrau cuja finalidade é servir de mera plataforma para a terceira e última tipologia; a Arte Urbana *pré-formal* aguentar-se-ia num casulo, pulsando com a única finalidade de se metamorfosear na Arte Urbana *formal*, a mais luxuriante. Neste sentido, cada uma das três etapas engrossaria uma sequência ascendente de juízos de valor. Contudo, afigura-se-nos que nenhum tipo de Arte Urbana vale mais do que o outro, cada um guarda a sua especificidade própria e digna⁶⁹.

⁶⁸ Cf. 1.1.1. Arte Pública.

⁶⁹ A construção de uma hierarquia é errada, na nossa ótica, porque a situação hoje muito em voga dos murais (definição *formal* nas palavras de Soares Neves) não corresponde a uma posição superior numa suposta escala evolutiva. Aliás, dependendo do olhar, se considerarmos a perda de ímpeto identitário, de autenticidade, de novidade e surpresa, de participação democrática e acesso a todos (como autores, não

O segundo possível mal entendido, é alguns receberem com esta tipologia a notícia de que o advento da Arte Urbana *formal* teria suprimido as manifestações anteriores. A realidade não é essa. A Arte Urbana *de formação*, a *pré-formal* e a *formal* coabitam. A imensidão das ruas é incomensurável e há espaço para todos. A tipologia *formal*, aquela que poderia ser considerada por alguns como o pico mais elevado da escala evolutiva, pela sua espetacularidade e também pela legitimação que obtém por parte dos poderes instituídos, é que acaba por ofuscar outras manifestações. A eclosão legalizada de paredes exuberantes com grande efeito publicitário para aqueles que as patrocinam, paredes essas realizadas por poucos indivíduos, não erradica o anseio por expressão de muitos outros. Subsiste a necessidade de uma multidão maioritária de cidadãos manifestarem-se livremente, com ou sem autorização. Lembremos que o “muralismo contemporâneo” (expressão muito bem encontrada por Pedro Soares Neves) é simplesmente o traje remendado de um tipo de muralismo sob encomenda que sempre existiu, cuja ancestralidade reside no desejo de controle e censura sobre o espaço público por grupos sociais dominantes.

Por fim, esta proposta de tipologias pode fazer supor que os protagonistas desta sequência são os mesmos. Mas na maior parte dos casos não são. Quem participa, quase sempre anonimamente, na chamada Arte Urbana *de formação*, pode nunca vir a realizar Graffiti ou Street Art, modalidades inseridas na Arte Urbana *pré-formal*. E sobretudo a última tipologia, devido à natureza remunerada dos murais, atrai um sem número de atores que apanham a peça teatral a meio, frequentemente desempenhando o papel desajeitado de quem nunca pintou ilegalmente mas mente que sim. Os muralistas fazedores da Arte Urbana comissionada, provêm de meios publicitários, da ilustração comercial, do design de comunicação, de áreas artísticas que não conhecem a aspereza da rua clandestina, das noites em claro a pintar com a adrenalina de quem arrisca muito e desgasta-se a esconder-se da polícia. Sem pôr em causa os méritos e talentos destes novos “artistas urbanos”, porque à vista de todos há murais agradáveis, deve-se contudo frisar esta diferença, na medida em que a tipologia *formal* é vulnerável à emergência de oportunistas.

No nosso modo de ver, esta análise de Pedro Soares Neves vem acrescentar dados relevantes. Chama a atenção para a constatação de que, queiramos ou não, mudanças aconteceram. As suas reflexões conceptuais confirmam-nas, motivam o debate e esse contributo é imprescindível.

apenas como fruidores/consumidores), a etapa dita *formal* até pode ser entendida como uma fase de decadência.

1.11. *Urban Art*

Tal como já se disse⁷⁰, *Urban Art* não costuma ser literalmente traduzível para português, ou seja, não significa o mesmo que Arte Urbana. As publicações em inglês reservam-lhe um outro sentido.

Todavia, a Câmara Municipal de Lisboa, no quadro das intervenções legalmente autorizadas por si, difundidas pela cidade e compiladas entre 2008 e 2012, procede a essa transliteração direta. No prefácio bilingue de uma publicação de 160 páginas que reúne esse acervo (CML/DPC, 2012) o conceito Arte Urbana é literalmente convertido em *Urban Art*. Nesse livro, Graffiti e Street Art também surgem como manifestações de *Urban Art*. Em bom rigor, talvez a Câmara devesse empregar a expressão *Public Art*⁷¹, considerando que os murais que viabiliza são encomendados.

Na verdade, em inglês *Urban Art* e Street Art são regularmente expressões aplicadas sem distinção, não obstante esta última seja mais frequente do que a primeira, especialmente para indicar muros pintados. E bem assim, parece haver uma pequena sutileza na interpretação de cada uma: *Urban Art*, para além de incluir as artes plásticas em contexto urbano, acrescenta outras modalidades culturais, muitas vezes em ambientes fechados, tais como moda, cinematografia, realização de eventos (ADZ, 2010: 44-45, 114) e inclusivamente arquitetura de interiores e design de mobília (ADZ, 2010: 120-121) ao passo que Street Art é o modo mundialmente preferido para fazer alusão a desenhos e pinturas sobre paredes. Neste sentido, Street Art pode ser entendida como uma partição mais restrita da *Street Culture*. *Urban Art* é mais abrangente, de tal modo que com maior facilidade encontramos quem defina a Street Art como uma forma de *Urban Art* do que o contrário (Hundertmark, 2006: 9). Mas insistimos que é comum ambas as expressões serem usadas indistintamente.

De modo categórico, Ulrich Blanché (2016: 17) confirma a identidade abrangente da *Urban Art*. Nela, estão contidas outras formas de expressão: a Street Art, o Graffiti e até a Arte Pública. Segundo ele: “In short, Graffiti is rather word-based, it addresses graffiti writers, Public Art is sanctioned art for the public, Street Art is for the public as well, but it is illicit, unsanctioned, selfauthorized and rather image-based. Urban Art is an umbrella term for the other three.”⁷²

Pedro Soares Neves (2015) associa esta designação à Street Art realizada em contexto expositivo-comercial. Entretanto, as nossas referências bibliográficas não nos permitem confirmar

⁷⁰ Cf. 1.10. Arte Urbana.

⁷¹ Cf. 1.1.1. Arte Pública.

⁷² “Resumindo, Graffiti baseia-se no desenho de letras e dirige-se a outros writers, Arte Pública define arte autorizada para o grande público, o mesmo público para o qual se destina a Street Art, se bem que esta seja ilícita, não encomendada, estruturada em torno de uma imagem em vez de letras. *Urban Art* contém aquelas três formas de arte.” (Tradução livre.)

essa afirmação. O que verificamos é que para fins comerciais o adjetivo empregue é outro: *Urban Contemporary Art* (Catz, 2013: 151, 185; ADZ, 2010: 93) ou *Contemporary Urban Art* (ADZ, 2010: 106) que à letra pode ser transcrito como ‘Arte Contemporânea Urbana’, isto é, uma arte contemporânea com faceta urbana, conjugando os aprendizados adquiridos na crueza da rua com os métodos e técnicas das Belas-Artes. Cláudia Walde (2007: 13) integra a colagem de autocolantes e cartazes artísticos na *Contemporary Urban Art*.

É conhecida uma certa facilidade com que os intervenientes no espaço público, protagonizem eles Graffiti, Street Art, ou *Urban Art*, trabalham em conjunto, partilhando paredes e outros espaços⁷³. Claudia Galal (2008) elogia essa predisposição como signo de solidariedade e tolerância:

[...] questa tendenza dell'Urban Art porta in sé un ulteriore messaggio, o meglio, un ideale. La grande collaborazione, solidarietà e stima reciproca tra i vari artisti rappresentano un chiaro invito al rispetto della diversità, alla contaminazione e alla multiculturalità. (...) è un mezzo di sensibilizzazione e di educazione alla tolleranza.⁷⁴

Christian Hundertmark (2006) destaca a ideia de *Urban Art* como uma forma de expressão refrescante, mobilizadora, atuante, de acesso grátis, aberta a todos, e que aparece inesperadamente, como algo surpreendente que talvez não devesse estar ali mas que de algum modo parece arte⁷⁵.

Jaybo (2006) coincide no raciocínio, enfatizando a militância latente no que entende por *Urban Art*, vendo como uma obrigação dos seus praticantes apresentarem-se como uma força denunciadora das tensões sociais e problemas ambientais causados pela tirania do consumismo, numa perspetiva ativa de contra-ataque e enfrentamento.⁷⁶

⁷³ Sendo uma prática por todos evidente, destacamos dois livros constantes na nossa bibliografia particularmente ricos nesta observação: um de Louis Bou (2005) e outro de Jens Besser (2010).

⁷⁴ Tradução livre: “[...] esta tendência da Urban Art traz em si uma mensagem adicional, ou melhor, um ideal. A grande colaboração, a solidariedade e o respeito mútuo entre os vários artistas representam um claro convite ao respeito pela diversidade, a coexistência e o multiculturalismo. (...) é um meio de sensibilização e educação para a tolerância”.

⁷⁵ “[...] something that maybe isn't supposed to be there but somehow looks like art.”

⁷⁶ “Seeing Urban Art as a reflection of social distress and environmental problems caused by the tyranny of consumerism [...] it is the artist's responsibility to reveal and counteract these issues.”

2. TÉCNICAS

Abordaremos aqui as técnicas mais recorrentes no Graffiti e na Street Art. Não nos poderemos estender neste capítulo como gostaríamos por duas razões primordiais. A primeira, prende-se com o facto de este ser um fenómeno de tal modo dinâmico e ainda em ebulição que seria impossível abarcar todos os métodos de atuação que os intervenientes de Graffiti e especialmente de Street Art vêm concretizando no espaço público. Novas maneiras de fazer são inventadas, e outras, mais antigas, reflorescem de modo inesperado. A segunda, remete-nos para a finalidade da nossa pesquisa, centrada no compromisso de observar o cenário nacional e, infelizmente, constatamos que em Portugal as formas de expressão neste domínio são tímidas e muito menos diversificadas quando comparadas com as referências internacionais. Especialmente no que concerne à Street Art.

Antes de tratarmos em pormenor dos materiais, tomemos nota dos suportes de eleição. Há quem pense que qualquer superfície urbana se presta à intervenção, mas não é assim. Há regras, especialmente no universo do Graffiti, também seguidas pelos praticantes de Street Art.

Graffiti can be written on anything regarded as public, which typically includes warehouses, government and public buildings, and any form of public transport. Private houses, heritage sites, graveyards and old people's homes are regarded by most as out of bounds. Cars in particular are no-go zones. Those who use them are preyed upon and ridiculed.⁷⁷ (Matthew Lunn, 2006: 13)

As fachadas de edificios abandonados e os recantos do mobiliário urbano também despertam o apetite dos criativos urbanos. Louis Bou (2005: 106) assinala os contentores do lixo, semáforos, sinais de trânsito, portas, persianas, estores, telhados, escadas, cabines telefónicas, bancos e mesas, montras de lojas, entre muitos outros.

Sendo mais aberta, a Street Art veio desdobrar estas convenções, adicionando suportes alternativos. Por exemplo, os street artists aplicam tinta, colagens e outros materiais também sobre pavimentos, calçadas, passadeiras, árvores, lagos, jardins, etc., bem como sobre uma infinidade de elementos inusitados que preenchem a paisagem urbana. E não só urbana, porquanto no meio rural também se verificam intervenções, seja sobre edificios que ali se encontrem ou animais, como fez o artista britânico Banksy ao desenhar com tinta diretamente sobre vacas, ovelhas e porcos (Banksy, 2005: 150-155). Tampouco é de descartar o vestuário, desenhando-se e tagando-se t-shirts (Bou, 2008).

⁷⁷ Tradução livre: "O Graffiti pode realizar-se sobre todas as superfícies consideradas públicas, o que tipicamente inclui armazéns, edificios governamentais e estatais, bem como todos os tipos de veículos de transporte coletivo. Habitações privadas, património edificado, cemitérios e moradias de idosos são excluídos pela maioria dos writers. Na lista de exclusões estão especialmente os carros. Aqueles que os pintam são ostracizados e ridicularizados."

2.1. Graffiti

Por Graffiti entendemos aqui aquele de origem norte-americana, já anteriormente descrito em detalhe⁷⁸. Nele, predomina o desenho à mão livre, executado com tinta aerossol ou, no caso dos tags, com aerossóis e marcadores. Frequentemente veem-se também letras enormes concretizadas com rolos de tinta plástica, em viadutos, painéis de autoestrada ou edifícios elevados. Os materiais utilizados não variam muito porque, como bem lembra Abarca (2008b), no fundo o Graffiti é uma cultura conservadora⁷⁹.

Seguiremos uma ordem cronológica. Primeiro os marcadores, seguidos das latas de tinta e dos autocolantes.

2.1.1. Marcadores

Inicialmente as crianças valiam-se de agentes riscadores imediatos e rudimentares, como o giz, o carvão, a pedra ou lascas de tijolos partidos para marcarem as superfícies do seu bairro com jogos, desenhos e palavras (Abarca, 2008a). Numa fase seguinte, deu-se a descoberta dos marcadores, que revelaram-se como a ferramenta ideal nas mãos de jovens desejosos de propagar o próprio nome no caminho entre a casa e a escola. Os marcadores vieram transformar-se numa ferramenta poderosíssima para o Graffiti, que a partir da segunda metade dos anos de 1960 começou a ocorrer de um modo compulsivo e sem precedentes (Abarca, 2008b). O seu acesso é mais generalizado do que o acesso às latas de spray, de modo que ainda hoje é comum os marcadores servirem de porta de entrada, muitas vezes inadvertidamente, para a prática do Graffiti. Nos anos de 1940 e 1950 os marcadores já existiam, porém com uma comercialização pouco difundida. Foi a partir dos anos 1960 que se tornaram disponíveis em qualquer papelaria (Farrel & Pape, 2010: 45).

A História do Graffiti alicerçou-se em marcas emblemáticas de marcadores (Edlin, 2011: 174, 211). Flo-master imperou nos idos anos de 1970, com um arco-íris de cores à disposição, bem como diferentes consistências de tinta, da mais transparente à mais opaca, variando também as pontas dos marcadores Miniwide e Uniwide, das finas às largas. Os taggers de Nova Iorque tinham ainda como opção a tinta roxa da marca Garvey, hoje testemunhada pelas fotografias antigas. Nos anos de 1980 a

⁷⁸ Cf. 1.4. Graffiti como desenho de letras e assinaturas.

⁷⁹ “[...] la metodología está sujeta a normas, desde la obtención de los materiales hasta la elección de los soportes. Aunque pudiera parecer lo contrario, el graffiti es una cultura conservadora, centrada en la reproducción de sus tradiciones, en la que la creatividad se aprecia sólo dentro de un orden.”

Tradução livre: “[...] a metodologia está sujeita a normas, desde a obtenção dos materiais até à seleção dos suportes. Embora pareça o contrário, o graffiti é uma cultura conservadora, focada na reprodução das suas tradições, na qual a criatividade apenas é apreciada dentro de uma ordem.” (Abarca, 2008b)

Flo-master viu a sua posição ocupada pela Marsh, cujos marcadores não disponibilizavam a mesma variedade de cores nem continham tinta suficientemente opaca.

Atualmente existem inúmeras marcas e modelos de marcadores comercializados a pensar no mercado do Graffiti. Mas nem sempre foi assim. Foram necessárias diversas experiências, em particular no início dos anos 1970, realizadas amadoristicamente pelos primeiros taggers que, trocando pontas, misturando tintas e preenchendo marcadores contribuíram para o desenvolvimento histórico dos agentes riscadores hoje disponíveis. Por exemplo, Farrel e Pape (2010: 44-45) destacam o mérito do writer SuperKool 223. Jay "J.SON" Edlin (2011: 174, 316) recorda as mixagens de cores contrastantes num mesmo marcador, perpretadas por Stay High 149, que ocasionaram traçados nunca antes vistos. Lewisohn (2011: 106-111) releva as experiências de Craig Costello *aka*⁸⁰ Krink, que inclusive desembocaram numa marca de tinta especialmente concebida e muito apreciada no universo do Graffiti contemporâneo. Também Edlin (2011: 199) reconhece a importância de Krink, enquanto artista e produtor de tintas.

Hoje, em Portugal, há muito por onde escolher. Os writers podem contar com squeezers, um tipo de marcador fabricado para ser espremido e, com isso, despejar sobre a superfície tinta tão abundante que produza letras escorridas. Múltiplos efeitos podem ser tentados com uma variedade extraordinária de marcadores e tintas. Dentre as mais conhecidas, destacam-se marcas como Grog, Molotow, Krink, On The Run, Ironlak, Junobo, Markwell, Witches Brew, Dalo, Markal, Sakura, Block by Block...

2.1.2. Tintas (aerossóis e plástica)

As latas aerossóis, ou de spray, são o verdadeiro emblema do Graffiti. Elas introduziram novas maneiras de interagir com o espaço público, agilizando intervenções rápidas e não autorizadas.

A invenção das tintas aerossóis é anterior aos anos de 1970⁸¹, porém a sua descoberta nesse período, por parte dos writers, evidenciou a eclosão histórica do Graffiti contemporâneo (Besser, 2010: 13; Farrell e Pape, 2010: 45). Hoje, tal como há quase cinquenta anos, são a primeira opção por parte de quem busca nos meios operativos facilidade de transporte e velocidade no desempenho.

⁸⁰ *aka* é o acrónimo de *also known as*, que significa "também conhecido por", fazendo referência a um segundo nome, ou pseudónimo, do sujeito em questão.

⁸¹ Por volta de 1790 iniciaram-se as primeiras tentativas de produzir bebidas gasosas, que viriam a obter êxito em 1837 pelas mãos do francês Antoine Perpigna. Contudo fracassou a intenção de conseguir conservar essas bebidas em latas, algo que viria a ser superado em 1899 com a incorporação de gás propulsor na mistura, ainda expelida sem controle. A primeira lata com uma adequada válvula de saída foi inventada pelo norueguês Erik Rotheim em 1927. A nova tecnologia prestou-se a usos diversos, chegando a ejetar inseticidas e fixadores (Lewisohn, 2011: 145). Foi em 1949 que o norte americano Edward Seymour (Lewisohn, 2011: 146; Catz, 2013: 178) introduziu pela primeira vez tinta, de cor prateada, nas latas. Remonta a esse ano, pois, a invenção das tintas aerossóis.

As latas de spray expõem tinta com abundância e a mesma seca depressa, descomplicando perfeccionismos, tais como correções, sobreposições e a adição de detalhes, texturas e contornos⁸².

As válvulas permitem um maior ou menor controle da quantidade de tinta conforme os difusores [*caps* em inglês] escolhidos. Ocorre que as primeiras latas à disposição no mercado limitavam os traçados, sempre finos e homogêneos. Em 1972 foi determinante o advento do chamado *fatcap*, um difusor capaz de expelir mais tinta em menos tempo. Superkool 223 (Neelon e Gastman, 2010: 70; Edlin, 2011: 325) foi o autor desta inovação. Ele substituiu os difusores habituais das latas de tinta spray, originários de fábrica, por outros mais dilatados, provenientes de um produto de limpeza para fogões, da marca Jifoam⁸³. Esse incremento trouxe duas vantagens: a primeira, contrastando com o esforço muscular que os caps anteriores exigiam aos dedos, foi maior conforto, e a segunda, com traços mais largos, foi a facilidade de fazer um mesmo jato de tinta preencher superfícies maiores (Edlin, 2011: 128). Já se viu que este acontecimento trouxe a alvorada dos pieces e, com ela, o Graffiti como o entendemos hoje⁸⁴.

Havendo neste momento tantas marcas diferentes à disposição, parece inacreditável que o movimento do Graffiti se tenha conseguido aguentar e até expandido em força pelo planeta, ao longo de um quarto de século, com latas de tinta inapropriadas, desviadas de outras funções. As marcas cimeiras de que os writers pioneiros dispunham nos Estados Unidos eram Rust-Oleum e Krylon, insuficientes na qualidade (Neelon e Gastman, 2010: 259; Edlin, 2011: 250; Lewisohn, 2011: 142-151). Foi na Europa que começaram a ser fabricadas as primeiras latas especialmente vocacionadas para o Graffiti. Em 1994 na cidade de Barcelona, Jordi Rubio criou Montana Colors, a primeira empresa a produzir tintas aerossóis dirigidas diretamente a writers⁸⁵. Hoje em dia é possível adquirir latas de marcas como as italianas Kobra e Clash, as alemãs Belton-Molotow e Montana, as catalãs NBQpro e Montana (MTN), a australiana (mas produzida na China) Ironlak, a ucraniana Dope, etc.

Apesar da relevância das latas de tinta spray, não devemos descurar a tinta plástica. Frequentemente aplicada com rolos, esta tinta facilita o preenchimento das letras, proporcionando manchas amplas, imediatamente inteligíveis à distância. O desenho obtido é um tanto quanto enrijecido e simplista, porém existe a vantagem de ser menos oneroso este tipo de tinta,

⁸² São quatro os elementos no interior de uma lata de tinta aerossol: o pigmento (que dá cor à tinta), o fixador (que o vai colar à superfície pintada), o solvente (que conserva o fixador e o pigmento em estado líquido dentro da lata, evaporando rapidamente em contato com o ambiente) e o gás propulsor (responsável por lançar para o exterior da lata os componentes anteriores) (Ma'Claim, 2006: 79-80).

⁸³ Uma bela relíquia televisiva digna de ser apreciada é o anúncio publicitário a este produto, o "Jifoam oven cleaner", já com meio século de existência: https://youtu.be/zG-6_OJX-Wg [último acesso em 31-08-2017]. É curioso imaginarmos aquele difusor, que na película expele uma mancha vaporosa assética, a desempenhar uma função menos ordeira, num cenário urbano completamente díspar.

⁸⁴ Cf. 1.4.4. Piece.

⁸⁵ <http://www.montanacolors.com/webapp/historia.jsessionid=fhxc1hllfcbr1ihszgz2k>. [Consultado pela última vez em 11 de setembro de 2017.]

comparativamente às latas aerossóis. A responsabilidade pela popularização da técnica nos anos 1990 é remetida para a dupla norte americana Cost e Revs (Edlin, 2011: 76; Burkeman, 2010: 12-13; Deitch, Gastman e Rose, 2011: 117, 305; Seno, McCormick e Schiller, 2010: 57; Gastman & Neelon, 2010: 246-249) que já fora utilizada nos anos 1980, através das chamadas *Blockbusters*, assinaturas com muitos metros de altura, concretizadas num tipo de letra rigidamente quadrangular [*a gigantic rendition of a name in symmetrical block letters*] (Edlin, 2011: 39). O facto de aos rolos se poderem acrescentar cabos extensíveis, traz uma vantagem tecnológica extra, permitindo que se alcance paredes altíssimas, ou baixas, se estivermos a pintar de cima para baixo, por exemplo num telhado ou na cobertura de um prédio (Carlsson e Louie, 2015: 92). Frequentemente também se utilizam rolos de tinta plástica com uma cor lisa para tapar desenhos antigos, antes de se produzir uma nova peça por cima.

Na figura 17 constam dois pieces, da autoria de dois writers de renome no panorama nacional, permitindo a visualização comparativa entre um lettering produzido com rolos de tinta plástica preta e branca (Hel, em cima) e outro com tintas aerossóis vermelha e *silver* (Pims, em baixo).

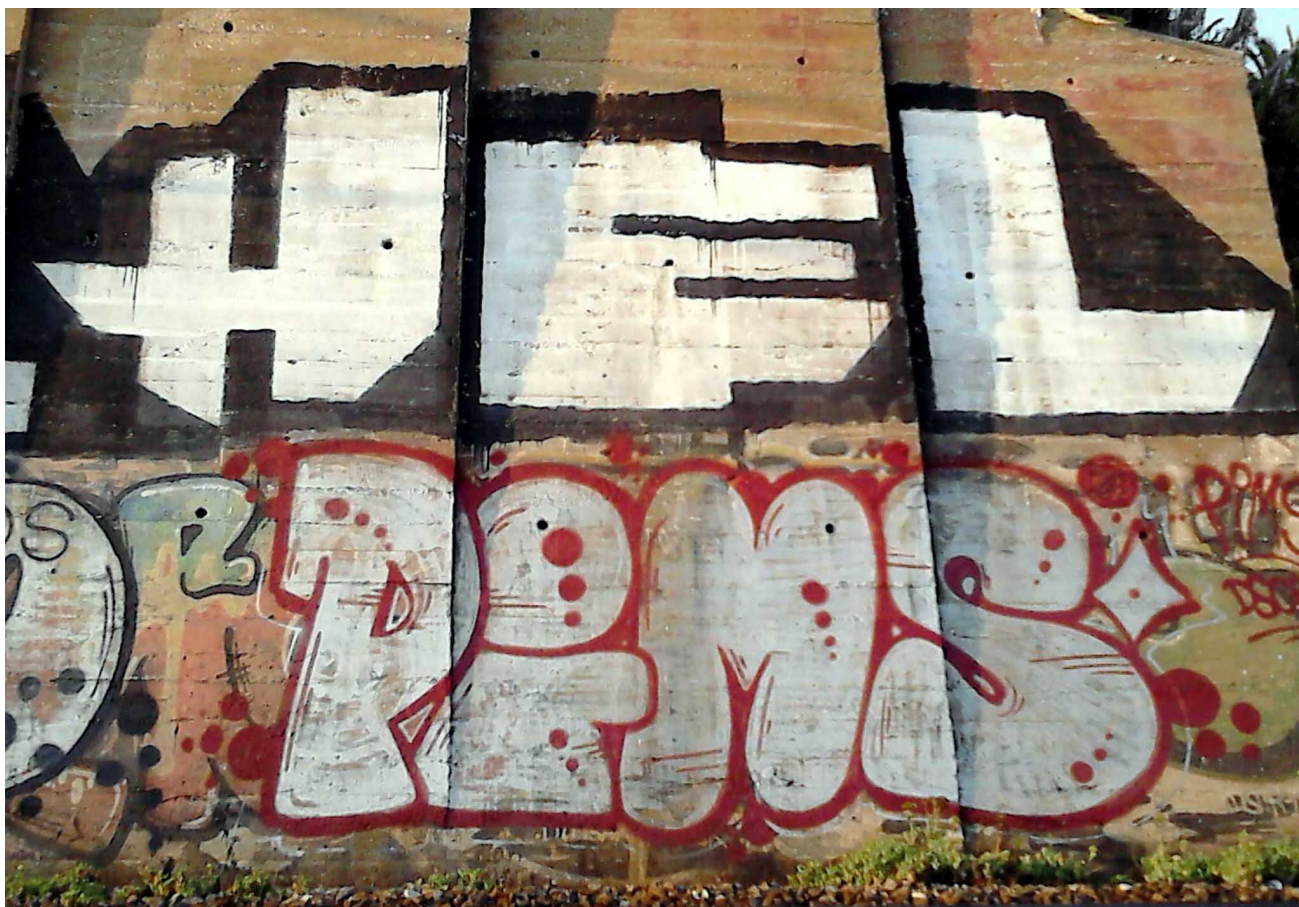


Figura 17: Hel e Pims na linha de comboio, Estoril

O writer californiano SABER escreveu o seu nome na História ao pintar o maior piece ilegal de que há registo, quase do tamanho de um campo de futebol. Ao longo de 35 noites espaçadas, entre 1996 e 1997, chegou a carregar a cada incursão 18 litros de tinta plástica, saltando cercas com arame farpado, fintando gangues ameaçadores e os holofotes dos helicópteros da polícia de Los Angeles. Deu por concluída a sua missão após verter 367 litros [97 gallons] de tinta (Edlin, 2011: 22, 287; Neelon e Gastman, 2010: 369).

2.1.3. Autocolantes (ou stickers)

Menos referido, mas também constante desde os seus primórdios nos Estados Unidos, é o uso de autocolantes para difusão de tags. São populares e bastante fotografados pelo menos desde os anos 1980 (Burkeman, 2010: 19). Existem muitíssimos exemplos de papeis auto-adesivos, produzidos para os mais diversos fins, que foram adaptados por inúmeros writers para veicularem tags (Walde, 2007: 30-31; Burkeman, 2010: 128-149).

Os writers mais tradicionais conservam uma visão purista do Graffiti, recusando com acentuada desconsideração esta forma de disseminar um tag, alegando ser a opção de quem não é suficientemente arrojado para usar latas de spray e marcadores. No entanto, talvez desconheçam que os primeiros autocolantes usados com este intuito terão surgido pelas mãos de dois writers nova-iorquinos de renome. DJ NO e TESS ONE⁸⁶, antes de enveredarem pelos autocolantes, multiplicaram ações radicais como writers da chamada old-school. Integraram a reputada X-Men Crew. Foram prolíficos a pintar carruagens de metropolitano e paredes, num evidente domínio técnico das latas aerossóis, e a bombar tags com marcadores de tinta permanente, causando muitos estragos ao estilo do Graffiti tradicional (Burkeman, 2010: 133; Gastman e Neelon, 2010: 246).

A primeira exibição insitucionalmente sancionada de *graffiti stickers* (Edlin, 2011: 319) ocorreu em Manhattan, na galeria de arte Franklin Furnace, em 1988. Contudo, foi a partir de 1990 que o grande público foi atingido de modo definitivo pela presença dos autocolantes providos da cultura Graffiti. Cost e Revs foram os responsáveis pela façanha. Eles não recorreram a papeis autocolantes propriamente ditos, mas sim a folhas A4 de papel de escritório normalíssimo nas fotocopiadoras. Porém, instigaram toda uma geração a empregar papel como suporte para os seus tags. Esta dupla empreendeu um esforço historicamente decisivo, tendo sido os primeiros a proliferar os seus nomes com uma tal persistência que praticamente conquistaram o dom da ubiquidade (Walde, 2007: 40-41; Gastman e Neelon, 2010: 246-249; Edlin, 2011: 76; Burkeman, 2010: 12-14,

⁸⁶ Antes deles, registre-se igualmente um writer de Manhattan chamado TEAM que experimentara a mesma técnica, se bem que com menor intensidade (Gastman e Neelon, *ibid.*).

130-131). Com recursos absolutamente rudimentares, baratíssima cola de farinha e letras maiúsculas vulgares a ocupar inesteticamente milhares de fotocópias a preto e branco, propagaram dizeres sintéticos, personalizados, terapêuticos e confessionais. Os tags Cost e Revs reinaram.

O inigualável desempenho de Cost e Revs serviu de inspiração a bastantes writers, dos quais Edlin (2011: 41) e Burkeman (2010: 14) relevam BNE, que funciona como diminutivo de Benet. Este writer californiano do século XXI, pródigo na quantidade de throwies e letras de caixa alta pintadas a rolo de tinta sem grandes preocupações estéticas, também colou até à exaustão o seu nome ao estilo de seus predecessores, espalhando por toda a parte os seus autocolantes plastificados. Sinal dos tempos: simplesmente internacionalizou mais a sua marca, firmando presença desde Nova Iorque até Praga, Milão, Tóquio, Hong Kong. O presidente da Câmara de São Francisco, Gavin Newsom, chegou a oferecer uma recompensa pela sua captura e no Japão foi tema de reportagens televisivas.

O tag e o bombing são indissociáveis do Graffiti. Os autocolantes veem-se de tal modo assimilados por esta cultura, que é possível falar em Sticker bombing (Walde, 2007; Burkeman, 2010: 128-129).

2.2. Street Art

De seguida trataremos em pormenor das duas técnicas desde sempre predominantes no reino da Street Art: as colagens e os estênceis. Nesta disciplina da arte não autorizada, já estudamos⁸⁷ como as suas técnicas, temáticas e finalidades são variadíssimas. Ocorre-nos à memória o street artist brasileiro Alexandre Orion, cujas intervenções são sempre carregadas de intencionalidade. Ele preconiza: “As técnicas são apenas um caminho para transmitir uma mensagem. Há uma parceria de longa data entre forma e conteúdo. A ideia deve antecipar a técnica.” (Carlsson e Louie, 2015: 95)

2.2.1. Colagens

Claudia Walde (2007) define a prática das colagens no espaço público como Arte Adesiva [*adhesive art*], uma subcategoria da Street Art. Nela figuram os cartazes (ou posters), os autocolantes (ou stickers), os azulejos e tudo o que for aderente às paredes e mobiliário urbano.

Já vimos como os cartazes foram apropriados por writers para divulgarem os seus nomes, método deflagrado pela persistência e inventividade de Cost e Revs. Porém, mais do que letras,

⁸⁷ Cf. 1.9. Street Art.

palavras curtas ou tags, um cartaz é, nas mãos de street artists, um recurso poderoso para veicular infinitas mensagens, especialmente visuais mas não só.

No século XVIII, a propósito da Revolução Francesa, cartazes propagandísticos nos muros parisienses difundiram caricaturas do rei Luís XVI como um porco bêbedo e da rainha Maria Antonieta em posições ofensivas de sexo explícito (Burkeman, 2010: 14). O advento da litografia no final do século XVIII, proporcionou a produção em larga escala dos cartazes e constituiu um impulso determinante para a consolidação desta técnica. No fim do século XIX métodos simplificados de fabricar papéis juntamente com o avanço tecnológico da litografia colorida, firmaram o cartaz como veículo publicitário (Walde, 2007: 14-15).



Figura 18: autocolante de Misha no Chiado

Os autocolantes, ou stickers, apareceram posteriormente. Ray Stanton Avery inventou-os em 1935. Um impressionante avanço, hoje vulgar mas inimaginável até à data. Contudo, as verdadeiras potencialidades dos stickers viriam a deflagrar apenas na década de 1960. Neste período, destaca-se a aparição dos mundialmente celebrizados autocolantes “Hello, my name is...” também idealizados

pela empresa de Stanton Avery (Walde, 2007: 31). Estes stickers destinavam-se aos participantes em conferências, que os colavam ao peito como forma simpática de circular entre desconhecidos e apresentarem-se. Entretanto, não há nada mais apelativo para writers e street artists do que um autocolante que compele à difusão do próprio nome/tag. Ainda hoje persiste quem o utilize com essa finalidade.

Christian Hundertmark (2006: 204) remonta aos anos de 1970, argumentando que dali em diante assistimos à implantação definitiva dos autocolantes no dia a dia das pessoas. Cita a proliferação de álbuns com cromos colecionáveis alusivos a desenhos animados, personagens televisivos e jogadores de futebol que marcaram toda uma geração, uma realidade que DB Burkeman (2010), na sua extensíssima pesquisa, corrobora.

É frequente os street artists recortarem os seus personagens, destacando-os do fundo de um cartaz ou autocolante, cujos excessos são eliminados. Desaparece o formato retangular. A imagem adquire uma organicidade que lhe permite uma melhor fusão com os fundos urbanos e, ao mesmo tempo, uma maior valorização enquanto peça autónoma. A esse formato chama-se cutout (ou cut-out).

Na Street Art reinam os estênceis e as colagens. Nestas, por sua vez, preponderam os autocolantes e os cartazes. Mas também se fixam às paredes azulejos. Internacionalmente, o expoente máximo desta prática é o francês Invader⁸⁸. Em Portugal, temos a street artist EUsboço que durante alguns anos disseminou pela Grande Lisboa azulejos pintados por si.

Dois dos expoentes da Arte Adesiva em Portugal são os street artists Costah e Tinta Crua, exímios desenhadores de cutouts. O primeiro reside no Porto, o segundo, em Lisboa. Nenhum dos dois fica à espera de autorizações institucionais para oferecer às ruas os seus encantadores e originais desenhos aderentes.

Qualquer publicação que se debruce sobre a Street Art incluirá menções às colagens. Muitas poderiam ser aqui sugeridas, quer pelas reflexões que contêm quer pelos belos testemunhos imagéticos desta forma de arte (Ullrich, Marx e Muller, 2006; MacNaughton, 2006; Lunn, 2006: 7, 17, 19, 54-70; Bou, 2005: 58-77; Burkeman, 2010; Walde, 2007; Indij e Doble, 2011: 26-29; 68-73; Campos, 2010: 154-389; Carlsson e Louie, 2015: 10-39, 72-85; Mangler, 2006: 62-85; Hundertmark, 2006; Catz, 2013: 74-77; entre tantos outros).

⁸⁸ Além de ser o street artist arquetípico da colagem de azulejos, Invader notabilizou-se por ser o primeiro a enviar uma das suas peças para o espaço (Catz, 2013: 172). Com efeito, um balão de hélio elevou um dos seus mosaicos para a estratosfera. O mosaico produzido por si e batizado *Space-One*, cumpriu a sua missão inserido no projeto *Art4Space Project*, partindo de Miami em 20 de agosto de 2012. A sua jornada foi um tanto quanto performativa, o que sabemos ser apanágio da Street Art. A odisséia pode acompanhar-se num documentário bilingue lançado pelo próprio artista. Em inglês https://www.youtube.com/watch?v=K3BfCM_woFc e em francês https://www.youtube.com/watch?v=y8dq_h9PLoM.



Figura 19: cut-out de Tinta Crua no Chiado



Figura 20: cut-out de Costah na rua do Machadinho em Lisboa

2.2.2. Estêncil (ou Stencil)

O estêncil consiste numa técnica em que um desenho é recortado sobre uma superfície lisa, abrindo-se espaços vazios por onde passará a tinta. Após o corte, temos um molde. A palavra estêncil tanto designa a técnica⁸⁹ quanto o molde propriamente dito e/ou a imagem final produzida. O molde, depois de pronto, será firmemente encostado a uma parede ou outro suporte, e sobre ele aplicar-se-á tinta. A tinta atravessará as zonas vazadas, revelando, por contraste, as formas preenchidas, que no seu conjunto configurarão a aparência final do desenho.

Este método de figuração recortada é antigo. Há dezenas de milhares de anos os primeiros seres humanos anteciparam a técnica do spray e do estêncil quando usaram ossos furados para soprar pó colorido em redor das mãos, que encostaram a pedras lisas onde imprimiram os seus contornos. Os pigmentos atirados contra a parede das cavernas desenharam silhuetas que ali permanecem até aos tempos atuais (Ganz e Manco, 2004: 8; Howze, 2008: 7, 14; Indij, 2004: 2, 10). Também veio a ser útil no Egito antigo e na China (Carlsson e Louie, 2015: 41).

O mito de Dibutades⁹⁰ também nos vem à memória. Quando se conta que na Antiguidade uma jovem riscou numa parede o contorno do rosto do seu amado, ali projetado graças ao contraste de luz e sombra, pode-se considerar a face do rapaz como um molde, a sua cabeça fazendo a vez de um estêncil.

A adequação desta técnica a finalidades revolucionárias é recorrentemente mencionada, razão que a tornou presente em diversos movimentos de contestação política. Na América latina teve uma participação decisiva nas mobilizações populares de enfrentamento das ditaduras. David Alfaro Siqueiros, célebre pelas suas intervenções politizadas em prol de sociedades mais justas e igualitárias, já referia a utilização de estênceis por movimentos sociais, nos quais tomou parte, nos anos de 1933-1934 (Indij, 2004: 168-169; 227-228). Multiplicou ilegalmente *slogans* pelas paredes num tempo em que as latas aerossóis inexistiam e as zonas vazadas dos estênceis eram tosca mas convictamente preenchidas com tinta plástica e trinchas. Estudantes franceses nas revoltas das décadas de 1960 e 1970 também fizeram uso do estêncil, uma técnica que em França denomina-se *pochoir*. Banksy, citado por Manco (2002: 76) defende: "All graffiti is low-level dissent but stencils have an extra history. They've been used to start revolutions and to stop wars. They look political just

⁸⁹ Em inglês, também é possível a técnica, neste idioma designada de stencil, ser conhecida por *stuckistry* (Lunn, 2006).

⁹⁰ Em Corinto, na antiga Grécia, Dibutades, filha do ceramista Butades de Sycione, enamorara-se de um rapaz que fora chamado para a guerra. Antes de partir, o jovem soldado permitiu que Dibutades desenhasse o seu perfil, projetado contra uma parede sob a luz de uma lanterna. Ela contornou a sombra com uma linha. Mais tarde, o pai de Dibutades aplicou barro sobre a silhueta na parede, a partir da qual procedeu à construção de uma peça em relevo.

through the style. Even a picture of a rabbit playing a piano looks hard as a stencil."⁹¹

Para a produção de um estêncil, a lâmina afiada de um x-ato costuma ser a ideal para separar as zonas interiores das exteriores, sendo que essa operação trabalhosa, as mais das vezes demorada, ocorre necessariamente sobre uma superfície resistente e plana.

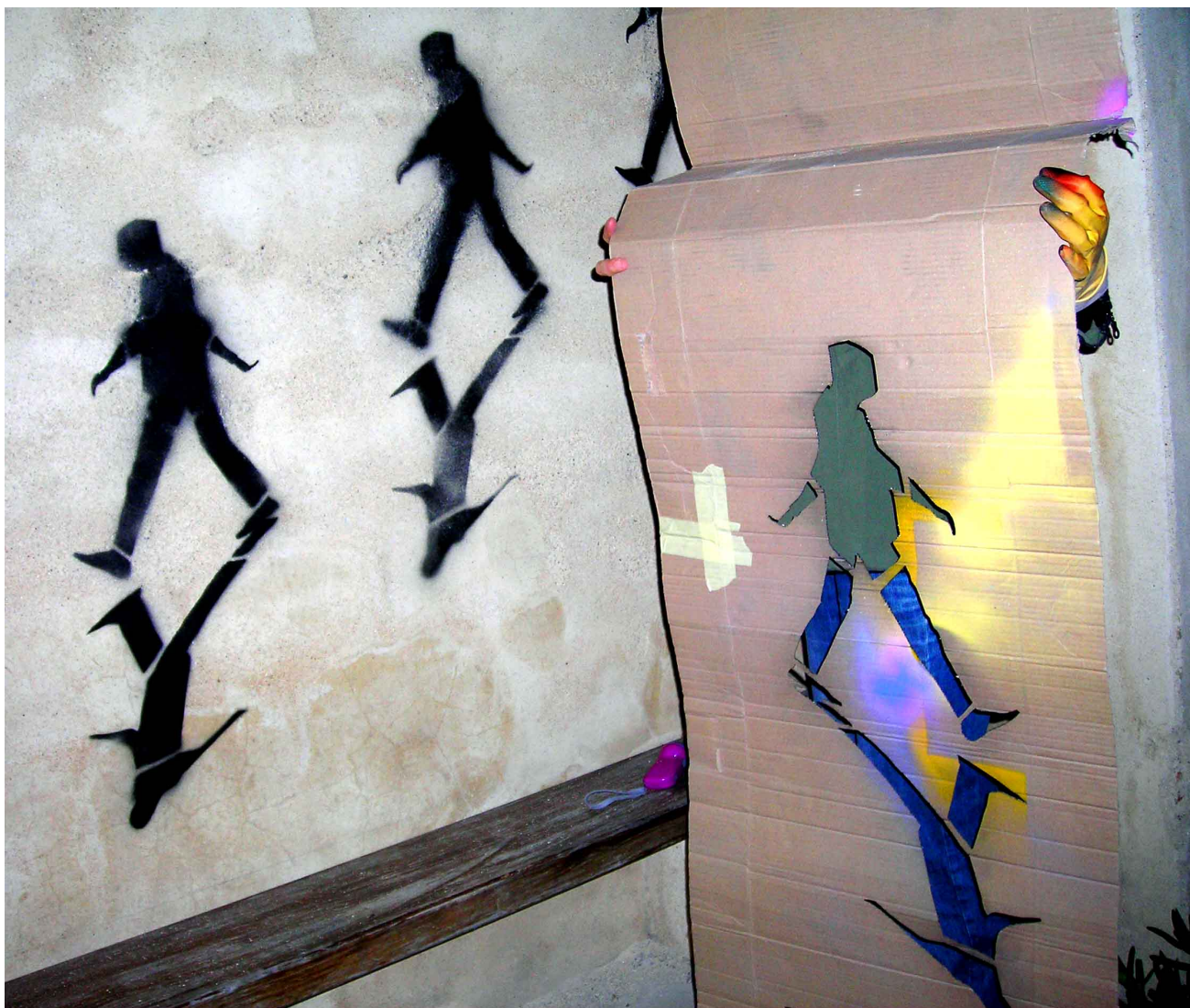


Figura 21: estêncil da street artist Acaso em plena intervenção, Oeiras

O molde pode ser constituído por materiais diversificados. No momento da escolha, os critérios a ter em consideração são a resistência e a facilidade de corte, porque materiais mais macios propiciam recortes mais detalhados. Quanto mais duro o material, mais difícil é cortá-lo, em compensação, mais resistente e duradouro será o estêncil. O comum é usar-se cartão ou cartolina, mas também se prestam ao corte radiografias, plásticos, madeiras, metais. Uma folha de papel é

⁹¹ "Todo Graffiti é pouco contestatário, no entanto os estênceis possuem algo mais. Eles foram utilizados para deflagrar revoluções e impedir guerras. A sua simples aparência é politizada. Até mesmo a imagem de um coelhinho a tocar piano transmite força se representada por um estêncil." (Tradução Livre.)

facílisma de cortar, em compensação servirá para uma única utilização, no máximo duas ou três, porque ao receber tinta encharcar-se-á depressa e rasgar-se-á.

Entre as zonas vazadas, é frequente haver “ilhas”. Supondo que o material utilizado seja o cartão, estas “ilhas” serão manchas de cartão por onde se deseja que a tinta não passe. Elas unem-se às margens do estêncil por meio de “pontes”, tiras finas que suportam as zonas interiores e que devem ser suficientemente fortes para as aguentar, mas discretas o bastante para não interferirem com a composição final. Ressalve-se que há street artists que valem-se da presença dessas “pontes”, não as escondendo ou até mesmo destacando-as, de modo a explorarem as suas potencialidades expressivas.

A sagacidade de um street artist conduz à seleção de um molde considerando, para além da sua maior ou menor facilidade de corte e resistência, a leveza do material. Se as intervenções são ilegais, o manuseio do estêncil precisa de ser ágil e frequentemente serão necessárias fugas apressadas, pelo que pranchas de madeira ou placas de ferro, mesmo que diminutas e discretas, podem estorvar. Igualmente o tamanho do molde é um fator a ponderar. Para quem desejar produzir imagens de tamanho avantajado recomenda-se que as fracione em pequenos estênceis, que serão depois montados no espaço público, pintando-se fragmento a fragmento. A operação demorará, quer no corte quer na pintura, mas os resultados podem ser recompensadores.

Um estêncil de pequenas dimensões continua a ser a preferência da maior parte dos street artists, observada a sua facilidade de transporte e dissimulação.

Depois de usado, a tinta que não tiver atravessado os espaços vazios permanecerá agarrada ao molde e não secará instantaneamente. É natural que um street artist precavido transporte consigo um paninho discreto com que limpará os excessos de tinta, do contrário sujar-se-á na fuga quando encostar o estêncil ao corpo. Mesmo se transportado numa pasta, a tinta ainda úmida colar-se-á ao seu interior, inutilizando o molde, porventura irremediavelmente. Sabemos de street artists que após pintarem sem autorização no espaço público, e na impossibilidade de se retirarem imediatamente, escondem os estênceis sob os carros estacionados, onde jazem a secar. As tintas aerossóis vieram trazer uma nova dinâmica à técnica do estêncil, porque secam relativamente depressa. Mas continuam a requerer precauções, pois mesmo depois de seco ao toque, o molde guardará ainda uma pegajosidade sutil e se for pressionado contra uma outra superfície lisa, aderirá a ela, danificando-se.

Em Portugal há exemplos de street artists que tem no estêncil o seu mais expressivo recurso. A primeira década do milénio, destacadamente a partir da sua metade, talvez tenha presenciado o apogeu experimental da Street Art na Lisboa metropolitana. Nomes como Devir, Rufia, DirtyCop, Another, EUsboço, Acaso, Efeito Magenta, Dalaiama, Misha e outros, muitos deles anónimos, definiram a História. A ascensão do muralismo contemporâneo, a par da acentuação da vigilância e

da repressão em zonas emblemáticas da capital, tidos como ninhos de experimentações e descobertas, vieram a refrear avanços no domínio da Street Art portuguesa. Os estênceis, especialmente os de maior formato, veem-se menos do que outrora.



Figura 22: estêncil sobre azulejos da autoria da street artist EUSboço, Cascais

Há livros inteiramente dedicados ao estêncil, com textos elucidativos e coleções de imagens belíssimas: Manco, 2002; Indij, 2004; Banksy, 2006; Howze, 2008; KET, 2014. Em termos gerais, qualquer publicação versando sobre a Street Art remete para esta técnica incontornável. Sem esquecer que a lista é enorme, para além das atrás mencionadas, recomendamos mais algumas dessas obras: Ganz e Manco, 2004: 8-10; Bou, 2005: 10-31; Lunn, 2006: 7, 13-14, 16-53; Indij e Doble, 2011; Waclawek, 2011: 33-36, 70-71, 80, 106-110, 115-117; Walde, 2007: 102-105; Hundertmark, 2006: 20-21, 52-55, 72-75, 82-85, 136-137, 196-197; MacNaughton, 2006; Catz, 2013: 52-55; Carlsson e Louie, 2015: 40-59.

3. CONTEÚDOS

3.1. Ideologia

É no contacto com a realidade que o ser humano produz ideias ou representações com o intuito de compreender e explicar a sua própria vida individual e social. É aqui que se inscreve o conceito de ideologia. Ele aparece pela primeira vez em 1801, presente na publicação de Destutt de Tracy *Eléments d'Idéologie* [Elementos de Ideologia]. De Tracy, em conjunto com o médico Cabanis, com De Gérando e Volney, pretendia criar uma ciência que explicasse o modo como o pensamento formula as suas asserções, uma "génese das ideias, [...] uma teoria sobre as faculdades sensíveis, responsáveis pela formação de todas as nossas ideias: querer (vontade), julgar (razão), sentir (percepção) e recordar (memória)" (Chauí, 1980: 22). Com o passar dos anos, o conceito sofreu modificações. "Ideologia significou, primeiramente, o estudo da origem e funcionamento das ideias em relação aos signos que as representam; mas, logo, passou a designar essas mesmas ideias" (Lyra Filho, 1982: 13-14).

3.1.1. Pressupostos

É ponto assente que a realidade não é um todo homogêneo e inequívoco. Existe a realidade e as infinitas leituras que fazemos dela. A comprová-lo há um número incalculável de exemplos. A simples visão de um regato pode adquirir significados dissemelhantes consoante o observador; nele, a lavadeira lava a roupa, o caminhante mata a sede, o cientista reconhece a fórmula química da água, o desportista pratica natação (Duarte Júnior, 1984: 10-11). No mesmo regato um pescador pode encontrar o peixe para o seu sustento, uma criança pode ver motivo de banho, alegria e brincadeira, e um bombeiro lembrar-se da água com que apaga fogos. Outrossim, para os gregos antigos uma montanha podia evocar o Olimpo dos Deuses, a morada sagrada de divindades. Para um empresário que descobre uma jazida de minério de ferro nessa montanha e por isso a compra, ela recebe a designação de propriedade privada. Enquanto propriedade em que se investe para a exploração de recursos e a obtenção de lucros, já não é montanha, e sim capital. Para os empregados da empresa, a montanha é lugar de trabalho. Pode ainda ser descrita como relação económica e, por conseguinte, relação social (Chauí, 1980: 17). E se os objetos do mundo físico abarcam um número interminável de significações, mais vasto ainda pode ser o leque de certezas que diferentes pontos de vista fazem

incidir, de modo contraditório, sobre abstrações tais como democracia, repressão, liberdade, cidadania,...

A este respeito, vejamos um exemplo colhido no universo da Street Art. Em 2005 e em 2007, o mundialmente célebre artista britânico Banksy deslocou-se aos territórios ocupados por Israel na Palestina (Waclawek, 2008: 279-282; Catz, 2013: 95-97; Banksy, 2005: 136-145). O seu propósito era chamar a atenção para o muro mandado construir em junho de 2002 pelo governo israelita. Esta barreira, que em alguns troços alcança os 8 metros de altura, isola a Cisjordânia e Jerusalém Oriental do resto de Israel. A sua construção prossegue e estima-se que, quando pronta, atinja entre 700 e 800 quilómetros de extensão. Constituída por concreto, arame farpado, fossos, meios eletrónicos de vigilância, torres de vigia com soldados armados e uma área de exclusão com uma média de 60 metros de largura, impõe-se como um obstáculo intransponível que isola grande parte da população palestiniana. O muro, cuja construção é internacionalmente condenada⁹², tem servido para aprisionar cerca de meio milhão de seres humanos. A implantação de inúmeros check-points reforça a imposição de restrições à liberdade de circulação, reduzindo o acesso ao trabalho, à educação e a cuidados de saúde de adultos, crianças e idosos. Igualmente dá cobertura à apropriação indevida, por parte de colonos israelitas ilegalmente instalados, de enormes porções de terra pertencentes a famílias palestinianas. Estas, consideram este obstáculo uma arma de ocupação e chamam-no de "muro do apartheid".

Pois Banksy pintou sobre ele desenhos com forte carga irónica e crítica. As imagens que produziu eram motivadas por um vigoroso sentido de denúncia. O artista britânico empreendeu uma ação ideológica que podemos classificar como crítica. Nas palavras de Anna Waclawek (2008: 281) os estênceis de Banksy vieram acrescentar alegria, liberdade e beleza [*joy, freedom, and beauty*]. Todavia, em uma das ocasiões em que pintava, um senhor idoso, habitante palestiniano oprimido pelo muro, aproximou-se do artista. O diálogo foi o que se segue (Banksy, 2005: 142): “You paint the wall, you make it look beautiful.” “Thanks.” “We don’t want it to be beautiful, we hate this wall, go home!”⁹³ A troca de palavras denotou condições materiais de existência extremamente diversas entre os dois, e foi essa disparidade que determinou as divergências de opinião.

O simples facto de que a uma qualquer coisa atribuímos um nome especialmente destinado a diferenciá-la das restantes coisas, demonstra que uma coisa não é meramente um objeto físico, psíquico ou cultural oferecido à nossa perceção. Ela é uma "coisa-para-nós" (Chauí, 1980: 17), algo que carrega um sentido na nossa experiência. Esta constatação contraria a noção, fundada no nosso

⁹² Em 2004 o Tribunal Internacional de Justiça, com sede em Haia, declarou o muro ilegal e solicitou a Israel que interrompesse a sua construção. No mesmo sentido pronunciou-se a Assembleia Geral da ONU, alegando violações por parte de Israel no plano legal, político e humanitário.

⁹³ Tradução livre: “Você pinta o muro, faz com que ele fique bonito.” “Obrigado.” “Nós não queremos que ele fique bonito, nós detestamos este muro. Vá-se embora!”

contacto mais imediato com a realidade, de que o mundo seria meramente preenchido por coisas, de que a realidade seria um dado adquirido, passivo e evidente.

João Francisco Duarte Júnior (1984: 6-7) cita Wilhelmus Luijpen para lembrar que "o homem cognoscente é simplesmente o guardião da realidade", acrescentando que "quem compreende que o mundo e a verdade sobre o mundo são radicalmente humanos, está preparado para conceber que não existe 'um' mundo-em-si, mas muitos mundos humanos, de acordo com as atitudes ou pontos de vista do sujeito existente."

3.1.2. Definição

Neste âmbito, a ideologia forma um "conjunto relativamente coerente de representações, valores e crenças, no qual os homens exprimem a maneira como vivem as suas relações com as suas condições de existência" (Hadjinicolaou, 1973: 101). E que condições de existência são essas? As condições materiais, porque é em última instância a matéria que determina o pensamento. Marilena Chauí (1980: 47, 60-61) define-as como as "condições reais de existência": o modo como, condicionados pelo meio ambiente e pelo organismo humano, as pessoas se reproduzem a si mesmas consumindo diretamente os bens naturais e procriando; o modo como produzem e reproduzem as suas relações de transformação da natureza por via do trabalho; o modo como produzem e reproduzem as suas relações sociais, determinadas "pela divisão social do trabalho e pela forma da propriedade, que constituem as relações de produção".

Um detalhe crucial a reter é que a ideologia não reflete a realidade propriamente dita, mas o modo como o ser humano vive essa realidade, construindo uma síntese, asseverando uma unidade coerente entre mundo real e mundo concebido.

Na ideologia, os homens exprimem, com efeito, não as suas relações com as suas condições de existência, mas a maneira como vivem essas relações, o que supõe, ao mesmo tempo, relação real e relação «vívida», «imaginária». [...] Na ideologia, a relação real investe-se inevitavelmente na relação imaginária — relação que exprime mais uma vontade (conservadora, conformista, reformista ou revolucionária), até mesmo uma esperança ou uma nostalgia, do que descreve uma realidade. (Hadjinicolaou, 1973: 22)

Havendo uma relação íntima entre os conceitos realidade e verdade (Duarte Júnior, 1984), resulta inevitável perguntarmo-nos até que ponto as representações ideológicas são verdadeiras ou falsas, se comunicam factos reais ou se emergem imbuídas de fantasia, correspondendo, neste caso, mais à imagem idealizada que temos do mundo real e ao que gostaríamos que ele fosse, e menos ao que ele efetivamente é.

3.1.3. Ideologia positiva e dominação

Se inicialmente a intenção era encontrar no conceito de ideologia explicações do mundo real, em face dos signos que o representam, o tempo veio conferir a essas reflexões uma autonomia tal que por ideologia passamos a designar apenas as ideias que descrevem a realidade, e já não a realidade propriamente dita. Esta adulteração pode ser assim descrita:

 Todavia, o estudo das ideias e seus conjuntos padronizados começou a destacar as deformações do raciocínio, pelos seus conteúdos e métodos, distorcidos ao sabor de vários condicionamentos, fundamentalmente sociais. Por outras palavras, descobriu-se que a imagem mental não corresponde exatamente à realidade das coisas. (Lyra Filho, 1982: 14).

A ideologia vai buscar elementos à realidade para formar, no plano das ideias, representações e explicações dessa mesma realidade. No entanto, "ainda que compreenda elementos de conhecimento, manifesta necessariamente uma adequação-inadequação relativamente ao real" (Hadjinicolaou, 1973: 22-23), ou seja, a ideologia não apenas fornece pistas para o entendimento da realidade, como também, de um modo prático, resigna as pessoas às atividades que suportam essa mesma realidade. De um modo geral, a ideologia manifesta uma tendência conservadora. A nível coletivo "a ideologia, constitutivamente imbricada no funcionamento desse imaginário social, é necessariamente ilusória. A sua função social não consiste em oferecer aos homens um conhecimento verdadeiro da estrutura social, mas simplesmente inseri-los, de certa maneira, nas suas atividades práticas que suportam essa estrutura" (Hadjinicolaou, 1973: 22).

Num mundo absolutamente heterogéneo e em sociedades divididas em classes, só se faz possível constatar a prevalência de determinados pontos de vista sobre os demais porque estes provêm dos grupos sociais liderantes, aqueles que detêm o poder económico. A estes pontos de vista dá-se o nome de ideologia positiva. Ao seu contrário, bastante raro, chama-se ideologia crítica.

As distorções ideológicas têm vindo a sustentar sistemas de dominação (Hadjinicolaou, 1973; Chauí, 1980; Lyra Filho, 1982; Duarte Júnior, 1984; Caldas e Almeida, 2016). Os meandros intelectuais próprios da ideologia justificam relações de poder assimétrico, seja entre indivíduos, seja entre grupos sociais, seja inclusive entre nações. Para a consagração da dominação não basta o uso da força, é necessário também que os dominados aceitem a sua condição subalterna. Pelos canais da ideologia chega-se à fabricação desse consentimento. É através dela que, numa sociedade, as classes dominantes exercem o seu poder hegemónico.

 A hegemonia baseia-se na premissa simples de que nenhuma coligação governante pode confiar apenas na coerção para exercer e conservar o poder. A coerção não dispensa consentimento dos governados. A «hegemonia» denota a complementaridade da coerção e do consentimento no exercício do poder.

 [...] o consentimento depende, por sua vez, da prevalência de ideias que legitimam e naturalizam relações, normas, e políticas que servem as coligações dominantes. Defendidas e reproduzidas como «senso comum»,

estas ideias exercem um fascínio sobre a «opinião pública» que dificulta a mera contemplação de arranjos sociais alternativos, relativamente ao statu quo, e inibe a dissidência. (Caldas e Almeida, 2016: 12)

Roberto Lyra Filho, dentre diferentes abordagens possíveis, destaca a ideologia como crença (1982: 15). Nesta asserção, ela chega-nos enquanto certeza pré-concebida, por "contágio do meio, da educação e do lugar que ocupamos na estrutura social". O conceito de crença opõe-se ao de ideia, que é obtida a partir dum esforço mental deliberado e com sentido crítico. Afirma que "as ideias nós temos e nas crenças estamos; isto é, nem nos ocorre discuti-las, tão óbvias nos parecem":

A ideologia, portanto, é uma crença falsa, uma "evidência" não refletida que traduz uma deformação inconsciente da realidade. [...] ela nos traz a ilusão duma certeza tal que nem achamos necessário demonstrá-la. Raciocinamos a partir dela, mas não sobre ela [...]. Por isso mesmo, aceitamos, de bom grado, a troca de ideias, mas suportamos com dificuldade um desafio às crenças. (Lyra Filho, 1982: 16-17)

Este caráter incontestado da ideologia torna-a conservadora. A partir dele, a avaliação que fazemos do mundo não admite alternativas, inclusive as circunstâncias mais tenebrosas passam a ser aceites como naturais, no todo razoável que é o desenho geral que fazemos do ambiente circundante. Este aspecto pode ser facilmente compreendido quando analisamos distintos valores sob o prisma da História. Muito do que hoje encaramos como conquistas civilizacionais já esteve por décadas, ou até séculos, confinado e impedido de progredir nos labirintos retrógrados da ideologia avessa à mudança.

3.1.4. Distintas formas de ideologia

Há múltiplas regiões ou formas ideológicas. Por exemplo, encontra-se ideologia moral, jurídica, política, religiosa, económica, filosófica, estética, musical, imagética, etc. (Hadjinicolaou, 1973). As formas particulares de ideologia contêm modalidades de funcionamento interno próprios, interagem umas com as outras de modo complexo, porém estão todas, em última instância, subordinadas à ideologia económica (Chauí, 1980; Hadjinicolaou, 1973; Lyra Filho, 1982).

Com referência às artes visuais, sem contudo mencionar a palavra "ideologia", Rocha de Sousa atribui às operações do desenho mecanismos intelectuais a ela semelhantes. Há lógica nesta associação, porque também o desenho consubstancia modos de ver, de compreender e de representar o mundo, no limiar do conceito de ideologia imagética:

Na abordagem geral do problema da visão, o homem define-se e demarca-se no meio em que vive, fazendo desse meio uma ideia, projetando ações diversas que o afirmam transformando simultaneamente os lugares de intervenção. Apesar da enorme importância que o contexto onde o homem se inscreve e atua alcança para a compreensão do próprio homem, podemos dizer que o real é de certa maneira ilusório. O real também se move e se prolonga para além do nosso campo perceptivo. Daí que perceber a realidade corresponde em boa medida à invenção dela — pelo que dela se conhece, pelo que nela se pressente, pelo que nela transformamos de forma concreta ou imaginária. (Rocha de Sousa, 1980: 30)

E mais especificamente:

Uma das nossas operações mentais mais importantes (e singulares) consiste na tradução dessas aparências em sistemas gráficos, em conjuntos de registos gráficos. Dessa maneira, pelo desenho e pelas representações que fazemos através dele, formamos certos códigos que nos permitem tornar mais ou menos inteligíveis os dados da nossa percepção das coisas. (Rocha de Sousa, 1980: 34)

Adiante, trataremos do conceito de ideologia imagética, um tipo particular de ideologia e que sobremaneira nos interessa.

3.1.5. Ideologia imagética

O conceito de ideologia imagética foi introduzido por Nicos Hadjinicolaou cujo livro História da Arte e Movimentos Sociais, embora publicado originalmente em 1973, apenas nos anos de 1980 chegaria a Portugal, editado pelas Edições 70. Margarida Calado, Professora de relevo na Faculdade de Belas Artes, salienta a credibilidade das ideias de Nicos Hadjinicolaou, sublinhando como os conceitos por ele propostos mantêm a atualidade e a sua pertinência pode evidenciar "grande ajuda na leitura de determinadas obras de arte" (Calado, 2010: 17).

Quando falamos de ideologia imagética, entendemos não um conjunto de representações metafóricas, mas, em sentido estrito, uma combinação específica de elementos formais e temáticos da imagem através da qual os homens exprimem a maneira como vivem as suas relações com as suas condições de existência, combinação que constitui uma das formas particulares da ideologia global de uma classe. (Hadjinicolaou, 1973: 102)

Se a ideologia predominante na sociedade, em sentido geral, é conservadora, a ideologia imagética também o é (Hadjinicolaou, 1973: 154, 165). Qualquer ideologia imagética coletiva é necessariamente positiva, na medida em que é oriunda de uma determinada classe social que, ainda para mais sendo reinante, não se pode afirmar negativamente. Ninguém gosta de dizer mal de si próprio. A história narrada nos bancos das escolas narram o heroísmo dos povos e escondem as suas contradições. As classes sociais, tal como os povos, preferem ver-se positivamente. A ideologia imagética corporiza a forma como uma classe social se vê a si própria inserida no mundo e, por razões de adaptabilidade, essa visão só pode ser positiva.

Ressalve-se que se a maioria das imagens existentes têm uma ideologia imagética positiva, uma minoria de obras expressa-se por via de uma ideologia imagética crítica. Concretamente, Hadjinicolaou (1973: 101-109, 149-177) explica como a ideologia imagética se manifesta, esmiuçando a forma como uma imagem vê o seu tema tratado.

Se, como antes se explicou, qualquer ideologia imagética coletiva é positiva, devemos atentar para o facto de que muitas vezes o que pode parecer ideologia imagética crítica, verdadeiramente expressa, isso sim, um positivismo dissimulado. Sendo válido que "uma obra de arte tem um papel

fundamental de denúncia, no seu tempo, e em todos os tempos" (Calado, 2010: 17), a verdade é que em vez da aparente denúncia podemos estar diante de um embuste.

A positividade da ideologia imagética pode revelar-se através de floreios técnico-expressivos que vão da mera decoração de uma realidade, à sua simples verificação e confirmação (sem a pôr verdadeiramente em causa). Ou até, no limite, a ideologia imagética pode mesmo conduzir à exaltação, amiúde disfarçada, dessa realidade (Hadjinicolaou, 1973: 154). Encerram-se nesta acepção objetos estéticos que, todavia carregados de ironia, não deixam de veicular uma ideologia imagética positiva, porquanto estimulam o imobilismo e a adaptação à realidade. Uma adaptação irónica, risonha, porém não mais do que conformada.

Passaremos de seguida à análise de uma obra específica, onde teremos a oportunidade de ponderar sobre o conceito de ideologia, especialmente o de ideologia imagética, crítica ou positiva.

3.2. Nomen no muro das Amoreiras

Sob o prisma do conceito estudado de ideologia imagética, vamos analisar um mural pintado conjuntamente pelos artistas Nomen, Kurtz e Slap em outubro de 2012 numa parede pública de Lisboa. A obra, voltada para a avenida Conselheiro Fernando de Sousa, nas Amoreiras, conquistou visibilidade internacional. Na altura, tanto os meios de comunicação social estrangeiros, quanto nacionais, fizeram desse mural notícia. Ainda hoje é possível encontrar na internet inúmeras referências a ele em fotografias tiradas por portugueses e turistas estrangeiros, em blogues pessoais e nas redes sociais. É apregoado o seu carácter interventivo. À luz dos conceitos aprendidos, à primeira vista diríamos que enquadra-se no conceito de ideologia imagética crítica. Mas será mesmo?

Trata-se de uma pintura de grandes dimensões muito bem localizada numa avenida larga de fácil acesso e bastante visível numa zona central da capital. Ocupa quase cinco metros de altura e cerca de doze de largura. Nela vemos desenhado um palco ladeado por duas colunas. É a representação pictórica de uma outra representação, teatral, e os cortinados abertos, ao centro, informam que o espetáculo encontra-se em pleno acontecimento. As três personagens que habitam a peça apresentam tamanhos dissemelhantes, equivalentes aos seus respetivos graus de importância. Numa posição central, uma figura feminina colossal retrata Angela Merkel, a chefe do governo alemão. Dois títeres de menor estatura e com ar apatetado surgem mais abaixo no palco, em posição de submissão, um à esquerda e outro à direita, conduzidos pelos fios que se elevam até aos dedos da



Figura 23: Angela Merkel, Pedro Passos Coelho e Paulo Portas no muro das Amoreiras

imperial Chanceler alemã. Os dois partidos que, em coligação, governavam Portugal, viram-se assim representados pelos seus presidentes: à esquerda, o primeiro-ministro Pedro Passos Coelho e, à direita, Paulo Portas⁹⁴. A Alemanha, enquanto grande potência europeia, é aqui representada pela sua líder, que assim controlaria todo um país, o pequeno Portugal, identificado pelos seus governantes.

3.2.1. Contexto

3.2.1.1. Os factos

Para compreendermos o sucesso daquela imagem⁹⁵, é preciso recuarmos no tempo e identificarmos a conjuntura em que foi produzida. Em outubro de 2012 Portugal sofria com a intervenção do Fundo Monetário Internacional (FMI), Banco Central Europeu (BCE) e Comissão Europeia (CE), a conhecida Troika. De facto, a sua vinda foi anunciada em abril de 2011 e a sua retirada deu-se em maio de 2014⁹⁶. Esta presença do capital internacional ditava regras draconianas e

⁹⁴ No instante em que se realizou este mural, Paulo Portas ocupava o terceiro lugar na hierarquia do governo, mas ao longo da legislatura, já em 2013, viria a ascender à segunda posição, tornando-se vice-primeiro-ministro.

⁹⁵ O impacto do mural foi tal que até a imprensa desportiva lhe fez referência. Em 24 de outubro de 2012 no jornal "A Bola" lia-se: "Três artistas de graffitis (Nomen, Slap e Kurtz) pintaram um mural no qual é possível ver o primeiro-ministro, Pedro Passos Coelho e o ministro dos Negócios Estrangeiros, Paulo Portas, controlados como marionetas pela chanceler Angela Merkel. Na ilustração pode ler-se: «Quanto tempo mais querem ficar a assistir a este show. A nossa dívida continua a aumentar (...) Este mural foi realizado sem ajuda externa»."

⁹⁶ "Se 6 de Abril de 2011 foi o dia que marcou a decisão de Portugal de pedir ajuda externa ao FMI, Comissão Europeia e BCE, 17 de Maio de 2014 marca o fim da intervenção. Foram três anos de Troika

impunha pesados sacrifícios à população, com consequências sociais arrasadoras.

As medidas impostas pela Troika apareceram inscritas no chamado «programa de ajustamento»⁹⁷. As suas consequências economicamente recessivas e socialmente regressivas, além de sentidas no dia a dia doloroso da maior parte da população, comprovaram-se pela matemática rigorosa dos estudos estatísticos.

Os indicadores podem ser observados em variados campos. Centremos apenas a nossa atenção na explosão de um desemprego massivo. Comprovadamente, as tabelas e os gráficos estatísticos demonstram que a partir de 2011 este aumentou em Portugal de um modo grave e duradouro (Serra, 2014a, 2014b, 2014c, 2015). Em abril de 2015 o conceituado economista Ricardo Paes Mamede citava um relatório do FMI de janeiro do mesmo ano⁹⁸ onde esta instituição financeira reconhecia que a debilidade do mercado de trabalho atingia 20,5% da população ativa, defendendo que esse número só pecava por defeito por ignorar as centenas de milhares de trabalhadores emigrados (Mamede, 2015). A destruição de postos de trabalho deu-se a um nível tão dramático que o próprio FMI admitiu, em julho de 2015, que Portugal precisará de 20 anos para reduzir a taxa de desemprego ao ponto de regressar aos números anteriores à crise⁹⁹.

O governo alemão era claramente defensor daquela política de austeritarismo. Por essa razão, à forte receptividade coletiva que recebeu a pintura não terá sido alheio o facto de que a Chanceler alemã Angela Merkel anunciara uma visita a Portugal para o dia 12 de novembro. A duas semanas daquela viagem, o surgimento do mural beneficiou assim de um marcado sentido de oportunidade.

Dos três autores do mural, o mais proeminente é Nomen. Foi ele que, em entrevista concedida à comunicação social¹⁰⁰, justificou a pintura. A sua intenção era denunciar os algozes do povo português: os nossos governantes da altura e a líder da Alemanha, país preponderante que muitos dizem governar a Europa. Declarou: "mostramos que é uma culpa repartida. São culpados [os nossos

em Portugal. O FMI entrou no País pela terceira vez. O pedido de ajuda foi feito por José Sócrates. Mas foi Pedro Passos Coelho que dirigiu o país durante a intervenção. José Sócrates, depois de ter saído do Governo, e já em 2014 explicou ter pedido ajuda "por prudência" devido a dificuldades de acesso aos mercados." In: "Há quatro anos Portugal anunciava pedido de ajuda financeira", *Jornal de Negócios*, 6 de abril de 2015, http://www.jornaldenegocios.pt/economia/financas-publicas/detalhe/ha_quatro_anos_portugal_anunciava_pedido_de_ajuda_financeira. Última consulta em 14 de fevereiro de 2017.

⁹⁷ Cincicamente também intitulado *ajuda externa, memorando de entendimento, plano de resgate, assistência financeira*,...

⁹⁸ International Monetary Fund, "First Post-Program Monitoring Discussions — Staff Report, Press Release and Statement by the Executive Director for Portugal", janeiro de 2015, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/scr/2015/cr1521.pdf>. Última consulta em 10-03-2017.

⁹⁹ Camilo Soldado, "Portugal precisa de 20 anos para regressar ao desemprego que tinha antes da crise", *jornal Público*, 27 de Julho de 2015, <https://www.publico.pt/2015/07/27/economia/noticia/portugal-vai-demorar-20-anos-a-descer-aos-niveis-de-desemprego-precrise-diz-fmi-1703327>. Última consulta em 10-03-2017.

¹⁰⁰ Susana Salvador, "Passos e Portas são marionetas de Merkel num graffiti", *Diário de Notícias*, 24 de outubro de 2012.

governantes] porque estão a ser manipulados. Não é uma desculpa, mas é tirar uma percentagem de peso aos políticos. Há culpa na mesma porque estamos a pagar a porcaria que eles fizeram". Porém, se a finalidade do mural era apontar culpados para a derrocada económica e social que se vivia em Portugal, essa culpa, ao ser "repartida", tornou-se bastante suavizada. "Quando a culpa é de todos, não é de ninguém", diz o ditado popular.

3.2.1.2. A narrativa em torno dos factos

O Observatório sobre Crises e Alternativas do Centro de Estudos Sociais da Universidade de Coimbra, pelas mãos dos economistas José Castro Caldas e João Ramos de Almeida (2016), traz-nos um estudo que dá a conhecer a narrativa dominante construída entre 2010 e 2014 sobre a crise em Portugal. Trata-se de uma investigação que acompanhou, ao longo desses anos, as declarações publicamente reiteradas em crónicas e editoriais pelos órgãos de comunicação social mais influentes, especialmente os do jornalismo económico português.

O período estudado coincide com a presença no país do FMI, BCE e CE.

A constante repetição de interpretações e posicionamentos jornalísticos concertados e ideologicamente comprometidos contribuiu decisivamente para a formação de uma "opinião pública" conformada e dócil ante as medidas impostas pela Troika. Inicialmente, as palavras diariamente ouvidas, repetidas até à exaustão, eram culpa, inevitabilidade e sacrifício. Os depoimentos com início em 2010 foram registados no estudo. "Gastamos acima das nossas possibilidades". "Da culpa à inevitabilidade é um salto, os mercados vão exigir e «nós» temos de cumprir". "Quem manda são os mercados". "Devemos, portanto, em vez de protestar inutilmente, preparar-nos para sacrifícios". "Mas o sacrifício, embora inevitável, é redentor: [...] Agora, que venha por bem. Que venha regenerar a economia e preparar a nova vida depois da mortandade". "Para cortar despesa do Estado, é preciso ir aos salários da Função Pública ou às pensões, é preciso ir às empresas do Estado, é preciso ir à Saúde e à Educação." A pobreza era legitimada: "Um programa de empobrecimento organizado só poderia ser recessivo. Porque é preciso ajustar o nível de vida dos portugueses". "O aumento do desemprego, que deverá manter-se (...) é consistente com o plano de ajustamento que está a ser seguido, e que, mesmo com nuances, vai ter de continuar a sê-lo".

Mas em setembro de 2012 tudo mudou.

Entre maio de 2011 e setembro de 2012, os acontecimentos desenrolaram-se rapidamente. Em maio, o programa da Troika é acolhido como uma oportunidade única. Mais adiante, face a surpresas desagradáveis, o tom do comentário torna-se crítico. Com o desemprego a crescer a ritmo descontrolado, o Tribunal Constitucional a declarar inconstitucionais algumas medidas, e o governo a violar abertamente os compromissos que lhe haviam dado a vitória nas eleições, as nuvens adensam-se. No dia 12 de setembro de 2012, perto de um milhão de portugueses veio à rua em protesto contra a Troika. No espaço de pouco mais de

um ano, o que começou por ser descrito como oportunidade, surpreendera ao ponto de se transformar num fracasso. (Caldas e Almeida, 2016: 13)

Setembro de 2012 marcou efetivamente a viragem do clima político que se vivia em Portugal. Os próprios jornalistas económicos mais influentes, afetados, e talvez intimidados, pelo sentimento de indignação popular, criticavam abertamente as medidas adotadas pelo governo. Sem contudo perderem a face de supostos observadores isentos, e num impressionante discurso concertado, não sabiam se o fracasso do plano de ajustamento devia-se à inoperância do governo português ou à incompetência projetual da Troika. O facto é que o ambiente político converteu-se ao extremo de oportunizar a acusação contra os que defendiam as medidas austeritárias. O mural nas Amoreiras sobre o qual nos debruçamos, recordemos, foi pintado em outubro de 2012, em pleno ambiente de início de desanuviamento da "culpa" dos portugueses. Contestar abertamente a Troika era uma certeza cada vez mais generalizada, já fazia parte de uma ideologia positiva.

3.2.2. Ideologia imagética crítica?

Uma ideologia imagética crítica entra verdadeiramente em choque com outras regiões do pensamento ideológico. Ela é conflituosa, provoca desconforto e incomoda os consensos. É áspera e agride. O mais certo é que um mural com estas características, colocado no espaço público à mercê de toda a sorte de fruidores, não resistisse muito tempo, depressa fosse vandalizado ou mesmo totalmente apagado. Isso não aconteceu com o mural nas Amoreiras.

Na nossa avaliação, tal resulta precisamente da ideologia imagética positiva que ele expressa. Leve-se em consideração as palavras de Nicos Hadjinicolaou (1973: 181): "é preciso ver e reconhecer que o prazer experimentado diante de uma imagem e o reconhecimento ideológico do espectador da ideologia imagética da mesma obra não são senão uma e a mesma coisa." Pois na nossa opinião o mural é elogioso sob vários olhares. Para o compreendermos, identificamos três tipos de público fruidor:

- 1) a população portuguesa em geral, proveniente das classes sociais mais desprotegidas e mais afetadas com a crise e a presença da troika em Portugal;
- 2) a classe dominante portuguesa, representada pelos governantes Passos Coelho e Paulo Portas;
- 3) a classe dominante internacional, presente no retrato de Angela Merkel.

Para a população portuguesa mais prejudicada com a crise, o mural fez sorrir e, quando muito, terá tido um efeito catártico. Lembremo-nos de que, a partir de setembro de 2012, a crítica ao

governo já surgia fácil e consensual, legitimada pela manifestação do dia 12 daquele mês. Perguntemo-nos se a aceitação coletiva do mural seria a mesma um ano antes... Onde estavam os seus pintores ao longo do primeiro ano de mandato daquele governo? Por que não se manifestaram antes com a mesma “ferocidade” crítica? "Depois das grandes manifestações de setembro de 2012, a percepção generalizada é a de que o consentimento público havia sido desbaratado. Instalara-se o que o FMI designa de «fadiga da austeridade»" (Caldas e Almeida, 2016: 14). Como se não bastasse a conjuntura favorável à condenação da coligação governamental, houve um facilitismo estrutural na abordagem do tema. Invocar o mantra de que "a culpa é sempre do governo" ou "que os políticos são todos iguais" é meio caminho andado para o aplauso coletivo. E esta ideia, em boa verdade, é claramente a manifestação de uma ideologia política positiva, uma vez que afasta o intuito da ampla participação política. Estando a participação cívica, sindical, partidária e outras semelhantes mal encaradas, apostar nesse discurso apenas encoraja o imobilismo militante e o conservadorismo. Não é à toa que, especialmente em período eleitoral, os políticos preferem precisamente apresentar-se como exteriores à política¹⁰¹. Também nesta ordem de ideias, o testemunho de quem não vota ou vota em branco é por muitos apresentado como motivo de orgulho.

Os governantes portugueses, por seu turno, puderam observar no mural a constatação elogiosa de que estavam a cumprir a sua missão de mordomos do capital financeiro, a prova notória de que a sua obediência à classe economicamente dominante era por todos reconhecida. Com efeito, os verdadeiros detentores do poder social, donos do poder económico e patrocinadores do poder político, regozijaram-se com essa verificação de subserviência. Tranquilos, viram-na como um sinal de continuidade do seu enriquecimento. E tudo estava bem.

A recepção do mural por parte do capital internacional, e da própria Angela Merkel, terá sido semelhante à da classe dominante nacional: a confirmação de que o plano de exploração seguia o seu rumo, inofensivamente replicado por uma imagem divertida. Neste caso, não terá existido apenas o riso e a graça, mas também a satisfeita certificação pública do estatuto imperial ocupado pela Alemanha. Tudo se conservou tal como estava, sem abalos.

¹⁰¹ Todos recordarão Aníbal Cavaco Silva que, escamoteando a sua entrada na vida governativa em 1980 (ministro das finanças) e os seus longos anos como primeiro-ministro (de 1985 a 1995), apresentou-se insistentemente como candidato à Presidência da República (cargo que exerceu por dez anos, de 2006 a 2016) como "um mero professor", "exterior à política" e com uma candidatura "supra-partidária".

4. DOMESTICAÇÃO DO GRAFFITI

4.1. Bairro Alto

4.1.1. Cultura urbana, boémia e criativa

O Bairro Alto começou a ser urbanizado em 1498 (Pavel, 2016 : 6; Pavel, 2015: 149-157) no contexto da Lisboa Manuelina, mas foi a partir de 1553 que adquiriu identidade com a instalação dos jesuítas no Convento de São Roque (Neves, 2015: 256), facto que trouxe um novo prestígio àquela área atraindo famílias da classe social mais elevada, nobres e comerciantes que acumularam fortunas na Índia (Pavel, 2015: 158-159).

Entrementes, no decurso do século XX, até a década de 1970 o Bairro Alto era mal encarado pela maior parte da população lisboeta, um lugar pobre, que suscitava desconfiança, quiçá perigoso.



Figura 24: parede de um bar no Bairro Alto coberta de Graffiti em 2007

Demarcou-se como atração noturna a partir do final dos anos 1970. Na década de 1980 serviu de palco para a revolução cultural da geração pós-25 de Abril. Em meados da década seguinte e início do terceiro milénio, na sequência da massificação do comércio noturno, foi-se transformando paulatinamente e afirmando cada vez mais, tanto nacional quanto internacionalmente, como referência da vida boémia. A vida noturna invadiu as ruas e aí instalou-se (Pavel, 2015: 207-209). Para tal contribuíram de modo determinante eventos de enorme envergadura como *Lisboa Capital Europeia da Cultura* em 1994, a *Expo'98* em 1998 e o Campeonato Europeu de Futebol em 2004 (Pavel, 2016: 6; Neves, 2010: 254).

Eis que, especialmente entre 2004 e 2008 (ano da "limpeza" realizada pela Câmara Municipal), as paredes do Bairro Alto serviram de suporte para todo o tipo de intervenção gráfica clandestina, informal, não autorizada.

Nas palavras de Leandro Gabriel (2016: 102): “No coração da cidade, este poético bairro, chamariz tanto para artistas portugueses como para estrangeiros, teve as suas paredes invadidas por *tags*, *stencil*, mensagens, rabiscos ou colagens sobrepostas à arquitetura do próprio bairro, assemelhando-se a uma galeria de arte a céu aberto.” Pois se para este autor o Bairro Alto é o coração de Lisboa, as lâminas da Street Art e do Graffiti, a um só tempo rejuvenescedoras e mortais, enterraram-se no coração do próprio Bairro Alto.

Ricardo Campos (2010: 229) descreveu assim o fulgor criativo e a visualidade experimental de um espaço que, tendo como teto apenas o firmamento, abriu-se como um atelier de inovações:

Esta manifestação, nas paredes dos desgastados edifícios do bairro, adquire um significado algo metafórico, espécie de figuração visual dos desregramentos nocturnos, da cacofonia ruidosa, proveniente de múltiplas vozes e melodias, da mescla estilística tecida por distintos grupos e tribos juvenis. É neste contexto, de profusa produção de uma expressão visual ilegal, que ganha corpo o ensaio de inovadoras intervenções estéticas. A *street art* instalou-se no Bairro Alto, inaugurando uma galeria a céu aberto onde principiantes ou experimentados artistas, nacionais e estrangeiros, divulgam as suas obras.

A abertura à vivência alegre e despreocupada da noite, numa conjuntura de globalização, trouxe as expressões urbanas também praticadas noutras capitais europeias.

A par das manifestações espontâneas de autores anónimos nacionais e estrangeiros (as clássicas declarações de amor ou afirmações políticas), dos desenhos variados à mão livre (com tintas ou marcadores), dos cartazes e autocolantes, dos tags, throw-ups e estênceis, surgiram expressões gráficas de artistas experimentados no universo da então chamada Street Art, alguns até dos mais famosos do mundo, que rumavam a Lisboa desde Berlim, Londres, Paris, Roma, Madrid, Nova Iorque,...

4.1.2. De Barcelona para Lisboa

Lisboa, durante um curto período, experimentou uma ascensão brusca no que à Street Art diz respeito, chegando a ser apontada, por quem viveu o movimento por dentro, como possível sucessora da grandiosa Barcelona. Na capital catalã a autarquia proibiu e perseguiu todas as pinturas no espaço público a partir de janeiro de 2006. Aleix Gordo Hostau, um dos realizadores do documentário *BCN Rise&Fall*¹⁰², declarou que "la Edad de Oro del Arte Urbano en Barcelona fue más o menos entre 2000 y 2005. En enero de 2006 aplicaron la nueva ordenanza cívica y todo se acabó."¹⁰³ Não se deve estranhar que foi a partir dessa data que, no Bairro Alto (mas um pouco também no Chiado, Cais do Sodré e Baixa), multiplicaram-se as intervenções artísticas não autorizadas de autores mundialmente reconhecidos. Antes atuavam em Barcelona e, com a repressão, dali fizeram emigrar a sua arte.

De facto, uma nota de destaque merece Barcelona, celebrizada como lugar proeminente no panorama mundial desta arte que floresceu nas ruas. Com uma fulgurante e internacionalizada Street Art, esta cidade, à entrada do milénio, proporcionou um ambiente criativo tão favorável (era possível a realização de murais espontâneos e/ou não autorizados em plena luz do dia) que efetivamente conquistou o estatuto de uma das grandes capitais mundiais deste tipo de manifestação urbana. A sua produção foi tão singular que conquistou protagonismo em livros emblemáticos (Bou, 2005; Manco, 2002; Ganz, 2004; entre outros) e no internacionalmente aclamado documentário *Bomb It*, que marcou uma época, realizado pelo premiado Jon Reiss¹⁰⁴.

Foi também ali que nasceram, em 1994, as primeiras latas de tinta aerossol especialmente concebidas para a prática do Graffiti. Com efeito, as latas da marca Montana (MTN)¹⁰⁵ eram, e ainda são, fabricadas em Barcelona, de onde viajam, em navios, para todo o mundo. Outrossim, durante anos consecutivos as tintas desta marca reinaram sozinhas no mercado.

Ainda que com características diferenciadas e muito próprias, estas duas cidades ibéricas aproximaram a sua cultura urbana num momento histórico, e para Lisboa pode-se dizer que foi motivo de algum orgulho saber que grandes nomes europeus da pintura de rua trocaram emails e combinaram visitas à nossa cidade para aqui deixarem a sua marca.

¹⁰² "El día 5 de Febrero del 2015 tuvo lugar en la emblemática Antigua Fábrica Estrella Damm de Barcelona, la presentación internacional del documental *BCN Rise&Fall*, dirigido por Aleix Gordo Hostau y Gustavo López Lacalle." disponível em <https://vimeo.com/122627362>. Última consulta em maio de 2016.

¹⁰³ Tradução livre: "a Idade de Ouro da Street Art em Barcelona foi mais ou menos entre 2000 e 2005. Em janeiro de 2006 a aplicação de uma nova regulamentação municipal pôs-lhe fim."

¹⁰⁴ *Bomb It* foi pela primeira vez exibido em Portugal no âmbito do Doclisboa, no Cinema São Jorge, em outubro de 2007.

¹⁰⁵ <http://www.montanacolors.com/>

4.1.3. História apagada e não documentada

Com a saturação desregrada nas paredes do Bairro Alto de toda a sorte de inscrições não autorizadas, já se pressentia uma reação por parte dos poderes públicos:

As diferentes expressões do *graffiti* e da denominada *street art* encontram-se abundantemente presentes nesta zona, facto que originou, por diversas ocasiões, notícias na imprensa e comentários de políticos e agentes públicos, tornando o Bairro Alto um exemplo do vandalismo urbano, pela proliferação descontrolada das marcas a aerossol. (R.Campos, 2010: 217)

A indignação de moradores e comerciantes do bairro, a maior ou menor anuência por parte dos seus frequentadores não-residentes, o debate acalorado confrontando perspectivas opostas, o posicionamento de responsáveis políticos e o ruído vez por outra amplificado pelos órgãos de comunicação social, são sintomáticos das paixões que Matthew Lunn (2006: 4) identifica no Graffiti:

In the modern world, graffiti is one of very few contemporary forms of expression that retains the ability to be shockingly evocative. We are becoming desensitised to events, information and more conventional forms of art. A piece of graffiti might provoke any manner of response: interest, disgust, amusement, anger, admiration.¹⁰⁶

Parecia ir-se tornando óbvio que a passos largos aproximava-se a epifania da limpeza redentora. Algo que realmente se deu em 2008.

Até lá, quem esteve alerta ao fenómeno, terá reparado que, por incrível que pareça, no turbilhão caótico das paredes rabiscadas havia alguns padrões observáveis, um mínimo de lógica. A configuração topográfica do bairro influía na predominância de uns tipos de expressão em detrimento de outros. Fabiana Pavel enuncia uma distribuição geográfica dos visitantes noturnos consoante os seus perfis e as tribos urbanas em que se inserem. À exceção de algumas áreas que, à luz da lua, mantêm-se adormecidas, as zonas do Bairro Alto são preferencialmente frequentadas por grupos determinados: jovens em geral, jovens até 20 anos, homossexuais, estudantes internacionais, admiradores de Fado, apreciadores de gastronomia (Pavel, 2015: 211). Sendo desmesurada a variedade de discursos nas paredes, verificava-se em certos territórios uma maior concentração de gramáticas visuais específicas, dissemelhantes daquelas com que nos deparávamos em outras zonas, anunciando as particularidades identitárias dos seus frequentadores. Ricardo Campos (2010: 215-231) relatou essa mesma constatação numa digressão meticulosa que empreendeu numa “manhã de Inverno, relativamente quente e luminosa, propícia a um passeio.”

¹⁰⁶ Tradução livre: “No mundo moderno, o Graffiti é uma das pouquíssimas formas de expressão que ainda se mostram capazes de ser chocantemente provocadoras. Nós estamos-nos a tornar insensíveis aos eventos e informações relacionados com formas mais convencionais de arte. Uma obra de Graffiti pode gerar qualquer tipo de reação: interesse, repugnância, divertimento, raiva, admiração.”



Figura 25: Graffiti e Street Art no Bairro Alto em 2007

A aniquilação sem critério deste património irrepetível aconteceu sem que ele nunca tivesse sido devidamente documentado. Não há registo de publicações que testemunhem o muito de único, desde o horrível ao magnífico, que ao tempo se produziu. Soltas pela internet encontram-se algumas fotografias obtidas por curiosos, tremidas e dispersas, descontextualizadas, sem referências de data ou nome de rua.

Sabemos de apenas uma publicação portuguesa que procurou guardar vestígios daquela arte efémera. Tratou-se de uma revista algo rudimentar, mas impressa em papel de qualidade, lustroso e de boa gramagem¹⁰⁷. Remonta a 2007 e recebeu o nome de GhettoStress¹⁰⁸. Tratou-se de uma edição preferencialmente focada no Graffiti de origem norte americana, quase totalmente preenchida por fotografias de jovens a pintar comboios e carruagens do metropolitano lisboeta. Mesmo com essas características, reservou as três últimas páginas a registos colhidos no Bairro Alto, onde se vêem autocolantes, cartazes e estênceis. São 35 amostras, pequenas mas exuberantes, do que na revista foi descrito como "street art"¹⁰⁹.

Ainda assim e apesar de bem intencionadas, são fotografias imprecisas na localização das obras e desprovidas de indicações complementares com vista a uma catalogação futura. Acresce que quem conheceu a copiosa produção daqueles anos sabe que as paredes, constantemente renovadas, alimentariam fotografias suficientes para preencher livros inteiros, não apenas uma folha e meia.

Quando as paredes do Bairro Alto foram higienizadas em 2008, todo um património cultural, artístico e histórico foi simplesmente eliminado. A uniformização crua e plana do espaço público na zona do Bairro Alto, Chiado e Baixa, apagou um instante da História que não se repete.

4.2. Galeria de Arte Urbana (GAU)

4.2.1. 2008

Em 13 de outubro de 2008 o Presidente da Câmara Municipal de Lisboa (CML), António Costa, tornou público o Plano Integrado de Intervenção no Bairro Alto. Entre outras medidas, nos projetos de higienização do Bairro Alto figurava a eliminação de todo e qualquer vestígio de Graffiti e Street Art. O propósito de restaurar a aparência original do bairro abriu espaço para a criação compensatória da GAU (Galeria de Arte Urbana) mesmo ali próxima, na Calçada da Glória.

¹⁰⁷ Foi editada por uma das primeiras lojas especializadas na venda de latas de tinta spray. Chamava-se Cans-Shop, localizada na Rua da Rosa, em posição bastante central, um eixo rodoviário decisivo no mapa do bairro. Não deixa de ser curioso que naquela altura obtivemos a indicação da morada da loja em visita que fizemos à própria Junta de Freguesia do Bairro Alto; a informação foi concedida acompanhada de muitas críticas.

¹⁰⁸ Bastante original foi o modo de fazer publicidade à revista. GHETTOSTRESS foi ilegalmente escrito com letras garrafais no topo de um enorme edifício abandonado, virado para a autoestrada, na zona de Linda-a-Velha. Quem passa na zona interior de Algés, entre Caselas e Portela, na saída da A36 para a A5, ainda hoje (passados dez anos!), é capaz de ler essa inscrição, a preto e *silver*, no mais alto dos seus andares.

¹⁰⁹ Com efeito, as páginas 48 a 50 foram dedicadas àquilo a que sugestivamente chamou "o novo braço do polvo: o StreetArt", entendendo-se por polvo "o graffiti português e europeu" (p. 1).

Com efeito, enquanto liminarmente removia das paredes todas as formas de inscrições não autorizadas, levando-as a submergir sob tinta lisa, a Câmara Municipal de Lisboa como compensação inaugurava a GAU, que veria os seus primeiros painéis pintados nos dias 16, 17 e 18 de outubro. Para o efeito foram propositadamente montados na rua da Glória cinco suportes retangulares, cada um com vários metros quadrados.

As pinturas sobre esses painéis foram realizadas de modo pouco organizado, sem projeto, por parte de alguns artistas que se foram convidando uns aos outros. A urgência do momento condicionou as presenças. A iniciativa foi assegurada com as participações inaugurais de Pedro Soares Neves, Gonçalo “Mar” Ribeiro, Miguel “Ram” Caeiro, f+nzp, time, Maria Imaginário *aka* Dellicious, M., Obey, Que?, Paulo Arraiano, Lucas Almeida, Leonor Morais, Dirty Cop. A estes juntaram-se outros desconhecidos ou anónimos que por ali foram transitando no decorrer dos meses sobrepondo indícios da sua passagem.

4.2.2. 2009

A iniciativa prosseguiu no ano seguinte, com mais organização e planeamento, assinalando a progressiva conquista de espaço e autoridade por parte da autarquia.

Em 2008 o acesso aos painéis fora prejudicado pelo acentuado grau de declive da Calçada da Glória. Pois em 2009 foram montados estrados robustos e com caráter permanente. Também subiu o número de suportes, de cinco para sete, abrindo-se espaço para mais dois painéis no Largo da Oliveirinha.

Contrastando com a convocação atabalhoada dos artistas para os primeiros painéis, desta vez todas as pinturas foram submetidas a um único concurso público, com elevado nível de transparência: as propostas foram integralmente publicadas na internet¹¹⁰. Os primeiros sete vencedores (Another, Miguel Noronha, Ate me e Uhgo, José Carvalho, Nomen, Cristophe – Paul Sauvage e Telmo Alcobia) foram autorizados a pintar em julho, e os restantes sete (Sphiza, Fábio Santos, José Fictício, Smile, Rui Ventura, Van e Klit, e Skran) em outubro. Os mesmos painéis seriam cobertos de tinta branca para servirem de suporte liso às novas intervenções.

A GAU encarreirou-se. Gerida pelo Departamento de Património Cultural da Câmara, foi-se consolidando cada vez mais.

¹¹⁰ A prática da publicação das propostas a concurso extinguiu-se dali em diante.

4.2.3. Até aos dias de hoje

Desde então, os sete painéis recebem novas composições pelo menos duas vezes ao ano, num refrescamento constante. Cada vez que são intervencionados, desaparecem as pinturas realizadas seis meses antes. Os artistas que concretizam esta renovação vão variando e ora participam por concurso, ora por convite.

As qualidades plásticas destes painéis são evidentes. Não pondo em causa que estas intervenções acarretam ganhos, refletimos apenas sobre as perdas que elas, por outro lado, possam ter trazido (Abarca, 2016). Perguntamo-nos se teria sido possível, ou não, preservar simultaneamente uma atitude mais livre de permissão face a outros desenhos nos espaços públicos da cidade.

Nas palavras de Sílvia Câmara, à altura Coordenadora da GAU gerida pelo Departamento de Património Cultural da CML, existia o reconhecimento do património artístico guardado nas ruas do Bairro Alto até 2008:

Voltando aos anos de 1990, no Bairro Alto, talvez o bairro mais cultural de Lisboa, [...] encontram-se as inaugurais experiências no campo do stencil e que marcaram a história da arte urbana de Lisboa. Encarado como o laboratório para as experiências de menor dimensão e maior inovação no campo da street art, o Bairro Alto é alvo em 2008, de uma vasta campanha municipal de reabilitação que entre outras medidas, preconiza a limpeza [sublinhado nosso] integral dos principais eixos, removendo as inscrições deixadas em palimpsesto, durante anos, por artistas nacionais e internacionais. (Câmara, 2014: 169)

Note-se contudo que a própria noção de "limpeza" pressupõe a de "sujeira", como se, contraditoriamente, os desenhos que formavam a "maior inovação no campo da street art" fossem isso mesmo: sujeira. Algo que se compreende tendo em atenção a explicação de Ricardo Campos (2010: 215):

Os bairros dos pobres e excluídos, os redutos dos marginais (alcoólicos, toxicod dependentes, etc.), são lugares pouco nobres, *cheiram mal, estão sujos e desarrumados*, não são tolerados pela visão idílica de uma metrópole moderna.

Daí que o *graffiti* esteja originalmente conotado com os lugares da desordem e da sujidade, os sítios minorizados e subterrâneos, as casas de banho, os bairros degradados ou os edifícios devolutos. Nestes redutos, a impureza é permitida porque está contida, a contaminação é impedida e não alcança o âmago do mundo civilizado. Deste modo, este género de incursões sobre os espaços dignos e centrais da cidade são entendidos como manifestações de poluição que contaminam o imaculado dos edifícios e a ordem perene dos valores mais elevados do consenso social. Daí a urgência na censura e combate a estes fenómenos, rotulados de puro *vandalismo*¹¹¹.

¹¹¹ A título de curiosidade, o conceito de vandalismo associado à arte espontânea das ruas no momento da sua remoção, fortuita e ironicamente faz recordar que, segundo Victor Correia (2015: 78), a origem desta palavra está no movimento contrário, ou seja, vândalo é quem destrói (remove) a Arte: "O conceito de vandalismo é originário da palavra Vândalos, que se referia a um povo de origem germânica oriental, que participou nas invasões bárbaras nos primeiros séculos da era cristã, na Europa ocidental, e que se destacou principalmente pelos seus métodos cruéis de destruição da propriedade alheia e de bens materiais com valor patrimonial e cultural, nomeadamente as obras de arte. O termo vandalismo surgiu no século XVIII, em França, e foi criado pelo abade Henri Grégoire, bispo de Blois, como crítica em relação à atitude destrutiva duma parte da armada republicana de então, que destruía o património artístico do

Seja como for, o Bairro Alto, enquanto lugar emblemático de acolhimento do gesto espontâneo, errático, experimental, criativo, aberto a todos, foi substituído pela rebeldia domesticada das intervenções circunscritas, dependentes de um projeto antecipadamente aprovado.

4.2.4. Influência nacional

Para concluir, importa fazer jus ao mérito da GAU e do seu poder de nomear. A realidade derivada do uso recorrente do termo Arte Urbana nas sucessivas exposições da GAU, que, no decurso dos anos, além destes painéis acompanhou e promoveu uma série de outros desenhos de grande porte por toda a cidade de Lisboa, veio indelevelmente colar o muralismo contemporâneo, não ao conceito de Arte Pública, mas sim ao de Arte Urbana.

Decididamente, a CML através da GAU, na sua iniciativa pioneira, abriu portas e influenciou inúmeras outras autarquias por todo o país, difundindo o conceito de Arte Urbana hoje por todos utilizado. Nunca será demais enfatizar que a CML não apenas foi vanguardista ao institucionalizar a prática sistemática dos murais licenciados, como também solidificou o conceito que os define¹¹². Com efeito, a definição de Arte Urbana encaminha-nos para murais encomendados, referindo-se a uma modalidade de Arte Pública cujos meios operativos assemelham-se aos do Graffiti e da Street Art. Não descurando este detalhe técnico, continuam a ser Arte Pública, arte encomendada.

Loures copiou o modelo de Lisboa e converteu-se no seu mais proeminente seguidor. Em Lisboa os murais espalharam-se pelas avenidas e empenas das mais variadas zonas da cidade. Em Loures, porém, esse modelo diferenciou-se pela sua concentração em bairros específicos, integrando o projeto "O Bairro e o Mundo". Este projeto arrancou em 2013, no Bairro da Quinta da Fonte, mas notabilizou-se verdadeiramente quando, em outubro do ano seguinte, pintaram-se as primeiras seis empenas de habitações no Bairro da Quinta do Mocho, inaugurando-se a GAP, Galeria de Arte Pública, que hoje soma várias dezenas de murais.

Simplesmente o acrónimo GAP existe somente para se distinguir de GAU, porque de resto em tudo é semelhante: não apenas copia o modelo, como também o conceito, classificando as intervenções que exhibe de "arte urbana". Pode ler-se na apresentação do projeto, no site da Câmara

Antigo Regime."

¹¹² Ressalve-se que a Câmara Municipal de Lisboa não chegou a suprimir em absoluto menções aos conceitos de Street Art e Graffiti, enquanto sinónimos continuamente presentes nos jornais/publicações da GAU. Se internamente ainda zigzagueia entre algumas incertezas, isso não a impediu de exercer uma influência determinante na popularização e aceitação generalizada do conceito de Arte Urbana enquanto arte mural.

Municipal de Loures: “A arte urbana [sublinhado nosso] é já hoje uma das imagens de marca do concelho de Loures, tendo o seu ponto alto na Galeria de Arte Pública (GAP) do Mocho.”¹¹³

4.3. Paredes limpas e gentrificação

4.3.1. Gentrificação: habitacional e turística

A justificação apresentada para "limparem-se" as paredes do Bairro Alto (o alegado interesse superior dos moradores) pode ser questionável. Supostamente, as ruas vazias de inscrições criam um melhor ambiente visual, favorável a uma boa vizinhança. Mas "bom ambiente" para quem? Não é verdade que os moradores, verdadeiros utentes do município e que a ele têm direito, tenham sido os maiores beneficiados neste processo.

A este respeito, explica Fabiana Pavel:

[...] os conceitos de reabilitação são usados de forma estratégica para justificar processos de renovação e de exclusão da população mais carenciada.

No Bairro Alto, a leitura dos Censos de 2001 e 2011 mostra uma inversão dos resultados positivos obtidos na década de noventa do século XX, e um reforço da turistificação. Em 2011 encontram-se 35,2% de alojamentos vagos (contra os 17,5% de 2001), 58,1% dos quais se encontram fora do mercado. A população, entre 1991 e 2001, aumentou 3,58%; em contrapartida, entre 2001 e 2011 observa-se um decréscimo de 29,23%. [...] Sublinha-se que o novo Plano Director Municipal (PDM) de Lisboa de 2012 admite a mudança sem limitações de habitação para outros usos, entre os quais o turístico.

Duma forma geral, as mais recentes ações da CML parecem tender para a *positive gentrification* (gentrificação positiva) por meio de políticas destinadas a apoiar processos de gentrificação como instrumento para «dar vida» aos centros das cidades através do recurso à arte e à cultura, [sublinhado nosso] as quais, por sua vez, servem o turismo. (Pavel: 7)

Segundo Teresa Barata-Salgueiro, a "reabilitação de centros históricos, ações de regeneração urbana, promoção de bairros culturais e de espaços criativos são exemplos de intervenções urbanísticas onde as artes e atividades culturais desempenham, no geral, um papel importante" (Estevens, André e Gabriel, 2016: 6). A chamada Street Art aparece especificamente incluída no leque de opções criativas dinamizadoras dos centros das cidades. Aqui, o conceito de Street Art é entendido na sua versão institucionalizada. Ela é incentivada pelos poderes públicos, conscientes de que muitas vezes são as atividades culturais que elevam o prestígio dos lugares, valorizando-os simbolicamente e seduzindo novos residentes mais abastados e turistas endinheirados.

Estes processos de reabilitação e revitalização podem [...] ter atraído a atenção de empresas imobiliárias, quando a área começou a ser notada e os preços apresentavam tendência para subir. A

¹¹³ <http://www.cm-loures.pt/Media/Microsite/Artepublicaloures/Index.html>. Última consulta em 19 de agosto de 2017.

intervenção passa então a ser conduzida por profissionais do imobiliário, responsáveis pela reconstrução especulativa de espaços, visando clientelas com rendimentos médio-altos e altos que preferem [...] um certo número de serviços que lhes permitem afirmar o seu estilo de vida (boémio, burguês) através do consumo. A instalação destes grupos faz-se muitas vezes à custa da expulsão dos anteriores residentes, pertencentes a grupos socioeconómicos de menores recursos, processo típico da *gentrificação*. (Estevens, André e Gabriel, 2016: 6)

Chama-se "gentrificação funcional" ao processo pelo qual segmentos da população, depois de expulsos, são mesmo excluídos de voltar a frequentar aqueles espaços regenerados, devido à exigência de que os novos frequentadores destes bairros históricos apresentem níveis de consumo elevados.

Fabiana Pavel (2015 e 2016) conclui que o Bairro Alto está dominado por um acelerado processo de turistificação. A gentrificação habitacional, tendência iniciada na última década do milénio, vai-se convertendo em gentrificação turística [*tourism gentrification*].

4.3.2. Exclusão social

Com efeito, a elitização de certos lugares citadinos e a especulação imobiliária, insensíveis aos problemas sociais que gera, vencem em toda a linha. A investigação de Fabiana Pavel, que lhe valeu uma Tese de Doutoramento (Pavel, 2015), coincide com notícias recentes veiculadas pela comunicação social. Apenas a título de exemplo, há volta de um ano, em plena temporada turística na Lisboa estival, era o jornal Público que dava conta da situação aflitiva sentida pelos habitantes do centro histórico da cidade (Mouraria, Bairro Alto e Bica):

A estratégia repete-se: os proprietários das casas aumentam substancialmente as rendas e, num mês, os inquilinos têm de se adaptar às novas rendas ou sair. Noutros casos, nem lhes é dada a opção. Mesmo disponibilizando-se a pagar rendas mais caras, os moradores são obrigados a sair, relatam [os moradores]. Prédios inteiros são vendidos a agências imobiliárias e a privados que neles investem “para depois arrendar aos turistas”.

[...]

Com casas seculares, comércio tradicional e ao lado da Baixa, o Bairro Alto é outra das zonas mais procuradas por turistas e estrangeiros. Mas encontrar moradores no Bairro Alto não é uma tarefa fácil. Já quase no final da tarde, a maioria das ruas estão vazias e vemos apenas passar alguns casais de **câmara fotográfica na mão, que vão apontando para uns murais que encontram pelo caminho** [sublinhado nosso] e fotografando uma maçaneta mais velha. Os únicos portugueses que encontramos são os empregados de restaurantes que preparam as mesas da esplanada, mas nenhum deles habita em Lisboa.¹¹⁴

Esse processo motivava a queixa dos moradores que o jornal muito bem registou: “Põem as casas para os estrangeiros e qualquer dia não há ninguém nos bairros”; “Estão a expulsar-nos para fora de Lisboa. Qualquer dia não há Baixa, não há bairros, não há marchas, não há arraial, não há

¹¹⁴ Liliana Borges, “Qualquer dia arranjam os figurantes para fazer de portugueses”, jornal Público, 5 de junho de 2016.

sardinhas, não há nada”; “E os presidentes da Junta vão ficar sem eleitores”; “Isto aqui é só ‘camones’”; “Qualquer dia arranjam os figurantes para fazer de portugueses. Tudo quanto tem vagado na Bica tem sido para alugar para os turistas. Tudo”; “As obras que têm havido são positivas para a cidade, mas não para os cidadãos”; “Conheço um caso em que faleceu a senhora que arrendava a casa, que vivia com o filho, com a nora e com a neta e não lhes deram sequer hipótese de aumentar a renda. Deram-lhe simplesmente uma ordem de despejo, porque o prédio está a ser todo arrendado para turistas.”¹¹⁵

4.4. Fera enjaulada

A Arte Urbana é apresentada como tendo raízes informais, nascida nos bairros da gente comum, por isso é um atraente objeto de consumo para as massas. Surge moderna, sempre nova, como um apetitoso produto de mercado. Sendo efêmera, descartável, é rapidamente atualizada, os murais sucedem-se, por vezes sobrepostos em camadas refrescantes sobre uma mesma parede. É um negócio político e comercial lucrativo.

As instituições promotoras de festivais e murais autorizados encontram na ilegalidade, enquanto génese do fenómeno, justificação para valorizar atributos tais como rebeldia, autenticidade, sentido crítico, criatividade contestatária e outros assemelhados, como se alegadamente eles se mantivessem inalterados nesses eventos da mais pura legalidade. Todas estas manobras discursivas escondem uma realidade: o muralismo contemporâneo, rebatizado de Arte Urbana, procura escapar ao seu verdadeiro nome, ou seja, Arte Pública. Isso porque este último conceito continua pesadamente conectado com um imaginário austero, materializado sob a forma de esculturas incompreensíveis em jardins esquecidos, instalações ferrugentas em rotundas fora de mão, obras encomendadas por governantes desacreditados.

José Pedro Regatão (2015: 13) acertadamente insere as iniciativas de pintura mural, por ele descritas como “uma produção artística diversa e estimulante”, no território da Arte Pública. Entretanto, comete um erro que é vulgarmente aceite dentro de uma narrativa dominante pouco crítica. Este autor, envolto na miscelânea imprecisa de definições que é globalmente aplicada em Portugal, confunde-se com a designação Street Art, acreditando que esta é arte sancionada. É razoável que nos contentemos com a beleza de pinturas dóceis reduzidas à domesticidade, menos razoável é vê-las como possuidoras de “originalidade e poder subversivo”, preconizando que representam uma “contra-cultura”. Diz ele:

¹¹⁵ Ibid.

É importante referir o desenvolvimento de determinadas vertentes que vieram expandir este campo teórico [da Arte Pública], como é o caso da street art que nos tem oferecido uma produção artística diversa e estimulante. Para além do forte impacto que gerou no espaço público, as propostas daqui resultantes destacaram-se pela sua originalidade e poder subversivo [sublinhado nosso]. Neste sentido, não só revitalizaram o lado da contra-cultura [sublinhado nosso] da arte, como fizeram emergir novos campos de debate que se afiguram profícuos para o desenvolvimento desta disciplina.

Outro autor que estuda o fenómeno, Vítor Correia dificilmente poderia ser mais explícito quanto à proposta de conversão do Graffiti em Arte Pública. Note-se que inclusive os suportes para os quais propõe o consentimento deste tipo de manifestação artística são os mesmo vulgarmente destinados à Arte Pública ordenada pelo Estado (jardins, viadutos, pontes, edifícios camarários):

O caso das pinturas murais e da sua variante, os graffiti, é um outro exemplo particularmente importante. De modo a que as pessoas as não destruam por terem sido feitas em propriedade particular sem autorização do proprietário, deve proporcionar-se a oportunidade aos autores dos graffiti de intervirem, de se expressarem através dessa forma de arte, de modo criterioso e regulamentado [sublinhado nosso]. Essas pinturas devem também ser protegidas, e por isso devem poder ser feitas em locais próprios, como por exemplo em muros de jardins públicos, em viadutos, em pontes, em paredes de edifícios camarários, em grandes placards colocados no espaço público, etc. Poderão também promover-se concursos para a realização de graffiti, de modo a aumentar a qualidade da oferta, sendo seleccionadas determinadas obras, que embelezarão o espaço urbano, e darão uma melhor imagem à cidade, e facilitarão uma maior adesão do público a essa forma de arte. (Correia, 2015: 87)

Não haveria nada de errado nesta conversão se ela não acarretasse uma evidente perda de identidade. Javier Abarca (2016) analisa este fenómeno, concluindo que os murais encomendados, por comparação à Street Art e ao Graffiti, são culturalmente empobrecedores. A Arte Urbana conduz à descontextualização do lugar em que elas são e poderiam ser produzidas, à uniformização dos suportes, à desintegração da escala humana, ao desaparecimento do elemento surpresa, entre outros factos. Abarca chama igualmente a atenção para a aniquilação de um dos fatores primordiais do Graffiti e da Street Art: a liberdade de expressão. Uma peça proposta e paga por terceiros deve sempre cumprir a finalidade de agradar quem ordena a sua execução. Quem encomenda, com certeza fá-lo com alguma objetivo em mente, menos ou mais confessado. Mesmo que o patrocinador de uma obra conceda liberdade criativa ao artista, este, imbuído do sentido profissional de responsabilidade, pode impor-se uma auto censura sem estar consciente disso: “artists can also censor their own work simply because they feel that it is their responsibility to do so when working on a prominent, permanent piece”¹¹⁶ (Abarca, 2016: 65).

¹¹⁶ Tradução livre: “os artistas podem censurar o seu próprio trabalho por sentirem ser essa a sua responsabilidade ao produzirem uma obra destacada e permanente”.



Figura 26: falsificação anónima de um estêncil de Banksy em São João do Estoril

Ironicamente, existe um aspecto extra que é gravoso e sobre o qual se fala pouco. As instituições que apostam nos murais encomendados, não apenas exploram o embuste do “poder subversivo” da Arte Urbana que na verdade é Arte Pública, como exploram também a mão de obra de quem realiza o trabalho. Quem atua nesta área sabe o quão usual é o convite para pintar recebendo em troca promessas vãs. Frequentemente, oferecem-se latas de tinta, outras vezes nem isso. Um argumento sempre utilizado, e frise-se *sempre*, é que o artista, quando convidado, não deve perder a oportunidade de mostrar o seu trabalho, porque daí advirão benefícios incalculáveis. Ora, um médico, um carpinteiro, um advogado ou qualquer outro profissional, quando recebem dinheiro pelo seu trabalho, não deixam de o divulgar. Trabalhar corretamente é sempre um modo natural de dar a conhecer a própria competência profissional, facto que não se extingue quando se é remunerado. É uma questão de justiça. Está por realizar um estudo sério que, por meio de uma análise quantitativa, ofereça números reais sobre a percentagem de indivíduos que, trabalhando gratuitamente ou por um

preço irrisório neste domínio, alcançaram sucesso em termos de carreira. Se os exemplares de Arte Urbana fossem substituídos por outras manifestações artísticas, por exemplo grandes painéis de azulejos, esculturas de grandes dimensões ou instalações complexas e exigentes em termos materiais, não apenas se perderia a mística da colagem à “arte subversiva”, mas, principalmente, os custos financeiros para quem encomenda seriam bastante superiores.

Por outro lado, deve-se referir que a maior parte dos artistas urbanos atualmente no mercado não é completamente inocente. Eles também participam, à sua maneira, num embuste. A maioria não tem verdadeira prática de Street Art¹¹⁷. Rendamo-nos às evidências: se cada um dos artistas produtor de obras encomendadas produzisse um número considerável de peças não autorizadas que lhe concedesse o estatuto de street artist (digamos, à proporção mínima de dez para um, de seis em seis meses) Portugal revelar-se-ia um país encharcado de criatividade à margem da lei. Mas sabemos que as nossas ruas, a esse nível, são bastante pacatas.

O desempenho dos artistas urbanos no instante em que produzem esses murais deve gozar de visibilidade e esse é um dado crucial. A Arte Urbana a acontecer é motivo de atração, faz parte do chamamento publicitário. Fascinado, o público interessa-se por comparecer, curioso de desvendar as feições misteriosas daqueles que supostamente realizam, a par das pinturas legalizadas, outras proibidas, ocultos sob o véu enigmático das noites criminosas.

O caráter performativo deste tipo de expressão artística oriunda da rua, com raízes no Graffiti e na Street Art, procurando transportar a ideia de crime domesticado para paredes sancionadas, é antigo. Remonta a abril de 1973, quando o New York City Center assistiu a um espetáculo de dança da reputada Joffrey Academy of Dance ilustrado por um cenário pintado por writers ao vivo. Para a façanha, foram chamados artistas da UGA, acrónimo de United Graffiti Artists, uma organização de artistas criada em 1972 por Hugo Martínez, exatamente com a finalidade de tornar rentável o Graffiti (Neelon e Gastman, 2010: 73; Deitch, Gastman e Rose, 2011: 297). Naquela situação, bem como noutras atuais no cenário internacional, existe a legitimidade de quem autenticamente provém da rua. Ocorre que, no caso português, a maioria dos artistas que temos vindo a ver serem referenciados no *mainstream*, se não fossem chamados para pintar murais institucionais, provavelmente nunca teriam realizado pinturas sem permissão no espaço público.

De resto, a rua desautorizada tanto desafia poderes políticos quanto artistas. É difícil pintar clandestinamente. Entre outros atributos, é indispensável ser-se arrojado para lidar com a desordem, descobrindo na experimentação e no erro a anunciação de uma indesmentível verdade criativa. Ocorre-nos o exemplo dos posicionamentos de Jaybo Monk¹¹⁸, que é apresentado como tendo sido

¹¹⁷ Cf. 1.9.1.1. Street artists por conveniência.

¹¹⁸ “Jaybo Monk used to be a graffiti artist — the real thing, involving running and everything. It was fun at that time in France in the 80s.” Tradução livre: “Jaybo Monk costumava ser um artista de Graffiti —

writer naqueles primeiros anos na Europa da década de 1980, quando ainda não eram muitos os adeptos da prática do Graffiti em França. Hoje vive como designer e artista plástico. Ele sobrevaloriza o Graffiti no seu percurso criativo, considerando-se devedor daquele período importante na sua vida. Declara:

"It takes a great deal of courage to embrace chaos and to work creatively while submerged in a total mess. Most people spend a considerable amount of their time on diligently managing chaos. Some even exalt the impulse to keep order as the purpose of their life. Messy situations and chaos scare us. [...] Behind the chaos lurks the unpredictable, the unknown realm of infinite possibilities, [...]. Mentally conditioned to control our environment, we limit ourselves to certain boundaries which are inevitably products of our own creation"¹¹⁹ (Monk, 2006).

Segundo ele crê, a vontade de controlar as ações alheias no ambiente urbano constrói fronteiras artificiais e institui limites deslocados da realidade, como que contrariando uma verdade inelutável e coibindo a nossa imaginação. A proposta de uma espécie de rendição ao caos [*surrender to chaos*] traz como prémio uma formidável inspiração e sabedoria [*as a result ... great inspiration and wisdom in return*].

Complementando esta ideia, António Pedro Marques leva-nos a "considerar que a diferença entre o desenhar e o saber desenhar está mais centrada na verdade do “erro” do que na verdade da “certeza”." Para este autor, "se a “Arte” sucede ao “Belo”, a sucessão é feita com a cumplicidade do “erro”, que se transforma em forma de expressão" (Marques, 2012: 102). Eis que, neste caso, são as composições da Arte Urbana ordenadas por processos burocráticos, previamente elaboradas de acordo com parâmetros institucionais, que se podem mostrar "raras vezes sensíveis à beleza do erro". Já não são aceites desvios nem improvisos.

Não é à toa que Cristian Campos (2010) define os murais como “ordem no caos”. As grades da jaula cintilam intransponíveis.

O Graffiti e a Street Art contradizem quem planeia os mapas da ordem urbana, numa pilhagem simbólica de valores, constroem quem comanda, rasgam na cidade regulada feridas de indisciplina, irrompem com territórios de uma desafiadora imprevisibilidade, oferecem o erro e a desorganização criativa.

autenticamente, fugindo em correria e tudo o mais. Era divertido na França dos anos 1980." (Monk, 2006.)

¹¹⁹ "É necessário possuir muita coragem para abraçar o caos e trabalhar criativamente imerso na desarrumação. A maioria das pessoas gasta uma quantidade considerável do seu tempo esmerando-se para gerir o caos. Há até quem exalte o impulso para manter a ordem como o propósito da sua vida. Situações caóticas assustam-nos. [...] Atrás da desordem espreita o imprevisível, o reino desconhecido de possibilidades inesgotáveis [...]. Mentalmente condicionados para controlar o nosso ambiente, nós resignamo-nos a certos limites meramente inventados por nós" (tradução livre).



Figura 27: estêncil sobre um emaranhado de tags, Cascais

4.5. Narrativa dominante e conhecimento crítico

Chegados aqui, acreditamos ter refletido consistentemente acerca daqueles tópicos que, na introdução do nosso trabalho¹²⁰, apresentamos como exemplos paradigmáticos da narrativa dominante. Estamos seguros de que essa narrativa agrega uma ideologia que não é inocente. Esta,

¹²⁰ Cf. Introdução.

por sua vez, naturaliza a institucionalização de formas de expressão provenientes do universo do Graffiti e da Street Art. Igualmente, na sequência de tudo o que os nossos estudos permitiram averiguar, cremos ter esclarecido várias das fragilidades dessa mesma narrativa, com justiça reiterando, ao mesmo tempo, os seus acertos.

Recuperando agora aqueles pontos, sintetizamos a nossa análise:

a) o Graffiti sempre existiu, porque já na pré-história havia pinturas rupestres.

A narrativa recorrente apresenta alguns hiatos cronológicos. Partindo do período Paleolítico, num fantástico salto temporal de dezenas de milhares de anos, faz-nos aterrar em Roma e Pompeia, onde o Graffiti teria voltado a aparecer. Antes e depois disso parece ter andado adormecido, e de chofre viria a ressuscitar nos Estados Unidos da América, nos anos de 1970/1980. Há quem admita a cidade de Filadélfia como berço, contudo o discurso mais repetido remonta as suas origens a Nova Iorque, onde proliferou nas carruagens do metropolitano. Daí ter-se-á alastrado pelo mundo inteiro.

Efetivamente, refutamos a noção de que a arte rupestre possa classificar-se como Graffiti, tal como não é verdade que, anteriormente aos anos de 1970/1980, apenas se tenha manifestado em Roma e Pompéia¹²¹. Foi a paisagem urbana de Filadélfia, e não a de Nova Iorque, que presenciou o florescimento do Graffiti contemporâneo, mais especificamente nos seus autocarros e não nos comboios¹²². Recuando um pouco mais, houve toda uma cultura de rua infantil que usou outros suportes para as suas inscrições não autorizadas, tais como as paredes e o chão das ruas¹²³.

b) O Graffiti norte-americano nasceu com o Hip Hop.

É com esta ideia em mente que, por exemplo, aquando de pinturas murais a soldo de empresas, os organizadores desses eventos trazem uma pujante aparelhagem de som para aquecer o ambiente com esse género musical, havendo ainda todo um *merchandising* ligado à moda e outros produtos a explorar essa associação.

Trata-se de uma ligação historicamente imprecisa, forjada mais de uma década após o pioneirismo de gerações de writers que inauguraram o movimento do Graffiti¹²⁴. Existe uma grande conveniência neste equívoco. Ele alimenta uma indústria cultural incomensurável e infinitamente lucrativa. Nos anos 1980, o Hip Hop facilitou o contágio mundial por parte do Graffiti, mas não é seu irmão de nascimento.

¹²¹ Cf. 1.3.2. A falsa origem.

¹²² Cf. 1.4. Graffiti como desenho de letras e assinaturas.

¹²³ Cf. 1.2. Cultura de Rua (*Street Culture*).

¹²⁴ Cf. 1.4.9. Hip Hop.

c) O Graffiti é marginal à sociedade e desafia os bons costumes.

Na nossa ótica, esta asserção mostra-se correta. É marginal, enquanto forma de expressão com códigos próprios, dirigidos a uma comunidade seleta de writers¹²⁵ e respeitados mormente por eles. A restante população das cidades conserva desconfianças e incompreensões relativamente ao Graffiti, particularmente à sua forma mais primitiva: os tags¹²⁶. E desafia os bons costumes do todo social, na medida em que não se deixa regulamentar pela urbanidade habitualmente tida como imprescindível para se viver em sociedade.

Popularmente o Graffiti aparece vinculado aos pieces, throwies e tags que proliferam ilegalmente, mas essa não é a sua única modalidade. O Graffiti intemporal, na sua definição geral, originária e essencial, é marginal e desafiador das práticas sociais estabelecidas. Inclusive nos casos em que a sua mensagem não é frontalmente crítica (como acontece com o de origem norte americana ou com as declarações de amor proibidas), prossegue desafiador da ordem enquanto gesto não autorizado.

Há no entanto algumas sutilezas de interpretação por parte de determinados públicos que merecem cautela. Por exemplo, existem os que ponderam a atribuição do conceito de Graffiti a murais institucionais, ou a desenhos encomendados em paredes privadas. Há quem diga “encomendei um Graffiti para a parede da minha sala” ou “a Câmara Municipal pintou um Graffiti na empena de um prédio”. Nesta consideração importa menos o binómio legal-ilegal e mais as características formais e técnicas da peça, especialmente se na sua execução houver o manuseio de tintas spray. Trata-se de um equívoco, porque não são as latas aerossóis que em exclusivo determinam a essência do Graffiti¹²⁷, mas sim a sua intenção subversiva e prática não autorizada¹²⁸.

d) Street Art tanto designa intervenções de carácter ilegal quanto legal.

Esta é uma asserção admissível. Tivemos a oportunidade de estudar que na sua génese o conceito remetia para intervenções ilegais, mas que frequentemente também designa ações legalizadas¹²⁹. Essa mudança de paradigma acentuou-se internacionalmente após a primeira década do milénio coincidindo, nacionalmente, com o surgimento da GAU.

Vemos com alguma regularidade a Street Art ser reconhecida pelas pinturas murais encomendadas por autarquias ou empresas em espetáculos, festivais e concertos. Quem recorre a este entendimento, usa o conceito de Arte Urbana na qualidade de sinónimo. Assistimos então ao paradoxo de os street artists, quando autores da Street Art encomendada, serem apresentados como

¹²⁵ Cf. 1.4.1. Writer.

¹²⁶ Cf. 1.4.2. Tag, 1.4.2.1. Tagar (*to tag*), 1.4.2.2. Tagger.

¹²⁷ Cf. 2.1. Graffiti.

¹²⁸ Cf. 1.3.3. Transgressão.

¹²⁹ Cf. 1.9. Street Art.

os mesmos que também realizam obras atrevidas a coberto da noite, desafiando com a sua coragem a polícia e a lei. Note-se que mesmo quando realizadas deste modo não consentido, estas obras preservariam o charme do Belo, ou não seriam os seus protagonistas ocasionalmente convocados por autarquias e empresas. A incoerência é flagrante. Determina o raciocínio lógico que, se fossem criminosos, se nas suas pretensas incursões noturnas estes artistas se dedicassem ao vandalismo, os poderes públicos, que lhes reconhecem as faces, não os contratariam, em vez disso, prendê-los-iam.

Deduz-se que o conceito de Street Art tem, globalmente, uma conotação valorativa, positiva, que tanto contempla o mural legalizado quanto a peça ilegal (mas implicitamente permitida).

Todavia, na nossa opinião, a Street Art não deveria ser designativa de uma obra aprovada, porquanto para estes casos já existe a expressão Arte Urbana ou, mais corretamente, Arte Pública.

e) Arte Urbana é pintura mural.

A nossa investigação pôde confirmar que, embora inicialmente o conceito de Arte Urbana pudesse estar associado às inscrições informais no espaço público, acabou por designar também as intervenções apadrinhadas por instituições. Claramente, a Arte Urbana hoje surge conotada com a pintura de murais¹³⁰. Neste âmbito, ela é espetacular, performativa, realizada na presença do público [*live-painting*]¹³¹. A sua concretização é habitualmente anunciada com antecipação, inclusive com alguma pompa e brio. Se tomar parte num evento organizado por poderes públicos, é possível que autoridades políticas proeminentes se desloquem ao local para uma teatral troca de palavras com os artistas em pleno labor, sob as lentes de muitas máquinas de filmar e o olhar atento dos jornalistas.

f) A pintura de murais promove mudanças estéticas de grande impacto no ambiente urbano, acrescentando melhorias democraticamente participadas, alicerçando a inclusão e a coesão social.

Este modo de ver os murais, quase sempre designados como Arte Urbana e, ocasionalmente, como Street Art, é recorrente. Menos recorrente na voz de empresas privadas, bastante mais na de autarquias. Razão que leva a que os seus fruidores sejam previamente convocados a participar, numa participação que quase sempre se resume à de espectadores. Enquanto apreciam a exposição a ser montada (ou, por outras palavras, a parede a ser pintada), o público visitante é convidado a consumir nos bares, restaurantes e lojas adjacentes.

As pinturas murais efetivamente produzem alterações estéticas no espaço urbano. Contudo, está por avaliar a positividade do seu verdadeiro impacto. Nas mãos dos especuladores imobiliários, a reabilitação urbanística em que participa a arte mural (Arte Urbana) acelera a gentrificação¹³² e é

¹³⁰ Cf. 1.10. Arte Urbana.

¹³¹ Cf. 4.4. Fera enjaulada.

¹³² Cf. 4.3.1. Gentrificação: habitacional e turística.

socialmente devastadora. Podem apresentar-se como uma alavanca para a expulsão de moradores de baixos rendimentos, como ferramenta de exclusão social¹³³. Deste modo, pode considerar-se duvidosa a ocorrência de melhorias democraticamente participadas, que alicercem a inclusão e a coesão social.

g) O artista urbano é jovem e irreverente, e, se hoje pinta murais legalizados, é porque em algum momento já fez Graffiti ilegal.

Artista urbano é o que participa em espetáculos de tinta e performances de pintura presencial, executando murais a soldo de empresas e autarquias. Nas horas vagas, também procederia ao ataque furtivo da urbe, intervindo nas paredes da cidade em absoluta transgressão. Esta visão do artista urbano é facilmente aceite devido à propensão social para conceber o indivíduo criador como incompreendido (Kris e Kurz, 1988), que se por um lado é obediente nos festivais comerciais, pintando profissionalmente com hora marcada, não deixaria de ser um rebelde inconformado.

Por tudo o que até ao momento se pesquisou nesta dissertação, e dados os contrassensos, as incompatibilidades e as conveniências destes papéis, somos levados a afirmar que o entendimento do artista urbano desenquadrado corresponde a um ponto de vista bastante enquadrado¹³⁴. A concepção do génio inventivo como alguém único e original, é afinal pouco única e bastante banal.

h) É possível classificarem-se como artistas urbanos os executantes de Graffiti, e tipicamente são indivíduos que provêm de bairros populares, por vezes economicamente mais desfavorecidos.

Considera-se a hipótese de os executantes de Graffiti, ou seja, os writers, serem artistas urbanos quando aceitam pinturas encomendadas. Esta conversão dá-se sem que se perca o estigma de o perfil destes artistas aparecer historicamente associado aos negros e hispânicos dos subúrbios empobrecidos dos Estados Unidos, um padrão de exclusão social que se repetiria por todo o mundo. Já vimos como à luz da História é inexata essa caracterização¹³⁵.

Este preconceito classifica-os como marginais, mas com hipóteses de obter a redenção, como que reconhecendo os próprios pecados, se participarem de murais legalizados. Contudo, marginais que são, habituados que estão a pintar por conta própria e gratuitamente, a absolvição só chegará se trabalharem mais uma vez gratuitamente ou por uma retribuição financeira ínfima. Seria uma insolência desejarem que fosse de outra forma.

Na verdade, a simples concessão de autorização para desenharem sobre uma parede é tida, só por si, como uma espécie de pagamento antecipado. Normalmente entende-se como razoável que os

¹³³ Cf. 4.3.2. Exclusão social.

¹³⁴ Cf. 1.9.1.1. Street artists por conveniência.

¹³⁵ Cf. 1.4.9. Hip Hop.

mesmos poderes políticos que sempre reprimem, ocasionalmente autorizem o Graffiti. Chega-se a considerar justo que estes sejam vistos como generosos, por devolverem o direito a desenhar no espaço público, o direito que eles próprios cancelaram.

No fundo, a manutenção deste preconceito, mundialmente difundido graças ao Hip Hop, não corresponde à realidade e vem contribuindo para a exploração da mão de obra de artistas que colaboram com empresas privadas e instituições a baixo preço, senão mesmo gratuitamente.

Um outro anzol atirado para atrair quem pinte murais institucionalizados, é a falácia de que por esta via estarão a promover a sua obra, o seu estilo. Mais uma vez seguimos as anedotas historicamente recorrentes, bem desmontadas por Ernst Kris e Otto Kurz (1988), que dão conta do mito do artista genial cujo talento seria de repente descoberto por um mecenas endinheirado pronto a nele investir. A verdade é que oferecer uma autorização artificialmente retirada e a promessa de uma carreira como pagamentos por um serviço é eticamente errado. Se um artista urbano aceita trabalhar tendo este vazio como retribuição, quando, no evento seguinte, vier a requerer a remuneração prometida porque já se terá “revelado”, será descartado e para o seu lugar chamar-se-á outro artista habilidoso “provindo de um bairro suburbano”, disposto a produzir graciosamente.

i) Arte Pública, por sua vez, permanece associada à estatuária oficial, aos bustos de personalidades históricas colocados em praças, aos monumentos ou às esculturas em rotundas.

A noção de Arte Pública, enquanto conceito comercial, não seduz, vende pouco, não é sensacional nem atrai públicos consumidores de cultura e outros serviços. Podendo haver quem considere que os murais produzidos sob a égide dos poderes públicos e empresariais se enquadram na definição de Arte Pública, estas poucas vozes, no entanto, ecoam pouco.

O entendimento popularmente generalizado é de que a Arte Pública é antiga, pesadamente institucional e fora de moda. Por motivos de conveniência continua a ser mais apelativo anunciar o que há uma década seria Arte Pública, hoje como Arte Urbana, ou mesmo Street Art e Graffiti¹³⁶, ainda que não o seja.

¹³⁶ Cf. 1.1.1. Arte Pública (*Public Art*), 1.6.1. Calligrafitti como lettering vendável, 1.9. Street Art, 1.9.1.1. Street artists por conveniência, 1.10. Arte Urbana, 4.4. Fera enjaulada.

CONCLUSÃO

Recuperando os objetivos que nos motivaram no arranque desta dissertação, nomeadamente elucidar a confusão conceptual e desnaturalizar o empobrecedor discurso dominante que a problemática da Street Art e do Graffiti nacionais encerram, cremos tê-los cumprido.

1. A narrativa dominante

Neste tópico, estamos convencidos de ter conseguido refletir de modo consistente sobre os acertos e os enganos de dogmas tidos como inabaláveis. Nos casos em que a narrativa dominante denotou inexatidões, pesquisamos e apresentamos acontecimentos alternativos e mais plausíveis.

Contrariamente ao que esperávamos, concluímos ser impossível narrar a sucessão cronológica de factos e conceitos no âmbito do tema da nossa pesquisa sem seguir percursos narrativos internacionalmente reincidentes. Tal deve-se a duas razões, antes suspeitadas, agora reiteradas. Por um lado, a bibliografia disponível que sistematiza estes conhecimentos provém de autores estrangeiros. Por outro, se é verdade que não há, em português, livros sobre o Graffiti e a Street Art nacionais, isso apenas reflete uma realidade que agora temos como irrefutável: se bem que em Portugal o Graffiti conte com um percurso de ações reais verdadeiramente vividas no terreno, com um vasto grupo de writers que merecem menção, a Street Art nunca se esforçou suficientemente para alcançar uma expressão digna desse nome. Tenha-se em conta, porém, que em Lisboa a Street Art chegou a ensaiar o seu centro de operações no Bairro Alto, extensível à Baixa e ao Chiado, uma zona que até 2008 foi um importantíssimo laboratório de experimentações e revelações criativas, das mais horríveis às mais belas, atraindo artistas nacionais e internacionais, desde os principiantes aos consolidados. Varrida a poeira ruidosa daquele atelier a céu aberto, foram também eliminadas as possibilidades de evolução, pelo menos na capital, de uma Street Art em vias de se descobrir a si própria. Seja como for, a impressão que fica é que saltou-se quase instantaneamente de expressões embrionárias de uma Street Art pouco sólida para a produção de murais encomendados.

Não havendo bibliografia em português sobre a nossa realidade, essa sistematização de acontecimentos nacionais e a catalogação de artistas do Graffiti e da Street Art aguardam novas investigações, sendo um terreno fértil e desafiante para indagações e descobertas futuras.

2. Os conceitos

Relativamente a alguns conceitos que hoje são indistintamente utilizados como se todos quisessem dizer o mesmo, vemos dois caminhos possíveis. Ou podemos lutar para conservar a identidade essencial das palavras, o seu rigor original, relocando conceitos específicos ao que se poderia consignar como o seu lugar próprio de significação, ou, em alternativa, podemos-nos render

às inexatidões conceptuais, admitindo-as como válidas no plano estabelecido das designações correntes coletivamente conciliadas.

Na primeira opção, corremos o risco de ser acusados de intransigentes avessos à mudança evolutiva. De facto, indagamo-nos se fará sentido insistir numa espécie de pureza dos nomes contra o senso comum, tanto mais que os nomes em causa derivam de cruzamentos idiomáticos o que, só por si, contradiz a noção de pureza linguística. Por outro lado, é assim que têm evoluído os idiomas, decorrendo das metamorfoses que as palavras vão adquirindo conforme os usos que os povos lhes vão dando, o que nunca impediu que se procedesse a escolhas conceptuais e definições linguísticas acuradas.

Na segunda opção, é preciso precavermo-nos contra a preguiça intelectual. No enfrentamento de uma multidão ora desinformada, ora desinteressada do rigor linguístico, a luta pela agudeza conceptual pode, ao menos nesta fase, ser inglória. Porém essa aparente evidência não pode justificar a desistência crítica.

Assim, em razão de tudo o que foi ponderado e aprofundado ao longo desta dissertação, afiguram-se algumas conclusões relativamente a conceitos-chave frequentes em Portugal. São eles: Graffiti, Street Art, Arte Pública e Arte Urbana, acerca dos quais é possível alcançar definições conclusivas, explicitadas abaixo.

Street Art e Graffiti são expressões não sancionadas no espaço público, realizadas independentemente de instituições, estritamente por iniciativa dos seus autores. A Street Art estrutura-se em torno de temáticas, imagens e meios operativos diversificados (não obstante a predominância dos estênceis, cartazes e autocolantes), promovendo conversações anónimas com um público de transeuntes mais amplo. Ao passo que o Graffiti aposta em técnicas mais conservadoras, como sejam o manuseio de latas aerossóis, e, ocasionalmente, rolos de tinta plástica e ainda, muito raramente, autocolantes. A sua via comunicativa restringe-se a códigos nem sempre bem aceites pela generalidade das pessoas, destinados que são a uma comunidade hermética de writers.

Arte Pública é arte encomendada, habitualmente por instituições, tais como empresas privadas, autarquias e poderes públicos em geral. A estatuária e a azulejaria são recorrentes, mas não exclusivas.

Arte Urbana é um caso particular de arte encomendada, podendo classificar-se como uma subcategoria de Arte Pública, em que os meios operativos aparecem fortemente influenciados pelo Graffiti, sendo recorrentes as latas aerossóis e a tinta plástica. Diferencia-se do Graffiti enquanto forma de expressão autorizada, com dimensões exacerbadas, frequente presença de andaimes e ou elevadores e carácter performativo durante a sua execução.

3. A importância do conteúdo ideológico

Sem perder de vista que provavelmente manter-se-á a disputa simbólica no plano das designações com vista ao seu completo esclarecimento, convém dirigir o nosso olhar para aspectos emanantes das intenções com que os desenhos e as pinturas são hoje realizados no espaço público. Ou seja, a solução para um aprofundamento da compreensão do fenómeno da Arte Urbana, ou Street Art, ou Graffiti, pode não estar na aparência, conforme o nome utilizado, que a etiqueta lhe empresta. A solução pode residir na análise de conteúdo, na ideologia imagética expressa, crítica ou positiva, contemplados os interesses materiais das partes envolvidas no momento da intervenção.

4. A Arte Urbana e os seus protagonistas

Talvez a mais ingénua confusão, e porventura a que induz em erros estruturais mais graves, consiste em aderir acriticamente à ideia de que quem pinta murais e participa de eventos autorizados são as mesmas pessoas que o fazem na ilegalidade. Esta mistificação inverídica apenas serve para frisar o carácter supostamente *cool* que sustenta o *marketing* por trás do negócio lucrativo da atual forma de Arte Pública, convenientemente travestida de Arte Urbana. É sempre mais vendável o produto apoiado no charme da proibição, especialmente quando tem como público alvo a juventude.

Mas quais são as partes atuantes na vigente arte mural e o que ganham com esse comprometimento?

Identificamos cinco intervenientes neste processo: 1) as empresas privadas, 2) as autarquias, 3) os artistas, 4) os órgãos de comunicação social, 5) o público fruidor.

As empresas privadas patrocinam os eventos, sendo frequentemente elas próprias a organizá-los. Quando é este o caso e uma vez que a pintura de paredes habitualmente não reúne, só por si, uma suficiente multidão consumidora (ninguém paga entrada num recinto apenas para assistir a uma fachada sendo pintada), as empresas costumam inseri-los em iniciativas de maior envergadura, tais como concertos, feiras ou festivais. O objetivo das empresas é o poder económico, aumentando os seus lucros. Ao transmitirem uma imagem *cool*, conquistam publicidade para os seus produtos, habitualmente dirigidos a jovens ou a um segmento de consumidores mais dinâmico e urbano.

As autarquias garantem poder político. Por um lado, montando andaimes e cedendo autorizações, benevolmente confirmam a sua própria autoridade, demonstrando publicamente que controlam a cidade, em particular as demonstrações juvenis de rebeldia. Por outro lado, fomentam a auto-imagem de apoiantes da cultura, de edilidades próximas dos cidadãos, com vista, em última análise, a garantirem a sua reeleição ao comando dos municípios.

Os artistas, por sua vez, anseiam pelo seu legítimo auto-sustento enquanto trabalhadores. Fazem-no, e isso sim pode ser controverso, almejando pela fama fácil de quem, não sendo rebelde nem sequer provindo do universo clandestino, apanha a boleia da moda e do apadrinhamento

institucional.

Os jornalistas necessitam de conteúdos noticiosos para justificar os canais televisivos de cultura e variedades.

O público consumidor, por fim, simplesmente busca diversão e entretenimento. E quiçá a oportunidade para algumas *selfies*, com o colorido da moda aerossol em pano de fundo, para publicação triunfante nas redes sociais.

Examinando em profundidade o superficialismo da Arte Urbana pressente-se o odor da fraude. Lembremo-nos de que hoje basta uma pessoa intervir um par de vezes, quiçá numa rua onde não há policiamento e portanto a coragem é fácil, tirar umas fotografias e publicar na internet para afirmar-se como "artista urbano"/"artista que intervém na rua". Pode inclusive dar-se ao luxo de apresentar a sua obra como "ato ilegal", o que na letra (mas não no espírito) até pode ser verdade porquanto realizou a sua intervenção sem autorização. Ou seja, a fraude é facilitada graças a uma tecnologia que inexistia há uma década. Deste modo, a impostura é encoberta e fica legitimado/garantido o passaporte para o muralismo comissionado sob a proteção das empresas e autarquias. O charme atrativo que resulta da mística do proibido vem implícito aquando do chamamento do público, através de *spots* publicitários multi-coloridos e um *marketing* sedutor. Se um jovem não se integra, participando e consumindo, na Arte Urbana que é a Arte Pública da moda, então não é suficientemente rebelde. Nestes eventos há repetidamente pintura ao vivo [*live painting*], onde é possível assistir de modo autorizado ao espetáculo da desobediência. Tal como admirar tigres a espreguiçarem-se no jardim zoológico, o contacto com os marginais, que habitualmente realizam alegadas peças no escuro da noite criminosa, pode acontecer num ambiente seguro e controlado, o público não tem que ter medo. Até pode deixar-se fascinar.

5. Primazia institucional

De volta aos desafios colocados pelos conceitos, não nos podemos resignar à suposição passiva de que todas as expressões queiram dizer o mesmo. Acima de tudo, não nos podemos resignar ao posicionamento acrítico que acolhe como iguais interesses materiais bastante diferentes consoante as partes envolvidas: de um lado temos, destacadamente, os promotores e os patrocinadores, sejam públicos ou privados, dos eventos oficiais, bem como os artistas que neles atuam e, do outro, aqueles que produzem e intervêm nas ruas sem censura nem autorização. Há manifestações estruturalmente antagónicas: o desenho encomendado e o desenho não autorizado.

Nas nossas cidades vai imperando a ascensão incontestada dos murais comprados. No território da Arte Urbana, que a narrativa oficial preconiza ser genuíno e inovadoramente insurgente, as paredes gigantes produto da institucionalização vêm ofuscando outras expressões mais modestas, que lhes deram origem, como as que outrora brotaram espontâneas e anónimas em muros democráticos e

esquecidos, preenchendo refúgios da imaginação sitiados por asfalto e betão. Em tempos existiram as frases despretensiosas de amor e política, os estênceis desafetados, as inscrições sem nome e os desenhos livres, na linha do Graffiti historicamente aberto a todos, chamássemos-lo de Graffiti Art, Graffiti Poster, Graffiti Stencil, Outsider Graffiti, ...

O que chegou a ser apontado como uma inovadora, rebelde e refrescante corrente artística, aberta à participação de todos, extraordinariamente difundida pelos cinco continentes como nunca antes existira na história da Humanidade, um símbolo criativo da globalização, o outrora Movimento de Street Art e Graffiti, corre o risco de acabar por converter-se num mero Movimento de Pintura Mural institucionalizada.

REFERÊNCIAS

Bibliografia

- AAVV (2014) *Dissecção/ Dissection*: Alexandre Farto aka Vhils. Lisboa: Vhils Studio.
- AAVV [2007] *GhettoStress*. Lisboa. p.50.
- AAVV (2011a) *Graffiti All Stars: Worldwide Characters* nº3. Paris: System Press.
- AAVV (2011b) *Graffitiart Magazine* #14. Paris: Graffiti Art Sarl.
- AAVV (2006) *Graphic Magazine Issue Ten*. Amsterdam: Bis Publishers.
- ABARCA, Javier (2016) From street art to murals, what have we lost? in: NEVES, Pedro Soares (ed.) *Street Art and Urban Creativity Scientific Journal, Center, Periphery: Theory*. Vol 2, Nº2. Lisbon, p. 60-67.
- ABREU, José Guilherme (2015) *As Origens Históricas da Arte Pública*, in *Convocarte*, nº1. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, pp. 14-27.
- ADZ, King (2010) *Street Knowledge*. London: Harper Collins.
- BANKSY (2006) *Wall and piece*. London: Century.
- BARATA, Marta (2009) *Decomposição dos limites nos corredores urbanos*. Dissertação de mestrado em Artes Visuais/ Intermedia. Universidade de Évora.
- BARATA-SALGUEIRO, Teresa (2016) *Cidade e criatividade*, in ESTEVENS, Ana, ANDRÉ, Isabel, GABRIEL, Leandro (org.) *Utopias Reais: Criatividade, Cultura e Artes*. Lisboa: Outro Modo e IGOT (Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Lisboa), 6-7.
- BERGER, John (1972) *Modos de ver*. Lisboa: Edições 70.
- BESSER, Jens (2010) *Muralismo Morte. The Rebirth of muralism in contemporary urban art*. Berlin: From Here to Fame Publishing.
- BLANCHÉ, Ulrich (2016) *Keith Haring - a Street Artist?* in: NEVES, Pedro Soares (ed.) *Street Art and Urban Creativity Scientific Journal. Center, Periphery: Practice*. Vol 2, Nº1. Lisbon, p. 6-18.
- BLANCHÉ, Ulrich (2015) *Street Art and related terms – discussion and working definition*, in: NEVES, Pedro Soares, SIMÕES, Daniela (ed.) *Street Art and Urban Creativity Scientific Journal. Methodologies for Research*. Vol 1, Nº1. Lisbon, p. 32-39.
- BLECHMAN, Nicholas (ed.) (2004) *Nozone IX: Empire*. New York: Princeton Architectural.
- BORGES, Liliana (2016) “Qualquer dia arranjam os figurantes para fazer de portugueses”, *jornal Público*, edição de 5 de junho.
- BORGES, Vavy Pacheco (1980) *O que é História*. São Paulo: Editora Brasiliense.

- BOU, Louis (2005) Street Art. Barcelona: Monsa.
- BOU, Louis (2008) Street T. New York: Collins Design, Harper Collins Publishers.
- BURKEMAN, DB (2010) Stickers: from Punk Rock to Contemporary Art. New York: Rizzoli International.
- CALADO, Margarida (2010) Reflexões sobre o papel da História da Arte numa perspetiva sociológica a nível do ensino, in Arte & sociedade: quinto ciclo de conferências. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, pp. 12-24.
- CALDAS, José Castro e ALMEIDA, João Ramos de (2016) A fabricação do consentimento: discurso jornalístico sobre a crise em Portugal, in Le Monde Diplomatique, edição portuguesa de março de 2016, pp. 12-14.
- CARLSSON, Benke e LOUIE, Hop. (2015) Street Art: técnicas e materiais para arte urbana. Barcelona: Editorial Gustavo Gili.
- CÂMARA, Sílvia (2015) Alguns Factores Determinantes para o Impacto da Arte Urbana em Lisboa, in Convocarte, nº1. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, pp. 215-229.
- CÂMARA, Sílvia (2014) Da arte urbana como performance: entre o corpo sublimado e a crítica política, in O Chiado da Dramaturgia e da Performance: Arte na Esfera Pública. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, pp. 164-191.
- CAMPOS, Cristian (2012) The Graffiti Wall: Street Art from Around the World. Barcelona: Promopress.
- CAMPOS, Cristian (2010) Graffiti: from A to Z. Antwerp: booQs publishers bvba.
- CAMPOS, Ricardo (2014) A luta voltou ao muro, in Análise Social, 212, xlix (3.º).
- CAMPOS, Ricardo (2010) Porque Pintamos a Cidade? Uma Abordagem Etnográfica do Graffiti Urbano. Lisboa: Fim de Século.
- CATZ, Jérôme (2013) Talk About Street Art. Paris: Flammarion.
- CEREJO, Sara (2007) Risco e Identidade de Género no Universo do Graffiti. Lisboa: Edições Colibri/SociNova.
- CHANAUD, Michel, MORIN, Patrick e REMECHIDO, Céline (2005) KRSN. Paris: Pyramyd ntcv.
- CHANAUD, Michel, MORIN, Patrick e REMECHIDO, Céline (2006) Via Grafik. Paris: Pyramyd ntcv.
- CHAUÍ, Marilena (1980) O que é Ideologia. São Paulo: Brasiliense.
- CML/DPC (ed.) (2009) Galeria de Arte Urbana: Exposição. Lisboa: Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal.
- CML/DPC (ed.) (2012) Galeria de Arte Urbana: 3 anos. Lisboa: Departamento de Património Cultural da Câmara Municipal.

- CML e MUDE (ed.) (2014) André Saraiva: Exposição. Lisboa: Câmara Municipal / Museu do Design e da Moda.
- COOPER, Martha e CHALFANT, Henry (1984) SUBWAY ART. Londres: Thames & Hudson.
- CORREIA, Victor (2015) O Vandalismo da Arte Pública, in Convocarte, nº1. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, pp. 77-89.
- DEITCH, Jeffrey, GASTMAN, Roger e ROSE, Aaron (2011). Art in the Streets. New York: Skira Rizzoli.
- DIÓGENES, Glória (2015a) Artes e intervenções urbanas entre esferas materiais e digitais: tensões legal-ilegal. *Análise Social*, 217, 1 (4.º), pp. 682-707.
- DUARTE JÚNIOR, João-Francisco (1984) O que é Realidade. São Paulo: Editora Brasiliense.
- EDLIN, Jay "J.SON" (2011) Graffiti 365. New York: Abrams Books.
- ELIAS, Helena (2010) Sistemas de Arte Pública do Estado Novo: a encomenda das Administrações Local e Central em Lisboa (1938-1960), in *Arte & sociedade: quinto ciclo de conferências*. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, pp. 136-155.
- EUWENS, Adam, MEULMAN, Niels (2010) Calligrafitti: The Graphic Art of Niels "SHOE" Meulman. [s.l.]: From Here to Fame Publishing.
- FARREL, Sky & PAPE, Chris (2010) Stay High 149: The Voice of the Ghetto. Berkeley: Gingko Press.
- FEREM, Mark (2006) Bathroom Graffiti. [s.l.]: Mark Batty Publisher.
- FILHO, Roberto Lyra (1982) O que é Direito. São Paulo: Brasiliense.
- GABRIEL, Leandro (2016) Olhares sobre a Street Art, Lisboa em crise, in ESTEVENS, A., ANDRÉ, I., GABRIEL, L. (org.) *Utopias Reais: Criatividade, Cultura e Artes*. Lisboa: Outro Modo e IGOT (Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Lisboa), 100-105.
- GALAL, Claudia (2008) Street Art. s.l.: Auditorium.
- GANT, Agustín Cocola (2016) Da retórica do espaço público à conquista da cidade comum, in ESTEVENS, Ana, ANDRÉ, Isabel, GABRIEL, Leandro (org.) *Utopias Reais: Criatividade, Cultura e Artes*. Lisboa: Outro Modo e IGOT (Instituto de Geografia e Ordenamento do Território, Universidade de Lisboa), 54-57.
- GANZ, Nicholas (2006) Graffiti Woman. London: Thames and Hudson.
- GANZ, Nicholas e MANCO, Tristan (ed.) (2004) Graffiti World: Street Art from Five Continents. London: Thames & Hudson; New York: Abrams Books.
- GANZ, Nicholas e MANCO, Tristan (coord.) (2008) O mundo do grafite: arte urbana dos cinco continentes. Trad. de Rogério Bettoni. São Paulo: Livraria Martins Fontes Editora.
- GAVIN, Francesca (2007) Street Renegades: New Underground Art. London: Laurence King Publishing.

- GELFER, Joseph (2002) *The Little Book of Toilet Graffiti*. Summersdale Publishers.
- GONÇALVES, Rui Mário (2010) Os anos imediatos ao 25 de abril 1974-1977: alguns factos pouco conhecidos, ou esquecidos, ou mal estudados, in *Arte & sociedade: quinto ciclo de conferências*. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, pp. 162-169.
- GREBENSTEIN, Maryanne (2012) *Calligraphy Bible: A Complete Guide to More Than 100 Essential Projects and Techniques*. [S.L.?] Watson-Guptill.
- HADJINICOLAOU, Nicos (1973) *História da arte e movimentos sociais*. Lisboa: Edições 70.
- HEATHER, Child (1986) *The Calligrapher's Handbook*. New York: Taplinger Publishing Company.
- HOWZE, Russel (2008) *Stencil Nation*. San Francisco: Manic D Press.
- HUNDERTMARK, Christian (2006) *The Art of Rebellion 2: World of Urban Art Activism*. Mainaschaff: Publikat Verlag.
- INDIJ, Guido e DOBLEG, Gonçalo (2011) *Buenos Aires Street Art*. Buenos Aires: La Marca Editora.
- INDIJ, Guido (ed.) (2004) *Hasta la victoria stencil*. Buenos Aires: La Marca Editora.
- JACKSON, Donald (1981) *The Story of Writing*. Monmouth: The Calligraphy Centre.
- JAKe (2012). *The Mammoth Book of Street Art*. London: Robinson.
- JAYBO aka Monk (2006) *Lord of Mess: my head is a visual township*. Berlin: dgv - Die Gestalten Verlag GmbH & Co. KG.
- JUAREZ, Benjamin (2016) The visual and social indeterminacy of pixação: the inextricable moods of São Paulo, in: NEVES, Pedro Soares (ed.) *Street Art and Urban Creativity Scientific Journal*. Center, Periphery: Practice. Vol 2, Nº1. Lisbon.
- KARL, Don & ZOGHBI, Pascal (2011) *Arabic Graffiti*. [s.l.] From Here To Fame Publishing.
- KET (2014) *Planet Banksy Unauthorized: the man, his work and the movement he inspired*. London: Michael O'Mara Books Limited.
- KLANTEN, Robert, EHMANN, Sven, HELDIGE, Hendrik & ALONZO, Pedro (2008) *The Upset: Young Contemporary Art*. Berlin: Gestalten.
- KLANTEN, Robert e EHMANN, Sven (2005) *Hidden Track: How Visual Culture Is Going Places*. Berlin: Gestalten.
- KNIGHT, Greg (2005) *The Ultimate Book of Naughty Graffiti: The Writing on the Wall*. London: Chrysalis Books.
- KRIS, Ernst e KURZ, Otto (1988) *Lenda, Mito e Magia*. Lisboa: Editorial Presença.
- LEROI-GOURHAN, André (1964) *As religiões da Pré-História*. Lisboa: Edições 70.
- LEWISOHN, Cedar (2011) *Abstract Graffiti*. London: Merrell Publishers.

- LOPES, Nuno e CARDOSO, Duarte (ed.) (2014) *Street Art Lisbon*. Lisboa: Zestbooks.
- LOPES, Nuno e CARDOSO, Duarte (ed.) (2015) *Street Art Portugal*. Lisboa: Zestbooks.
- LUNN, Matthew (2006) *Street Art Uncut*. Victoria: Craftsman House.
- MA'CLAIM (2006) *Finest photorealistic graffiti*. Mainaschaff: Publikat.
- MACNAUGHTON, Alex (2006) *London Street Art*. s.l.: Prestel Publishing.
- MANCO, Tristan (2014) *Big Art, Small Art*. London: Thames & Hudson.
- MANCO, Tristan, ART, Lost e NEELON, Caleb (2005) *Graffiti Brasil*. London: Thames & Hudson.
- MANCO, Tristan (2004) *Street Logos*. London: Thames & Hudson.
- MANCO, Tristan (2002) *Stencil Graffiti*. London: Thames & Hudson.
- MANCO, Tristan (2010) *Street Sketchbook Journeys*. London: Thames and Hudson.
- MANGLER, Christoph (2006) *City Language Berlin*. s.l.: Prestel Verlag.
- MARQUES, António Pedro (coord.) (2012) *Desenhar, saber desenhar*. Lisboa: Faculdade de Belas Artes Universidade de Lisboa. p.96-107.
- MEHIGAN, Jane (2009) *Mastering the Art of Calligraphy*. London: Anness Publishing.
- MORGAN, Margaret (2006) *The Bible of Illuminated Letters: A Treasury of Decorative Calligraphy (Quarto Book)*. New York: Barron's Educational Series.
- NEELON, Caleb, GASTMAN, Roger (2010) *The History of American Graffiti*. New York: Harper Collins Publishers.
- NEVES, Pedro Soares (2015) *Significado de Arte Urbana: Lisboa 2008-2014*, in *Convocarte*, nº1. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, pp. 121-134.
- NEVES, Pedro Soares (2010) *Plataforma de arte urbana: prenúncio de uma mudança em Lisboa*, in *Arte & sociedade: quinto ciclo de conferências*. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, pp. 252-261.
- PAVEL, Fabiana (2016) *Gentrificação e Turistificação: o caso do Bairro Alto em Lisboa*. *Le Monde Diplomatique* — edição portuguesa do mês de abril, pp 6-7.
- PAVEL, Fabiana (2015) *Transformação urbana de uma área histórica: o Bairro Alto*. Tese de Doutoramento. Lisboa: Faculdade de Arquitetura da Universidade de Lisboa.
- PEDEN, Alexander J. (2001) *The Graffiti of Pharaonic Egypt: Scope and Roles of Informal Writings (c. 3100-332 B.C.)*. Leiden ; Boston ; Koln: Koninklijke Brill NV.
- RAMOS, Célia (org.) (2005) *Poéticas do Urbano*. Florianópolis: Bernúncia / Nauemblu.
- REGATÃO, José Pedro (2015) *Introdução*, in *Convocarte*, nº1. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, pp 12-13.

- ROCHA DE SOUSA, João Manuel (1980) Desenho (área: artes plásticas): T.P.U. 19. Lisboa: Editorial do Ministério da Educação.
- ROSS, Jeffrey Ian (ed.) (2016) Routledge Handbook of Graffiti and Street Art. Routledge: Abingdon; New York.
- RUIZ, Maximiliano (2011) Walls & Frames: Fine Art from the Streets. Berlin: Gestalten.
- SCHACTER, Rafael (2013) The World Atlas of Street Art and Graffiti. London: Aurum Press Limited.
- SEED, eL (2014) "Lost Walls" . [s.l.]: From Here To Fame Publishing.
- SENO, Ethel (ed.), McCORMICK, Carlo, SCHILLER, Marc e Sara (2010). Trespass: história da arte urbana não encomendada. Köln: Taschen.
- SHOBA, K. N. (2014) Vocabulary 2.0: Smart Words of the 21st Century. Chennai: Notionpress.
- SLINKACHU, Big Bad City. (2010) Amsterdam: Lebowski.
- STAHL, Johannes (2009) Street Art. s.l.: h.f. ullmann.
- STUDLEY, Vance (1979) Left-handed calligraphy. New York: Van Nostrand Reinhold.
- ULLRICH, Andreas, MARX, Matthias, MULLER, Matthias (eds.) (2006). 1st International Sticker Award. Berlin: Die Gestalten.
- VICENTE, José, CUNHA, Bruno (2016) Street Art Lisbon 2. Lisboa: Zestbooks.
- VICENTE, Sérgio (2015) Escultura e a Re-Simbolização do Espaço Público no Pós-25 de Abril: A Evocação de “Os Perseguidos” em Almada, in Convocarte, nº1. Lisboa: Faculdade de Belas Artes da Universidade de Lisboa, pp. 135-153.
- VINCENT, Bruno, ELLIOT, Adam (ed.), FRAZER, Richard (ed.) (2012) Crap Graffiti. (s.l.): Ebury Press / Random House.
- WACLAWEK, Anna (2008) From Graffiti to the Street Art Movement: Negotiating Art Worlds, Urban Spaces, and Visual Culture. Ottawa: Library and Archives Canada - Published Heritage Branch.
- WACLAWEK, Anna (2011) Graffiti and Street Art. London: Thames & Hudson.
- WALDE, Claudia (2015) Mural XXL. London: Thames and Hudson.
- WALDE, Claudia (2007) Sticker City: Paper Graffiti Art. London: Thames and Hudson.
- WATERHOUSE, Jo e PENHALLOW, David (2006) Arte Skater: Del graffiti al lienzo. Barcelona: Gustavo Gili.
- WEAVER, Martin E. (1995) Removing Graffiti from Historic Masonry. New York: National Park Service; New York Landmarks Conservancy. ISSN: 0885 7016.

Webgrafia

ABARCA, Javier (2009a) Alex Vallauri, plantillas en São Paulo desde 1978, publicado en Madrid el 10 de diciembre de 2009, disponível em <http://urbanario.es/articulo/alex-vallauri-plantillas-en-sao-paulo-desde-1978/> [última consulta em 21-09-2016].

ABARCA, Javier (2008a) Fotógrafos de los grafitos infantiles, publicado en Madrid el 7 de noviembre de 2008, disponível em <http://urbanario.es/articulo/fotografos-de-los-grafitos-infantiles/> [última consulta em 19-09-2016].

ABARCA, Javier (2008b) Graffiti o arte urbano: Julio 204 y Daniel Buren en 1968, publicado en Madrid el 6 de octubre de 2008, disponível em <http://urbanario.es/articulo/graffiti-o-arte-urbano-julio-204-y-daniel-buren-en-1968/> [consultado em 18-09-2016].

ABARCA, Javier (2008c) Graffiti punk: plantillas y firmas desde 1977, publicado en Madrid el 22 de octubre de 2008, disponível em <http://urbanario.es/articulo/graffiti-punk-plantillas-y-firmas-desde-1977/> [última consulta em 16-12-2016].

ABARCA, Javier (2015) Preguntas sobre el graffiti: ¿Fue Taki 183 realmente el primer grafitero?, publicado em 24-02-2015, disponível em <http://urbanario.es/en/preguntas-sobre-el-graffiti-fue-taki-183-realmente-el-primer-grafitero/> [última consulta em 16-12-2016].

ABARCA, Javier (2009b) Qué es en realidad el arte urbano, publicado en Madrid el 15 de junio de 2009, disponível em <http://urbanario.es/articulo/que-es-en-realidad-el-arte-urbano/> [última consulta em 17-06-2014].

ABARCA, Javier (2010) ¿Qué tiene que ver el graffiti con el hip hop?, publicado en Madrid el 8 de noviembre de 2010, disponível em <http://urbanario.es/articulo/que-tiene-que-ver-el-graffiti-con-el-hip-hop/> [última consulta em 19-09-2016].

Câmara Municipal de Loures, Galeria de Arte Pública. <http://www.cm-loures.pt/Media/Microsite/Artepublicaloures/Index.html>. [Última consulta em 19 de agosto de 2017].

DIÓGENES, Glória (2015). A arte urbana entre ambientes: “dobras” entre a cidade “material” e o ciberespaço, *Etnográfica*, vol. 19 (3), pp. 537-556. Disponível em <http://etnografica.revues.org/4105> [consultado em dezembro 2015].

DUNDES, Alan (1966). Here I Sit — A Study of American Latrinalia. University of California, Berkeley: Kroeber Anthropological Society Papers. Disponível em <http://digitalassets.lib.berkeley.edu/anthpubs/ucb/text/kas034-010.pdf> [consultado em 22-10-2016].

Jornal de Negócios, 6 de abril de 2015. Há quatro anos Portugal anunciava pedido de ajuda financeira, http://www.jornaldenegocios.pt/economia/financas-publicas/detalhe/ha_quatro_anos_portugal_anunciava_pedido_de_ajuda_financeira [última consulta em 14 de fevereiro de 2017].

International Monetary Fund, "First Post-Program Monitoring Discussions — Staff Report, Press Release and Statement by the Executive Director for Portugal", janeiro de 2015, <http://www.imf.org/external/pubs/ft/scr/2015/cr1521.pdf> [última consulta em 10-03-2017].

MAMEDE, Ricardo Paes (2015). A pergunta que temos de fazer a quem quer ser governo. <http://ladroesdebicicletas.blogspot.pt/2015/04/a-pergunta-que-temos-de-fazer-quem-quer.html> [última consulta em 09-05-2017].

SALVADOR, Susana, "Passos e Portas são marionetas de Merkel num graffiti", Diário de Notícias, 24 de outubro de 2012. <http://www.dn.pt/portugal/interior/passos-e-portas-sao-marionetas-de-merkel-num-graffiti-2844550.html> [última consulta em 12-05-2017].

SERRA, Nuno (2014a) Camuflar o desemprego (II) <http://ladroesdebicicletas.blogspot.pt/2014/09/camuflar-o-desemprego-ii.html> [última consulta em 10-05-2017].

SERRA, Nuno (2014b) Lets's take a look at this chart, Mr. Subir Lall, <http://ladroesdebicicletas.blogspot.pt/2014/11/lets-take-look-at-this-chart-mr-subir.html> [última consulta em 10-05-2017].

SERRA, Nuno (2014c) Austeridade, emigração e desemprego <http://ladroesdebicicletas.blogspot.pt/2014/11/austeridade-emigracao-e-desemprego.html> [última consulta em 10-05-2017].

SERRA, Nuno (2015) Crise, desemprego e emigração, <http://ladroesdebicicletas.blogspot.pt/2015/04/crise-desemprego-e-emigracao.html> [última consulta em 10-05-2017].

SOLDADO, Camilo, "Portugal precisa de 20 anos para regressar ao desemprego que tinha antes da crise", jornal Público, 27 de Julho de 2015, <https://www.publico.pt/2015/07/27/economia/noticia/portugal-vai-demorar-20-anos-a-descer-aos-niveis-de-desemprego-precrise-diz-fmi-1703327> [última consulta em 10-03-2017].

THRUMBO, Hurlo (pseudonym) (1731) The Merry-Thought: or the Glass-Window and Bog-House Miscellany, Part 1. London: J.Roberts. <http://www.gutenberg.org/ebooks/20558> [última consulta em 19-10-2016].

THRUMBO, Hurlo (pseudonym) (1731-?) The Merry-Thought: or the Glass-Window and Bog-House Miscellany, Parts 2, 3 and 4. London: J.Roberts. <http://www.gutenberg.org/ebooks/20535> (parts 2, 3, 4) [última consulta em 19-10-2016].

TURSI, Alexandra, "The New Street Renegades: An Interview with Francesca Gavin", Identity Theory (online literary magazine), 3 de março de 2008. <http://www.identitytheory.com/street-renegades-interview-francesca-gavin/> [consultado em 01-06-2016].

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1, pág. 5: estênceis de cães, autor anónimo, praia da Azarujinha, Estoril, 2015.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 2, pág. 11: “The Walls are the Publishers of the Poor”, estêncil anónimo na Baixa, Lisboa, 2008.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 3, pág. 16: Graffiti de Alexámenos, gravado num muro no monte Palatino, em Roma; considera-se a representação mais antiga de Jesus crucificado, século I-III d.C.

Fonte: <http://www.infobae.com/new-resizer/Qiihtx0MkQMXI8j9OkQiZW6xTSk=/600x0/s3.amazonaws.com/arc-wordpress-client-uploads/infobae-wp/wp-content/uploads/2016/12/24010740/alexamenos.jpg?token=bar>

Figura 4, pág. 18: “Too tempting, Sorry”, Graffiti anónimo em muro imaculado, São João do Estoril, 2014.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 5, pág. 21: Graffiti sobre carrinha no Cais do Sodré, Lisboa, 2015.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 6, pág. 24: profusão de tags sobrepostos.

Fonte: <https://www.vecteezy.com/vector-art/149740-vector-graffiti-tags-monochrome-background>

Figura 7, pág. 28: piece da autoria de Raps, na Cruz Quebrada, Oeiras, fotografado em 2007.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 8, pág. 29: throwie sobre carrinha na rua dos Bacalhoeiros, Lisboa, 2015.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 9, pág. 37: Scratchiti sobre vidro numa paragem de autocarro em Cascais, 2016.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 10, pág. 39: quadro em tela de Calligraffiti, da autoria de Jan Koke, integrado na Calligraffiti Amabassadors Exhibition em Hamburgo, Alemanha, 2015.

Fonte: http://calligraphymasters.com/wp-content/uploads/2015/07/WritahAmbitions_01.jpg

Figura 11, pág. 41: Calligraffiti da autoria de Misha, sem indicação de lugar, 2009.

Fonte: <https://www.flickr.com/photos/alphabetstreet/6012160740/sizes/l>

Figura 12, pág. 47: "Nada de nosso temos senão o tempo, de que gozam justamente aqueles que não têm paradeiro", estêncil anónimo na Baixa, Lisboa, 2007.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 13, pág. 49: desenho à mão livre da autoria do street artist brasileiro Tikone, no Monte Estoril, 2014.

Fonte: cortesia do artista.

Figura 14, pág. 52: estênceis de Rufia e Dalaiama, São João do Estoril, 2007.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 15, pág. 55: o filho mais novo do Zé Povinho, da autoria de Uber, em Paço d'Arcos, Oeiras, 2000, fotografado em 2016.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 16, pág. 55: Ovelhas Memé ao lado de estêncil de rinocerontes, praia de Monte Gordo, Algarve, 2015.

Fonte: [https://www.facebook.com/photo.php?](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=931026953636762&set=a.108706462535486.13842.100001883997863&type=3&theater)

[fbid=931026953636762&set=a.108706462535486.13842.100001883997863&type=3&theater.](https://www.facebook.com/photo.php?fbid=931026953636762&set=a.108706462535486.13842.100001883997863&type=3&theater)

Figura 17, pág. 69: peças de Hel e Pims na linha de comboio, pintados, respetivamente, com tinta plástica e com aerossóis, Estoril, 2016.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 18, pág. 72: autocolante de Misha no Chiado, Lisboa, 2008.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 19, pág. 74: cut-out de Tinta Crua no Chiado, Lisboa, 2011.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 20, pág. 74: cut-out de Costah na rua do Machadinho, Lisboa, 2014.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 21, pág. 76: estêncil da street artist Acaso em plena intervenção, Paço d'Arcos, Oeiras, 2007.

Fonte: cortesia da artista.

Figura 22, pág. 78: estêncil sobre azulejos da autoria da street artist EUsboço, Cascais, 2012.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 23, pág. 86: mural com Angela Merkel, Passos Coelho e Paulo Portas, da autoria de Nomen, Slap e Kurtz, nas Amoreiras, Lisboa, outubro de 2012.

Fonte: <https://www.nomen1.com/intervencao-social?lightbox=image19to>.

Figura 24, pág. 91: parede de um bar coberta de Graffiti, Bairro Alto, Lisboa, 2007.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 25, pág. 95: Graffiti e Street Art no Bairro Alto, Lisboa, 2007.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 26, pág. 104: imitação anónima de um estêncil de Banksy, São João do Estoril, 2007.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 27, pág. 107: estêncil da autoria do street artist 'Kids Got Love', sobre um emaranhado de tags, Cascais, 2011.

Fonte: fotografia do autor.

Figura 28, pág. 130: estêncil *Fado Hero*, autor anónimo, Lisboa, 2011.

Fonte: fotografia do autor.



Figura 28: estêncil *Fado Hero*, autor anónimo, Lisboa