U.PORTO
FACULDADE DE BELAS ARTES
UNIVERSIDADE DO PORTO

COLA DESCOLA

OS AUTOCOLANTES DE RUA COMO MEIO DE COMUNICAÇÃO DISCRETO, AUTOGERIDO E EM CONSTANTE RENOVAÇÃO – UM TRABALHO INACABADO

RELATÓRIO DE PROJECTO PARA OBTENÇÃO DE GRAU MESTRE EM DESIGN DA IMAGEM

FACULDADE DE BELAS ARTES DA UNIVERSIDADE DO PORTO
ANA DE CASTRO FERREIRA | UP202204719
PORTO, JULHO DE 2024



Figura 01 – Anónimo | junho de 2018

AGRADECIMENTOS

Obrigada a todos que se entusiasmaram tanto com o projeto, como eu!

Ao meu pai por me ter acompanhado em sessões fotográficas. À minha mãe pelo carinho e motivação. Amigos e restante família por partilharem comigo a curiosidade e vontade de aprender sobre o tema.

Obrigada ao Professor José Carneiro, Diretor do Curso, pelos conselhos e prontidão a esclarecer dúvidas. Obrigada Filipa César, pelo auxílio na correção e formatação deste relatório.

Em especial, um grande OBRIGADA ao Professor Orientador Heitor Alvelos, que esteve sempre disponível para uma conversa, com muita paciência. Obrigada pelos ensinamentos, conselhos, palavras amigas e ajuda nos momentos de mais ansiedade.

RESUMO

Existem universos invisíveis que passam despercebidos às rotinas e ao olhar desatento dos transeuntes. As paredes, os canos de caleiras, as caixas de luz e os postes de eletricidade têm todos uma coisa em comum: são o lar de um dos segredos mais bem guardados da *street art*, os autocolantes. Característicos de uma cidade específica ou representantes de outro país, todos comunicam com quem passa por eles e, no entanto, permanecem silenciosos.

Não poderiam estar mais à vista e ser mais ignorados.

Palavras-chave: Autocolantes; Autocolantes de rua; Imagens discretas; Comunicação; Espaço público;

ABSTRACT

There are invisible universes that go unnoticed by the routines and distracted eyes of passers-by. The walls, the gutter pipes, the light boxes and the electricity poles all have one thing in common: they are home to one of the best-kept secrets of street art, the stickers. Characteristic of a specific city or representatives of another country, they all communicate with those who pass by them and yet, remain silent.

They couldn't be more visible and be more ignored.

Keywords: Stickers; Street stickers; Discreet images; Communication; Public space;

ÍNDICE

AGRADECIMENTOS 3

RESUMO 4

1. INTRODUÇÃO 7
1.1. Questão de investigação 8
1.2. Objetivos 8
1.3. Output (ver 3.4) 8
1.4. Estrutura do relatório 8

2. REVISÃO DE LITERATURA E ESTADO DA ARTE 10
2.1. Literacia visual 10
2.2. Estudos académicos 11
2.3. Projetos independentes 15
2.4. Primeiro ano de mestrado 16

3. METODOLOGIA 19
3.1. Trabalho de campo 19
3.2. Exercícios 27
3.3. O papel da imagem 36
3.4. Output – Publicação Cola Descola 43
3.4.1. Desenvolvimento 43
3.4.2. Processo de identificação 53

4. CONCLUSÃO 55
4.1. Dificuldades encontradas 56
4.2. Desenvolvimentos futuros 56

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 63

APÊNDICES 65
Apêndice A - Exercícios de Associação 65
Apêndice B – Exercícios de Recorrências 71
Apêndice C – Exercícios de Reenquadramento 72
Apêndice D – Exercícios de Montagens 73

ANEXOS
Anexo A - Lei 61/2013, Diário da República
Anexo B - Determinação de Indicadores de Limpeza Urbana



Figura 02 – Anónimo | outubro de 2023

1. INTRODUÇÃO

O fascínio pelo mundo dos autocolantes parte de um interesse em design gráfico e em perceber como estes pequenos pedacinhos de papel (ou vinil ou plástico) comunicam com os transeuntes, em nome da cidade. Este suporte, para muitos, passa despercebido e ao registá-lo é-nos permitido perceber a sua dimensão e diversidade – as cores, formas, design, tipografia, mensagens – e, desta forma, trazer um novo olhar para um universo que rodeia toda a gente cada vez que se põe um pé fora de casa.

São um ruído permanente nas ruas, em constante renovação com a rotatividade de negócios, temas sociais e artistas em surgimento, usando e aproveitando as diferentes superfícies públicas e o ato de colar e descolar como perpetuação desse ciclo. O projeto centra-se, primeiramente, na observação do espaço público, em busca do maior número e multiplicidade de autocolantes e, em seguida, num registo quantitativo destes por via da fotografia. Uma vez recolhidas amostras suficientes, são realizados exercícios de comparação, agrupamento e diálogo que comprovam a comunicabilidade destes objetos, não só com o observador mas uns com os outros, mostrando a fluidez e interligação entre os seus diferentes temas.

Habitante de postes de eletricidade, candeeiros de rua, canos de caleiras, caixotes de lixo, sinais de trânsito e semáforos, bancos de jardim, fachadas e portas de edifícios, este meio de comunicação é apadrinhado pelos mais diferentes negócios, como estúdios de tatuagens e *piercings*, estúdios de design, ateliers, artistas *freelancer* e ilustradores, músicos, lojas de roupa independentes ou *underground*, barbearias, desentupidores, canalizadores e eletricistas; outros podem apelar ao lazer, como festivais de cinema, eventos culturais e *workshops*; descobrem-se ainda exemplares de caráter e intervenção política e social; e, por fim, encontram-se também bastantes sem identificação, com apenas uma ilustração ou pequena frase/palavra.

É importante registar e trazer luz para este universo, não só para descobrir estes mundos invisíveis e infinitos, como também a própria cidade e como estes objetos são influenciados por ela. Este trabalho tem como principal objetivo informar os leitores da existência dos autocolantes e da forma como eles podem ser interpretados, fornecendo ferramentas para a sua compreensão e criando literacia visual. Cabe a cada um, depois, procurar e ganhar a sua própria cultura visual. No entanto, devido à grande extensão e constante expansão e renovação do universo dos autocolantes de rua, o presente relatório torna-se um trabalho inacabado e sem fim, sendo impossível o registo e catalogação de todas as amostras presentes na cidade do Porto no período de tempo requerido para a execução deste.

1.1. Questão de investigação

O que nos comunicam os autocolantes de rua?

1.2. Objetivos

Em contexto de relatório:

- Criar literacia visual;
- Convidar os transeuntes a olharem de novas formas para o que os rodeia;
- Iniciar discussão sobre o mundo dos autocolantes de rua;

Em contexto de output:

- Registar imagens discretas na consciência coletiva/alheia;
- Catalogar, em contexto editorial, autocolantes de rua da cidade do Porto;

1.3. Output

- Produção fotográfica: cerca de 520;
- Publicação com 414 das fotografias produzidas;
- Exposição: projeção de pormenores em grande escala e livro;

1.4. Estrutura do relatório

A revisão de literatura defende o relatório através de bibliografia consultada, fornece enquadramentos indispensáveis para a compreensão do tema e analisa conteúdos relevantes para a investigação, como textos e projetos de outros investigadores.

A metodologia refere-se a todos os passos dados para a realização deste relatório, explica o processo fotográfico e o processo de seleção de imagens. Descreve os exercícios realizados a fim de compreender como os autocolantes se propagam no espaço público, as funções que a imagem desempenha neste trabalho e, ainda, o output.

A conclusão destina-se a dar resposta à questão de investigação, fornecendo um pequeno resumo sobre o que foi descrito ao logo do documento e onde se expõem considerações finais, como perspetivas para o futuro e reflexões sobre dificuldades encontradas e superadas.



Figura 03 – *André the Giant* de Sheperd Fairey | janeiro de 2024

2. REVISÃO DE LITERATURA E ESTADO DA ARTE

O presente relatório tenciona juntar-se ao grupo de investigações e artigos já existentes, anunciando a necessidade de que se realizem mais estudos sobre o universo dos autocolantes de rua e a presença destes no contexto português.

Não se quis estudar o mundo da *street art*, nem as suas diferentes vertentes. Desejou-se afirmar que os autocolantes de rua são uma dessas vertentes, subestimada, ignorada, esquecida. Posta de parte deliberadamente, por haver poucos estudos feitos a seu respeito, ou acidentalmente, por ser uma vertente que passa despercebida e muitas vezes é associada a marketing comercial.

As referências estudadas oferecem diferentes perspetivas sobre a comunicabilidade e o poder que a arte presente nas ruas possui, como havemos de navegá-la e interpretá-la. Tornaram-se guias para fundamentar o que o relatório quer transparecer e ajudaram a contextualizar o espaço público, a *street art* e a entender o papel da literacia visual, mediadora do diálogo entre quotidiano-rua.

2.1. Literacia visual

Normalmente associado ao alfabetismo e às competências de identificação e assimilação de certos comportamentos ou conceitos, o termo literacia abrange campos como o científico, o literário e o artístico. Porém, no mundo artístico, a literacia não se foca tanto na capacidade de ler ou escrever. Embora a sua definição tenha vindo a ser alterada e debatida ao longo dos anos, pode-se assumir que esta assenta no reconhecimento e compreensão de temas culturais e sociais, no gosto pela *diversidade dos sistemas visuais (fotografia, pintura, cinema, imagem digital)*, no pensamento e uso de competências imaginárias, criativas, verbais e não verbais (Senos, 2014).

Registar imagens de sistemas de comunicação escritos e questionar que perceção sobre o quotidiano elas oferecem é a base do trabalho de Paranhos (2015). Esta prática, resultado da contextualização dessas imagens (murais, *graffiti*, *stencils*, interposições da brigada anti *graffiti*, autocolantes e cartazes; os seus temas e finalidades, ou a falta deles), cria literacia visual.

> Não se pretendeu ensinar a ler as imagens. Não se pretendeu definir princípios éticos, morais, plásticos, estéticos ou dogmáticos. Não se pretendeu doutrinar. Ambicionou-se tão só despertar a curiosidade, suscitar a questão. (Paranhos, 2015, p. 23)

Iniciar uma conversa sobre espaço público, como suporte destas intervenções cada vez mais singulares, desafiantes e distanciadas da "norma", defende que estas imagens são objetos culturais que representam e ecoam o quotidiano de uma cidade. Esta área de estudo contribui para um melhor entendimento sobre o espaço urbano e cultura contemporânea, cuja interpretação requer espírito crítico estético, social e político que só se treina com a exposição diária a estes elementos *num permanente exercício de contextualização da comunicação que se estabelece*. (Paranhos, 2015)

(Os objetos) São constatações, frases e pensamentos, convites e interpolações, por parte dos *writers*[1] para a comunidade.

O período de tempo atravessado por uma cidade também atribui e determina o contexto das imagens (*cultural, social, político, familiar*), influenciando diretamente os objetos que são criados, fruto de agitação social, uma *crise económica*, *desemprego*; de forma irónica, *o despertar da zona histórica* e aumento de turismo; a implementação de medidas contraditórias, por parte da Câmara Municipal, para o controlo e combate ao *graffiti* ("limpando-o" em certos sítios e promovendo-o noutros).

Os quase 10 anos que separam a presente investigação e a de Adão Paranhos, e ainda se encontram intervenções que refletem o pouco progresso feito até agora, a nível de inquietações económicas e sociais. O contexto em que uma imagem se inscreve dita a forma como vai ser recebida, tornando-a algo com que as pessoas se conseguem relacionar, faz com que não se sintam sós e valida os seus sentimentos, num sentido coletivo e não individual. Todas as imagens têm uma razão de ser e existir, não se pode permitir que fiquem *mudas*!

A comunicação em contexto urbano pode ser provocatória e interpelante, ela transmite e levanta questões sobre princípios, ideias, valores, crenças; faz rir, revolta, irrita; pode ser discreta, simplesmente espaçosa ou que "suja" a superfície. Paranhos (2015) comenta, por isso, que esta não é ingénua, mas sim ponderada como resultado da expressão artística e comunicativa de alguém formado. No entanto, pode-se acrescentar e comentar que até as interposições feitas por parte da brigada anti *graffiti* (ao "censurar" escrituras nas paredes) podem ser ingénuas. A arte de rua, a sua criação e mensagens podem ser ingénuas, a sua interpretação não. Há muitos problemas expressos nas paredes da cidade, mas também se encontram nelas as próprias soluções.

> Sem o registo das imagens, o que vemos, esvair-se-ia por entre os dedos das mãos. (Paranhos, 2015, p. 32)

Esta citação e o trabalho de Paranhos (2015), aplica-se à *street art* em geral, contudo, facilmente se aplica a qualquer tipo de *street art:* esvair-se-iam pela ponta dos dedos *graffitis*, *stencils*, *paste-ups* e autocolantes.

2.2. Estudos académicos

Os autocolantes, na rua, inicialmente surgiram como uma nova forma de *tagging*, mais rápida e capaz de abranger uma área maior em menos tempo. Passaram a permitir que o artista trabalhasse à luz do dia sem ser necessário andar carregado de materiais, o que acabou por retirar as dificuldades físicas de trepar ou saltar obstáculos, o elemento de risco normalmente essencial para se ganhar respeito no meio, e o tempo despendido a escrever na parede. (Clough, 2011; Awcock, 2021)

[1] Alguém que faz *tag* (*graffiti*). Contudo, o termo é utilizado por Rafael Druzian (2019) para se referir a artistas que fazem todo o tipo intervenções de arte escrita na rua.

Hoje em dia, os autocolantes são reconhecidos como uma forma democrática e passiva de fazer *street art* (Clough, 2011; Visgø, 2010) cujo contacto físico com o espaço urbano não é o mesmo que outras formas de arte de rua – apenas necessitam de um movimento subtil e rápido para se tornarem parte do espaço público. A sua produção e afixação é acessível a qualquer membro da sociedade, provando que este meio de comunicação interage com todos e não apenas com aqueles integrados na subcultura.

É complicado atribuir-lhes uma esperança média de vida a partir do momento em que são aplicados, mas sabe-se que são efémeros e que estão à mercê do habitat que os rodeia, sensíveis aos elementos do clima (chuva e calor extremos), que contribuem para a sua danificação, sujeitos a serem removidos ou parcialmente removidos, obstruídos e tapados.

São baratos de produzir e fáceis de distribuir. A sua maior vantagem, em geral, é a sua materialidade. O seu transporte e aplicação são significativamente mais simples que os de um cartaz, por exemplo. Contudo, segundo Awcock (2021), a sua fisicalidade também é uma das suas maiores desvantagens: o seu tamanho não permite que transmitam mensagens de forma detalhada. O presente relatório tende a discordar com a afirmação, pois não cabe aos autocolantes de caráter e intervenção político-social (e autocolantes em geral) passarem mensagens com detalhe. Complexas, mas não em detalhe. Não é essa a sua função. Precisamente por caberem num bolso, o espaço disponível é reduzido, por isso o seu conteúdo deve ser de leitura fácil e rápida, muitas vezes obrigando os *writers* a optarem pelo uso de *slogans* ou ilustrações.

Este meio visual procura atenção, aproxima-se das pessoas e invoca nelas uma resposta, num esforço para envolvê-las com o que as rodeia, baseando-se num princípio de inclusão e exclusão (Clough, 2011). Aqueles incluídos nesta subcultura tornam-se parte de uma comunidade. Os autocolantes oferecem um meio disponível para todos, permitindo reivindicar o espaço urbano e que se façam ouvir aqueles que têm uma posição a tomar. Já os excluídos terão mais dificuldade em reparar na *street art* e nos autocolantes, apesar do facto de estarem cada vez mais presentes e em quantidades cada vez maiores no espaço público e no mundo. São "vistos" pela visão periférica, mas não "registados", misturando-se na desordem do ruído visual.

Existe, ainda, uma ideia de que os autocolantes são, de alguma forma, inferiores ou secundários em relação a outras formas mais arriscadas de *street art*. Esta falsa sensação de inferioridade significa que os autocolantes são muitas vezes considerados uma extensão do trabalho de um artista, e não a sua base ou reportório. Se por um lado há variantes da *street art* que requerem latas de *spray*, escadotes, pincéis e rolos de tinta, tintas, *stencils*, mochilas e sacos, por outro lado os autocolantes não precisam de nenhum equipamento específico: basta remover o papel protetor e fazer um movimento rápido, e o trabalho fica afixado (Clough, 2011)!

A *street art* estende-se além da relação artista/obra, ela inclui o observador e não existiria da mesma forma sem a sua interpretação. Como explica Young (2009),

> *When an artwork exists in urban space, the commonplace prohibitions of gallery spectatorship usually don't apply – if you can reach it, you are perfectly free to run your hands over a paste-up, or, if you wanted to, there's even nothing to stop you having a good sniff of a stencil*.[2] (citado em Clough, 2011, p. 39)

A própria rua é um elemento fundamental para se experienciar a arte presente nela. Ela contraria o comportamento treinado, silencioso e introvertido que o espaço da galeria, normalmente, obriga um observador a ter. Não existem essas regras na rua, não há curadoria selecionada. Existe sim, um ato expressivo não aprovado, não encomendado e inspirador que reflete a habilidade dos artistas ao usarem a arquitetura, luz natural e interação humana como fator de separação e diferenciação entre a estética de galeria e a arte *de* rua (Clough, 2011).

Clough (2011) apresenta uma tipologia de quatro categorias de autocolantes:
- *tags* escritas à mão;
- personagens e imagens desenhadas à mão;
- personagens e imagens impressas manualmente;
- personagens e imagens impressas profissionalmente.

No presente relatório, esta tipologia é adaptada para 3 categorias, com o intuito que estas sejam mais inclusivas:
- *pictóricos ou de escrita* manuais;
- *pictóricos ou de escrita* impressos analogicamente;
- *pictóricos ou de escrita* impressos profissionalmente (em impressoras).

Os artigos de Orla Visgø (2010) e de Hannah Awcock (2021) sobre autocolantes extremistas e autocolantes de protesto[3] (respetivamente) são fundamentais para a compreensão do espaço público, de quem o ocupa. Muito associados com ativismo, são autocolantes que, de forma mais ou menos óbvia, abordam diferentes problemáticas do contemporâneo como política, (anti)fascismo, racismo e xenofobia, violência e apelos à paz, habitação, saúde, sexualidade, feminismo, cidadania, sustentabilidade, direitos dos animais, entre outros. Os autocolantes dedicados à resistência são promotores de todo o tipo de movimentos sociais, cujos temas representam um amplo espectro político, por isso há que defender que eles merecem mais atenção por parte dos académicos.

Um autocolante deste grupo pretende reivindicar o direito à cidade e utilizar o espaço público para expressar uma opinião ou desejo de mudança, ainda que a sua voz seja temporária. Afixar o mesmo autocolante pode ter significados diferentes para pessoas diferentes e as suas motivações e interpretações podem ser tão diversas quanto os temas promovidos (Awcock, 2021). Os autocolantes também são uma forma de

[2] "Quando uma obra de arte existe no espaço urbano, as regras de conduta habituais do espaço de galeria, geralmente, não se aplicam – se se puder aproximar, está livre para passar as mãos sobre o *paste-up* ou, se quiser, não há nada que impeça de cheirar um estêncil" (tradução da autora).

[3] Neste relatório e output, categorizam-se este tipo de adesivos como autocolantes de caráter ou intervenção político-sociais, pois foram encontrados espécimes que efetivamente protestam mas, no entanto, outros pretendem apenas instruir o observador de forma mais pacífica.

expressar apoio e solidariedade a um grupo ou causa, num nível coletivo e não individual, ou seja, a menos que se testemunhe a afixação de um autocolante (ou se conheça o seu autor), não será possível associá-lo a um indivíduo específico.

> *Its distribution is dependent on the activism of individuals who remain anonymous and whose opinions are not carried as any kind of personal statement* (...). *The stickers appear in public space as a sign of somebody's activism, but the activist remains faceless, a collective rather than a number of individuals.*[4] (Visgø, 2010, p. 43)

À semelhança do *tag*, os autocolantes declaram a presença de um indivíduo ou grupo, reforçando um senso de identidade coletiva. Muitos convidam o observador a agir, afirmam publicamente opiniões e tentam persuadir – sabendo que a sua capacidade de as mudar é reduzida – e, em geral, os autocolantes são uma forma de "debate visual" (Ritchie, 2019, p. 17, em Awcock, 2021). Todos têm atitude, personalidade e histórias de vida próprias (Clough, 2011), como por exemplo os autocolantes de desporto que são utilizados para marcar território ou os de caráter ou intervenção político-social que abordam temas controversos.

Por vezes, a participação nestes "debates" é literal: as pessoas escrevem, ocultam e alteram a mensagem dos autocolantes ao removê-los parcial ou completamente, usam outros autocolantes para ocultar os com que se discorda, sobrepondo opiniões para criar um *palimpsesto de resistência* (Awcock, 2021) – "*Protest stickers are a concrete mechanism through which individuals and groups can claim their right to the City*"[5] (p. 525).

Deve-se também ter em conta as características visuais destes autocolantes, dado que a força de um símbolo de protesto será diretamente afetada pela capacidade do espectador de o compreender. Se o espectador não conseguir interpretar os símbolos, então não faz parte do público-alvo. Mesmo os autocolantes que não utilizam símbolos e logotipos podem exigir algum conhecimento contextual para se conseguir compreendê-los, e isto pode ser uma desvantagem para os autocolantes que tentam persuadir ou informar e uma tática deliberada para comunicar apenas com aqueles que já estão "por dentro do assunto".

Mas os autocolantes não vivem apenas nas ruas. Existem blogs e websites dedicados à coleção e partilha de autocolantes pelo mundo, troca de exemplares e criação de originais (através de *sampling*[6] ou troca de ideias). Pode até dizer-se que o meio digital é o responsável pela maior parte dos envios e trocas de autocolantes, contactando

[4] "A sua distribuição depende do ativismo de indivíduos que permanecem anónimos e cujas opiniões não são associadas a qualquer tipo de declaração pessoal (...). Os autocolantes aparecem no espaço público como sinal do ativismo de alguém, mas o ativista permanece desconhecido, um coletivo em vez de um número de indivíduos" (tradução da autora).

[5] "Os autocolantes de protesto são um mecanismo concreto através do qual indivíduos e grupos podem reivindicar o seu direito à cidade" (tradução da autora).

[6] *Sampling*, em contexto musical, é a ação ou processo de apropriação de amostras musicais e a sua reutilização na criação e gravação de outra peça. No mundo da arte, descreve o usos de elementos alheios na criação de outra obra (ver https://novationmusic.com/articles/how-sampling-permeates-art-and-music/).

quem está interessado via email ou redes sociais, quase nunca sem o conhecer pessoalmente (Clough, 2011). Há quem prefira colecioná-los a afixá-los:

> *Stickers are probably the only form of street art that is easily collectable in its material form... It is also possible to think of sticker blogging as a form of collecting.* (…) *The act of sharing these photographs online authenticates or validates the photographers' experiences, and may… strengthen their sense of identity or belonging…*[7] (p.14)

Possivelmente, uma das desvantagens de conhecer este universo através da internet e meio digital será o facto de se perder a parte sensorial, o toque, audição e até a visão. Ao admirá-lo apenas através de imagens de terceiros, essa experiência é diretamente influenciada pela vivência – e critérios de seleção – de quem tirou as fotografias. E se, por outro lado, se preferir reunir o máximo de exemplares possível (em forma física) num só espaço, existe o *HATCH Sticker Museum Studio*, anteriormente conhecido como *HATCH Sticker Gallery & Museum*.

2.3. Projetos independentes

Fundado por Oliver Baudach em 2008, localizado em Friedrichshain, Berlim, este espaço é único pois dedica-se somente à coleção e exposição de autocolantes. O espaço é composto por duas salas principais, uma dedicada à exposição de trabalhos de artistas locais, publicações relacionadas com o tema da *street art* e autocolantes, e ainda onde são disponibilizadas paredes para cada visitante colar o seu próprio autocolante. A segunda sala será a sala de exposição da coleção, onde autocolantes afixados em molduras cobrem as quatro paredes. Em 2023, a sua exibição consistia em cerca de 6000 autocolantes, de uma coleção total de proximamente 30 000 que são divididos em duas secções: *Street Art*, de todo o mundo, e Comercial, de marcas de *skate*, roupas, música, design gráfico (Clough, 2011). Baudach coleciona autocolantes há mais de 30 anos e a partir do seu website vende autocolantes e recebe donativos para sustentar o museu, e troca e recolhe exemplares de todo o mundo para adicionar à coleção e conservar este universo sempre em constante evolução e crescimento.

Em 2021, uma equipa de sete elementos – Sha-Risse R. Smith, Will Deloney, Tori Luecking, Stacey Governale-Bloom, Alicia Parrott, Jim Tozzi e Ricky de Laveaga – juntou-se para fazer um documentário sobre o seu gosto comum por autocolantes intitulado *Sticker Movie*. Trata-se de um filme feito por e para entusiastas da área que celebra a cultura dos autocolantes em todo o mundo. Entrevista, acompanha e representa artistas de mais de 20 países. Esta comunidade internacional cria, comercializa, coleciona e exibe as suas criações ao ar livre para que todos possam ver. O *Sticker Movie* é o seu legado, uma carta de amor ao universo, para todas as pessoas que moldam, protegem e partilham esta (sub)cultura com o mundo. O Documentário estreou no fim-de-semana de 06-08 de outubro de 2023, em Portland, Oregon. (Sticker Movie, https://stickermovie.com/)

[7] "Os autocolantes provavelmente são a única forma de *street art* que é facilmente colecionável na sua forma material... Também é possível pensar no blog como uma forma de colecionar. (...) O ato de partilhar estas fotografias online autentifica ou valida as experiências do fotógrafo e pode ... reforçar o seu sentido de identidade ou pertença..." - tradução da autora

2.4. Primeiro ano de mestrado

No âmbito da Unidade Curricular de Projeto, no primeiro ano de mestrado, foi proposto o desenvolvimento de um trabalho sobre a freguesia do Bonfim. A decisão de estudar autocolantes ainda não era uma certeza, foi necessário percorrer as ruas com mente aberta e deixar que fosse a freguesia a manifestar o inevitável.

O confronto com os autocolantes foi inesperado, mas agradável e bem recebido. Sem nenhuma ordem ou objetivo concreto, foram registados apenas aqueles que iam cativando pela sua cor, design e mensagem.[8] O resultado é um ensaio fotográfico sobre todo o tipo de autocolantes encontrados pelo espaço. As imagens abaixo, captadas entre novembro de 2022 e janeiro de 2023, na freguesia do Bonfim, são exemplos de autocolantes de caráter e intervenção político-social que despertaram curiosidade pelas suas mensagens, abertura e frontalidade com que comunicam com o observador.





Figura 04 – Anónimo | janeiro de 2023 (à esquerda)
Figura 05 – @filhobastardo_ | janeiro de 2023 (à direita)

Embora o seu discurso possa não ser nada inovador e a sua mensagem/imagem possa transitar de uma outra escala para o tamanho de bolso, não se pode deixar de notar que a materialidade dos autocolantes joga a favor deles, como uma vozinha que vai sussurrando pelas ruas de forma discreta e subliminar. São discretos para um transeunte que vai distraído, mas impactantes para quem lhes presta atenção.

[8] Todas as imagens fotográficas que constam neste Relatório foram captadas pela autora, à exceção dos casos em que a autoria das mesmas é especificada.





Figura 06 – PCP | novembro de 2022 (à esquerda)
Figura 07 – Autor não identificado | janeiro de 2023 (à direita)

Analisando os exemplos acima, constata-se que dois estão assinados e os outros dois não. A assinatura ou ausência desta numa peça pode dever-se a vários fatores, como o facto de o artista/entidade preferir o anonimato (ou até sentir-se mais confortável atrás um heterónimo/nome artístico). Noutros casos, dependendo da finalidade, o nome assinado é a única forma de o observador saber mais sobre o seu trabalho e associar outros trabalhos à mesma pessoa.

A culpa é do PCP (Fig. 6) é apenas um de uma série criada para a campanha política do Partido Comunista Português para as eleições legislativas de 2022 (estratégia usada no Porto), e *Filho Bastardo* (Fig. 5) é um artista que costuma expressar a sua crítica política e social através de intervenções sob forma de autocolante, stencil e *paste-ups* de cartazes nos postes, canos, paredes e muros da cidade do Porto (EPHEMERA - Biblioteca e arquivo de José Pacheco Pereira).

Este projeto despertou a vontade de explorar este universo o máximo possível, como se fosse uma coleção de cromos, o que levou à análise das mesmas ruas várias vezes, encontrando sempre objetos novos, não notados nas vezes anteriores devido ao sentido em que se caminhava, lado da rua percorrido ou porque foram adicionados com o tempo, revelando o constante crescimento deste meio de expressão.



Figura 08 – Anónimo | agosto de 2023

3. METODOLOGIA

Para compreender a comunicabilidade do universo é necessário rodear-se dele e fazer trabalho de campo, sair à rua e procurar, procurar, procurar. Procurar nos postes de eletricidade, caixas de luz, caleiras, candeeiros, letreiros de rua, semáforos, caixote do lixo, por vezes, fachadas de casas, até se encontrar autocolantes que despertem curiosidade. Os autocolantes comunicam todo o tipo de mensagens através de texto ou imagem, durante a produção fotográfica foi indispensável um registo equilibrado destes dois géneros.

O intuito deste relatório é trazer luz para esta temática através do registo de objetos encontrados e o diálogo que é iniciado com o observador. O resultado é uma produção fotográfica quantitativa. Mais tarde, é feita uma seleção de 88 exemplares para constarem do relatório, seleção essa que pretende ser cativante, dinâmica e ilustrativa do caso em estudo. Sendo que as imagens constantes deste relatório são todas da autoria da investigadora (exceto quando mencionado), não se justifica colocar "Fonte" na legenda das mesmas.

A investigação assenta sobre o método de *Artifact Analysis*[9], no contexto da cidade do Porto, e estuda um inventário quantitativo a partir da documentação visual de artefactos por vias das fotografias, onde uma análise visual, subjetiva, ajuda a compreender se: o autocolante pode ser associado a um tempo ou lugar específico, que tipo de interação obtém e se o seu significado pode ser decifrado. A análise de artefacto é uma ferramenta útil para examinar, comparar e estudar objetos e as suas especificidades como os materiais, processos de produção, cores, marcas ou presença online.

3.1. Trabalho de campo

Como referido anteriormente, há quem prefira conhecer este universo através de um monitor, a partir de blogs e websites dedicados à catalogação e coleção de autocolantes. Mas nesses casos perde-se o sentido do tato, o contacto direto com os objetos, e não se experiencia o espaço público nem a relação direta entre rua-autocolante-transeunte.

Baseado no quadro apresentado por Adão Paranhos (2015) sobre o seu processo de seleção e identificação de imagens – tendo em consideração aspetos funcionais, estéticos e valorativos – pôde-se aplicar os mesmos critérios à produção fotográfica deste projeto. Foram selecionados autocolantes tendo em conta a sua:

- estética, ou seja, o tipo de mensagem, tom/humor, estado de deterioração;
- eficácia comunicativa, ou seja, por vezes a pessoa identifica-se primeiramente com o texto e mais tarde é que procura o seu significado/origem;
- linguagem visual, isto é, autocolantes que partilham semelhanças estéticas e linguísticas com outros da mesma família/campanha, possivelmente provenientes do mesmo autor.

[9] "Análise de Artefacto" é um exame constante das qualidades materiais, estéticas e interativas dos objetos que contribui para a compreensão dos seus contextos físicos, sociais e culturais (Hanington & Martin, 2012).



Figura 09 – Anónimo | janeiro de 2023



Figura 10 – Anónimo | novembro de 2022



Figura 11 – Anónimo | janeiro de 2024



Figura 12 – Loja de roupa | dezembro de 2022



Figura 13 – Campanhã é a minha casa, Sala de cinema | janeiro de 2023



Figura 14 – *maismenos* (Miguel Januário) | abril de 2024

Na altura de aplicar um autocolante, a sua visibilidade é, em princípio, essencial. Cada artista tem a sua estratégia. Os autocolantes posicionados ao nível dos olhos serão mais fáceis de fixar, contudo colá-los em lugares mais à vista e em lugares mais escondidos pode trazer um certo dinamismo à procura, obrigando o observador a olhar para o seu redor de diferentes perspetivas. Há, ainda, quem opte por saturar o olhar e a rua de objetos, colando-os por todo e qualquer lugar (Clough, 2011).

Os autocolantes de rua, e a *street art* em geral, podem ser um tema de muito debate. Há quem os defenda, quem os ache indiferentes ou quem os considere poluição visual no espaço público (Anexos A e B). No entanto, se por uns momentos se esquecer a legislação de afixamento e preconceito, vê-se adorno de casas e do espaço público; plasticidade, como resultado da justaposição entre os próprios autocolantes e da interação do material com os elementos; *sticker bombing*[10]; o próprio design que cada autocolante individualmente possui; e, por fim, vê-se *street art*, uma "impressão digital" e uma cidade viva (Clough, 2011), vê-se comunicação.





Figura 15 – Rua de Sá de Noronha | janeiro de 2024 (à esquerda)
Figura 16 – Rua de Santa Catarina | maio de 2024 (à direita)

[10] Tal como *yarn bombing* (ou *guerilla knitting*) é uma forma de intervir no espaço público e cobrir as superfícies de trabalhos coloridos; semelhante, o termo *sticker bombing* é ao ato de espalhar pela cidade autocolantes em massa (em https://craftatlas.co/crafts/yarn-bombing).

Considera-se, agora, um observador que se depara com uma superfície coberta de múltiplos autocolantes. Pode interpretar-se esta aglomeração como uma ocorrência fenomenológica que se deve ao facto de cada *writer* querer acrescentar os seus objetos aos já existentes, como um jogo em que se tenta preencher os vazios ou um livro de assinaturas aberto à cidade. São pequenos mundos independentes, dentro do mesmo universo, que "competem" entre si.

Os padrões de agrupamento dos autocolantes variam entre grupos de um ou dois a grupos de centenas, encontram-se, agrupam-se e criam "manchas" caóticas visuais, agarrando-se à superfície e uns aos outros. Todos os artistas que tentam encaixar os seus autocolantes numa área específica partem de um princípio estético: como é que o seu trabalho ficará melhor em relação aos outros ou que composição chamará mais a atenção. Os designs, a "idade" deles e o seu conteúdo variam de artista para artista e todos tomaram decisões independentes para melhor posicionarem o seu trabalho, de realçar o efeito estético natural da superfície. O resultado é uma "instalação" marcante e colaborativa. (Clough, 2011)

A padronização (e longevidade) dos autocolantes resulta, também, de fatores ambientais e materiais externos. Será mais difícil colar um autocolante numa superfície rugosa do que numa lisa (se é que adere de todo); o calor extremo também piora a adesão de autocolantes de vinil, que se enrugam e deformam (Clough, 2011); a chuva e o vento desgastam e corroem os autocolantes de papel, contribuindo para o desaparecimento de detalhes, cor e papel em si.

3.2. Exercícios

Análise dos resultados do subcapítulo anterior através da realização de exercícios (associações e recorrências) para entender melhor como os autocolantes comunicam isoladamente *versus* uns com os outros. São um ecossistema, como organismos vivos que aparecem, crescem e se vão alastrando pela cidade, o que dá resposta ao exercício sobre recorrências, ou que se vão "mutando" e modificando, interligando-se e dialogando uns com os outros, respondendo ao exercício de associações.

Associações/Narrativas

Existe um diálogo silencioso entre as imagens abaixo (Fig. 17 e Fig. 18). As suas semelhanças permitem que estas comuniquem entre si, mesmo que esse não seja o propósito da sua criação.





Figura 17 – JUMAS , Campo 24 de Agosto | outubro de 2023 (à esquerda)
Figura 18 – Cueca preta, Campo 24 de agosto | outubro de 2023 (à direita)

Reúnem-se as características em comum entre os dois exemplos: a mesma forma geométrica, o triângulo, cortante do autocolante e grafismo, respetivamente; a mesma tipografia fina e "tosca"; e, ainda, talvez a característica mais óbvia, as mesmas cores (laranja e preto). Embora os seus contextos e autores sejam diferentes, estes autocolantes encontram-se a menos de 10 metros um do outro, no mesmo passeio, o que adiciona um fator cómico a esta coincidência.

O mesmo exercício pode repetir-se as vezes que se quiser, acrescentando imagens às já existentes, mantendo ou trocando a sua ordem ou, ainda, começando uma narrativa complemente nova, associando-as através de fatores evidentes ou pormenores. Deixam-se, a seguir, mais exemplos.







Figura 17 – JUMAS , Campo 24 de Agosto | outubro de 2023 (à esquerda)
Figura 18 – Cueca preta, Campo 24 de agosto | outubro de 2023 (ao centro)
Figura 19 – Jarda | junho de 2023 (à direita)







Figura 17 – JUMAS , Campo 24 de Agosto | outubro de 2023 (à esquerda)
Figura 18 – Cueca preta, Campo 24 de agosto | outubro de 2023 (ao centro)
Figura 20 – Anónimo | abril de 2024 (à direita)






Figura 20 – Anónimo | abril de 2024 (à direita)
Figura 21 – Anónimo | outubro de 2024 (ao centro)
Figura 22 – Anónimo | junho de 2024 (à direita)







Figura 21 – Anónimo | outubro de 2024 (ao centro)
Figura 22 – Anónimo | junho de 2024 (à direita)
Figura 23 – Fastvan | novembro de 2022 (à direita)

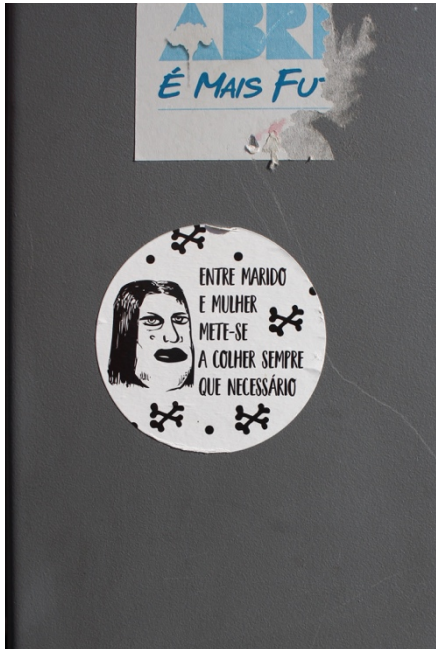








Figura 04 – Anónimo | janeiro de 2023 (1ª à esq.)
Figura 24 – EKYONE | janeiro de 2023 (2ª à esq.)
Figura 25 – indigo.tattooer | novembro de 2023 (1ª à drt.)
Figura 26 – Anónimo | agosto de 2023 (2ª à drt.)



Figura 27 – Anónimo | janeiro de 2023 (1ª à esq.)
Figura 28 – Anónimo | janeiro de 2023 (2ª à esq.)
Figura 29 – hfg of_main | julho de 2023 (ao centro)
Figura 30 – Anónimo | julho de 2023 (1ª à drt.)
Figura 31 – Anónimo | setembro de 2023 (2ª à drt.)



Figura 32 – *La Peste Rosa* | setembro de 2023(1ª à esq.)
Figura 34 – Anónimo | setembro de 2023 (2ª à esq.)
Figura 34 – Anónimo | outubro de 2023 (ao centro)
Figura 35 – Anónimo | outubro de 2023 (1ª à drt.)
Figura 36 – fomitas.biz | junho de 2023 (2ª à drt.)

Recorrências

Este exercício é o resultado das repetições do mesmo autocolante pela cidade, por vezes mais que um na mesma rua, e que regista e retrata os passos dados pelo artista, como um caminho de migalhas.

Quase como um efeito de *greenscreen*, onde o objeto central, de foco, se mantém e apenas o fundo é que muda, entende-se que o autocolante não está restrito ao espaço onde é aplicado, multiplica-se pela cidade e instala-se em cada superfície nova. Comprova-se mais uma vez a versatilidade do objeto que consegue "passar pelos pingos da chuva" e permite que os trabalhos sejam aplicados em lugares de muito destaque, onde não seria viável deixar qualquer outro tipo intervenção como cartazes ou *graffiti*, quer pela arquitetura da cidade quer pela legislatura em vigor.

Estas recorrências indicam que o universo não é estático, mas sim livre e espontâneo, tem uma vontade indomável de se propagar pelo espaço.

Para ilustrar este exercício destacam-se as imagens abaixo. As Figuras 37, 38 e 39 apresentam exemplares iguais e aparentemente bem preservados, o que pode indicar que foram aplicados na mesma altura; os exemplares a seguir, Figuras 40, 41 e 42, encontram-se parcialmente removidos, e as Figuras 43, 44 e 45 apresentam diferentes estados de detioração, com as suas cores já a desvanecer. Razões para os autocolantes estarem em diferentes estados de estrago podem ser o facto de terem sido afixados em diferentes dias/meses ou por uns estarem mais abrigados que outros.





Figura 37 – fomitas.biz | junho de 2023 (à esquerda)
Figura 38 – fomitas.biz | junho de 2023 (ao centro)
Figura 39 – fomitas.biz |novembro de 2023 (à direita)



Figura 40 – Anónimo | julho de 2023 (à esquerda)
Figura 41 – Anónimo | dezembro de 2023 (ao centro)
Figura 42 – Anónimo | janeiro de 2023 (à direita)



Figura 43 – OAKTREE_DRAWS | maio de 2023 (à esquerda)
Figura 44 – OAKTREE_DRAWS | outubro de 2023 (ao centro)
Figura 45 – OAKTREE_DRAWS | janeiro de 2024 (à direita)






Figura 46 – DHESTOE | junho de 2023 (à esquerda)
Figura 47 – DHESTOE | junho de 2023 (ao centro)
Figura 48 – DHESTOE | maio de 2024 (à direita)

As Figuras 46, 47 e 48, embora não contem exatamente como uma recorrência conforme descrito acima dado que o seu fundo e esquema cromático mudam, são necessárias destacar pois claramente fazem parte da mesma "coleção" e partilham o mesmo autor. São exemplos de que um só artista pode ter variações dentro do próprio estilo e modelo de autocolante.

3.3. O papel da imagem

A imagem tem um papel fundamental neste projeto pois é a partir dela que se comprova todo o trabalho realizado: amostra quantitativa recolhida e a variedade dos autocolantes encontrados. A identificação destas funções ajuda na interpretação e perceção do universo e da própria cidade.

Neste relatório encontram-se imagens que apresentam características de funções documentais, evidenciais, de evocação/expressão e icónicas:

- As imagens "documentais" são geradas durante pesquisa e validam as ações ou eventos testemunhados;
- As "evidenciais" demonstram e comprovam a problemática da investigação;
- Uma imagem que suscita algo no observador proveniente de perceções pessoais é característica da função de "evocação/expressão";
- Imagens "icónicas" são reconhecidas pela sua popularidade e recorrência.

De notar que as figuras apresentadas abaixo são apenas exemplos e podem ter mais que uma função associada a elas, ter mais do que uma interpretação ou esta mudar dependendo do contexto. O mesmo aplica-se a qualquer outra imagem presente no documento.

Documentais





Figura 49 – Anónimo | junho de 2018 (à esquerda)
Figura 50 – *Ontem Sound* | dezembro de 2023 (à direita)

Partindo do princípio de que todas as imagens produzidas para este relatório são imagens documentais, a Figura 49, captada em junho de 2018 na Rua de Santa Catarina, torna-se crucial no desencadeamento deste trabalho: foi a primeira fotografia feita a um autocolante de rua e o despertar do interesse pelo universo, ainda que amador. Não só chamou a atenção pela sua frase, como também pela sua plasticidade: as cores, a textura das pinceladas e os aglomerados de tinta seca nas arestas. É, como tal, a prova inicial da pesquisa que tem vindo a acontecer nos últimos anos, ainda que de forma inconsciente.

A Figura 50, já em contexto académico, em novembro de 2023, na Avenida Fernão de Magalhães, foi gerada durante a pesquisa e investigação de autocolantes habitantes da zona do Bonfim. Documenta não só dois tipos diferentes de autocolantes que podemos encontrar (pictóricos ou tipográficos), como também diferentes estilos que uma identidade pode ter: puramente ilustrativo ou informativo.

Evidenciais

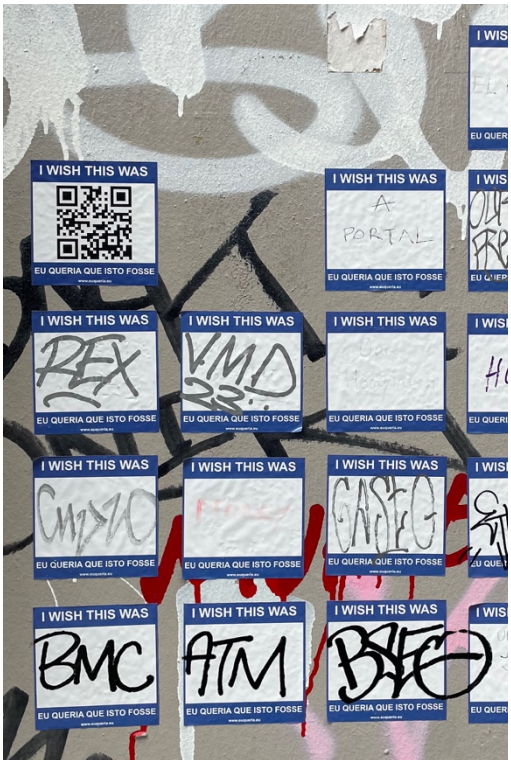




Figura 51 – Autor não identificado | junho de 2023 (à esquerda)
Figura 52 – Anónimo | junho de 2023 (à direita)

A Figura 51, captada em junho de 2023 na Rua de Sá de Noronha, trata-se de uma instalação na fachada de uma casa entaipada. O projeto tem o nome de *Eu queria* e é inspirado no trabalho de Candy Chang, *I wish*, cuja premissa é colocar autocolantes em casas abandonadas e convidar os transeuntes a escrever neles o que desejavam que aquele espaço fosse. Algumas respostas são: “dinheiro”, “ATM”, “um portal”, “a nossa lua-de-mel”, “a nossa liberdade”, “casa”, “um jardim”.

Para esta função destaca-se também a Figura 52, fotografada a junho de 2023 na Rua Latino Coelho, que ilustra a temática de caráter e intervenção político-social. Foram encontrados outros exemplares e todos partilham o mesmo fundo vermelho, grafismo “amador” com o texto escrito à mão e mensagens com discursos contra o capitalismo, estado, governo, patriotismo, consumismo e globalização.

Evocação/Expressão

A Figura 51 pode ser igualmente considerada uma imagem com características de evocação/expressão, pois inicia uma conversa direta entre o observador e a temática em questão, no sentido de despoletar uma discussão sobre o turismo e gentrificação da baixa do Porto.

Outros exemplos de imagens de evocação são os seguintes:





Figura 53 – Anónimo | outubro de 2023 (à esquerda)
Figura 54 – Anónimo | setembro de 2023 (à direita)

Possivelmente um dos formatos de autocolante mais popular, "*Hello my name is*" é um tipo de autocolante utilizado em diversos eventos socias para se identificar facilmente uma pessoa. No meio da *street art* é utilizado para *tagging* de forma mais subtil que o *graffiti* (Clough, 2011), sendo possível afixá-lo em zonas movimentadas sem incómodos de transporte de materiais e horários noturnos. Tal como a Figura 51, a Figura 53 convida o transeunte a parar e a "marcar" o autocolante, interagindo diretamente com este, não sendo obrigatório uma assinatura e podendo escrever ou desenhar nele o que se quiser.

Já a Figura 54 apela a uma perceção pessoal por parte do observador. A palavra que se "ouve" pode diferenciar consoante a disposição do observador ou tornar-se numa espécie de jogo de adivinhas.

Icónicas



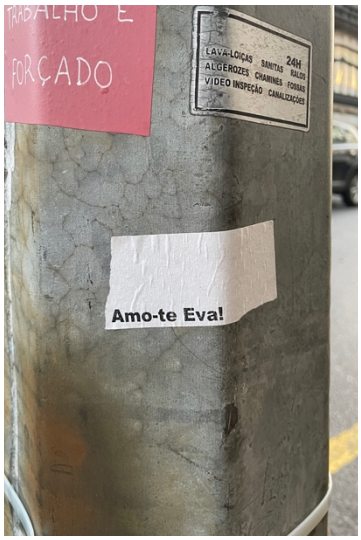




Figura 08 – Anónimo | janeiro de 2023 (à esquerda)
Figura 55 – Anónimo | outubro de 2023 (ao centro)
Figura 56 – Anónimo | dezembro de 2023 (à direita)







Figura 03 – Sheperd Fairey | janeiro de 2024 (à esquerda)
Figura 57 – Sheperd Fairey | janeiro de 2023 (ao centro)
Figura 58 – Sheperd Fairey | dezembro de 2023 (à direita)

Independentemente da sua origem, é certo que quem anda pela rua já se tenha deparado com um ou dois autocolantes com o texto “Amo-te Cristina” (Figura 08). A sua popularidade deve-se ao facto da sua repetição vasta por inúmeras ruas do Porto, o que proporciona uma maior notoriedade por parte dos transeuntes, que levantam questões sobre a sua autoria, origem e mensagem em si. Pode supor-se que provém da cultura

pop portuguesa: um vídeo no qual um homem declara o seu amor em cima de uma laranjeira; outros dizem ser uma coletiva; pode ainda interpretar-se como alguém que simplesmente quer passar uma mensagem de amor (ao próximo) para que, quem a leia, possa ser a "Cristina". Quase que por "osmose", este espécime propagou-se e enraizou-se na cidade, encontram-se exemplares de cano em cano, de poste em poste e por vezes mais que um na mesma superfície. Tornaram-se uma voz na cidade, pode até dizer-se que é um *ícone* da *street art* do Porto, e conseguiram alcançar o que muitas obras da *street art* não conseguem: uma resposta. Ficaram tão populares que houve quem não conseguisse ficar-lhes indiferente e sentiu necessidade de lhes responder, sob forma de autocolante e azulejo.

Os autocolantes de Shepard Fairey são provavelmente os mais populares e reconhecidos de todos. O *stencil* e autocolantes criados por Sheperd Fairey, a partir de uma fotografia de André the Giant, ganharam reconhecimento e multiplicaram-se por grandes cidades ocidentais, levando a que este design se tornasse um ícone da *street art*, desde os anos 1990 até hoje (Alvelos, 2003).

As Figuras 03 e 57[11] aparentam não ter pontos em comum com as de "Amo-te Cristina", contudo ambas são "vítimas" de um fator fenomenológico devido à sua popularidade: outras pessoas e artistas apropriaram-se do seu design e mensagem e começaram a produzir a suas próprias variações (Figuras 55, 56 e 58).

[11] Descreve-se o autor destes autocolantes como "anónimo" ainda que se saiba que o trabalho original é da autoria de Fairey, pois não é possível confirmar que os autocolantes são genuínos/autênticos.



Figura 59 – Anónimo | maio de 2023

3.4. Output – Publicação *Cola Descola*

Como referido no capítulo da Metodologia, a fase inicial de desenvolvimento deste projeto gerou uma produção fotográfica que agora é aplicada numa publicação, onde uma seleção de 401 imagens foi agrupada por categorias, de forma a conseguir dar um pouco de organização a este universo tão caótico.

Como referido anteriormente, há quem prefira fazer essa recolha digitalmente, consolidando todas as imagens captadas num blog ou website. Para além de ser de rápido acesso ao público alvo, também permite que sejam facilmente adicionadas novas imagens. No entanto, esses domínios não são fáceis de encontrar e o primeiro "instinto" dos motores de busca é oferecer sugestões consumistas de negócios que vendem e produzem autocolantes (sem indícios de partilharem do interesse pela *street art*). Parece que só quem está dentro do meio é que sabe onde encontrar tais blogs e websites.

Entende-se, também, que os autocolantes são efémeros, sujeitos a fatores externos que lhes encurtam a longevidade. Ao fotografá-los e imprimi-los numa publicação cria-se um paradoxo entre deixar que o objeto siga o seu propósito e uma tentativa de imortalizá-lo e preservar a sua memória.

Como é impossível registar todos os exemplares espalhados por todas as zonas da cidade ao mesmo tempo, sem que um seja retirado ou um novo acrescentado, em nenhum instante o universo vai estar estagnado, portanto, tal como a publicação, há que aceitar quando parar para efeitos de conclusão do projeto. O *output* materializa-se, então, sob forma de publicação que reflete as imagens recolhidas ao longo de cerca de ano e meio (nov. 2022 – jan. 2023 e abril 2023 – jul. 2024).

Atendendo ao facto de que uma publicação está limitada pelo número de páginas, cada vez que se quiser acrescentar novas imagens requer-se uma edição prévia e nova impressão. Para muitos poderá não ser a opção mais acertada, porém, para os efeitos deste relatório perpetuamente inacabado, esta solução é o que o complementa melhor. E sendo os autocolantes feitos de "papel", fez sentido que o output também fosse de papel, palpável como o universo.

3.4.1. Desenvolvimento

Roçando um pouco na ideia de uma caderneta de cromos, quis-se criar um livro onde se pudesse expor as imagens recolhidas por categorias. Atribui-se o nome *Cola Descola* à publicação, no sentido literal da ação de colar e descolar que acontece na afixação ou remoção de um autocolante.

Formaram-se 7 categorias para organizar as imagens recolhidas:

- "*Tattoos* e *piercings*", exatamente o que o nome indica, são estúdios e lojas de profissionais que publicitam o seu negócio através deste meio;
- "Artistas independentes" são *freelancers*, músicos e *street artists* que usam os autocolantes para dar a conhecer as suas diversas vertentes de trabalho;

- As imagens constantes da categoria “Negócios” representam o comércio alimentar, doméstico, estético, hotelaria, têxtil e estúdios/escolas de design;
- A categoria “Diversos” existe para albergar nela exemplares cujas quantidades não eram suficientes constituírem uma categoria individual;
- “De Caráter ou Intervenção Político-sociais” são os autocolantes que têm algo a manifestar e comentar;
- “Não identificados” é a categoria dos autocolantes que não estão assinados, ou que não foi possível de identificar através do texto presente neles;
- Por fim, a categoria “Amo-te Cristina” é uma categoria “bónus” para comprovar a grande quantidade de exemplares deste autocolante presente na rua – a maioria das fotografias deste capítulo não foram propositadamente captadas, o autocolante apenas se encontrava na mesma superfície que o foco principal.

A escolha de *layout* foi muito clara desde o princípio. Criaram-se capítulos para uma melhor compreensão das “famílias” de temas encontrados e agruparam-se as imagens de forma visualmente apelativa: por cor, autor e temática. Cada capítulo abriria com uma imagem de destaque e uma pequena descrição sobre o autor do autocolante por baixo. Na página ao lado, encontrar-se-ia uma grelha de 3x3 onde, no canto inferior direito, estaria uma segunda caixa de texto identificando os respetivos autores de cada autocolante. Esta ideia foi rapidamente descartada devido ao facto de não ser possível fazê-lo para todos os exemplares, tornando a sua correspondência confusa.

Realizaram-se testes de impressão para averiguar que tamanho se adequava melhor ao *layout* trabalhado. No caso da Figura 60, conseguiu-se perceber que o tamanho A4 não seria apropriado, pois a imagem à esquerda ficaria desproporcional em relação às imagens da página direita. Já a Figura 61 apresenta uma questão recorrente na paginação do livro. Como os capítulos não têm todos o mesmo número de fotografias, à medida que se categorizavam mais espécimes, muitas vezes a última página parecia incompleta. Isto abriu espaço para questões como: procurar mais autocolantes com aquele tema para completar a grelha? Deixar incompleto? Incluir repetições do mesmo autocolante (encontrados noutros lugares) para ocupar as vagas que faltam?

Realizaram-se estudos noutros tamanhos de impressão, como A5, que tornava o livro um pouco mais compacto, “acolhia” melhor, na folha, os separadores e autocolantes de destaque mas, por consequência, deixava as restantes imagens demasiado pequenas (Figura 62, 63 e 64). Para tentar acomodar todos estes detalhes, experimentou-se paginar o livro em diferentes tamanhos, para que se favorecessem melhor as fotografias tiradas, criaram-se novas versões de separadores e capa (Figuras 65-68).





Figura 60 – Teste de impressão preto e branco, A4 (em cima)
Figura 61 – Indecisões de paginação, A4 e A5 (em baixo)





Figura 62 – Teste de impressão preto e branco, A4 (em cima)
Figura 63 – Indecisões de paginação, A4 e A5 (em baixo)

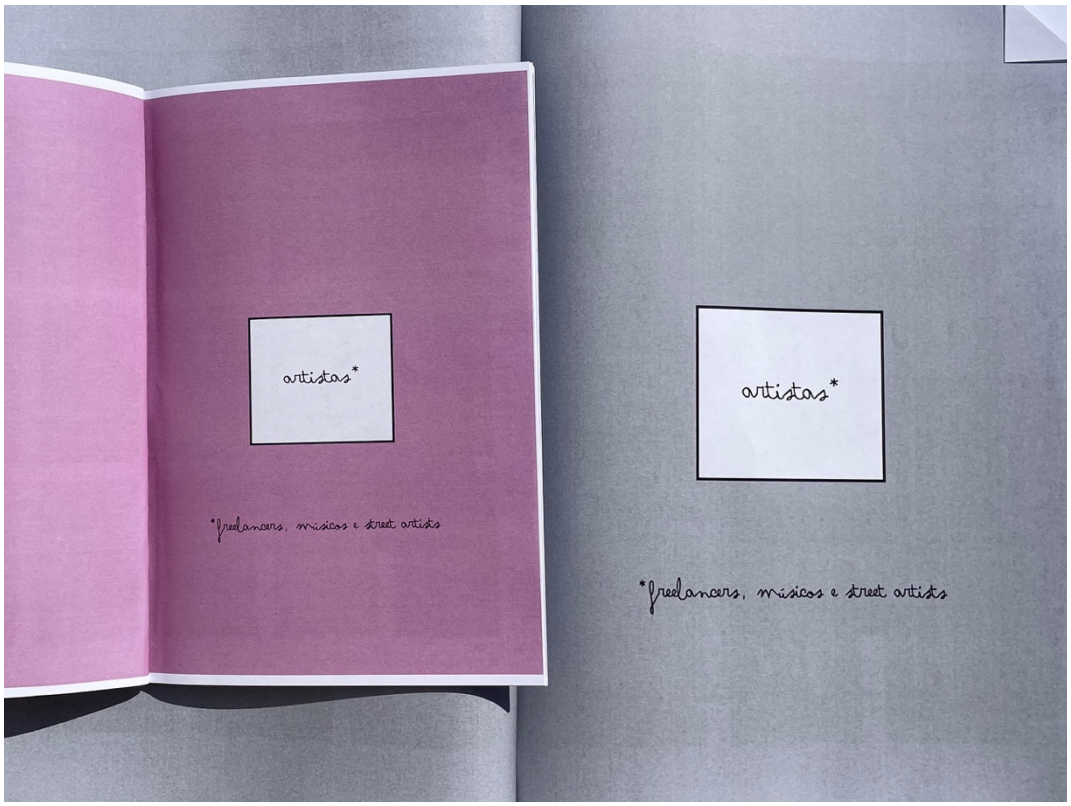




Figura 64 – Separadores A4 e A5 (em cima)
Figura 65 – Novos testes de separadores (em baixo)



Figura 66 – Testes de tamanho e capa:
24x18cm (C.S.E.)
23x16cm (C.S.D.)
A5 (em baixo)





Figura 67 – Teste de grelha, 2x2 (em cima)
Figura 68 – Apresentação de imagens individualmente (em baixo)

Versão final

Após novas considerações sobre leitura e correlação com o tema em mãos, decidiu-se que a melhor solução seria optar pelo formato 23x16cm e pela utilização intercalada da grelha 2x2 e de imagens em destaque (individuais), o que atribuiu dinamismo à folheação das páginas. Sem seguir uma ordem ou padrão específicos, foram-se agrupando imagens através de exercícios de associação: por cores, formas, tema, autor, estética, entre outros. Por fim, tornaram-se a fazer estudos de capa e separadores de capítulos, desta vez utilizando "recortes" de letras para formar as palavras pretendidas, como uma espécie de colagem (Figuras 72).

O resultado final deste projeto é um catálogo dinâmico através de uma grelha sóbria e que, ao mesmo tempo, não restringe a diversidade e a energia transmitida pelos autocolantes, e cria harmonia entre as próprias fotografias (o seu enquadramento, a superfície onde se encontram e o fundo).





Figura 69 – Capa final (à esquerda)
Figura 70 – Contracapa final (à direita)





Figura 71 – Guardas (em cima)
Figura 72 – Exemplar de separador final (em baixo)





Figura 73 – Miolo com grelha 2x2 (em cima)
Figura 74 – Miolo com imagens de destaque (em baixo)

3.4.2. Processo de identificação

Durante o momento de investigação e escrita, a meta principal foi interpretar o universo dos autocolantes de rua sem a preocupação de verificar a autoria destes, pois isso não altera o resultado final, que é a resposta à questão de investigação. No entanto, existe e permanece uma vontade de desvendar o mistério da autoria, como uma necessidade de conclusão. Seja porque se admira e deseja conhecer mais o trabalho do *writer*, seja para fazer correspondência com outros exemplares que poderão ser do mesmo autor, seja ainda para pôr um nome numa cara anónima.

A questão de autoria depende da finalidade da afixação dos autocolantes. Se um autocolante for de caráter comercial, este terá agregado a ele o nome do estabelecimento, mas se o seu propósito for de intervenção social, muitas vezes os *writers* poderão optar pelo anonimato para que a sua afirmação não seja associada a uma só pessoa, mas para que fale em nome de um coletivo que partilhe da mesma visão/opinião.

É um processo que despende muito tempo, mas que se torna relativamente simples graças a "assinaturas" como *usernames* (de Instagram), QR Codes e websites (Fig. 75). Muitos podem ainda ser identificados graças a um *slogan* ou ao próprio texto escrito nele. Contudo, a sua leitura por vezes é difícil devido ao desgaste do material, tentativa de remoção e obstrução, como é o caso da Figura 76.





Figura 75 – leafcotours.com | janeiro de 2023 (à esquerda)
Figura 76 – Autor não identificado | novembro de 2022 (à direita)

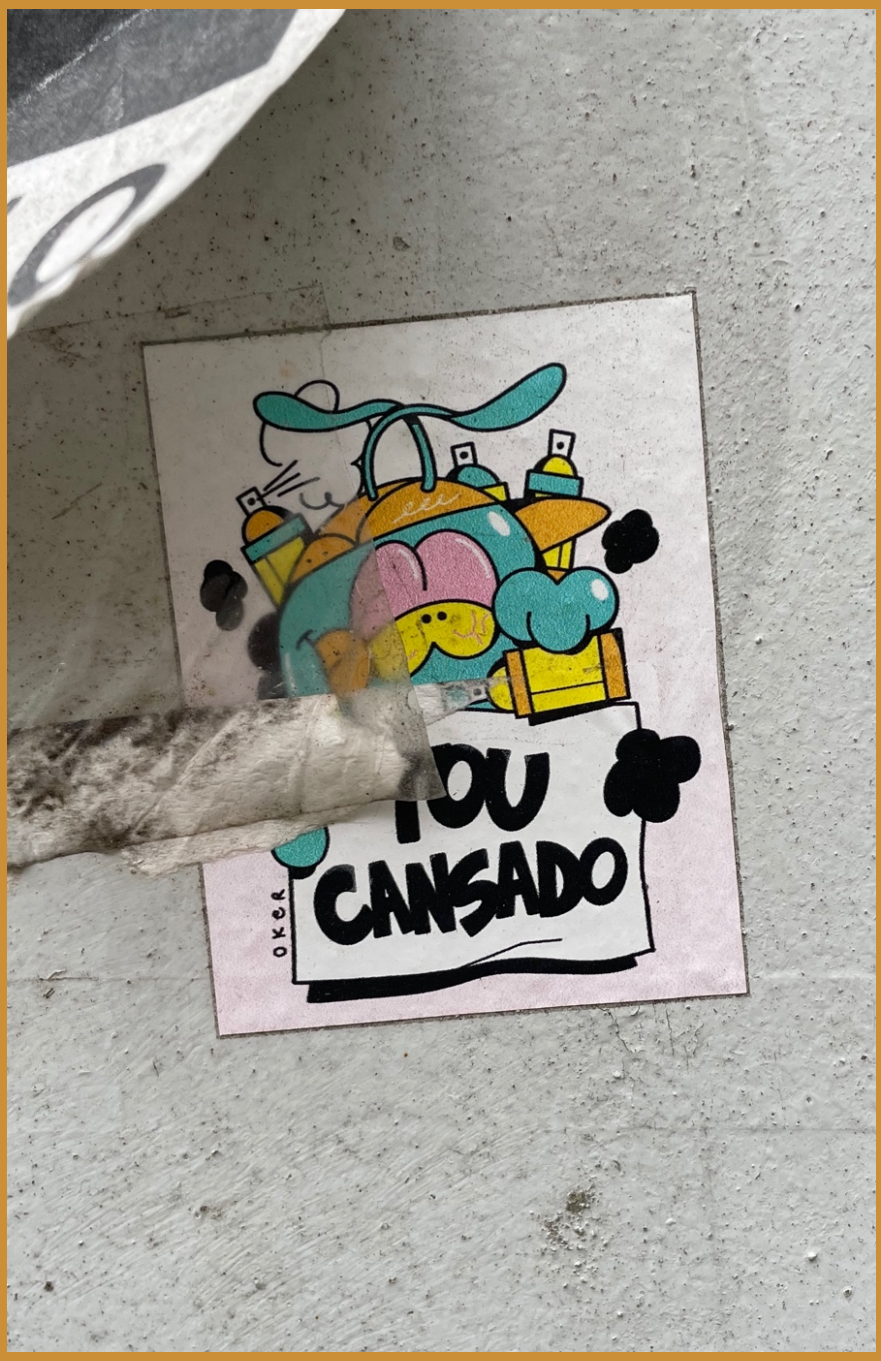


Figura 77 – @okerland | novembro de 2024

4. CONCLUSÃO

Para a dar resposta à questão "O que nos comunicam os autocolantes de rua?" é necessário fazer trabalho de campo, familiarizar-se com a cidade e as suas ruas. Envolver-se no espaço público e deixar-se afetar pelo que vai sendo sussurrado a cada passo, pois cada autocolante pode contar histórias do mundo, da zona em que se encontra ou até da pessoa que o afixou (mesmo que anónima).

Os autocolantes comunicam-nos que a cidade está viva! Que esta está sempre em constante mudança e expansão.

Declaram a presença de todo o tipo de pessoas, provenientes de percursos da vida diferentes e de minorias (quer de grupos sociais ou negócios independentes, defensores de certos valores, ideias, pensamentos e opiniões, ativistas de direitos humanos e animais). Também comunicam a sua própria presença no mundo, que vai além do seu tamanho, exigem atenção. Por isso, é necessário fazer mais estudos sobre o papel que ocupam na sociedade, ainda que pequeno e dentro de um meio "underground".

Os autocolantes são um símbolo de uma (sub)cultura, aparentemente marginal, e, contraditoriamente, são cada vez mais utilizados no meio publicitário capitalista. A realidade é que há algo apelativo neles: a sua materialidade possibilita que sejam produzidos, carregados e distribuídos facilmente; a liberdade publicitária que os permite serem afixados em locais movimentados, sem burocracias e sem necessidade de suportes ou materiais específicos; a sua eficácia comunicativa possibilita uma transmissão eficaz de ideias e proporciona um relacionamento rápido/direto com os transeuntes; e, por fim, a sua estética, que é um fator chave para o seu destaque.

O paradoxo entre a sua materialidade efémera e a sua imortalização por via da fotografia reflete uma necessidade, compulsiva ou teimosa, de conservar uma memória antes que desapareça e não permitir que esta seja esquecida, num esforço para preservar história da cidade, da arte e do ativismo.

É necessário reforçar a necessidade de questionar o que se vê pelas paredes da cidade. O aparente caos comunicativo das imagens, em muitos casos, não passa disso, é aparente. Muitas imagens destacam-se pela sua eficácia comunicativa, ainda que provenientes de um autor com ou sem formação, e pela facilidade com que elas atingem o seu "alvo" (Paranhos, 2015). Quase sempre, o produto final apresentado é apenas uma pequena parcela do conjunto "total" recolhido e, mesmo na sua totalidade, apenas compõe *uma incipiente amostra da incomensurável dimensão do objecto de estudo* (Paranhos, 2015). O mesmo se aplica a este relatório e ao universo dos autocolantes, pois existe paradoxo entre um trabalho aparentemente finalizado mas nunca totalmente completo. Este universo é tão caótico e indomável que é impossível ter uma perceção total dos espécimes existentes.

4.1. Dificuldades encontradas

Durante o desenvolvimento deste relatório foram-se superando dificuldades e problemas, mencionados ao longo do documento. Um dos principais foi a pouca informação disponível sobre o tema específico desta investigação. A maioria das referências encontradas sobre *street art* eram frequentemente sobre *graffiti*, em específico. Embora os autocolantes, tal como o *graffiti*, estejam dentro do tema da "mãe", a *street art*, é de pouca pertinência falar sobre sua a origem e das restantes vertentes. Artigos e dissertações encontrados contendo informação sobre autocolantes muitas vezes ofereciam somente um ou dois parágrafos sobre a sua existência histórica, tornando a informação disponível escassa e redundante, o que tornou um pouco complicado escrever a revisão de literatura sem que esta se tornasse repetitiva.

Afunilar e escolher um tema específico a investigar/aprofundar também se tornou mais difícil que o esperado, pois o universo é muito vasto, os temas são muito dispares e, ao mesmo tempo, facilmente interligáveis. A catalogação de todo o universo, ou aprofundamento do conhecimento sobre cada micro ecossistema/categoria, em apenas um ano, torna-se pouco prático quando a área de estudo é tão extensa e em constante expansão, extinção e renovação, como a dos autocolantes.

4.2. Desenvolvimentos futuros

Sticker Movie



Figura 78 – *Sticker Movie* (Logo)
Fonte: www.stickermovie.com

Como referido no capítulo de Revisão de Literatura e Estado da Arte, em 2021 começou a produção de um documentário sobre a subcultura dos autocolantes, com a sua estreia em 2023, em Portland. O documentário tem sido exibido em várias cidades da Europa e dos Estados Unidos desde então, e durante a escrita deste relatório foram trocadas mensagens com a equipa, num esforço para que este também seja exibido em salas de cinema na cidade do Porto. Aquando da escrita deste capítulo, ainda não há datas previstas para a sua estreia em Portugal, mas espera-se o seu visionamento em breve!

Output - Exposição Cola Descola

No capítulo da Introdução, assinala-se um dos outputs ambicionados para este trabalho: a realização de uma exposição, a inaugurar no dia 16 de setembro de 2024 na Galeria Cozinha, na Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto.

A exposição permanecerá aberta ao público até 20 de setembro de 2024, onde será exibida a publicação Cola Descola e um exercício de reenquadramento fotográfico realizado na fase embrionária do projeto - projetando detalhes e pormenores das imagens captadas.

A par da publicação e projeção, tenciona-se, também, criar uma linha de autocolantes pictóricos e de escrita manuais coloridos para que os visitantes possam levar consigo. Pretende-se usar frases, palavras-chave e slogans, bem como desenhos simples e cómicos, para que estes se relacionem mais facilmente com os visitantes. Espera-se que esses autocolantes comuniquem com o leitor, conduzindo as pessoas a interagir com o universo de alguma forma (quer seja a realizar "tarefas" que o autocolante peça ou que notem neles já afixados devido às suas cores contrastantes).

Autocolantes pelo mundo





Figura 79 – @animadissima.collages, Porto | setembro de 2023 (à esquerda)
Figura 80 – @animadissima.collages, Paris | novembro de 2023 (à direita)

O gosto pelos autocolantes é algo contagioso e, neste caso particular, viciante. Mesmo após concluída a fase de recolha de exemplares para fins académicos, a observação e registo de autocolantes permaneceu. Inevitavelmente passou a ser uma rotina (que se contruiu de forma orgânica) que se manifestou pela necessidade de memorizar e imortalizar os autocolantes que se viam. Desenvolveu-se o hábito de fotografá-los onde quer que se fosse: Porto, outras localidades e no estrangeiro. O resultou foi a criação de uma pasta, secundária, de autocolantes pelo mundo, colecionando originais e repetidos (Fig. 79 e 80).

Os autocolantes passaram a fazer parte da paisagem, tão importantes como edifícios arquitetónicos ou outros pontos de referência (Fig. 81-84). Tornou-se difícil sair à rua e não procurá-los. Subconscientemente, a vontade de os registar permaneceu, o que só enriqueceu as experiências vivenciadas e permitiu ganhar uma visão mais aprofundada sobre a cultura dos outros países e de quem por lá passa.

No decorrer da investigação, também foram tidas conversas com terceiros sobre o tema dos autocolantes. Estes, aos poucos e de livre vontade, começaram a captar as suas próprias fotografias. Comentaram e partilharam imagens captadas de autocolantes que lhes tinham chamado a atenção, cativados pela cor, grafismo ou mensagem. Daí surgiu necessidade de deixar claro o poder que a palavra tem em casos como este. Bastou iniciar uma conversa sobre o tema para despertar a mente das pessoas para este universo, até então silencioso.

Este impacto deixa a porta aberta para a possível elaboração de um segundo volume, tratando de investigar a nova relação dos transeuntes com os autocolantes, a captação de novas imagens por outras cidades e até países, resultando na criação de uma nova compilação exibindo essas imagens (Fig. 85-88, por exemplo).





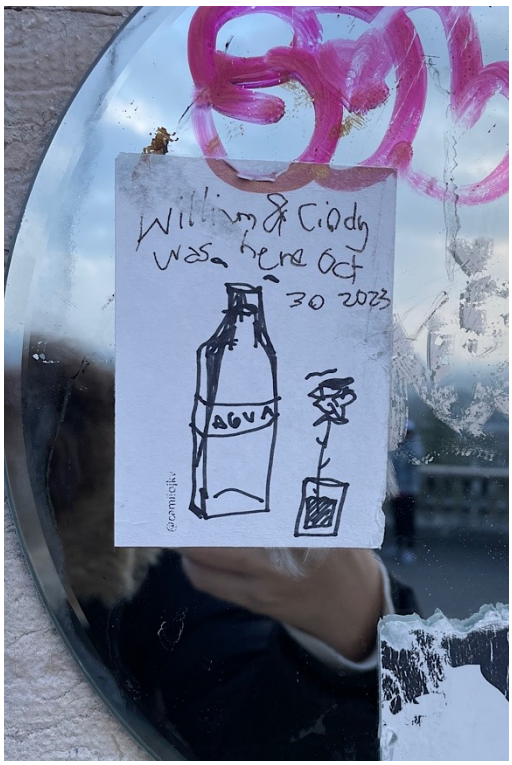




Figura 81 – Vila Nova de Cerveira | agosto de 2023 (C.S.E.)
Figura 82 – Baiona | agosto de 2023 (C.S.D.)
Figura 83 – Paris | novembro de 2023 (C.S.E.)
Figura 84 – Paris | dezembro de 2023 (C.S.D.)







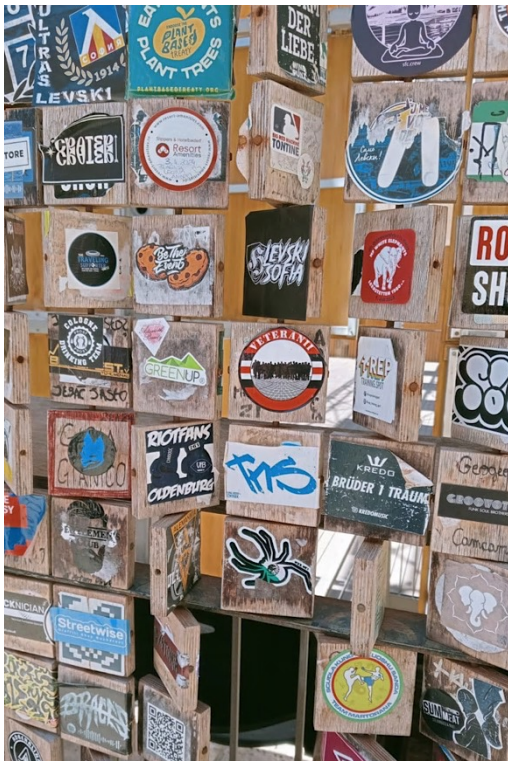


Figura 85 – Porto | maio de 2024 (C.S.E.)
Figura 86 – Haro | junho de 2024 (C.S.D.)
Figura 87 – Barcelona | maio de 2024 (C.S.E.)
Figura 88 – Valeta | abril de 2024 (C.S.D.)
Fotografias de Inês Moreira, Rui Ferreira, Filipa César e Ana Castro, respetivamente.

Projetos ambicionados

Num futuro próximo, espera-se a criação e distribuição de uma linha própria de autocolantes pela cidade, passando a fazer parte do meio e tornar-se, possivelmente, parte do objeto de estudo. A partir daí, poderá ser iniciado um novo estudo com o intuito de contactar artistas para perceber a sua perspetiva e relação com o meio, acompanhado de uma recolha de dados sobre o nível de conhecimento dos transeuntes acerca do universo. Através de questionários e entrevistas, compreender-se-ia que tipo de relação têm com *street art*, como interagem com ela e que imagens e nomes reconhecem.

Um pouco à base do *website* do Museu HATCH, pondera-se, também, iniciar um projeto colaborativo para a criação de uma plataforma. Esta será dedicada à partilha de imagens autocolantes, onde qualquer pessoa poderá fazer *upload* das suas próprias fotografias, tiradas em qualquer parte do mundo (devidamente catalogadas por localização), e poder apreciar as de outras pessoas, noutras ruas, vilas, cidades, países.

Convite

Nas palavras de Hannah Awcock (2021): "*We need to know more about how people respond to stickers in public space. How many people notice them? How many stop and read them? How many reflect on the messages they convey? How many are actually persuaded by them?*"[12]. Além disso, qual é a sua presença em África, América do Sul e Ásia? Como é a sua relação com os autocolantes? Os estudos encontrados não indicaram nenhum tipo de informação, o que levanta questões sobre como é que essas culturas experienciam e interagem com eles.

Há muito a ser dito e explicado sobre o universo dos autocolantes que não foi possível investigar no ano letivo 2023-2024, por isso deixa-se um convite aberto, ao leitor e a quem puder interessar, para a continuação deste estudo. Este meio de comunicação omnipresente continua a ser "esquecido" nos estudos académicos e é necessário contrariar isso. Quem tiver interesse nas áreas do ativismo, design gráfico, arte e espaço público, antropologia, sociologia, engenharia (de materiais) e direito, por exemplo, poderá ter mais em comum com este tema do que julga.

[12] "Precisamos de saber mais sobre como as pessoas respondem aos autocolantes, no espaço público. Quantas pessoas reparam neles? Quantas param e leem? Quantas refletem sobre as mensagens que eles transmitem? Quantas são realmente persuadidas por eles?" (tradução da autora).



Figura 89 – Anónimo | novembro de 2023

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Alvelos, H. (2003). *The fabrication of authenticity: Graffiti beyond subculture* [Tese de doutoramento não publicada]. Royal College of Art, Reino Unido.

Amaro, H. & FNAC (2022). Eu Estive Lá: Bilhetes de Concertos em Portugal. Lisboa, Portugal. Editora Tinta-Da-China

Awcock, H. (2021). Stickin' it to the man: The geographies of protest stickers. *Area*, *53*(3), 522-530. https://doi.org/10.1111/area.12720

Barbosa, I. (2021). O ruído que brota dos muros do porto: Ensaio visual sobre o direito à habitação. *Iluminuras*, *22*(56). https://doi.org/10.22456/1984-1191.115484

Castro, A. L. (2014). *Arte urbana: Estudo exploratório da sua relação com as cidades e proposta de projeto prático para o Porto* [Dissertação de mestrado, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto]. Repositório Aberto da UPorto. https://hdl.handle.net/10216/78051

Castro, R. D. (2019). *Paredes do Porto: Um estudo taxonómico sobre as frases de Porto Alegre e do Porto* [Dissertação de mestrado, Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto]. Repositório Aberto UPorto. https://hdl.handle.net/10216/124685

Chang, C. (2010). *I wish this was*. https://candychang.com/work/i-wish-this-was/

Clough, A. (2011). *Combating urban disengagement? Stickers as a form of street art* [Dissertação de mestrado, University College London]. UCL Anthropology Working Papers Series, Working Paper No. 09/2011. https://www.ucl.ac.uk/anthropology/research/working-papers/working-paper-no-092011

Fernandes, R. (2022). *Percursos Urbanos como práticas curatoriais insurgentes: Uma análise sobre Campanhã* [Dissertação de mestrado, Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto]. Repositório Aberto UPorto. https://hdl.handle.net/10216/145882

Lei n.º 61/2013, de 23 de agosto. Estabelece o regime aplicável aos grafitos, afixações, picotagem e outras formas de alteração, ainda que temporária, das caraterísticas originais de superfícies exteriores de edifícios, pavimentos, passeios, muros e outras infraestruturas. Diário da República, 1.ª Série, Nº 162, de 2013-08-23, pp. 5090-5092. https://diariodarepublica.pt/dr/analise-juridica/lei/61-2013-499057

Lima, T. (2023, 10 de fevereiro). *Amo-te, Cristina*. Passeio. https://www.passeio.pt/galeria/amo-te-cristina/

Medeiros, D. (Org.). (2018). *TTSSS... a grande arte da pixação em São Paulo, Brasil*. Editora Clara.

Monteiro, R. (2017, 7 de novembro). *Os "stickers" colaram e vão inspirar um leilão solidário no Porto*. PÚBLICO. https://www.publico.pt/2017/11/07/p3/noticia/os-stickers-colaram-e-vao-inspirar-um-leilao-solidario-no-porto-1828904

Paranhos, A. (2015). *Não se apaga o quotidiano! Pedagogia de comunicação, percepção e literacia para cidadãos comuns* [Dissertação de mestrado, Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto]. Repositório Aberto da UPorto. https://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/81398

Pereira, J. P. (2022, 9 de janeiro). Eleições legislativas de 2022: PCP: Porto: "A culpa é do PCP". Ephemera – Biblioteca e Arquivo de José Pacheco Pereira. https://ephemerajpp.com/2022/01/09/eleicoes-legislativas-de-2022-pcp-porto-a-culpa-e-do-pcp/

Pereira, J. P. (2024, 14 de fevereiro). *Filho bastardo*. Ephemera – Biblioteca e Arquivo de José Pacheco Pereira. https://ephemerajpp.com/2021/08/02/filho-bastardo/

Pereira, M. G. (2018). *Determinação de Indicadores de Limpeza Urbana.* [Dissertação de mestrado, Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto]. Repositório Aberto da UPorto. https://hdl.handle.net/10216/115359

Rodrigues, L. J. (2010). *Sticker: Colando idéias* [Dissertação de mestrado, Universidade Estadual Paulista]. Repositório Institucional UNESP. https://repositorio.unesp.br/handle/11449/86941

Senos, R. J. (2014). Repensar a educação visual: Falando de contemporaneidade: O propósito da literacia visual. [Dissertação de mestrado, Universidade de Aveiro]. RIA – Repositório Institucional. http://hdl.handle.net/10773/14757

Visgø, O. (2010). Extremist stickers: Epideictic rhetoric, political marketing, and tribal demarcation. *Journal of Visual Literacy*, *29*(1), 28-46. https://doi.org/10.1080/23796529.2010.11674672

Websites

± maismenos ±. http://maismenos.net/

EPHEMERA - Biblioteca e arquivo de José Pacheco Pereira. https://ephemerajpp.com/

HATCH Sticker Museum Studio. https://hatchkingdom.com/

Sitcker Movie. https://stickermovie.com/

Slapstickers. https://slapstickers.org/

Stickerkitty. https://www.stickerkitty.org/

You Are Beautiful. https://you-are-beautiful.com/

APÊNDICES

APÊNDICE A – Exercícios de Associações













NESTE ESTADO LAICO
A IGREJA É QUEM
MAIS ORDENA
CASAS
E.M.R.C.
aedfbp


É MAIS FU
ENTRE MARIDO
E MULHER
METE-SE
A COLHER SEMPRE
QUE NECESSÁRIO


E.M.R.C.
aedfbp


VICIADO NA TINTA
.EKYONE.
É MAIS FU
ENTRE MARIDO
E MULHER
METE-SE
A COLHER SEMPRE
QUE NECESSÁRIO


Only Nasty 25


VICIADO NA TINTA
.EKYONE.
DA RESTAURAÇÃO
A DESCER?
PCP
@indigo.tattooer


Only Nasty 25


DA RESTAURAÇÃO
A DESCER?
PCP
@indigo.tattooer


DESENTUPIDOR
960 389 690
918 647 950


SABIAS QUE AS LÁGRIMAS LIBERTAM O CORPO DE HORMONAS DO STRESS ?
ATÉ PESTES TÊM ALMA


DESENTUPIDOR
960 389 690
918 647 950


LA PESTE ROSE
ATÉ PESTES TÊM ALMA


Linha Azul / He
226 1
linhaazul@
Seg a Se
Sá
Mon-Fri, 8
Sat, 9


LA PESTE ROSE
LUIS
123


SABIAS QUE AS LÁGRIMAS LIBERTAM O CORPO DE HORMONAS DO STRESS ?
Linha Azul / He
226 1
linhaazul@
Seg a Se
Sá
Mon-Fri, 8
Sat, 9


NOSE
TKL
LUIS
123


NOSE
TKL

TUNKS PIGS
HAVE A NICE DAY &
GO FUCK YOURSELF

CRIAR
PODER
OPULAR

ESTAMOS DE OLHO EM VOCÊ, JOSÉ


TUNKS PIGS
HAVE A NICE DAY &
GO FUCK YOURSELF

ÇÃO PR
SAFE ABORTION
WITH PILLS

ESTAMOS DE OLHO EM VOCÊ, JOSÉ


ORGULHO
TRIPEIRO

ÇÃO PR
SAFE ABORTION
WITH PILLS

TATTOO STUDIO &
ILLUSTRATION HUB
IN PORTO
FOLLOW US AT >>>
RE
VULVA
ÇÃO
AQUELES FERIAD
QUE PARECIAM
PERDIDOS VOLT

CRIAR
PODER
OPULAR

ORGULHO
TRIPEIRO

TOLDO

TATTOO STUDIO &
ILLUSTRATION HUB
IN PORTO
FOLLOW US AT >>>
RE
VULVA
ÇÃO
AQUELES FERIAD
QUE PARECIAM
PERDIDOS VOLT


TOLDO EFIC
vivas
vivas
muito
vivas
@vivasvivasmuitovivas


SIRI
BODY PIERCING


NÃO AO ASSÉDIO NAS RUAS
vivas
vivas
muito
vivas
@vivasvivasmuitovivas


JAM
CONNECTION
SIRI
BODY PIERCING


NÃO AO ASSÉDIO NAS RUAS
NINA
FERNANDE


JAM
CONNECTION
#BRUXOREGNER
TAROT E RITUAIS DE MAGIA
Afasta Rival e União de Casal


NINA
FERNANDE


#BRUXOREGNER
TAROT E RITUAIS DE MAGIA
Afasta Rival e União de Casal





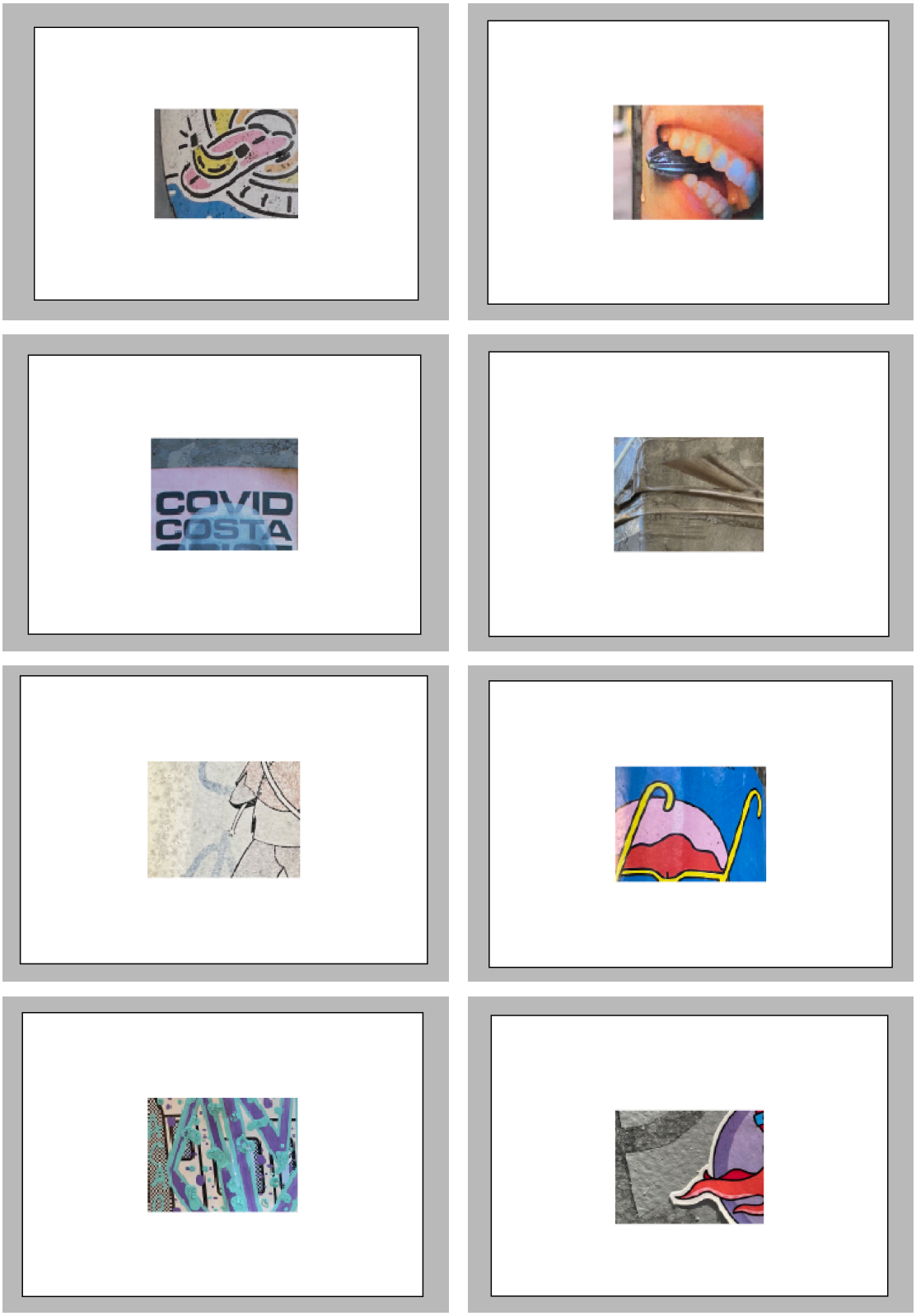



E O PORTO
JÁ NÃO SÃO
TRIPAS!

APÊNDICE B – Exercícios de Recorrências



APÊNDICE C – Exercícios de Reenquadramento



APÊNDICE D – Exercícios de Montagem

