

**UNIVERSIDADE DO PORTO**  
Faculdade de Belas Artes

# **STENCILARTE**

Investigação sobre o aparecimento e evolução da *stencil art* em Portugal

Pedro Miguel da Silva Guerreiro

Dissertação de Mestrado

Orientadores:

Heitor Alvelos

Adriano Rangel

Porto, 2009

## AGRADECIMENTOS:

Gostaria de agradecer à minha mãe pela ajuda que me deu na recta final de preparação da tese, na correcção do texto e na troca de ideias, e também à Bárbara, que me acompanhou sempre que tive que viajar para realizar alguma entrevista e apoiou ao longo do percurso.

Gostaria, ainda, de agradecer a todas as pessoas entrevistadas, pela sua disponibilidade e simpatia.

## ÍNDICE:

Agradecimentos	
Abreviaturas, siglas e sinais .....	3
Resumo (Português) .....	5
Abstract (Inglês) .....	5
Introdução .....	6
O que é o <i>stencil</i> ? .....	10
<i>Stencil street art</i> .....	10
Ponto de partida .....	12
Aparecimento e Evolução da <i>Street Art</i> em Portugal .....	13
Internet (como impulsionadora da <i>street art</i> ) .....	14
Referências já existentes do tema .....	14
Plano de Abordagem à investigação .....	15
Existe um reconhecimento real do que é <i>street art</i> ? .....	16
Como torná-la reconhecível? .....	18
Divulgação da <i>stencil arte</i> .....	18
Parcerias de trabalhos .....	19
O percurso das entrevistas aos artistas .....	20
Royal Fish Club .....	20
Maniaks .....	20
Bif, Pzt e Caos .....	21
Ego .....	21
Ace .....	22
Nemo, a <i>stencil art</i> chega a Portugal (1995) .....	22
Investigação No Sul de Portugal .....	22
Pariz e Rokat .....	23
Naxa .....	23
Evolução da <i>street art</i> nas últimas décadas .....	24
<i>Stencil Político</i> .....	25
Demonização do <i>graffiti</i> .....	26
<i>Street art</i> absorvida pela sociedade de consumo .....	27
Design e <i>Street art</i> .....	28
<i>Graffiti</i> corporativo .....	30
Introdução da arte de rua nas galerias .....	31
O “meu” espaço público .....	33
Poluição visual .....	35
Publicidade vs. <i>Street art</i> .....	36
Trabalho prático .....	37
Conclusão .....	38
Bibliografia .....	40

## ABREVIATURAS, SIGLAS E SINAIS:

CD – Compact Disc

DIY – Do it yourself

DMLU – Divisão Municipal de Limpeza Urbana

ESEB – Escola Superior de Educação de Beja

FBAUP – Faculdade de Belas Artes da Universidade do Porto

MADEP – Mestrado em Arte e Design de Espaço Público

MC – Mestre-de-cerimónias

MDI – Mestrado em Design de Imagem

NY – New York

VSP – Visual Street Performance

## RESUMO

O questionamento do que é arte, e dos critérios que permitam conferir a algo o estatuto de artístico, torna-se recorrente sempre que emerge uma nova forma de expressão. Nesse contexto, o *graffiti* e o *stencil* têm feito estremecer as regras e os cânones e tornam-se, para uns, o símbolo da rebeldia e inovação, enquanto, para outros, não passam de lixo visual que é imperioso limpar. Neste cruzamento de sensibilidades, o autor, assumindo-se como writer e como designer, centra a sua análise no stencil como expressão artística, procurando determinar-lhe a génese, compreender o alcance da sua actualidade e antecipar a sua trajectória. Recuando até aos murais de 1974, testemunhos de uma revolução profundamente ideológica e veículos de mensagem política, passando por intervenções solitárias e clandestinas nos anos 90 e 2000, a street art é recuperada pelo design e pela moda e Banksy é divulgado nos museus no final de 2009.

Estaremos, finalmente, perante a aceitação plena da street art e de uma sacralização que pode significar a sua decadência ou terá esta expressão suficientes recursos para se manter numa marginalidade que a alimenta e renova?

## ABSTRACT

The question of what is art and how can we define it, becomes of the most importance every time a new form of expression comes into place. So graffiti and stencil have been shaking the foundations in which people used to rely to label and define art. Graffiti becomes for some a symbol of rebellion and innovation, a point of renewal, but for others, graffiti is just visual noise which society must repel.

In this colliding worlds of beliefs, the author, puts himself in the perspective of a graffiti writer, and as a designer he focus his analysis in stencil as an art form and starts a quest into finding the birth of that art; the path which stencil has already walked; and also tries to take a glimpse of what the stencil art has yet to bring.

Beginning our journey in the murals of 1974, when people took in their own hands to make a revolution, in order to overthrow the government, and used stencils and graffiti as a powerful media to communicate through the walls. We travel through those following decades, as stencil was a tool of some independent groups to express themselves and a punk do it yourself tool, until our days as

we see Banksy going on to the museums and overtaking the people by assault with its powerful critiques and social awareness.

We are finally face to face with the embracing of street art as a contemporary art, but the price to pay for this acceptance won't be cheap. As it evolves and becomes more and more mainstream and institutionalized, street art walks to the edge of its own fall and degeneracy...or will it have the strength to sustain itself?

## INTRODUÇÃO

“O que faz de algo uma obra de arte é a sua capacidade para produzir um certo tipo de efeito no apreciador sensível em virtude da sua aparência “ (Nigel Warburton, in *O que é a Arte*, 2007)

A necessidade de criação artística está presente no ser humano desde os primórdios da sua existência, “At least 5,000 years ago, the Aboriginal peoples in Australia stenciled hands, boomerangs, and tomahawks onto rock faces by blowing colored ochre with their mouths (...)” (Josh MacPhee's in *Stencil Pirates*, 2004, intro,). A pré-história foi um período fértil de criação de pinturas rupestres, os homens faziam pinturas nas paredes das cavernas onde habitavam e o primeiro *stencil* a ser feito foi, por isso, também na pré-história.

Hoje em dia, os nomes “grafitados” nas paredes também têm um significado e nós, artistas pertencentes a esse meio, sabemos quem foi a pessoa ou o grupo de pessoas que esteve lá a pintar (*Art Worlds*, Becker, 1984). Sabemos distinguir um *stencil* de um *graffiti*, sabemos de quem são os autocolantes colados nos sinais de trânsito e os posters colados na parede. “Each mark is a reminder to those visually aware enough to notice that we were here as well as a code to other artists that passed through and how fresh the work is when that journey took place. Only the initiated know to whom these pseudonyms belong to.” (Christian Hundertmark in *Art Of Rebellion*, 2007, p.7)

O meu trabalho de mestrado foi tomando forma em torno de um projecto antigo no qual pensava há já algum tempo. Esse factor surge aliado também ao de eu pertencer ao denominado mundo da *street art*, pois um dos objectivos que tinha era o de divulgar o que fazíamos enquanto artistas de rua. Para além disso, interessava-me promover esta arte urbana e trazê-la mais para o seio da comunidade, desmistificá-la um pouco e esclarecê-la perante as pessoas. Como tem sido feito ao longo destes últimos anos, principalmente com o *graffiti*, sentia que as restantes vertentes da *street art* passavam um pouco esquecidas e negligenciadas aos olhos das pessoas. Quis descobrir o porquê desse facto e aproveitei este ano para poder dar forma a essa ideia. Achei que este trabalho também seria importante no sentido de descobrir um pouco mais sobre a *street art* portuguesa. Com efeito, apesar de, no campo do *graffiti*, existirem actualmente algumas iniciativas de divulgação, debates, artigos, tertúlias, no resto das áreas da *street art* isso ainda praticamente não

acontece. A provável causa desse facto será a de que a *street art* se introduziu na comunidade portuguesa muito recentemente, a partir do ano 2002. (conclusão a que se chega após análise das várias entrevistas feitas aos artistas, disponíveis para consulta em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)).

O trabalho, inicialmente, propôs-se servir de plataforma de lançamento e divulgação do trabalho de alguns artistas nacionais de *street art*, assim como também investigar a introdução e evolução do conceito de *graffiti* para o conceito de pós-*graffiti* no âmbito nacional e de *stencil* para *stencil arte*. Para além disso, pretendia criar um traçado histórico e cronológico desde o aparecimento de técnicas idênticas à da *street art*, usadas noutros contextos distintos, como o caso dos murais do 25 de Abril de 1974, que incorporam em si *stencils* de caras e letras (ver vídeo “CAPÍTULO 2 - PERCURSO HISTÓRICO” em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)).

Com esta pesquisa histórica procurei também distinguir quais os pioneiros da *street art* e quais os que marcaram a diferença dentro dela. Tal pesquisa foi possível, porque, apesar do início do *graffiti* se ter verificado nos anos 70 em Nova Iorque, a sua passagem para a Europa acontece mais tarde e a consequente evolução do fenómeno *graffiti* para *street art* em Portugal foi ainda mais tardia, o que faz com que todos, ou quase todos, os artistas impulsionadores sejam nossos contemporâneos.

Klash\_013 fala na sua entrevista deste aparecimento da *street art*: “e quando ele (o *graffiti*) começou nos Estado Unidos nos anos 70, anos 80, quando começa o *boom*, demorou imenso tempo a chegar a Portugal, e tipo, a começares a ver nas ruas e começar a haver uma consciência do que é isto do *graffiti*. *Street art* começas a ver que em 2000 começa a aparecer, 2001, 2002...” (transcrito da entrevista de Klash\_013 no vídeo “CAPÍTULO 3 - NOVOS MEDIA”, disponível para consulta em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com))

A nível internacional, já existe bastante divulgação dos artistas e mesmo quanto aos artistas portugueses verifica-se que é maior o seu reconhecimento no estrangeiro que no próprio país, ainda que actualmente a situação tenda progressivamente a mudar, graças em parte também a trabalhos como este que vão sendo feitos no sentido do esclarecimento, inserção e anti-demonização do *graffiti*.

No âmbito do Mestrado em Design da Imagem, acredito também ser benéfica esta exploração da *street art*, em parte considerada uma arte de guerrilha

urbana, mas que é também um meio de promoção/exploração individual e de criação artística. O design gráfico poderá beneficiar da absorção desta identidade urbana da street art, assim como aproveitar alguns conceitos promovidos pela mesma, nomeadamente, o sentido de consciencialização social, a divulgação das ideias nas ruas da cidade directamente para os olhos dos cidadãos transeuntes, a criação e apropriação de ícones e símbolos para uma identificação imediata de uma determinada ideia ou artista, e tudo isto feito (à partida) a um custo reduzido.

## O QUE É O *STENCIL*?

“It is art for the people, accessible to anybody with a thick piece of paper, a pencil, a sharp knife, an idea, some spray paint, and time for practice” (Josh MacPhee's in *Stencil Pirates*, 2004, intro).

Podemos considerar então que o stencil está presente nas nossas vidas de formas muito diversas, como a impressão em t-shirts, as serigrafias, as próprias pedras nas calçadas que são colocadas através do uso de um stencil, ou um molde se preferirmos (ver vídeo “CAPÍTULO 1 - O QUE É STREET ART”, em *stencilarte.blogspot.com*). Mas a área sobre a qual o trabalho incidirá é o *stencil street art*.

## *STENCIL STREET ART*

“Street art is any art developed in public spaces — that is, “in the streets” — though the term usually refers to unsanctioned art, as opposed to government sponsored initiatives. The term can include traditional graffiti artwork, stencil graffiti, sticker art, wheat pasting and street poster art, video projection, art intervention, guerrilla art, flash mobbing and street installations.” (*Street Art*, in *en.wikipedia*), em oposição a esta definição temos uma citação de John Fekner apresentando a *street art* como: “all art on the street that’s not graffiti.”

Surge portanto desde cedo, tanto nas várias entrevistas que fiz como nos livros que consultei, esta definição de *street art* marcada pela incerteza e ambiguidade. Ainda hoje, quando falo com outros artistas, constato que as opiniões diferem, ora por englobarem o *graffiti* como parte da *street art*, ora por o considerarem como um elemento exterior a ela.

Para avançar com o meu trabalho, e após toda a pesquisa feita, creio que o mais correcto será definir street art como todas as intervenções feitas na rua incluindo o *graffiti*, mas que não englobem o *graffiti writing* (letras), (ver vídeo “CAPÍTULO 1 - O QUE É STREET ART”, em *stencilarte.blogspot.com*). Todo o *graffiti* feito na rua, mas que não englobe a forma pura e original de *writing* poderá, então, ser classificado como *street art*. Apesar de parecer um preciosismo esta explicação do nome, creio ser de extrema importância definir as diferentes áreas e dar-lhes o nome correcto, ainda que gostasse de citar Christian Hundertmark, autor do livro *Art Of Rebellion*, que escreve na contracapa: “I think it doesn’t really matter how you label it. You could also call it urban-art, post-graffiti-art or? – It wouldn’t make a big difference. It is a form of art and

a movement you can find in the streets rather than in galleries and museums” e ainda a definição num parágrafo do livro da *VSP (Visual Street Performance)*: “ (...) técnicas de marcar o espaço urbano (...) o experimentalismo abstracto, o novo iconografismo e figurativismo, que trouxeram influências de outras contra-culturas urbanas ligadas a fenómenos marginais e à cultura *pop* alternativa, o *graffiti* mudou a sua linguagem para se tornar numa corrente expressiva eclética e de difícil catalogação.” É como vemos dois filmes, um drama e uma comédia, ambos podem ser vistos no cinema e são ambos longas-metragens, apenas com características diferentes no seu conteúdo.

Na minha tese de mestrado propus-me investigar a utilização do *stencil* na sua vertente *street art*, sendo este um fenómeno recente, surgindo em paralelo com o *graffiti*, e por isso também apelidada de pós *graffiti* ou *urban art*, “the term Street Art or the more specific Post-Graffiti is used to distinguish contemporary public-space artwork from territorial graffiti, vandalism, and corporate art” (in *pt.wikipedia, Street Art*) e surge mais na actualidade, como a adaptação dos artistas aos novos media e à forte repressão e marginalização do *graffiti*.

A prática de *street art*, tendo ainda um carácter marginal, permite aos artistas a criação dos seus trabalhos em casa, com calma, e posteriormente a sua aplicação na rua de uma forma mais rápida e muito mais efémera que um *graffiti* (com a possível excepção do *stencil* pintado na parede), sendo que um *poster* ou um *sticker* colados, ou com papel autocolante ou cola líquida, podem mais facilmente ser removidos das paredes. (ver vídeo “CAPÍTULO 5 - ESPAÇO PÚBLICO “, em *stencilarte.blogspot.com*)

## PONTO DE PARTIDA

Qual o percurso da *stencil art* em Portugal?

Os meus objectivos eram, portanto, promover a *street art* e criar um ponto de partida que me permitisse iniciar imediatamente o trabalho sem aprofundar muito a questão ou pormenorizá-la (pelo menos para já).

“No início do século XXI, permeado de correntes e estilos variados à escala global, do mais gratuito vandalismo ao mais exigente grau de sofisticação artística e, apesar da sua aceitação em determinados meios (e inclusão de alguns artistas em galerias, colecções e eventos institucionais tais como a Bienal de Veneza, por exemplo), bem como o vasto aproveitamento comercial que tem sofrido enquanto mercadoria emblemática, o *graffiti* carece ainda de reconhecimento oficial por parte do meio canónico da arte tradicional.” (Moore e Cruz, in *Visual Street Performance*, 2008, p.8)

O que é a *street art*? Como defini-la? Esta pergunta surgiu como impulsionadora do início do trabalho de investigação.

A elaboração precisa da pergunta centrou-se depois na sua especificação; o que pretendia na realidade era alguma forma de realizar um estudo pioneiro, sobre de que forma a prática da *street art* se introduziu e popularizou no seio da cultura urbana portuguesa. Isto como ponto inicial para poder depois chegar à divulgação e promoção sobre de que forma, actualmente, a *street art* existe e quem a faz, assim como levantar questões sobre qual o seu papel na nossa vida quotidiana e a sua relação com a publicidade e o design. (Mas será que a *street art* tem um papel ou uma função ou, ainda melhor, precisará de o ter?)

No início do trabalho, optei por uma categoria específica da *street art* que é o *stencil*, para que, dessa forma, pudesse limitar o meu universo de estudo. Posteriormente, abandonei esta exclusividade de estudo ao *stencil*, dado que a grande maioria dos artistas não se dedica à prática exclusiva do *stencil* puro, mas simultaneamente a outras práticas de *street art*. A técnica do *stencil* foi escolhida no início por ser uma ferramenta versátil que pode englobar todas as outras vertentes. Temos exemplos de artistas que utilizam o *stencil* como objecto de criação por si só, e sem mais nenhum meio, e temos outros que utilizam o *stencil* como ferramenta para criar *stickers* e *posters*.

Finalmente, existem também artistas que conciliam a prática do *graffiti* com a ajuda do *stencil*, ou para completarem as suas peças, ou como moldes que os ajudem na execução de pormenores ou padrões de preenchimento (ver caso do colectivo Maniaks no vídeo “CAPÍTULO 1 - O QUE É STREET ART”, em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)).

Foi por todas estas razões que escolhi o *stencil* como técnica base e de eleição na *street art* e foi em torno dele que orientei todo o meu trabalho de investigação.

## APARECIMENTO E EVOLUÇÃO DA *STREET ART* EM PORTUGAL

Quem começou? Como se introduziu em Portugal? Quais as suas influências? Quais os artistas que se assumiram como pioneiros na *street art* portuguesa e foram tidos como referências para os artistas mais recentes?

Como se define o legado actual e a forma como a *street art* existe e está activa hoje em dia?

Quais as fronteiras entre *street art* e publicidade e os seus paralelismos com design gráfico? (ver vídeo “CAPÍTULO 4 - DESIGN E STREET ART”, em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)).

Era também necessária uma análise da questão da apropriação dos espaços públicos em paralelo com outros media como uma forma de divulgação de ideias e conceitos: “desde a segunda metade do século XIX, com o desenvolvimento das técnicas de impressão em série, que o espaço público se encontrava dominado pelo aproveitamento publicitário das suas vias – expressão gráfica dos meios de produção industrial e comercial que haviam reconhecido as potencialidades do uso do espaço enquanto meio de comunicação e veículo de propaganda de ideias” (Moore e Cruz, in *Visual Street Performance*, 2008, p.15).

A função da *street art* como expressão artística de alerta e consciencialização social (apesar de utilizar os mesmos suportes que o resto da publicidade muitas vezes é contra a mesma ou “goza” com ela ironicamente - *subvertising* - ver o exemplo de caso do artista Posterboy em <http://www.youtube.com/watch?v=21iVQ0iXs00>).

## INTERNET (COMO IMPULSIONADORA DA *STREET ART*)

“Technological advances in the last ten years have made it more possible for artists to circumvent professional studios and create high-quality works themselves. Advances in media software and the proliferation of high-speed Internet access have given artists of all ages and abilities from across the globe, the opportunity to make their own films, records, or other content, and distribute it over the web.” (in *en.wikipedia*, definição de D.I.Y.)

Como é óbvio, esta propagação e conseqüente crescimento da *street art* deve-se também, em grande parte, à introdução e facilidade de acesso à internet possível hoje em dia; “A maior parte destes artistas de rua, para além de serem artistas de rua eram jovens minimamente ágeis em relação á internet, que iam buscar referências daqui e dali, mesclavam aquilo tudo e bora lá fazer também e fazer na rua, tirar fotografias e por também lá para fora.” (transcrito da entrevista de Klash\_013 no vídeo “CAPÍTULO 3 - NOVOS MEDIA”, disponível para consulta em *stencilarte.blogspot.com*), o que fez com que os artistas pudessem criar algo na rua e, logo de seguida, fotografar e publicar na internet, para que toda a gente pudesse ver e comentar.

“Globally, the graffiti community promotes itself through the Internet, magazines or through exaggerated tales passed on by words of mouth.” (Tristan Manco, in *Street Logos*, 2004, p.110).

Passámos de uma comunidade fechada em nós, e na nossa rua, para uma comunidade com uma visão e um impacto mundiais.

## REFERÊNCIAS JÁ EXISTENTES DO TEMA

Existem vários livros sobre *street art*, mas que, exclusivamente, só divulgam o que se passa no estrangeiro (*Street Art Chile, Urban Iran, Bay Area Graffiti, 1000 Stencils Argentina Graffiti*, etc, livros que falam da *street art* apenas nos seus países ou cidades), existindo poucos que falem sobre a história da mesma na cultura portuguesa. Isso foi um dos aspectos que também me motivou a fazer o estudo centralizado em Portugal.

Existe uma tese já concluída em 2004, de Jorge Vieira, (com o seu pseudónimo de artista de rua Klash\_013, cuja entrevista exclusiva está disponível em *stencilarte.blogspot.com*), com o título “*Para a Rua*”, e que se aproxima desta

que aqui apresento, embora eu aborde alguns temas que a citada não refere, nomeadamente, a questão da pertença dos espaços nas cidades, a excessiva informação e consequente poluição visual, a fronteira entre *street art* e publicidade/*marketing* e finalmente a relação da *street art* com o design.

Para além desta tese existe também um livro de referência nacional, o livro da VSP (*Visual Street Performance, 2008*) que aborda o estado da *street art* portuguesa, mas apenas referente aos membros pertencentes a esse colectivo, situado em Lisboa, o que eu considero demasiado redutor do que realmente se passa a nível nacional.

Como principais referências bibliográficas internacionais deste tema destaco os livros: *Stencil Art, Wall and Piece, Stencil Graffiti, Street Logos* e *Art of Rebellion*.

No que respeita a filmes destaco os seguintes: *Bomb It* (primeiro documentário a abordar aprofundadamente o tema da *street art*, de 2007), *Stylewars* (primeiro documentário a abordar o tema do graffiti internacional, de 1983) e *Referência vol.1* (primeiro documentário a abordar o tema do graffiti em Portugal, de 2004).

Na internet existem vários sítios com boa informação sobre *street art*, mas, ao longo desta tese, irei encaminhar o leitor várias vezes para o *blogspot* que criei para expor as entrevistas feita: *stencilarte.blogspot.com*.

## PLANO DE ABORDAGEM À INVESTIGAÇÃO

Ao longo do meu trabalho de investigação, realizei várias entrevistas exploratórias não directivas: “As entrevistas exploratórias não têm como função verificar hipóteses, nem recolher ou analisar dados específicos, mas sim abrir pistas de reflexão (...) As entrevistas exploratórias têm portanto, por função, revelar luz sobre certos aspectos do fenómeno estudado, nos quais o investigador não teria espontaneamente pensado por si mesmo” (*Manual de investigação em ciências sociais*, Quivy e Campenhoudt, 1992, p.68). A razão pela qual optei por este método foi precisamente a de querer que cada um dos interlocutores falasse o mais abertamente possível, tentando minimizar o peso e o constrangimento advindos do facto da entrevista estar a ser filmada. Optei por um registo audiovisual, porque já desde o início do trabalho pretendia realizar um pequeno documentário com toda a informação recolhida ao longo da investigação.

Realizei entrevistas a docentes e investigadores especializados no tema, como o Prof. Pedro Góis, professor de Sociologia da Arte na F.B.A.U.P., e o professor Heitor Alvelos, doutorado em Comunicação, Arte e Design pelo Royal College of Art (Londres, 2003) e Mestre em Comunicação Visual pela School of the Art Institute of Chicago (1992).

Realizei, também, entrevistas a testemunhas privilegiadas; aos arquitectos João Álvaro Rocha e Nuno Brandão; a militantes e muralistas activos na revolução do 25 de Abril de 1974 (Marques Lopes e Domingos Oliveira) e a elementos da Câmara Municipal do Porto, nomeadamente o vereador do Urbanismo, Dr. Lino Ferreira, e também ao responsável pela equipa de limpeza e remoção dos graffitis do Porto (D.M.L.U.) Eng. Nelson Pinto. Finalmente, realizei entrevistas ao público sobre o qual o estudo diz respeito, nomeadamente os artistas: Royal Fish Club (Porto), Seka (Porto), Maniaks (Porto), Biph (Porto), PZT (Porto), WIP (Porto), Caos (Porto), Ego (Porto), Klash\_013 (Porto), Ace (Gaia), Pariz (Lisboa), Naxa (Setúbal), Roket (Almada).

As entrevistas realizadas estão disponíveis para consulta em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com).

## EXISTE UM RECONHECIMENTO REAL DO QUE É *STREET ART*?

Após ter definido o meu tema de partida e ter realizado várias entrevistas, cheguei agora a uma das problemáticas da questão: inserir o meu trabalho de investigação no âmbito da promoção e divulgação da *street art* e trazer essa prática para um conhecimento do domínio público e não de uma cultura fechada e exclusiva aos seus intervenientes. “Art worlds consist of all the people whose activities are necessary to the production of the characteristic works, which that world and perhaps others as well, define as art” (Becker 1984; 34).

“Grasps of people who cooperate to produce things that they, at least, call art”

“A pluralidade e heterogeneidade de (potenciais) públicos que transitam no espaço público, enquanto local de intermediação social e cultural, aponta para relações sociais de estranhamento (Fortuna e Silva, 2001). Sobretudo no que toca à recepção cultural na rua por agentes que não partilham de códigos simbólicos e artísticos.” (Jorge Vieira, in *Para a Rua*, 2004, p.45)

O mito de que os *graffitis* e *tags* só são feitos por jovens de classe baixa, ou *gangs* que querem marcar território, é descontextualizado quando falamos de *street art*, como fica provado ao longo da análise das diferentes entrevistas aos artistas.

Estes artistas são pessoas cultas, educadas, preocupadas com questões sociais e instruídas; Biph concluiu o bacharelato em Engenharia Multimédia, Pozitivo o de Solicitadoria e Assessoria Jurídica e Roket tem licenciatura em Ciência da Comunicação na vertente de Marketing, para além disso temos também dois casos de figuras públicas ligadas à música portuguesa como Ego (*mc Maze* dos Dealema) e Ace (*mc* dos Mind da Gap).

Dois casos de artistas de renome a nível internacional são portugueses, no entanto é no estrangeiro que têm maior reconhecimento sendo quase negligenciados a nível nacional. Um desses artistas é de Gaia, é *writer* e intitula-se Dheo (<http://www.mrdheo.com>), o outro é de Lisboa chama-se Vhils e levou a prática da *street art* para um novo nível com os seus trabalhos de escavação de formas e perfuração de paredes (<http://alexandrefarto.com>).

Essa falta de reconhecimento dos artistas, dado que o seu trabalho é feito na rua e é também aí que se mistura com tudo o resto que já lá existe, excesso de *graffitis*, *tags*, *posters*, sinais, publicidades, todo este emaranhado de poluição visual típico das grandes urbes, torna a distinção das diferentes intervenções artísticas quase impossível de decifrar, e até mesmo indesejadas (salvaguardando, obviamente, o grupo de pessoas pertencentes a esse *art world*) “eu tenho quase a certeza que a perspectiva da maior parte das pessoas “vulgar”, transeuntes na rua, e que vê os *graffitis* e que vê publicidade e que vê stencils, e que vê os autocolantes, acho que para eles um stencil é quase igual a um tag, (...) lixo visual que elas preferiam que não estivesse ali” (transcrito da entrevista ao artista Ace, no vídeo “CAPÍTULO 1 - O QUE É STREET ART”, disponível para consulta em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com))

Gostaria também de destacar a citação do texto *Paisagens Urbanas*, de Brissac Peixoto, 2004 (3<sup>o</sup> edição): “pode-se ainda falar em arquitectura? (...) entramos numa era pós arquitectónica: a capacidade tradicional de organizar o espaço e o tempo entra em conflito com o poder dos meios de comunicação.” (p. 298,299). Isto reflecte de alguma forma as paisagens urbanas em que vivemos, caracterizadas por toda esta panóplia de diferentes meios visuais concorrentes entre si.

## COMO TORNÁ-LA RECONHECÍVEL?

Para promover os artistas, procurei entrevistar alguns nomes de referência na *street art* e tentei traçar o percurso histórico da evolução desta em Portugal e procurar paralelismos com outras áreas.

De que forma poderei preencher o vazio que existe na falta de informação sobre a *street art*?

Explorei algumas formas que me poderão ajudar a dar resposta a esta questão e conseqüentemente resolver o meu trabalho, optando no final por uma:

- Realizar alguns vídeos documentários sobre esta temática, com as entrevistas realizadas aos artistas e outras testemunhas. Esta estratégia levanta-me o problema de onde expor esse vídeo, mas, como já referi anteriormente, a Internet terá um papel fundamental como principal meio de divulgação e partilha dos trabalhos *street art*, e será, então, uma das opções, portanto, expor e disponibilizar o vídeo através do *blogspot* criado.

## DIVULGAÇÃO DA STENCIL ARTE

Uma das razões que me levou à criação do *blogspot Stencilarte* e à sucessiva disponibilização das entrevistas que ia realizando (umas vezes escritas, outras o próprio vídeo), foi o de ir, de alguma forma, divulgando o trabalho sobre o qual incidia o estudo, assim como o de ir promovendo, não só perante os artistas, mas também para que pessoas exteriores ao meio pudessem saber mais sobre a *street art* portuguesa ou tirar referências da mesma.

Ao longo deste ano de mestrado, tive ainda a oportunidade de dar uma entrevista à TVI (*Jornal Nacional*; <http://diario.iol.pt/sociedade-nacional/graffiti-arte-urbana-stencil-colagens-tvi24/1048053-4555.html>), juntamente com um outro artista português, Caos, cujo tema foi a *street art*.

Fui também convidado a realizar uma conversa e workshop sobre arte urbana na escola superior de educação de Beja (ESEB), no âmbito do programa “Cultura somos Nós”.

Para além disso, fui também entrevistado para inaugurar uma revista online sobre *street art* em Portugal e que está neste momento a ser editada, tendo-me sido já revelado que o *blogspot Stencilarte* teve um papel importante na recolha de informações para a mesma.

Estes eventos, apesar de não estarem directamente ligados ao meu trabalho de mestrado, mas sim ao trabalho pessoal como *street artist* (157, o qual se define como um colectivo de dois artistas que pintam em conjunto, eu e outro elemento, disponível para mais consulta em [www.fotolog.com/0157](http://www.fotolog.com/0157)), acabam por cumprir e ajudar um dos objectivos do meu trabalho de mestrado, o da divulgação da *street art* em Portugal.

São estas iniciativas de trabalhos pessoais (e podemos destacar também a da VSP <http://www.visualstreetperformance.com>), que ajudam a divulgar e a promover a *street art* na comunidade portuguesa actualmente.

Gostaria também de referir que, apesar de estar inserido no meio artístico da *street art*, existiram alguns obstáculos ou reticências por parte de alguns artistas em cooperarem com o projecto Stencilarte. No início, quando comecei a fazer os contactos para entrevistas, reparei que alguns artistas com mais notoriedade no meio achavam que este projecto era ainda uma coisa embrionária e sem pernas para andar e, portanto, não se mostraram interessados em participar, facto que actualmente não se verifica dado o elevado número de entrevistas de artistas que já consegui. Deste modo, constato que o meu trabalho foi credibilizado.

## PARCERIAS DE TRABALHOS

Como um dos meus objectivos principais foi sempre o de divulgar a *street art*, uma das formas por que optei ao longo do mestrado para o cumprir, foi através da realização de parcerias com outros trabalhos. Uma das primeiras tentativas de parceria foi com a aluna de MDI (Mestrado em Design da Imagem), Marta Calejo. A ideia era levar um grupo de artistas de *street art* a intervir numa das suas casas abandonadas. Criando assim um *happening*, com pinturas a serem feitas, músicas, projecções de vídeo, etc., variadíssimas intervenções a acontecerem em simultâneo que, de alguma forma, trouxessem a casa de novo à vida e alertassem as pessoas para o facto de existirem tantas casas devolutas. Tentei viabilizar este projecto através dos meios legais, estabelecendo contactos com a empresa imobiliária Remax (<http://www.remax.pt>), detentora de algumas dessas casas devolutas que aguardam demolição, e também através do contacto com os organizadores do

festival AdA (<http://www.adafestival.blogspot.com>), tentando inserir este trabalho no evento. Ambas as tentativas falharam.

Mais tarde, realizei uma parceria com a aluna de MDI, Patrícia Barbosa, cujo trabalho se centra na concepção de designer *toys* (<http://mythtoys.wordpress.com/mytoys/>). Como este tipo de bonecos são muitas vezes customizados por artistas, pensamos em enviar alguns desses *toys* para artistas de *street art*, com os quais eu estabeleci contacto no decorrer do meu trabalho. Se os artistas se mostrarem interessados, poderemos então, mais tarde, juntar os resultados das intervenções feitas e expô-las.

## O PERCURSO DAS ENTREVISTAS AOS ARTISTAS

### ROYAL FISH CLUB

Comecei no Porto as entrevistas com um dos artistas mais novos, Royal Fish Club, de 20 anos (ver entrevista ao a “Royal Fish Club” em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)) por já o conhecer pessoalmente e facilitar-me assim o início do processo e consequente introdução no meio.

Na primeira entrevista que fiz, tive a preocupação de a manter o mais informal possível, facilitando e desbloqueando assim ao máximo a conversa com o entrevistado. Quando lhe questionei quais os primeiros trabalhos de *street art* que viu e quais os que o influenciaram, para além da resposta comum, invariavelmente referenciando o nome Banksy (<http://www.banksy.co.uk>), referiu também o nome de artistas portuenses, mais velhos, e que foram alguns dos primeiros dos quais ele viu trabalhos na rua. São eles conhecidos como Bif e Pzt. Foi então assim que tive a primeira referência, ao longo deste trabalho, desses dois nomes.

### MANIAKS

Na minha segunda entrevista, procurei alguns amigos que fazem *graffiti* juntos e que já fizeram também alguns trabalhos em *stencil*. O nome da *crew* é Maniaks (ver entrevista a “Maniaks” em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)), e é composta por 3 elementos: Blast, Mots e Nitro, todos com 22 anos. Também eles me indicaram alguns nomes que marcaram o início da história do *graffiti* no Porto e na *street art* portuguesa; falaram-me de artistas de Lisboa que

vieram ao Porto fazer um dos murais mais antigos (Youth e Exas, dois dos artistas de *graffiti* mais antigos a nível nacional, mas cujo trabalho abrange essencialmente o *graffiti writing*, ver *Referência vol. 1*). E a nível da *street art* indicaram-me novamente o nome de Bif, Pzt e desta vez foi referido o nome de Caos (ver entrevistas a “Bif”, “Pzt”, “Caos” em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)). Tornava-se evidente que tinha que falar com estes artistas tão mencionados. O Caos seria o mais fácil, pois já tínhamos sido apresentados. Aos outros dois, foi uma feliz coincidência que me permitiu chegar até eles; após a entrevista aos Maniaks, o Nitro encontrou-se no metro com Bif e falou-lhe do trabalho que eu estava a realizar. Estabeleceu-se assim o primeiro contacto e a prova de que a melhor publicidade é a feita de boca em boca, de modo informal.

## BIF, PZT E CAOS

Quando, passado algum tempo, devido às incompatibilidades horárias, consegui entrevistar esses 3 artistas (com idades compreendidas entre os 27 e os 28 anos), tidos como referências de outros tantos, e lhes coloquei a questão de quem foram as primeiras pessoas que reconhecem como pioneiras da *street art* a nível nacional, os nomes que me deram foram os de Ego, também conhecido como Maze na sua actividade profissional, de *mc* dos Dealemma e o de Ace, *mc* dos Mind da Gap.

## EGO

Ego, por sua vez, quando foi entrevistado, revelou que o seu mentor tinha sido o Ace ou Ace One (como o mesmo se apelida).

Estava neste momento em território desconhecido, pois apesar de estar minimamente dentro do que se passava a nível da *street art* portuguesa, nunca imaginei que Ace seria um dos pioneiros do movimento *graffiti* no Porto. Estava finalmente a chegar à génese do *graffiti* e da *street art* no Norte de Portugal. (ver vídeo “CAPÍTULO 2 - PERCURSO HISTÓRICO”, em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com))

## ACE

Na entrevista ao artista Ace, hoje com 35 anos, descobri que começou a praticar *graffiti* com cerca de 16 anos, mesmo no início da década de 90, tendo por sua vez como influências apenas revistas e filmes americanos que via e onde apareciam alguns *graffitis*. Como ele nos diz, “antes de mim não havia ninguém a fazer *graffiti* no Porto” (ver vídeo “CAPÍTULO 2 - PERCURSO HISTÓRICO”, em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)). Havia chegado assim finalmente à origem, ou pelo menos reconhecida como tal pelo meio artístico em que se insere, no Norte de Portugal.

Questionei-o se tinha alguma recordação de um artista que fizesse *street art* antes dele mesmo que não fosse português, e após algum esforço de memória lembrou-se de um francês do qual tinha visto alguns trabalhos em *stencil* ainda na década de 90, mas cujo nome não se lembra. Só mais tarde o viria a saber e através de uma outra entrevista, desta vez com o artista Klash\_013 (ver entrevista a “Klash\_013” em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)) que me referiu que se recordava de ver trabalhos de *stencil street art* na altura da Expo 98 ou ainda um pouco antes, nas ruas de Lisboa, de um artista francês, conhecido como Nemo. (ver <http://www.flickr.com/photos/gandara/sets/72157600244541267/>)

## NEMO, A STENCIL ART CHEGA A PORTUGAL (1995)

“What interests me is that a stencil is open: one person will see one thing, another something else. The more people see different things in my pochoirs, the more I win.”  
(Nemo, in *Stencil Graffiti*, 2002, intro)

Após investigar na Internet, descobri um blog onde se mantinha ainda documentada a notícia do acontecimento tal como tinha sido publicada no jornal Expresso em 1995

([http://alexandrepomar.typepad.com/alexandre\\_pomar/2008/02/nemo-em-lisboa.html](http://alexandrepomar.typepad.com/alexandre_pomar/2008/02/nemo-em-lisboa.html)): “Em Agosto, as paredes de Lisboa foram sendo invadidas por Nemo, personagem e autor. Foi o trabalho de férias de um engenheiro francês (...)”

## INVESTIGAÇÃO NO SUL DE PORTUGAL

Faltavam-me agora, também, algumas entrevistas de artistas do sul do país, para tentar perceber como havia sido o aparecimento da *street art* na nossa capital. Em Portugal, apesar de ser um país pequeno, prevaleceu sempre

alguma rivalidade entre norte e sul, e nestas questões de *graffiti* essa rivalidade hoje em dia é ainda muito marcada, mais ainda que no início da expansão do mesmo. (ver vídeo “CAPÍTULO 3 - NOVOS MEDIA”, em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)).

## PARIZ E ROKET

Pariz, um writer lisboeta de renome internacional, com *crews* espalhadas pela Europa (ver entrevista a “Pariz” em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)), foi um dos artistas que desde cedo se interessou pelo trabalho que eu estava a realizar. Desloquei-me a Lisboa para o entrevistar e com ele obtive na altura uma das melhores e mais cativantes entrevistas. Falámos de tudo um pouco e revelou-me que em Lisboa, no campo da *street art*, havia alguns nomes de destaque, como o caso de Vhils, principalmente (como já referi em cima) que hoje em dia se encontra extremamente conotado e que está agenciado pela mesma agência à qual pertencem nomes como Banksy, JR, Faile e Blu (ver <http://www.lazinc.com>), mas que ainda é bastante novo e portanto não foi um pioneiro.

Pariz destaca como precursores do movimento, para além de si próprio, o nome de Rokat, como ele diz; “era um dos poucos que na altura andava aí com o mesmo espírito que eu” (ver entrevista a Pariz no vídeo “CAPÍTULO 2 - PERCURSO HISTÓRICO”, em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)).

Após este traçado histórico, em Portugal, da evolução do *street art* na comunidade artística urbana, cheguei finalmente a estes nomes de referência do início da *street art*: Ace, Ego, Pariz e Rokat.

## NAXA

Um outro artista que entrevistei em Lisboa foi Naxa, natural de Setúbal. Este artista revelou-me que uma das suas principais preocupações era a de consciencializar as pessoas e alertá-las para a degradação dos espaços urbanos, com o progressivo aumento das casas devolutas nos centros históricos.

O seu trabalho é marcado pela utilização de um ícone português, o galo de Barcelos. Quando questionado sobre o porquê do uso desse elemento, Naxa revela que o que fez foi modernizar a imagem do galo e espalhá-la pelas

idades. Foi o seu amor pela cultura portuguesa, pelo que é nosso, e num combate à globalização tentou tornar um ícone kitsch numa figura apelativa e, ao transpor esse desenho para as ruas, confrontar as pessoas com algo que pertence à cultura popular e que provavelmente não estariam á espera de ver ser utilizada na rua. (ver vídeo “CAPÍTULO 4 - DESIGN E STREET ART”, em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)).

## EVOLUÇÃO DA *STREET ART* NAS ÚLTIMAS DÉCADAS

“Its beginnings can be traced to the rise of political street art during the 1968 Revolution in Paris, as well as the influence of Situationist theories of psycho geography. By the late 1970s, as punk and DIY (do it yourself) gained popularity and widespread acceptance, stencils became an easy tool for public expression” (Josh MacPhee's, in *Stencil Pirates*, 2004, intro).

Após cruzar alguns dados obtidos pela entrevista realizada ao muralista Marques Lopes, o qual, de alguma forma, acompanhou a evolução das pinturas murais até hoje, e cruzando também essa informação com os testemunhos dos quatro artistas mais antigos entrevistados, Ace, Ego, Pariz e Rokat, tracei um rumo pelo qual a *street art* terá passado durante estas últimas três décadas.

Após estar presente nos “murais de Abril”, a mesma tornou-se popular e foi utilizada por outros grupos mais anarquistas ou punks, e até mesmo ecologistas, todos os que quisessem passar a sua mensagem à população utilizando as paredes. Surgiu também em força aliado ao movimento do D.I.Y. “Do It Yourself” (ver vídeo “CAPÍTULO 2 - PERCURSO HISTÓRICO”, em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)).

“The punk movement used stencils because they fitted the general D.I.Y. philosophy and were a reference to utilitarian and military style, which punk appropriated to subvert symbols of authority.” (Tristan Manco, in *Stencil Graffiti* 2002, p.13)

O movimento D.I.Y., juntamente com o movimento *punk*, mantiveram de certa forma o *graffiti* e a *street art* presentes ao longo dos tempos, ainda que sem ser assumidamente catalogada de *street art* pois não era ainda feita com uma preocupação artística (ver vídeo “CAPÍTULO 2 - PERCURSO HISTÓRICO”, em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)).

“As coisas às vezes não têm origem, têm origem na sua criação própria para resolver um problema (...) isto é desta época, porque naquela época não havia nada de graffiti a nível pessoal.” (Marques Lopes). Ele também nos fala um pouco sobre a evolução do mesmo no decorrer do tempo: “começou a haver esse tipo de movimentos, ou ecologistas, os anarquistas também fizeram muitos, na altura do 25 de Abril não apareciam, mas depois apareciam muitos grupos anarquistas (...) haverá grupos desses que começaram a manifestar-se, e usaram as paredes como forma de manifestação e para projectarem a sua ideia também.” (ver vídeo “CAPÍTULO 2 - PERCURSO HISTÓRICO”, em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)).

## STENCIL POLÍTICO

“From around 1970 stencils were used in conflicts around the world, including México, Nicaragua, Northern Ireland, South Africa and the Basque region, and they continue to be used now as a cheaper and more permanent alternative to posters.” (Tristan Manco, in *Stencil Graffiti*, 2002, p.60) Os ícones utilizados nos *stencils*, como o punho fechado, armas ou a bandeira ao vento, têm as suas raízes nos murais mexicanos e nos cartazes revolucionários russos.

Optei por procurar caminhos e comparações com a prática do *stencil* já desenvolvidas previamente à *street art* mas que ainda assim são dignos de mencionar, pois serão os seus influenciadores mais directos. A prática do *stencil*, sendo milenar como já referi, esteve também bastante presente num período mais próximo de nós, numa altura em que as ruas e as paredes eram também utilizadas como suportes de protesto e propaganda política. “Na Europa, o uso do cartaz e do *stencil* como ferramentas ideais para a rápida e massificada transmissão de propostas revolucionárias e subversivas, amplificadas sobretudo nas revoltas de Paris no ano de 1968, iria despertar o interesse de alguns indivíduos para o uso artístico das mesmas (...)” (Moore e Cruz, in *Visual Street Performance*, 2008, p.22). Poderemos claro, considerar que toda a prática artística feita na rua tenha um carácter político, e é certo que no período de 1974, em Portugal, e períodos precedentes, esse carácter político estaria ligado directamente aos partidos e aos murais feitos pelos seus militantes. O *stencil* era usado para permitir uma aplicação mais rápida de imagens icónicas de líderes como Estaline ou Karl Marx e era usado também na pintura de letras. “Faziam-se as letras em papel, depois com pincel pintava-se, ou então em madeira também, para fazer certo tipo de gravuras era em madeira...” (ver vídeo “CAPÍTULO 2 - PERCURSO HISTÓRICO”, em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)).

## DEMONIZAÇÃO DO *GRAFFITI*

As obras do *street artist* Banksy são arte? Porquê? (ver notícia da exposição no museu de Bristol em <http://ultimahora.publico.clix.pt/noticia.aspx?id=1386467>)

Uma das razões pelas quais a *street art* possa ainda ser marginalizada será por, apesar de tudo, nos apropriarmos de paredes que não são nossas, não nos pertencem. Mas será que não pertencem mesmo? De quem são as paredes da cidade senão dos cidadãos? (ver vídeo “CAPÍTULO 5 - ESPAÇO PÚBLICO”, em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)) Esta é uma questão que irei abordar mais para a frente no capítulo *espaço público*.

“Broken Window Theory

Criminologists James Q. Wilson and George Kelling developed a theory of criminal behavior in the 1980's that became known as the 'Broken Window Theory'. They argued crime was the inevitable result of disorder and that if a window in a building is smashed but not repaired, people walking by will think no-one cares. Then more windows will be broken, graffiti will appear and rubbish gets dumped. The likelihood of serious crime being committed then increases dramatically as neglect becomes visible. The researchers believe there was a direct link between vandalism, street violence and the general decline of society. This theory was the basis of the infamous New York City crime purge of the early nineties and the zero-tolerance attitude to graffiti.” (Banksy in *Wall and Piece*, 2005, p.20)

Junto a este excerto, é-nos apresentado um texto sobre o vertiginoso aumento dos preços das casas em ruas onde Banksy tenha pintado, devido ao elevado valor das suas obras e ao estatuto que o mesmo já adquiriu no mundo da arte.

“O interesse da comunidade em combater um fenómeno que ocupara selvaticamente as ruas das suas cidades, por um lado, e o fascínio de alguns jornalistas, sociólogos, críticos e galeristas por outro, vieram legitimar um confronto assente em perspectivas profundamente antagónicas do assunto, que se iria traduzir numa equação simplista e redutora que marcaria todas as leituras subsequentes: arte ou vandalismo?” (Moore e Cruz, in *Visual Street Performance*, 2008, p.34)

O vereador do urbanismo (2007,2009), Lino Ferreira falou-me da política da Câmara Municipal do Porto, face ao *graffiti*, como sendo de tolerância zero,

explicando que onde se pintar a autarquia mandará posteriormente apagar, até que deixem de pintar tentando esgotar assim a paciência dos writers. (actualmente, estando nós perto da altura das eleições de 2009 para a Câmara, o actual presidente Rui Rio, mostra-se mais flexível nessa matéria [http://jpn.icicom.up.pt/2009/05/28/porto\\_graffiters\\_acusam\\_rui\\_rio\\_de\\_se\\_comportar\\_como\\_um\\_camaleao.html](http://jpn.icicom.up.pt/2009/05/28/porto_graffiters_acusam_rui_rio_de_se_comportar_como_um_camaleao.html)).

Em contraponto, gostaria de salientar uma afirmação do Prof. Heitor Alvelos, inserida na sua entrevista: “Porque em boa verdade o que é que interessa no graffiti enquanto subcultura juvenil? É um espaço semântico de encontro, é como partilhar o gosto por uma banda, nós encontramos pessoas com as mesmas afinidades, comunicamos com elas através de sinais e através de nomes de códigos e, a partir desse momento, temos basicamente ali o potencial de encontrar pessoas com afinidades conosco, portanto, basicamente o graffiti é uma rede social para gente jovem com interesses e narrativas semelhantes (...) qualquer instituição, qualquer poder político autárquico tem a obrigação de reconhecer essa necessidade e encontrar espaços para essas coisas acontecerem.”

## ***STREET ART* ABSORVIDA PELA SOCIEDADE DE CONSUMO**

“Street artists do not aspire to change the definition of an artwork, but rather to question the existing environment with its own language. They attempt to have their work communicate with everyday people about socially relevant themes in ways that are informed by esthetic values without being imprisoned by them.” (in *en.wikipedia, street art*)

Sociologicamente, podemos considerar que o facto de o *graffiti* ter vindo a ser marginalizado por uma sociedade de uma faixa etária elevada, que veio indubitavelmente a conotá-lo como algo de perigoso, infame, rebelde, subversivo, é, por outro lado, um excelente atractivo para os mais novos e em especial para as classes sociais mais baixas, onde a necessidade de afirmação e contestação está, á partida, mais presente.

Este factor, aliado também à forte perseguição policial aos artistas de *graffiti*, apenas serviram para reforçar a continuação do mesmo e permitir a sua sobrevivência durante todo este tempo, até mesmo a fortalecer e torná-lo mais presente na sociedade.

Como tal, a sua presença expandiu-se para vários campos, deixando de ser algo vinculado a uma presença exterior numa parede, para se introduzir

mesmo dentro das nossas casas, na nossa mobília, roupa, portáteis, brinquedos, etc. (<http://www.flickr.com/photos/kino-eye/39036635/>); (<http://www.aef.com/exhibits/awards/cliowards/2005/08>).

Em particular a estética do *graffiti*, na área do design gráfico e da ilustração, teve uma especial aceitação e apropriação dos artistas e, como tal, hoje em dia são também vários os cartazes que vemos na rua ou imagens de marca influenciadas claramente por este espírito.

O *writing* faz parte da nossa vida e nós estamos habituados a ele. Grandes marcas como a Coca-Cola ou a Nike usam-no nas suas publicidades e promocionais. Vemos nomes como a Calvin Klein, que está a fazer dinheiro com o trabalho de *writers* famosos como Delta, Futura 2000 e a Adidas com a sua série *The End-to-End Collection* (<http://www.youtube.com/watch?v=aJoBZW4IEQ>), entre outras. Hoje em dia, encontramos anúncios a sapatilhas com *tags* e assinaturas, anúncios a telemóveis, bebidas e principalmente roupa. Todo o tipo de publicidade absorve esta linguagem de arte de rua tentando subverter a imagem do produto que promovem, procurando apelar ao jovem consumidor. Ao associarem o seu produto a um determinado tipo de símbolo anti-consumista e absorvendo-o enquanto marca, contradizem-se, mas confundem de tal forma o espectador que o tornam vulnerável e mais susceptível a comprar.

## DESIGN E *STREET ART*

Na entrevista que fiz ao professor Pedro Góis abordámos a questão de eu próprio ser um designer e, para além disso, pertencer ao mundo da *street art*. Eu tinha algumas dúvidas sobre a forma como deveria abordar essas questões, se deveria torná-las explícitas, ou se me deveria manter apenas como alguém exterior que procura saber mais sobre o tema. E o professor refere; “O que está implícito no seu trabalho já é essa tentativa de despoletar no outro alguma emoção, alguma reacção, portanto isso você já faz enquanto criador, e onde você está agora, o lado onde se põe, é um bocadinho o marketing desse trabalho. Não é tanto explorar o lado emocional ou criativo, mas é um bocadinho, *como é que eu posso mediar entre o autor e o público*, e essa é a função do designer de facto. É criar essas interfaces, e portanto faz todo o sentido que você o tente fazer aqui. Agora ponha-se na posição do designer, em que você está a tentar servir de interface entre um produto e o público. E o produto é um produto que não é para ser vendido, mas nem todos os produtos tem

que ser vendidos, não é? Não vendemos emoções (...)” (ver vídeo “CAPÍTULO 3 - NOVOS MEDIA”, em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com))

Além disso, decidi também destacar para a minha abordagem a este capítulo, dois testemunhos importantes: o primeiro de um designer e *writer* conceituado, já referido anteriormente como Caos, e o testemunho do Prof. Heitor Alvelos, doutorado em Estudos dos Media.

“Não que eu me considere directamente um designer gráfico (...) mas o design é quase um elemento de consciencialização daquilo que faço esteticamente, ou seja, é uma ferramenta excelente que me ajuda. Também faço design gráfico mais puro, mas para o resto do meu trabalho é uma óptima base, uma óptima fundação para ter melhores resultados (...) o *stencil* pode ser muito mais gráfico que um *graffiti*, o *graffiti* é muito mais plástico, acho que o *stencil* tem um confronto muito mais directo com o público da rua, seja em frases, seja imagens, é muito mais iconográfico que o *graffiti*, e acho que é por isso também que ganha a sua força.” (transcrito da entrevista de Caos no vídeo “CAPÍTULO 4 - DESIGN E STREET”, disponível para consulta em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com))

“Nos dias que correm, a palavra design está efectivamente muito diluída num conjunto de disciplinas que é extremamente diverso e extremamente híbrido, ou seja, nós tanto falamos de design quando falamos da paginação de um jornal, como falamos de design quando falamos de alta costura, desfiles de moda, como falamos de design quando falamos de programação Web, e por aí fora. Portanto, a primeira questão que eu coloco é essa, é se hoje em dia, ainda faz sentido sequer dividir as coisas nesses termos. Imaginar o design como uma espécie de área instituída, regida por determinado tipo de regras fixas, à qual se contrapõe a tal cultura urbana, mais livre, mais aleatória, mais anónima... E eu tenho impressão que essa divisão começa realmente a não fazer sentido. (...) E o que é que temos então, que foi aliás o meu estudo de caso na minha tese de doutoramento; temos editoras discográficas, companhias de cinema, editoras de livros, marcas de roupa e por aí fora, a pagarem e contratarem *graffiters* para criarem *graffitis* que funcionem como publicidade às suas próprias marcas.” (transcrito da entrevista de Heitor Alvelos no vídeo “CAPÍTULO 4 - DESIGN E STREET”, disponível para consulta em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com))

Apesar de eu não criar nenhuma imagem concreta com este trabalho, espero estar a contribuir, pelo menos, para a divulgação do tema, e que dessa forma o caminho fique aberto para que futuramente possam existir ainda mais trabalhos

de design aliados à *street art*, utilizando as próprias ruas e o meio social envolvente como plataforma de comunicação, seja com um intuito comercial ou de expressão artística.

As técnicas usadas na criação, tanto do design como da *street art*, podem ser alvo de maior atenção por parte de ambos os lados, ambos trazem importantes contributos e ambos se completam. Seja pela simplicidade de formas e elementos, como na transmissão de ideias, seja nas táticas de propaganda de guerrilha nas paredes da cidade, ou nas mensagens subliminares que projectam sobre os nossos sentidos.

## GRAFFITI CORPORATIVO

“Se, por um lado, o *graffiti* puro, de rua, manteria uma presença inflexível, selvagem e autónoma, por outro, a década seguinte assistiria ao aproveitamento mercantilista do seu apelo transgressivo e forte imagem pelo mundo da publicidade” (Moore e Cruz, in *Visual Street Performance*, 2008, p.40)

Desde o seu início em Nova Iorque em 1970, o *writing* torna-se numa poderosa forma de representação. Rapidamente cativou e influenciou a geração juvenil de todo o mundo. Quer estejam a querer deixar um sinal, ser diferentes, provocar, ganhar fama, criar, sentir a adrenalina de quebrar a lei ou encontrar expressão nas suas identidades, os *writers* estão a deixar uma marca.

É possível vermos exemplos em todo o lado nesta sociedade de consumo, que se apropria de ícones criados na *street art* e os traz para a linha da frente do consumismo.”Promoters and advertisers often employ stencil artists to undertake the covert campaigns.” (Tristan Manco, in *Stencil Graffiti*, 2002, p.15)

Os próprios artistas actualmente desmistificam esse repúdio pela corporização e mercantilização dos seus trabalhos que no início existiu.

Para os *writers* mais puristas, provenientes da chamada “*velha escola*”, seria impensável venderem os seus trabalhos para serem utilizados com fins comerciais ou lucrativos. Nos anos 90, principalmente, existiu muito o preconceito contra os chamados “vendidos” do mundo da *street art* (ver entrevista a “Klash\_013” em *stencilarte.blogspot.com*). Mas existem casos muito conhecidos de artistas de rua que fizeram trabalhos para multinacionais.

Um famoso exemplo de criador de *graffitis* corporativos é o pioneiro Tats Cru (<http://www.tatscru.com>), um colectivo de *writers* de Brooklyn que foi em tempos um dos melhores e mais respeitados. Hoje em dia, Tats Cru é sinónimo de capitalismo e traição, a sua viragem para a criação de *graffitis* corporativos nunca foi bem aceite pelos restantes artistas e, como tal, nenhum dos seus trabalhos publicitários realizados na rua pode gozar de uma longa vida de exposição, pois ao fim de um ou dois dias é vandalizado ([http://www.justseeds.org/blog/2005/06/corporate\\_graff.html](http://www.justseeds.org/blog/2005/06/corporate_graff.html)).

Actualmente, em Portugal, a maioria dos artistas de *street art* que foram entrevistados revelam que se pudessem viver desta forma de arte o fariam, mas o que acontece é que tal é apenas possível a uma elite muito reduzida destes artistas.

## INTRODUÇÃO DA ARTE DE RUA NAS GALERIAS

“Galleries worldwide are increasingly recognizing street art and are working out ways in which to collaborate with the creators of an art form that usually exists outside of traditional institutes.” (Tristan Manco, in *Stencil Graffiti*, 2002, p.75)

As *tags* e as assinaturas na parede de que ninguém gosta poderão ser consideradas arte? “Por ironia, os mesmos rabiscos urbanos com que crianças e adolescentes se exprimiam nas paredes e calçadas, teriam, de forma indirecta, afectado a linguagem visual de muitos artistas plásticos (...)” (Moore e Cruz, in *Visual Street Performance*, 2008, p.22)

Para esta questão existem dois pontos sobre os quais gostaria que reflectíssemos: o caso das *tags* (assinaturas a spray) de Basquiat, Futura 2000 e Fab 5 encontradas em Soho, N.Y. e legitimadas pelo museu Guggenheim como objectos de enorme valor histórico-cultural, (<http://www.newsday.com/news/local/newyork/am-graffiti1213,0,3775932.story>) e também a entrevista a Marques Lopes (militante do PCP), quando alega que uma frase pintada a spray na parede, no 25 Abril de 1974, era considerada um acto de revolta e insubmissão e aplaudida pelo povo, sendo hoje em dia simplesmente considerada vandalismo.

Em relação às *tags* encontradas na parede de Soho, questiono-me se a sua deslocação do local de origem para um museu seria correcto. O arquitecto

João Rocha refere-se a esse assunto quando diz: “o interesse do *graffiti* é comunicar, comunicar o mais amplamente possível, a galeria é a negação da comunicação, porque é tradicionalmente um espaço fechado, e a rua, ou a praça, ou a cidade é exactamente o oposto.” (transcrito da entrevista de João Álvaro Rocha no vídeo “CAPÍTULO 4 - DESIGN E STREET ART”, em *stencilarte.blogspot.com*). Se, por um lado, gostaria que a parede pudesse ser conservada como objecto histórico e de referência, sendo talvez a única solução a aquisição por parte do museu, por outro lado surge essa contradição do sentido que tem, originalmente, um *graffiti* feito na rua.

Actualmente, chegamos a um ponto em que nos apercebemos que a *street art* tenta descobrir um caminho e um espaço para si na sociedade, algo que permita aos artistas subsistirem a fazer aquilo que gostam. Tal como um escultor ou um pintor pode ganhar a vida a trabalhar na sua arte, os artistas de *street art* (ou a sua maioria) procuram hoje em dia uma forma de o fazer. Isto claro que não implica o desaparecimento da vertente purista do *graffiti*, feito na rua e ilegalmente, mas nos dias de hoje é tão importante fazer isso como arranjar forma de o fazer legalmente e, se possível, de forma lucrativa. (transcrito da entrevista de Ace no vídeo “CAPÍTULO 1 - O QUE É STREET ART”, em *stencilarte.blogspot.com*)

Não podendo nós definir as coisas preto no branco e julgar artistas por serem vendidos ou não (ver questão dos artistas vendidos no vídeo “CAPÍTULO 4 - DESIGN E STREET ART”, em *stencilarte.blogspot.com*), devemos procurar áreas cinzentas no meio de tudo isto, que nos permitam arranjar soluções intermédias de ajuda aos artistas e, ao mesmo tempo, soluções que permitam ao público conhecer mais, e melhores obras, dos mesmos.

A tendência actual é para que os artistas exponham as suas obras em galerias e criem lá as suas paredes e exposições. Uma das galerias pioneiras destas apresentações ao público é a “English Kills Art Gallery” em Londres e, como esta, surgem cada vez mais que lhe seguem o exemplo. Um outro caso famoso é o do Tate Modern Museum com a sua exposição, “Street Art at Tate Modern”, presente de 23 de Maio a 25 de Agosto de 2008 (<http://www.tate.org.uk/modern/exhibitions/streetart>).

Não podendo, claro, deixar de ver tudo isto, também como uma estratégia comercial das galerias, cabe ao artista definir os seus princípios dentro do meio e procurar ser-lhes fiel.

Temos que aceitar que existem artistas que, decididamente, preferem ter obras expostas a fazerem obras ilegais, outros que preferem o contrário. A *street art* está claramente numa encruzilhada nos dias de hoje e vai-se definindo a cada dia que passa, melhor e de forma mais concreta.

## O “MEU” ESPAÇO PÚBLICO

“The question of who can occupy public space, and so define an image of the city is, open-ended” (Zukin, 1995; 11, visto em “Para a Rua”, 2004, p.12, de Jorge Vieira)

No livro *Street Logos* (2004), Tristan Manco refere-se a esta questão quando diz: “what unites the whole scene is the reclaiming of public space for public art.”

“Eu deveria ter a liberdade de me exprimir e essa expressão deveria ser feita na rua e não nas paredes de dentro da nossa casa onde mais ninguém pode ver” (ver entrevista ao porta-voz da Juventude Comunista Portuguesa, Vasco Prozil, no vídeo “CAPÍTULO 5 - ESPAÇO PÚBLICO”, em [stencilarte.blogspot.com](http://stencilarte.blogspot.com)).

O artista Dave Kinsey (Los Angeles, USA) numa entrevista para o livro *Art of Rebellion*, refere-se ao seu trabalho de rua e à maneira como o sente, como um sentido de estar a utilizar o seu pedaço de espaço publico para colocar os seus trabalhos “I’m using my piece of the public space” (Dave Kinsey, in *Art of Rebellion*, 2007, p.9)

O cidadão deverá então ter um sentido de responsabilidade, diferenciar espaço público de espaço privado e criar em si um sentido de comunidade. Por algo ser meu e teu nada me dá o direito de o modificar ao meu gosto. Mas porquê? Eu posso pintar algo numa parede e, se tu não gostares, podes pintar por cima, essa é a beleza da efemeridade da *street art*. “O desenvolvimento de correntes de expressão gráfica e estética no meio urbano (...) questionando temas determinantes, desde a gestão e fruição do espaço publico, à reivindicação selvagem e apropriação no mesmo, (...) o *graffiti* parece ter tomado de assalto e ter-se fixado de forma permanente no panorama da nova urbanidade.” (Moore e Cruz, in *Visual Street Performance*, 2008, p.8)

O *writer*, que se confronta com uma publicidade na rua, questiona a razão pela qual a mesma existe livremente em espaço público e todos os transeuntes são compelidos a vê-la. Nesse caso será então legítimo alegar que também eu posso colocar as minhas obras, *tags* e pinturas na rua, sem ninguém me autorizar e obrigar toda a gente a vê-las? “Feio é propaganda política, feio são os muros e os prédios enormes, feio são esses outdoors ridículos que tem o gajo com a cueca à mostra, feio para mim são esses cartazes ridículos que vendem tudo, entendeu? O pixador não vende nada, o pixador só mostra que ele existe!” (in *Bomb It*, 52min.) Mas, hoje em dia, a publicidade está regulamentada através de leis. (ver entrevista ao vereador do urbanismo, Dr. Lino Ferreira, sobre a regulamentação da publicidade e os espaços próprios designados para a sua existência nas cidades, no vídeo “CAPÍTULO 5 - ESPAÇO PÚBLICO” em *stencilarte.blogspot.com*). O vereador do urbanismo da Câmara Municipal do Porto responde que as empresas fazem a sua publicidade livremente, porque a pagam.

Seria a regulamentação dos *graffitis* a solução também para não existir esse confronto com as publicidades? Criando espaços regulamentados para a prática da *street art*? No livro da VSP referem-se à questão do espaço público e à tentativa de conquista do mesmo por parte dos artistas: “nascia, no final da década de 1960, uma actividade que iria juntar práticas de risco e aventura com destreza estética e reivindicação do espaço público em nome individual, baseada na subversão e apropriação dos signos que compunham o próprio contexto urbano.” Será que essa legitimação seria possível ou mesmo aceite pelos artistas? Ou perderia todo o carácter marginal e purista do *graffiti*, aquela essência subversiva que nos fascina?

E, hoje em dia, será pertinente alegar que essa pureza do *graffiti* ainda existe como no seu aparecimento clandestino nos anos 70 em N.Y?

É um facto que o *graffiti* está progressivamente a ser integrado e normalizado pela sociedade (ver vídeo “CAPÍTULO 4 - DESIGN E STREET ART”, em *stencilarte.blogspot.com*). Ao contrário do que acontecia no passado, hoje em dia, já existem artistas ligados ao campo do design gráfico e, como tal, perfeitamente habituados a vender e comercializar os seus trabalhos artísticos. Para muitos, seria mesmo um privilégio que uma grande marca reparasse no seu trabalho e o associasse ao seu produto para vender. Mas claro, como *Blek*

*le Rat* (artista de *street art*) refere; “when this art is taken away from the street, somehow it dies” (in *Stencil Graffiti*, 2002, p.15).

Gostaria de encerrar este capítulo com uma observação feita pelo Prof. Heitor Alvelos, sobre o que serão os espaços públicos actuais, que de alguma forma questiona esta pretensão dos artistas de os ocuparem: “se por um lado há essa sensação de que um espaço público tanto é um espaço geográfico, como é um espaço mental, como é um espaço virtual, (...) simultaneamente também acontece uma coisa muito estranha, que é o espaço físico da cidade esvaziar-se, por exemplo, ao fim de semana (...) e as pessoas estão todas em espaços privados, vão para o *shopping* fazer o seu passeio de fim de semana, sendo que não passa pela cabeça de ninguém ir grafitar para o *shopping*...”

## POLUIÇÃO VISUAL

“A cidade seria ocupada por uma profusão de caligrafias que, assumindo-se enquanto violação da forma sob o domínio do estilo, evoluíram para signos indecifráveis (...)” (Moore e Cruz, in *Visual Street Performance*, 2008, p.28)

Li um artigo na revista *Pública* intitulado “Poluição Visual” de Ricardo Garcia, publicado em 14 Junho de 2009, que considere interessante para o meu trabalho. Apesar do enfoque do artigo ir para a poluição visual na política, ainda assim ajudou-me a esclarecer a pertinência, ou ausência da mesma, que o meu trabalho teria. Destaco portanto deste artigo duas citações: “os cartazes políticos são uma poluição visual inútil. Além de conspurcarem o panorama visual, já ninguém acredita neles”. Será que não podemos alargar esta classificação a todos os cartazes presentes nas ruas por onde passamos? Não será que todos contribuem para o excesso de poluição visual e fazem com que tanta informação duvidosa faça com que já ninguém acredite em nada do que lê? Será que podemos descartar as culpas deste cepticismo para a política e os seus cartazes? Será esta a triste herança que os murais de Abril deixaram, para os políticos agora deturparem e esvaziarem de sentido?

A outra citação que destaco é: “por razões celestiais ou centrípetas, esse tipo de poluição tende a gravitar em torno das rotundas (...) ninguém lá chega, nem casais de namorados, nem jardineiros da câmara, nem cães aflitos por um pedaço de relva (...)”. Esta citação despertou-me o interesse, também por ter falado com o aluno de M.A.D.E.P. (Mestrado em Arte e Design de Espaço Público), Luís Sezões (ver

o link para “Projecto Vulto” em *stencilarte.blogspot.com*), e ter tomado conhecimento de um dos seus trabalhos intitulado “Espaço Inútil”, em que o Luís questiona o subaproveitamento de alguns espaços dentro das cidades. Levantou-me questões sobre se seriam as rotundas realmente um desses espaços inúteis de que fala. Os espaços das rotundas que, apesar de existirem, nunca são aproveitados porque ninguém a eles tem acesso, são uma ilha perdida na cidade, da qual ninguém desfruta além de quem utiliza os *outdoors* lá localizados para as suas campanhas ou publicidades.

## PUBLICIDADE VS. *STREET ART*

### *Brandalism*

“any advertising in public space that gives you no choice whether you see it or not, its yours, it belongs to you, its yours to take, re-arrange and re-use, asking for permission is like asking to keep a rock someone just threw at your head” (Banksy, *Wall and Piece*, 2005, p.160)

Podemos considerar que a excessiva poluição visual proveniente das publicidades e *graffitis* existentes nas cidades poderá ser uma das causas para que estas intervenções urbanas dos artistas de *street art* passem tão despercebidas ao público?

O artista Naxa coloca a questão de que se as empresas com capital podem fazer as suas publicidades onde querem, porque é que os artistas sem poder capital não podem também? (ver video “CAPÍTULO 5 - ESPAÇO PÚBLICO”, em *stencilarte.blogspot.com*).

“Ad agencies use the public commons to sell products via billboards, wheat-pasted one-sheets, magnets, and sidewalk stickers. Artists and activists cannot use these public means of communication because of its high usage price.” (Josh MacPhee's, in *Stencil Pirates*, 2004, intro)

E será que, hoje em dia, ainda poderemos considerar a *street art* como uma pratica artística, não publicitária? Não nos estaremos sempre a publicitar enquanto artistas? O *stencil* ou o *sticker* pode ser considerado um carimbo que substitui as antigas *tags* e que, em vez de letras que escrevem um nome, é um

ícone que representa essa pessoa. “The logo as a signature has become a growing trend in graffiti (...)” (Tristan Manco, in *Street Logos*, 2004, p.17)

Naxa tem como imagem de marca um galo de Barcelos, Roket um foguetão e o Royal Fish Club um peixe ou qualquer símbolo ligado a peixes (deus peixe, pescador, etc.). Esses símbolos funcionam como imagem de marca e permitem o imediato reconhecimento do seu trabalho no meio dos outros artistas. “Artists have been creating more personal trademarks signs and symbols sometimes painted at monolithic sizes.” (Tristan Manco, in *Street Logos*, 2004, p.7), “Brandalism (...) it could also be used to describe graffiti artists who create their own personal signs and logos, resulting in a generation of “brandals” (Tristan Manco, in *Street Logos*, 2004, p.8).

## TRABALHO PRÁTICO

Será a prática da *street art* mais desconhecida das pessoas que o *graffiti*? Existe alguma relação de proximidade entre um trabalho gráfico de publicidade e um trabalho gráfico de *street art*? Por serem parecidos, será que as pessoas já estão imunes à publicidade e conseqüentemente à *street art*?

O artista Klash\_013, na sua entrevista, referiu uma coisa muito importante em relação à forma como as pessoas interpretam a *street art*: “não podes generalizar e falar, o que é que as pessoas acham sobre *street art*? Porque vais ver que um arquitecto, de certeza, que vai ter uma perspectiva bastante diferente da que vai ter um *writer* ou vai ter alguém que passa ali todos os dias e nem percebe o que é que aquilo é. (...) Não existe essa coisa de *as pessoas*, são várias pessoas, com contextos sociais bastante diferenciados, e a forma como elas vão olhar para a *street art* depende muito do *background* social que elas têm.”

Ace refere um outro ponto de vista em relação a este tema, sentindo que a *street art* só tem reconhecimento do público em geral se, realmente, for algo considerado pelo senso comum como “bonito”: “acho que para eles um stencil é quase igual a um *tag* (...) a não ser que tenha uma imagem assim muito bonita, ou assim uma coisa tipo florzinhas ou assim uma coisa mais artística, mais bonita (...)”

Após esta breve passagem nos capítulos anteriores dos vários temas relacionados com a *street art*, torna-se imprescindível a criação de uma plataforma online (como já referi anteriormente, *stencilarte.blogspot.com*) que

permita um aprofundamento dos mesmos, assim como a observação e análise dos momentos mais importantes das entrevistas.

Irei então, no meu trabalho prático, realizar uma extracção e selecção dos conteúdos das várias entrevistas que fiz às diferentes testemunhas e procurar evidenciar elementos que permitam colocar estas e outras questões em perspectiva para o público geral.

Algumas dessas questões só se impuseram a mim próprio após ter conseguido realizar todas as entrevistas e ouvido os pontos de vista de cada um.

Dividi o meu trabalho em 5 grandes capítulos, “CAPÍTULO 1 - O QUE É STREET ART”, “CAPÍTULO 2 - PERCURSO HISTÓRICO”, “CAPÍTULO 3 - NOVOS MEDIA”, “CAPÍTULO 4 - DESIGN E STREET ART”, e “CAPÍTULO 5 - ESPAÇO PÚBLICO”.

Dentro de cada um desses vídeos podemos encontrar vários subtemas que são discutidos de perspectivas diferentes. Os vídeos ilustram os pontos debatidos ao longo desta tese de mestrado, que teve como ponto de partida as opiniões dos entrevistados. Os vídeos podem ser visualizados no *blogspot Stencilarte* ou no CD que segue em anexo desta tese.

## CONCLUSÃO

Apesar de tudo, este é um trabalho em curso, que certamente não irá terminar com a conclusão deste mestrado. Os vídeos documentados e publicados servem apenas como ponto de discussão e validação do trabalho prático, mas a ideia será a de, posteriormente, criar um documentário alargado com a selecção de alguns dos temas debatidos e completá-lo com mais testemunhos e mais filmagens da prática da *street art*. Para além disso, pretendo tornar esse documentário comercializável com a criação de um livro de complemento, contendo algumas entrevistas que nunca foram filmadas, por alguma razão, mas que consegui através de email, e também com a publicação de algumas fotos.

Vários artistas têm entrado em contacto comigo ao longo deste ano e demonstrado o seu interesse em aparecer no livro, para citar alguns exemplos: Dheo (Gaia), Vhils (Lisboa), Eime (Porto), Another (Setúbal), Devir (Lisboa), Alma (Porto), Make a Stand (Guimarães), Escolha (Caldas da Rainha), etc.

A evolução da *street art* acarreta consigo uma degenerescência, como todas as correntes artísticas: passou pela sua fase inicial de choque com a sociedade e

ruptura com a arte tradicional. Actualmente, vive outra fase, a da sua integração e absorção pela sociedade *mainstream*. Um exemplo disso seria a mercantilização que a *street art* tem vindo a sofrer, assim como a sua crescente entrada nos museus e galerias, televisão e consumíveis, tornando-se, a cada dia que passa, menos uma arte marginal de rua, para uma banal arte de massas.

Assim como uma pintura modernista de Almada Negreiros chocava o público no início, hoje em dia não passa de mais uma pintura modernista (ainda que porventura cada vez mais valiosa).

A *street art* segue o mesmo rumo, aproximando-se cada vez mais do seu momento de ruptura e decadência final, para, como qualquer ciclo de arte, dar lugar a uma nova expressão.

E poderemos reflectir: se considerarmos a *street art* como a corrente artística actual mais forte, onde quase tudo se poderá englobar com a condição de que seja feito na rua, e para a rua, é claro, mas entrando numa fase de integração, aceitação, ou, até, sacralização, em determinados meios, questionamo-nos qual será a próxima corrente artística emergente.

## BIBLIOGRAFIA

Documentos online:

### ***Internacionais:***

Wikipedia Street Art - [http://en.wikipedia.org/wiki/Street\\_art](http://en.wikipedia.org/wiki/Street_art)  
Subvertising, Posterboy - <http://www.youtube.com/watch?v=21iVQ0iXs00>  
Wikipedia D.I.Y. - <http://en.wikipedia.org/wiki/D.I.Y.>  
Subvertising, Zevs - <http://www.fubiz.net/2008/10/31/zevs-urban/>  
Obey - <http://obeygiant.com/>  
Anti street art - <http://streetartblows.com/>  
Blek le rat (artigo)- <http://swindlemagazine.com/issue11/blek-le-rat/>  
Blek le rat (artigo) -  
[http://entertainment.timesonline.co.uk/tol/arts\\_and\\_entertainment/visual\\_arts/article4066727.ece](http://entertainment.timesonline.co.uk/tol/arts_and_entertainment/visual_arts/article4066727.ece)  
Banksy Homepage - <http://www.banksy.co.uk/>  
Street art Internacional - <http://www.woostercollective.com/>  
Subvertising, Trnifest 2009 - <http://www.zek.si/fresh/trnifest-posters/>  
Wikipedia Subvertising - <http://en.wikipedia.org/wiki/Subvertising>  
Nemo, street art -  
<http://www.flickr.com/photos/gandara/sets/72157600244541267/>  
Agência de street art - <http://www.lazinc.com>  
Corporate Graffiti, Adidas - <http://www.youtube.com/watch?v=aJoBZWi4IEQ>  
Corporate graffiti, Linux - <http://www.flickr.com/photos/kino-eye/39036635/>  
Corporate graffiti, K2r Stain Remover -  
[http://www.aef.com/exhibits/awards/clio\\_awards/2005/08](http://www.aef.com/exhibits/awards/clio_awards/2005/08)  
Tats cru - <http://www.tatscru.com>  
Tats cru vandalizado -  
[http://www.justseeds.org/blog/2005/06/corporate\\_graff.html](http://www.justseeds.org/blog/2005/06/corporate_graff.html)  
Tags legitimadas pelo Guggenheim -  
<http://www.newsday.com/news/local/newyork/am-graffiti1213,0,3775932.story>  
Tate Museum, street art - <http://www.tate.org.uk/modern/exhibitions/streetart>

### ***Nacionais:***

Stencilarte - <http://www.stencilarte.blogspot.com>  
Cultura urbana - <http://mundourbano.blogspot.com/>  
Wikipedia Stencil - <http://pt.wikipedia.org/wiki/Stencil>

Centro de documentação do 25 de Abril da Universidade de Coimbra -

<http://www1.ci.uc.pt/cd25a/wikka.php?wakka=fotospo>

Nemo em Lisboa -

[http://alexandrepomar.typepad.com/alexandre\\_pomar/2008/02/nemo-em-lisboa.html](http://alexandrepomar.typepad.com/alexandre_pomar/2008/02/nemo-em-lisboa.html)

Arte urbana portuguesa - <http://www.naotenhonome.com/arteurbana/>

Registos de arte urbana em Portugal. Fotografias, vídeos, eventos, reportagens, artigos, entrevistas e links de artistas de rua nacionais -

<http://cartelurbe.blogspot.com/>

Secção de entrevistas realizadas a artistas de street art portugueses entre 2004 e 2006 - <http://absolutpropaganda.no.sapo.pt/entrevistas.htm>

Exposição do Banksy no museu de Bristol -

<http://ultimahora.publico.clix.pt/noticia.aspx?id=1386467>

VSP - <http://www.visualstreetperformance.com/>

Mr. Dheo - <http://www.mrdheo.com>

Vhils - <http://alexandrefarto.com>

Rui Rio, artigo sobre os graffitis no Porto -

[http://jpn.icicom.up.pt/2009/05/28/porto\\_graffiters\\_acusam\\_rui\\_rio\\_de\\_se\\_comp\\_ortar\\_como\\_um\\_camaleao.html](http://jpn.icicom.up.pt/2009/05/28/porto_graffiters_acusam_rui_rio_de_se_comp_ortar_como_um_camaleao.html)

## Livros:

ABDOH, Salar e NORUZI, Charlotte (2008), *Urban Iran*, New York, Mark Batty Publisher. ISBN: 9780979966613.

BANKSY (2005), *Wall and Piece*, London, Random House Uk. ISBN: 9781844137862.

BECKER, Howard (1984), *Art Worlds*, Berkeley, University of California Press. ISBN: 9780520052185.

BRISSAC PEIXOTO, Nelson (edição revista e aumentada) (2004), *Paisagens Urbanas*, S. Paulo, Senac. ISBN: 8573593482.

HUNDERTMARK, Christian (2007), *Art Of Rebellion: The World of Street Art*, Munich, Gingko Press. ISBN: 9783980990912.

INDIJ, Guido (ed), *1000 Stencils Argentina Graffiti*, Buenos Aires, La Marca Editora. ISBN: 9789508891648.

MACPHEE, Josh (2004), *Stencil Pirates: A Global Study of the Street Stencil*, New York, Soft Skull Press. ISBN: 1932360158978.

MANCO, Tristan (2002), *Stencil Graffiti (Street Graphics/Street Art)*, New York, Thames and Hudson. ISBN: 9780500283424.

MANCO, Tristan (2004), *Street Logos*, New York, Thames and Hudson. ISBN: 9780500284698.

MOORE, Miguel e CRUZ, Luís (2008), *VSP -Visual Street Performance*, Lisboa, Pintas em Fúria. ISBN: 9789892009261.

PALMER, Rod (2008), *Street Art Chile*, London, 8 Books. ISBN: 9780955432217.

PROU, Sybille (2008), *Blek Le Rat: Getting Through The Walls*, New York, Thames and Hudson. ISBN: 9780500287354.

QUIVY, Raymond e CAMPENHOUDT, Luc Van (1992), *Manual de investigação em ciências sociais*, Lisboa, Gradiva.

ROTMAN, Steve (2009), *Bay Area Graffiti*, New York, Mark Batty Publisher. ISBN: 9780979966606.

WARBURTON, Nigel (2007), *O que é a Arte?*, Lisboa, Bizâncio. ISBN: 9789725303559.

STAHL, Johannes (2009), *Street Art*, H.F.Ullmann. ISBN: 9783833149443

## Teses:

VIEIRA, Jorge (2004), *Para a Rua*, Tese de mestrado policopiada.

## Revistas:

GARCIA, Ricardo (2009), "Poluição Visual" in Revista *Pública*, edição de 14 de Junho.

## Filmografia:

CHALFANT, Henry e SILVER, Tony (realizadores). (1983). *Style Wars* (documentário). Estados Unidos da América.

HAZARDO e RASPUTINI (realizadores). (2004). *Referência vol. 1* (documentário). Portugal.

REISS, Jon (realizador). (2007). *Bomb It* (documentário). Estados Unidos da América.